



TSN

TRANSATLANTIC STUDIES NETWORK

Revista de Estudios Internacionales

Año IX, nº 16, 2024

MONOGRÁFICO

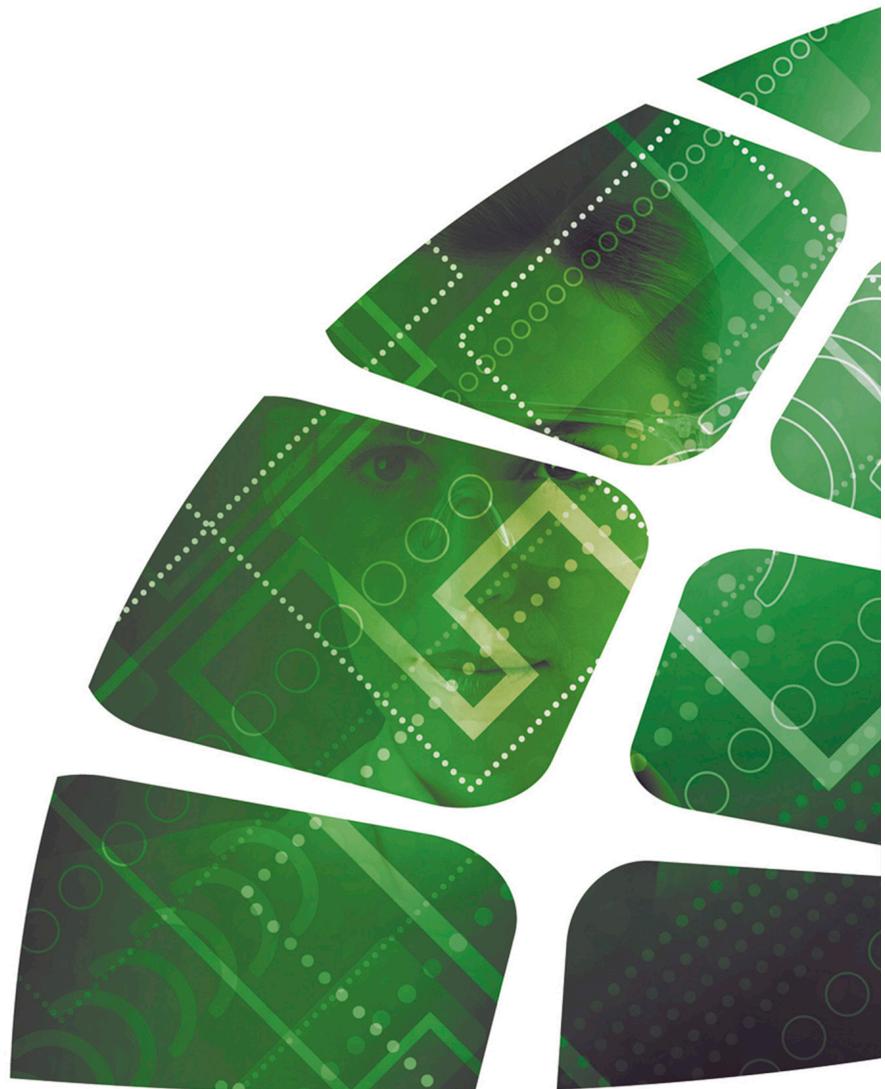
Política y mediatización en redes sociales durante la pandemia por covid-19 en el contexto atlántico



TSN (*Transatlantic Studies Network*) Revista de Estudios Internacionales es una publicación de periodicidad semestral, de contenido interdisciplinar, editada por el Centro de Estudios Iberoamericanos y Transatlánticos FGUMA-UMA y por el grupo de investigación E-COM: Grupo de Estudios sobre Comunicación y Sociedad de la Información.

La revista se encuentra inserta dentro del catálogo de UMA Editorial.

TSN es una revista académica, científica y de divulgación que contiene contribuciones y artículos en español, inglés, francés y portugués.



Contacto:

<https://revistas.uma.es/index.php/transatlantic-studies-network/index>
tsn@uma.es
Telf.: 951 953 191

ISSN:

2530-8521

ISSN-L:

2444-9792

Depósito legal:

MA 1247-2016

Edita:

Centro de Estudios Iberoamericanos y Transatlánticos FGUMA-UMA

C/ Arquitecto Francisco Peñalosa, 18
Edificio de Investigación Ada Byron.
Ampliación del Campus de Teatinos.
Universidad de Málaga
29071 Málaga (España)
Telf.: 951 953 192
<https://fguma.es/ceit/>
ceit@fguma.es

Grupo de Estudios sobre Comunicación y Sociedad de la Información (E-COM)

<http://ecom.uma.es/>

UMA Editorial**Imprime:**

Gráficas Soler



En torno a Babel, grabado.
Paco Aguilar

COMITÉ EDITORIAL

Director y fundador: Juan Antonio García Galindo
(Universidad de Málaga, España)

Subdirectora: Magdalena Martín Martínez
(Universidad de Málaga, España)

Editora jefe: Miriam López Rodríguez (Universidad de Málaga, España)

Editor adjunto: Antonio Cuartero Naranjo (Universidad de Málaga, España)

Editora técnica: Ashley Jáñez González (Universidad de Málaga, España)

Comité asesor: –Alicia Violeta Bohren (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)
–Diego Vera Jurado (Universidad de Málaga, España)
–Isabel Soares (Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Universidad de Lisboa, Portugal)
–Madeline Cámara Betancourt (Universidad del Sur de Florida, EE. UU.)
–Olga Figueroa Miranda (Universidad Central de Florida, EE.UU.)
–Carmen María Bogado Leiva (Universidad Nacional de Itapúa, Paraguay)
–Nadia Czeraniuk (Universidad Autónoma de Encarnación, Paraguay)
–Gabriela Renault (Universidad del Salvador, Argentina)
–Alicia Mayer (UNAM Instituto de Investigaciones Históricas, México)
–Valentina Canese (Universidad Nacional de Asunción, Paraguay)
–Balbina J. Rojas Sánchez (Universidad Ana G. Méndez, Recinto de Cupey, Puerto Rico)

EQUIPO TÉCNICO

Diseño y maquetación: Ashley Jáñez González y Rosana Bazaga Sanz
(Universidad de Málaga, España)

Redactor: Raúl Orellana (Universidad de Málaga, España)

Colaboradores: –Enrique Benítez Palma (Universidad de Málaga, España)
–Daniel Coronas Valle (Universidad de Málaga, España)
–María Antonia García de León (Universidad Complutense de Madrid, España)
–Luis Ortega Hurtado (Universidad de Málaga, España)
–Rogelio Blanco (ensayista, España)
–José Luis Mora García (Universidad Autónoma de Madrid, España)

Corresponsales: –Andalucía (España): Lucía Ballesteros-Aguayo (Universidad de Málaga)
–Canarias (España): Sergio García de Paz (Universidad de La Laguna)
–Galicia (España): Alba Moledo Ucha (Universidad Complutense de Madrid)
–Puerto Rico: Israel Rodríguez Sánchez (Universidad de Puerto Rico. Recinto de Río Piedras)
–Argentina: Ana Slimovich (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-Universidad de Buenos Aires. Instituto de Investigaciones Gino Germani) y Graciela Beatriz Argüello (Universidad Nacional de Misiones)
–Portugal (Oporto): Helena Lima (Universidad de Oporto)
–Portugal (Lisboa): Rita Amorim y Raquel Baltazar (Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas. Universidad de Lisboa)
–Francia: Jean-Jacques Cheval y Laure Bedin (Université Michel de Montaigne Bordeaux 3)
–México: Gisela Mendoza Jiménez (Instituto Mexicano del Seguro Social)
–Brasil: Marcus Ramusyo de Almeida Brasil (Instituto Politécnico de Bragança, Portugal)
–Ecuador: Cynthia Katherine Icaza Cárdenas y Christian Josué Riquero Pincay (Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil)
–EE. UU.: Roberto Jiménez (University of South Florida, Tampa)
–Paraguay: Matías Denis (Universidad Nacional de Encarnación)
–Chile: Rocío Rodríguez Ferrer (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Corrector: Javier Olmos Sanz (Madrid, España)



TSN

TRANSATLANTIC STUDIES NETWORK

Revista de Estudios Internacionales

Indexación:

–CIRC con clasificación C
–Carhus Plus+ 2018 con categoría D
–MIAR (Matriz de Información para el Análisis de Revistas)
–Latindex. Cumple 29 características
–Dialnet con clasificación C
–Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes
–REBIUN. Red de Bibliotecas
–BNE. Biblioteca Nacional de España
–ERIHPLUS. European Reference Index for the Humanities and Social Sciences
–AURA
–ROAD. Directory of Open-Access Scholarly Resources
–Google Académico
–WorldCat

Asesoras de arte: –Tecla Lumberas Krauel (Universidad de Málaga, España)
–Lorea Ariadna Ruiz Gómez (Universidad de Málaga, España)

Asesora de documentación: Natalia Meléndez Malavé (Universidad de Málaga, España)

Asesores de investigación:

–Genoveva Novas Martín (Universidad de Málaga, España)
–Juan Antonio Dip (Universidad Nacional de Misiones, Argentina)

Comité científico: –Dr. Dominique Wolton, Centro Nacional de la Investigación Científica de Francia (CNRS)
–Dr. Eric Letonturier, Universidad París Descartes (París V)
–Dr. Harry E. Vanden, Universidad del Sur de Florida (USF)
–Dr. Ángel Valencia Saiz, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. Antonio Roldán Ponce, Universidad de Ciencias Aplicadas de Dresde (HTW)
–Dra. Carolina Moreno Castro, Universidad de Valencia (UV)
–Mgter. Gisela Belén Montiel, Universidad Nacional de Misiones (UNaM)
–Dra. Madeline Cámara Betancourt, Universidad del Sur de Florida (USF)
–Dr. Alberto Pena Rodríguez, Universidad de Vigo (UVIGO)
–Dr. Juan Antonio Perles, Universidad de Málaga (UMA)
–Dra. Rachel A. May, Universidad del Sur de Florida (USF)
–Dr. Eliseo Colón Zayas, Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras (UPRRP)
–Dra. Eloísa Gordon, Universidad de Nevada, Reno (UNR)
–Dra. Marion Reder Gadow, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. Carlos Pérez Ariza, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. William J. Nichols, Georgia State University (GSU)
–Dra. María Belén Zayas Fernández, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. Juan Francisco Gutiérrez Lozano, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. Manuel Morales Muñoz, Universidad de Málaga (UMA)
–Dr. Antonio García Jiménez, Universidad Rey Juan Carlos (URJC)
–Dra. Alice Trindade, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidad de Lisboa)
–Dra. Susana Fedoruk, Universidad Nacional de Itapúa (UNI)
–Dra. Roxanna Domenech Cruz, Universidad Ana G. Méndez Recinto de Cupey (UAGM)
–Dr. Rodrigo Browne, Universidad Austral de Chile (UACH)
–D. Alejandro Salafranca Vázquez. Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno de México



SUMARIO

EDITORIAL

7. EDITORIAL

UN MUNDO ENTRE REDES

MONOGRÁFICO

POLÍTICA Y MEDIATIZACIÓN EN REDES SOCIALES DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19 EN EL CONTEXTO ATLÁNTICO

Coordinación: Ana Slimovich (CONICET-IIGG/Universidad de Buenos Aires, Argentina)

11. Política y mediatización en redes sociales durante la pandemia por covid-19 en el contexto atlántico. Introducción

Ana Slimovich. CONICET-IIGG/Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Sección 1: Activismo digital

14. Activismos digitales. Nuevas formas de lucha mediadas por plataformas en la era del capitalismo de la vigilancia

Betiana Elizabeth Vargas. Universidad Autónoma de Zacatecas, CONAHCYT (México)

31. Tecnodiscursos subversivos. Militantismo digital no contexto da pandemia da covid-19

Mariana Morales da Silva. UFSCar/Capes (Brasil) y Julia Lourenço Costa. CEDOCH-DL-USP (Brasil)

47. Los chetos no son graciosos. Humor y mediatización de la política en tiempos de pandemia

María Agustina Ahibe y Melisa Salvitti. Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Sección 2: La comunicación política en las redes sociales

60. ¿Digitalizar el vínculo político? La campaña electoral en Río Cuarto y las instituciones participativas en la Ciudad de Buenos Aires durante la pandemia de covid-19

Rocío Annunziata. IIP-UNSAM-CONICET (Argentina) y María Florencia Pagliarone CCONFINES-UNVM-CONICET (Argentina)

76. Participación y redes sociales: el uso de Facebook en tiempos de covid-19 en una ciudad intermedia

Ramón Monteiro. Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)

91. Entre el diálogo y la polarización: la comunicación de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta durante la pandemia de covid-19

Andrea Ariza. Instituto de Investigaciones Políticas, CONICET (Argentina), Valeria March y Sofía Torres. Universidad de Buenos Aires (Argentina)

110. El discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook durante la pandemia de covid-19 en Argentina, 2020

Emmanuel A. Pérez Zamora. Universidad Nacional de Rosario (UNR), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)

Sección 3: Democracias digitales

- 123. Modernidad, democracia y pandemia ante la emergencia de los nuevos autoritarismos**
Juan Carlos Orejudo Pedrosa y Alan Gabriel Lozano Jiménez. Universidad Autónoma de Zacatecas (México)
- 138. Los *hashtags* como herramientas en materia de género en el marco de la emergencia sanitaria por covid-19 en Argentina**
Tatiana Marisel Pizarro. Instituto de Investigaciones Socioeconómicas, CONICET, Universidad Nacional de San Juan (Argentina)
- 151. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como servicios públicos esenciales en Argentina. El rol del Estado en la ampliación de la ciudadanía**
Lucas J. Fullana. Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Argentina)
- 162. Grupos de discusión en Telegram. Un acercamiento a los *irredentos* argentinos en tiempos de pandemia**
Iván Facundo Rubinstein. Universidad Nacional Autónoma de México (México) y Guido Alejo Sciarano. Instituto de Desarrollo Económico y Social (Argentina)

Sección 4: El campo editorial en las redes sociales

- 177. Un análisis del impacto del covid-19 en el mundo editorial en Argentina: redes sociales, digitalización y activismo digital**
Daniela Szpilbarg. CIS-CONICET/IDES, Universidad de Buenos Aires (Argentina)
- 187. Libros y mediatización en redes sociales: estrategias de comunicación editorial durante la pandemia en la Argentina**
Ivana Mihal. Laboratorio de Investigación en Ciencias Humanas, Universidad Nacional de San Martín, CONICET (Argentina) y Ezequiel Saferstein. Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín, CONICET (Argentina)

RESEÑAS

- 205. Entre lo local y lo global: saberes, espacios y movilidades en tiempos de pandemia**
Luciano Videla. Universidad Nacional de Río Negro (Argentina)
- 207. Memes virales: narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva**
Fernando Arana Blanco. Universidad Nacional de México (México)

211. Autores



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



LA UNIVERSIDAD
DEL SIGLO XXI
COMPROMETIDOS CON LA EXCELENCIA

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL



FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

20
ANIVERSARIO



Idiomas



Formación



Premios



Internacionalización
y cooperación



Investigación
y empresas

decídate
a ser
más



Avda. de la Estación de El Palo, 4
29017 Málaga



† 951 952 640
info@fguma.es

fguma.es

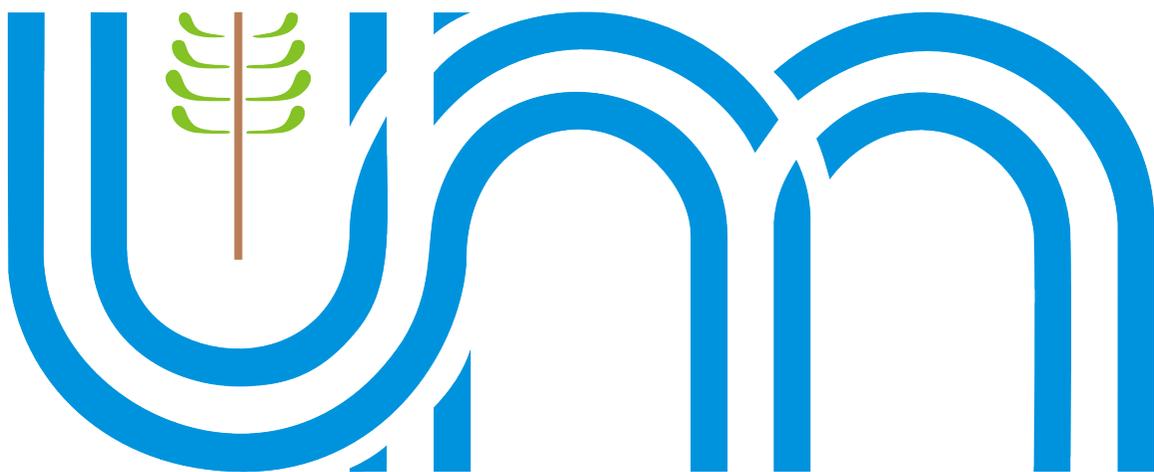


UNIVERSIDAD
ANA G. MÉNDEZ

UAGM

Recinto de Cupey

TU TIEMPO LLEGÓ



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES

UN MUNDO ENTRE REDES

Editorial

En el momento de salir el presente número a la luz pública, el nuevo orden internacional que se está prefigurando se encuentra en una especie de compás de espera condicionado por las próximas elecciones presidenciales en Estados Unidos. Tras la renuncia del presidente Joe Biden a ser candidato, motivada por su estado de salud, la aparición en la carrera presidencial de su vicepresidenta, Kamala Harris, ha generado nuevas expectativas entre los votantes demócratas y la lucha por la presidencia del Estado más rico de la tierra se ha hecho más competida. Las Bolsas de todo el mundo permanecen cautelosas ante la incertidumbre internacional, que se ha visto agravada –mientras escribo esta columna– por el asesinato en suelo iraní del líder de Hamás y por la previsible respuesta del régimen de los ayatolás, así como por la amenaza de desestabilización de Oriente Medio, afectado por la expansión del conflicto que Israel mantiene en Gaza y que ya ha alcanzado a Líbano. El mundo está en vilo acuciado además por numerosos conflictos locales que contribuyen a ensombrecer aún más el panorama internacional. Hoy, en la época de la mundialización informativa, los conflictos locales han dejado de serlo para alcanzar una dimensión internacional de la que antes parecían carecer, puesto que se evidencian más que nunca las redes del poder económico y político que se tejen en el mundo, y los movimientos geopolíticos de las grandes potencias sobre la escena internacional. La presencia de Rusia y de China en los países del Sahel, así como en el actual escenario de Oriente Medio, la crisis política en la que permanecen diversos países latinoamericanos (Ecuador, Perú, Bolivia, etcétera) o las controvertidas elecciones en Venezuela, país que suscita siempre un gran interés político-económico por el control de su gran riqueza petrolífera, forman también parte de la agenda política e informativa internacional de un mundo en crisis. Mientras que la guerra en Ucrania persiste.

La solución de todos estos conflictos y la recuperación de la paz en el mundo solo pueden venir de su defensa irrenunciable por parte de los mandatarios internacionales y del diálogo como vía para alcanzarla, así como del regreso a la democracia allí donde se encuentra en peligro o de la cordura que se ha de exigir al neocapitalismo para que no contribuya a tensionar más la política internacional. Con este deseo de paz y de diálogo que siempre proclamamos desde TSN como fundamento de nuestro proyecto editorial, el presente número de nuestra revista se dedica en esta ocasión íntegramente al tema *Política y mediatización en redes sociales durante la pandemia por covid-19 en el contexto atlántico*, que ha coordinado

la profesora e investigadora argentina Ana Slimovich. No es la primera vez que TSN dedica sus páginas al estudio del mundo iberoamericano y transatlántico en la época del covid-19, temática que desde la perspectiva de la divulgación científica y sanitaria ya fue abordada bajo la coordinación de la profesora e investigadora española Carolina Moreno Castro. Centrado en este caso en el estudio de la política y de las redes sociales, y complementando aquella otra perspectiva, la doctora Slimovich reúne a un notable plantel de investigadores procedentes de Argentina, México y Brasil, con el objetivo de analizar este fenómeno en los países del mundo atlántico a partir de cuatro grandes ejes: el activismo digital, la comunicación política en las redes sociales, las democracias digitales y el campo editorial en las redes sociales.

Cuando ya hemos dejado atrás una de las mayores pandemias de la humanidad, nos percatamos de los grandes cambios que esta ha provocado en la economía, en la política, en la cultura y en la comunicación, entre otros sectores afectados. Como testigos que hemos sido de ella, creíamos que nuestro frágil sistema de convivencia y de salud saldría fortalecido tras la crisis sanitaria; sin embargo, el resultado ha sido todo lo contrario: se han debilitado las democracias, se ha impuesto el neoliberalismo económico y las entidades supranacionales han entrado en crisis, así como las grandes potencias tradicionales. Y en la comunicación y en la cultura, la multiplicación de voces que garantizan las nuevas tecnologías no ha traído más certezas, sino más ruido. Un ruido ensordecedor que lo relativiza todo y que cuestiona la autoridad de las convicciones éticas, políticas y morales sobre las se han venido asentando la democracia y la convivencia en los últimos setenta y cinco años. Diagnosticar esta situación debe permitir a los comunicólogos y a los políticos comenzar a ofrecer soluciones, por muy complejas y controvertidas que sean, al desorden informativo y cultural al que parecen habernos sometido las redes sociales. Sus aspectos positivos están fuera de toda duda y su presencia en el ecosistema comunicativo actual también; así queda de manifiesto en el presente número, pero su uso requiere algún tipo de regulación, por muy discutible que este término pueda parecer, que impida la utilización de las redes con fines contrarios a la ética y a los valores que defienden nuestras democracias y que evite la propagación de la desinformación y de la manipulación. La educación es un gran instrumento para reorientar este fenómeno. Pero no es el único. La difusión y divulgación del conocimiento es nuestra tarea, y a eso nos debemos. TSN 16 así lo ha entendido.

Juan Antonio García Galindo
Director de TSN

TSN. Revista de Estudios Internacionales

TSN QUIÉNES SOMOS NÚMEROS ENVÍO COMITÉ CIENTÍFICO AUTORES INDEXACIONES PERSONALIDADES CONTACTO

NÚMEROS ANTERIORES
de TSN Transatlantic Studies Network

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 1, enero-junio 2016

España y América. Miradas Cruzadas
MONOGRAFICO

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 2, julio-diciembre 2016

Los Gémez de Macharostina y la relación entre dos continentes. s. XVIII
MONOGRAFICO

ESPECIAL: El Tratado Transatlántico de Libre Comercio (TLC) de 1990

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 3, enero-junio 2017

Elecciones en EEUU: AMCEL/ANEA
Adolfo Sánchez-Vázquez
ESPECIAL

Regiones de diálogo y multiculturalidad
MONOGRAFICO

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 4, julio-diciembre 2017

Exilio, migraciones, cultos y desarraigos forzados
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Juan Antonio Ortega y J. María Vázquez y otros

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 5, enero-junio 2018

Transnacionalidad y documental: caminos de ida y vuelta entre Europa y Latinoamérica
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Puerto Rico tras el huracán María

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 6, julio-diciembre 2018

Escritores y pintores: Europa y América
MONOGRAFICO

ESPECIAL: María Zambrano y Bernardo de Gálvez en la escuela

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 7, enero-junio 2019

Comunicación, ética y conocimiento: una aproximación multidisciplinar
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Mujeres exploradoras del Nuevo Mundo

DEBATE Y FORO: Aprendiendo a compartir
Francisco Llamas

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 8, julio-diciembre 2019

Del Atlántico Norte al Atlántico Sur. Percepciones y representaciones
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Una mirada a Japón

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 9, enero-junio 2020

Lazos entre Puerto Rico y España
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Mapas

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 10, julio-diciembre 2020

La comunicación y su capacidad para pensar y transformar realidades. Debates desde Argentina
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Elecciones presidenciales en Estados Unidos

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 11, enero-junio 2021

Mujeres y poder. Una mirada política a la sociedad actual
MONOGRAFICO

ESPECIAL: El Tratado Transatlántico de Libre Comercio (TLC) de 1990

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 12, julio-diciembre 2021

España y México: monarquía y reino. Trece siglos de intercambios transatlánticos
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Comunidades Indígenas en un mundo globalizado: casos en Paraguay y Bolivia

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 13, enero-junio 2022

María Zambrano en América Latina: la aurora que no cesa
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Un paseo por la música Iberoamericana: horizonte y destino

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 14, julio-diciembre 2022

Comunicación, ciencia y ciudadanía en tiempos de la pandemia del covid-19 en Iberoamérica
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Los vinos atlánticos

TSN
TRANSLANTIC STUDIES NETWORK
Revista de Estudios Internacionales

Año 1, Nº 15, enero-junio 2023

La reflexión sobre España, Europa y América en los pensadores del exilio republicano de 1939
MONOGRAFICO

ESPECIAL: Lisboa entre tierra e mar



Todos los números disponibles online



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



CEIT
Centro de Estudios
Iberoamericanos y
Transatlánticos



ANDALUCÍA TECH
Campus de Excelencia Internacional
Aula María Zambrano
Estudios Transatlánticos



REDIAMZET
Red Internacional de Aula María Zambrano
de Estudios Transatlánticos



ECOM
Grupo de Estudios de
COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN



umaeditorial
Universidad de Málaga

Monográfico

**Política y mediatización en redes sociales
durante la pandemia por covid-19
en el contexto atlántico**

**Coordinación: Ana Slimovich
(CONICET-IIGG/Universidad de Buenos Aires, Argentina)**

POLÍTICA Y MEDIATIZACIÓN EN REDES SOCIALES DURANTE LA PANDEMIA POR COVID-19 EN EL CONTEXTO ATLÁNTICO. INTRODUCCIÓN

Ana Slimovich

CONICET-IIGG/Universidad de Buenos Aires (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0002-7297-4942>

El proceso de mediatización de la política constituye un proceso histórico que se va profundizando con el tiempo (Hepp, 2020; Strömbäck, 2008; Verón, 2001 [1984] y 2013). Este proceso se ha alterado en todo el planeta con la emergencia sanitaria global de la pandemia de covid-19. Los campos culturales, económicos y políticos han tenido continuidades y cambios en los últimos años.

A partir de la pandemia por covid-19 y en el período de transición a la pospandemia se generan formas nuevas del activismo digital (Barassi, 2015; Candón-Mena y Treré, 2022; Treré, 2019) y movimientos sociopolíticos anclados en las redes sociales que se constituyen a partir del rechazo a medidas gubernamentales, como las de regulación de las prácticas sociales para controlar el brote —es el caso de los «antivacunas»—, así como los que se posicionan a favor de los Gobiernos locales o nacionales. Es así que el diálogo entre los diferentes Gobiernos, la puesta en funcionamiento de reglas específicas, la centralización de la comunicación política, la ejecución de políticas por parte de los Gobiernos nacionales y el consenso de distintos

sectores sociopolíticos son sustanciales para mitigar los efectos de la pandemia. A la vez, ha crecido el consumo de distintas redes sociales en los diferentes países, dada la digitalización de las prácticas sociales y el aumento de la permanencia en los hogares. Por esta razón, las preguntas por los modos de transformación de la democracia digital en esta contemporaneidad y las mutaciones en el proceso de mediatización de la política están hoy en el centro de las investigaciones.

En este monográfico las autoras y autores se han enfocado en indagaciones sobre las redes sociales y la política en el marco de la emergencia sanitaria, en casos de América Latina y España.

El monográfico se encuentra dividido en cuatro secciones. En primer lugar, están los artículos referidos al «Activismo digital». Betiana Elizabeth Vargas se focaliza en identificar tendencias actuales en los trabajos académicos que estudian el activismo digital en el marco del capitalismo de la vigilancia. La autora elabora así un profuso y exhaustivo estado del arte con autores de diferentes latitudes, en el cual Internet es considerado un territorio en disputa, e identifica en los estudios el lugar que le

Cómo citar este artículo: Slimovich, A. (2024). Política y mediatización en redes sociales durante la pandemia por covid-19 en el contexto atlántico. Introducción. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 11-13. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20090>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

otorgan al activismo digital como expresión de participación social y política.

Por otra parte, el estudio de Mariana Morales da Silva y Julia Lourenço Costa se focaliza en una campaña digital producida en una ciudad española: a partir de la teoría de resignificación de Paveau, indagan en la relación entre el discurso gubernamental #QuédateEnCasa (Barcelona, mayo de 2020) y la respuesta masiva en forma de militancia en las redes sociales: #YoMeQuedoEnCasa. Del mismo modo, María Agustina Ahibe y Melisa Salvitti reflexionan sobre la circulación de los discursos que se producen –en el caso de ellas, en relación a los memes– en los espacios digitales acerca del covid-19, a partir de un tuit del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

La segunda sección está compuesta por las investigaciones referidas a «La comunicación política en las redes sociales». Rocío Annunziata y María Florencia Pagliarone se enfocan en el nivel local. Las autoras comparan la campaña para las elecciones de intendente en la ciudad de Río Cuarto en 2020 –el primer municipio de Argentina que celebró elecciones en pandemia– y las experiencias de participación ciudadana institucionalizada impulsadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Indagan cómo la expansión del brote generó digitalización de los vínculos políticos y un debilitamiento de las dimensiones afectiva y colectiva de la política.

Ramón Monteiro, por otra parte, estudia los usos de organizaciones sociopolíticas en Facebook que se ubican también en la ciudad de Río Cuarto. Con una metodología que combina la etnografía digital y el análisis del discurso, el estudio revela que las organizaciones construyen los relatos digitales basadas en el fuerte compromiso con los derechos humanos y que hay una inclusión de una variedad de actores. Asimismo, en las redes de las organizaciones encuentran escasa interacción con los internautas.

Andrea Ariza, Valeria March y Sofía Torres, por su parte, se centran en Instagram y Twitter e investigan los procesos de coordinación de decisiones sanitarias de dos gobernantes: Alberto Fernández, presidente de la Argentina, y el jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Horacio Rodríguez Larreta. Comparan los cambios en los discursos en dos momentos distintos de la emergencia epidemiológica: a principios de 2020 y de 2021. Por su parte, Emmanuel A. Pérez Zamora, desde las teorías de la enunciación y el análisis del discurso, estudia el discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook y los modos de polemizar con el Gobierno de Alberto Fernández. Problematisa así los modos de descalificación hacia el Gobierno nacional y el posicionamiento que realiza el político en la red social a través de las dicotomías que incluyen valores.

La tercera sección de este monográfico está compuesta por cuatro trabajos que teorizan sobre las «Democracias digitales». En primer lugar, Juan Carlos Orejudo Pedrosa y Alan Gabriel Lozano Jiménez estudian el impacto de la pandemia en la democracia mexicana. A partir de las conceptualizaciones de distintos autores, como Zygmunt Bauman, Hannah Arendt, Donatella di Cesare, Slavoj Žižek y Byung-Chul Han, focalizan en los elementos autoritarios presentes en el sistema. En segundo lugar, Tatiana Marisel Pizarro investiga desde la comunicación política y el género las discursividades en las campañas #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes, creadas por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de Argentina, durante los primeros días de la pandemia en marzo de 2020. Se enfatiza en las propuestas de visibilización de la violencia por motivos de género y los prejuicios en materia de cuidado en Twitter e Instagram.

En tercer y cuarto lugar, dos trabajos que se centran en la relación entre el Estado y la ciudadanía digital. Por un lado, Lucas J. Fullana indaga en el desarrollo de políticas públicas para garantizar el acceso a los servicios de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), la ampliación de la ciudadanía política y social, el papel regulador del Estado en función de sus características y definiciones dentro de determinado contexto histórico, político y económico, y las reacciones que se generan en el mercado. Por otro lado, Iván Facundo Rubinstein y Guido Alejo Sciarano indagan grupos de usuarios de Telegram en el segundo año de la pandemia. Desde la sociosemiótica y la sociolingüística, estudian los argumentos digitales en contra de la vacunación para el covid-19 y reconstruyen su modelo interpretativo a través del análisis de las marcas discursivas.

Por último, en el monográfico hay una sección enfocada en «El campo editorial en las redes sociales». Daniela Szpilbarg estudia el impacto económico de la crisis sanitaria y las iniciativas digitales en el mundo del libro: la reprogramación en los planes editoriales, las iniciativas emprendidas por editores y editoras y el activismo digital puesto en práctica en ese período. Presenta así los resultados de una encuesta realizada a 131 editores y editoras y los proyectos colectivos «Sálvese quien lea» y Feria del Libro en Casa. Por su parte, Ivana Mihal y Ezequiel Saferstein exploran las modalidades de circulación y difusión que implementaron las editoriales, enfocando especialmente cómo la mediatización en las redes sociales cobró un nuevo impulso a partir del contexto pandémico. Los y las investigadores e investigadoras trabajan, desde el análisis socioantropológico y la etnografía digital, con los resultados de un estudio y análisis de información desarrollado a partir de la difusión que

los sellos argentinos realizaron durante los primeros meses, entre mediados de marzo de 2020 y la apertura parcial de librerías.

El monográfico cierra con dos reseñas de libros que abordan, desde distintas dimensiones y apostando a la diversidad de las autorías, las influencias del contexto pandémico en los procesos sociales y políticos y en los fenómenos de mediatización. Por un lado, se presenta *Entre lo local y lo global: saberes, espacios y movibilidades en tiempos de pandemia*, editado por Lila Luchessi y con prólogo de Omar Rincón. Por otro lado, se aborda *Memes virales: narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva*, coordinado por Jacob Bañuelos Capistrán y Carlos Saldaña Ramírez.

En conclusión, en este monográfico de la revista TSN se reúnen diferentes artículos alrededor de la política y las redes sociales en el marco de la pandemia por covid-19. Se genera una diversidad de puntos de vista, metodologías y teorías puestas en juego, así como preguntas disparadoras para la continuidad de las investigaciones. Por último, solo nos queda el agradecimiento a los pares evaluadores que con seriedad y esfuerzo han colaborado

para que este conjunto de escritos se conecte con sus lectores y lectoras.

Fuentes y referencias bibliográficas

- Barassi, V. (2015): *Activism on the Web: Everyday Struggles against Digital Capitalism*. Nueva York, Londres: Routledge.
- Candón-Mena, J., y Treré, E. (2022): «Visionarios pragmáticos: imaginarios, mitos y tecnopolítica con el movimiento 15M», en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 180, pp. 47-64.
- Hepp, A. (2020): *Deep Mediatization*. Nueva York: Routledge.
- Strömbäck, J. (2008): «Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics», en *International Journal of Press/Politics*, 13 (3), pp. 228-246. Recuperado de <http://hij.sagepub.com/content/13/3/228.short?rss=1&ssource=mfr>
- Treré, E. (2019): *Hybrid Media Activism: Ecologies, Imaginaries, Algorithms*. Londres, Nueva York: Routledge.
- Verón, E. (2001 [1984]): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Verón, E. (2013): *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

ACTIVISMOS DIGITALES. NUEVAS FORMAS DE LUCHA MEDIADAS POR PLATAFORMAS EN LA ERA DEL CAPITALISMO DE LA VIGILANCIA

Digital Activisms. New Forms of Struggle Mediated
by Platforms in the Era of Surveillance Capitalism

Betiana Elizabeth Vargas

Universidad Autónoma de Zacatecas, CONAHCYT (México)

<https://orcid.org/0000-0002-1727-0483>

La preocupación académica por la agudización de las problemáticas sociales en un mundo convulsionado mantiene una relevancia preeminente. Se registran olas de levantamientos como fenómenos que expresan demandas sociales. Comprender el significado y características de los activismos digitales implica observar más allá de polarizaciones de *hashtags* en redes sociales: ¿qué se entiende por activismo digital? ¿Cómo se desarrolla la disputa de poder en el territorio digital? ¿Qué son las *performances*? ¿Cómo se proyecta en la era del capitalismo de la vigilancia? El estudio se dirigió a analizar producciones académicas que conceptualizan, problematizan y analizan el activismo digital, a los fines de caracterizar y comprender sus rasgos e identificar tendencias y desafíos que presentan en el marco del capitalismo de la vigilancia. Como estrategia metodológica, se implementó la elaboración de un estado del arte que incluyó búsqueda, selección y organización bibliográfica con el objeto de analizar el estado actual de los activismos digitales y su evolución futura. Entre los hallazgos se destacan la identificación de estudios que analizan el territorio digital como ámbito de disputa de poder y la caracterización de los activismos digitales desde movimientos sociales; acción política colectiva; y otras formas de participación en línea, como el *slacktivism*.

Palabras clave

Activismo digital, plataformas, tecnopolítica, *performances*, capitalismo de la vigilancia

The academic concern for the role that activism assumes in the face of social problems in a troubled world maintains a pre-eminent relevance. Revolutionary waves are being registered as phenomena that express social demands. Understanding transmedia activism implies observing the reality beyond the struggles and polarizations of hashtags. In this context, what is understood by digital activism? How does the power dispute unfold in the digital territory? What is understood by performances? How is digital activism projected in the era of heightened Surveillance Capitalism? This paper aims to analyze academic productions that conceptualize, problematize and study digital activism. In addition, to characterize and understand their main features and identify trends and challenges that they present in the framework of Surveillance Capitalism. The methodological strategy was elaborated on the state of the art regarding digital activism. In order to analyze the current state of digital activism and its future evolution, search, selection, and bibliographic organization were included. Among the main findings, are the identification of studies that analyze the digital territory as a field of power dispute and the characterization of digital activism from social movements and collective political action and other forms of online participation, such as slacktivism.

Keywords

Digital activism, platforms, techno-politics, performances, Surveillance Capitalism

Cómo citar este artículo: Vargas, B. E. (2024). Activismos digitales. Nuevas formas de lucha mediadas por plataformas en la era del capitalismo de la vigilancia. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 14-30. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20194>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

Las nuevas tecnologías han cambiado las formas de vida e interacción social. Los movimientos sociales recurren al uso de plataformas virtuales para que sus acciones logren más alcance y mayor visibilidad (Acosta, 2020). Experiencias sociopolíticas recientes como Primavera Árabe, #15M español o #YoSoy132 mexicano revelan cómo el papel de las tecnologías digitales ha sido relevante y característico de la producción política (Avalos González, 2019). «Desde 2010, hemos presenciado una ola de levantamiento global sin precedentes protagonizado por jóvenes, nucleado por las redes, incubado por renovadas tácticas de disidencia, ensayado con nuevas formas de participación y propagado un torrente de creatividad e imaginación» (Benson, 2015, p. 112 en Avalos González, 2019, p. 2).

Con la llegada de la pandemia por covid-19, los procesos de digitalización han dado un giro histórico contundente. Google, Amazon, Facebook, Alibaba, Tencent constituyen grandes representantes del cambio tecnológico y promotoras de la consolidación de plataformas como nuevas infraestructuras de lo económico y lo social. Dichas corporaciones han logrado inmiscuirse en cada espacio de la vida, recabando datos y recaudando ganancias exorbitantes en detrimento de otros sectores de la producción a escala global, consolidando lo que especialistas han denominado «capitalismo de la vigilancia».

El presente artículo se dirige a elaborar un estado del arte sobre activismos digitales en la nueva fase digital y su relación con el desarrollo del capitalismo de la vigilancia, insumo fundamental para ser utilizado en estudios pertenecientes al programa de investigación PAC UNLa, o Programa de Análisis de la Construcción de Sentido en Plataformas Digitales, perteneciente al Instituto de Cultura y Comunicación (ICC) de la Universidad Nacional de Lanús (UNLa).

La estructura de presentación incluye una primera sección de abordaje metodológico. La segunda trata el capitalismo de la vigilancia como elemento clave de la nueva fase digital. Una tercera sección se detiene en el activismo digital como objeto de estudio. La cuarta aborda características de los activismos digitales y usos de las tecnologías digitales. La quinta sección describe desafíos que enfrentan los activismos en el capitalismo de la vigilancia y el problema de la conducción. Finalmente, se sintetizan reflexiones finales en términos de hallazgos, alcances e inquietudes posibles de ser abordadas en futuras investigaciones.

1. Metodología

El presente estudio busca describir características y usos del activismo digital y su relación con el ca-

pitalismo de la vigilancia a fin de analizar su estado actual y evolución futura. A través de una metodología cualitativa, se propone elaborar un estado del arte para la búsqueda, selección y organización bibliográfica. De acuerdo con Sautu *et al.* (2005), el estado del arte «discute las líneas de investigación y las tradiciones teóricas vigentes en el momento de su elaboración, y las similitudes y divergencias entre ellos» (Sautu, *et al.*, 2005, p. 88). En cuanto a las decisiones y alcances, cabe señalar que el estudio se limitó a realizar una primera aproximación al tema a través de la identificación de publicaciones realizadas en revistas académicas, libros, capítulos de libros y ponencias. A pesar de la intención de abarcar otros medios de producción y comunicación de conocimientos, el vasto universo de producciones encontradas y la limitación temporal de la investigación llevaron a asumir esta restricción. El proceso de detección de artículos y ensayos se realizó mediante la revisión de bases de archivo disponibles en los sitios web de revistas científicas y repositorios como REDALYC, SCIELO, DIALNET, CONICET Digital, entre otros. Los criterios definidos para la selección incluyen: a) artículos publicados entre 2014 y 2021; b) que abordan el problema del «activismo digital»; c) que se ocupan de la discusión sobre el concepto «activismo digital» y sus derivados; d) que estudian el problema en un contexto empírico específico; e) que reflexionan el problema de los activismos digitales en relación a algoritmos, datificación de lo social y vigilancia; f) prioridad a bibliografía actualizada y con perspectiva de género. Para el análisis cualitativo de los artículos identificados se utilizó una técnica de fichaje basada en preguntas, a saber: ¿qué núcleos conceptuales prevalecen en la discusión sobre activismos digitales? ¿Cuáles son los principales consensos y disensos? ¿Cuáles son los supuestos subyacentes? ¿Qué dimensiones abordan? ¿Qué actores identifican y cuáles son los intereses que representan dichos actores? Posteriormente al proceso de fichaje, se elaboró una serie de etiquetas de análisis o códigos que sirvieron para identificar, asociar y agrupar distintos textos, así como para ordenar la estructura del presente artículo.

2. Capitalismo de la vigilancia como elemento clave de la nueva fase digital

La economía de plataformas ha empezado a ocupar un lugar cada vez más preponderante en la agenda pública a escala global. Se habla de ciudades inteligentes, negocios disruptivos y trabajadores flexibles; una economía digital que depende cada vez más de la tecnología de la información para sus modelos de negocios (Srnicek, 2018).

Es posible observar el incremento de disputas geopolíticas por el control de la tecnología 5G-6G, desarrollo de inteligencia artificial (IA) e Internet de las cosas (IoT), bio y nanotecnología, *big data*, impresión 3D, realidad virtual y aumentada, como objetivos que orientan la lucha intercapitalista actual.

Estos procesos se han visto acelerados en el marco de despliegue de la *cuarta revolución industrial* (Schwab, 2017) y la denominada *sociedad en red* (Castells, 2013). Otros estudios (Caciabue, 2019 y Giménez, 4 de mayo de 2020) profundizan el concepto de «red» señalando que el sistema capitalista global actual adquiere un *diseño en red* que dispone de una capacidad de centralizar un poder real a través de una «red global de control corporativo» y un control estricto sobre el conjunto del sistema económico, al tiempo que descentraliza la producción y terceriza el trabajo asalariado directo. Un estudio (Battiston, 2013 en Caciabue, 2019) analiza la estructuración económica y financiera del mundo a partir de una base de datos de treinta millones de empresas. Descubrió que las veintiocho corporaciones sistémicamente importantes trabajan con un activo consolidado promedio de 1,82 billones de dólares estadounidenses para bancos y 0,62 billones en el caso de las aseguradoras. A modo de comparación, el PBI de Brasil, sexta economía mundial, representa 1,7 billones de dólares. Esas veintiocho corporaciones constituirían un superpodero donde se concentrarían el poder, las riquezas y el control sobre el sistema económico mundial. Cada una de estas corporaciones contaría con hasta siete escalones de empresas multinacionales subsidiarias, multiconectadas.

La automatización y digitalización estarían abriendo paso a una *nueva fase digital* y la emergencia de una personificación social denominada *nueva aristocracia financiera tecnológica* (NAFT), que supone a los dueños de grandes empresas tecnológicas y fondos financieros como núcleo de poder que estaría buscando consolidar nuevas formas de gobernanza global (Giménez, 4 de mayo de 2020).

Según Srnicek (2018), la configuración del capitalismo de plataformas atravesó tres momentos: la respuesta a la recesión de los años setenta; el *boom* y posterior caída de las puntocom en los noventa; y la salida a la crisis del 2008. «Las plataformas se volvieron una manera eficiente de monopolizar, extraer, analizar y usar las cantidades cada vez mayores de datos que se estaban registrando» (Srnicek, 2018, p. 45).

Zuboff (2021) introduce al debate contemporáneo el concepto de «capitalismo de la vigilancia», nuevo orden económico que «reclama unilateralmente para sí la experiencia humana, entendiéndola

como una materia prima gratuita que puede traducir en datos de comportamiento» (Zuboff, 2021, p. 21) para mejorar productos o servicios.

En la economía digital hay una convergencia de vigilancia y actividad lucrativa. Los usuarios son rastreados mediante *cookies*. Asimismo, existe un crecimiento competitivo tendiente a la monopolización. A mayor cantidad de usuarios que interactúan en una plataforma, más valiosa se vuelve (Zuboff, 2015). Para tomar dimensión, Zuboff (2021) señala que en 2016 entre Facebook, Google y Alibaba acapararon la mitad de la publicidad digital mundial.

La pandemia por covid-19 incrementó estos procesos. Silvestris (2021) señala que el tráfico mundial de Internet aumentó casi un 40 % entre febrero y mediados de abril de 2020. De acuerdo con el último informe digital 2021 de We Are Social, 16,5 nuevos usuarios por segundo se unieron cada día durante los últimos doce meses (1,4 millones); mientras que el informe de abril de 2021 revela que más de seis de cada diez personas usan Internet (4.720 millones), lo que equivale a más del 60 % de la población mundial. Según el estudio, las plataformas propiedad de Facebook representan cuatro de las cinco más utilizadas a nivel mundial. Por último, Mena Roa (11 de agosto de 2021) comparte las estimaciones de AllAccess (<https://www.allaccess.com/merge/archive/32972/infographic-what-happens-in-an-internet-minute/>), que indican que en 2021 en tan solo un minuto se compartirán alrededor de 695.000 *stories* (<https://es.statista.com/grafico/23725/usuarios-activos-diarios-mundiales-de-instagram-stories-what-sapp-status-facebook-stories-y-snapchat/>) en Instagram, los usuarios de WhatsApp y Facebook Messenger enviarán 69 millones de mensajes y se subirán quinientas horas de contenido a YouTube. Estas cifras parecieran ser solo una pequeña muestra del ritmo frenético con el que actualmente se generan e intercambian datos en la red. Aun así, especialistas indican que la actividad en Internet seguirá incrementándose gracias a la adopción (<https://es.statista.com/grafico/16309/numero-de-suscripciones-moviles-a-redes-5g/>) cada vez más generalizada de 5G-6G y al aumento del número de personas conectadas en los próximos años.¹

¹A pesar del crecimiento del acceso mundial, en 2021 *la brecha digital* sigue siendo abrumadora. Según Digital Global Overview Report, en promedio el 60 % de la población mundial accede a Internet. Mientras el norte de Europa tiene un 96 % y América del Norte un 90 % de acceso a la red, África Oriental recién estaría contando con un 24 %. Sudamérica dispone de un 72 % (Mena Roa, 19 de febrero de 2021).

3. Activismos digitales: la acción colectiva digital como objeto de estudio

Internet es un territorio en disputa; una «red de redes» que logró configurarse en medio de comunicación, interacción y organización social (Castells, 2003).

[...] Más que una tecnología neutra, Internet adquiere su forma como resultado de los conflictos políticos, sociales y económicos que se dan en el mundo físico y material, que actualmente no pueden comprenderse sin el mundo digital: los procesos que ocurren a uno y otro lado están mutuamente imbricados. (Goldstein, 2004, en Lechón Gómez y Mena Ferrera, 2019, p. 118).

En las sociedades de la información y el conocimiento, la acción colectiva suele tener como epicentro a las TIC (Castells, 2009). A propósito, antes de avanzar, conviene precisar una distinción entre conceptos vinculados al ámbito de las tecnologías. De acuerdo con Zukerfeld (2015), en el campo académico es usual encontrar que todas las tecnologías son tratadas del mismo modo. Sin embargo, el concepto «tecnología» refiere a «conocimientos que se concretizan en la forma que asume un bien determinado con un propósito instrumental (y que, funcionan como medios para producir otros bienes y servicios)» (Zukerfeld, 2015, p. 5). Según el autor, las tecnologías de la información (TI) incluyen *máquinas analógicas* (teléfono o videocaseteras) y *digitales* (computadoras y teléfonos móviles, etcétera). De este modo, los conceptos de *tecnologías de la información* (TI), o *tecnologías de la información y las comunicaciones* (TIC), exceden largamente a las *tecnologías digitales*. Sin embargo, las *tecnologías digitales* cuentan con la capacidad de integrar en los mismos artefactos todas las funciones de las TI, como almacenar, procesar, transmitir o convertir información, y han evolucionado durante más de cuarenta años a un ritmo que no registra antecedentes en la historia humana. En este estudio se apela a respetar dicha distinción para evitar posibles confusiones.

Ortiz (2016) clasifica diversos autores que han introducido términos generales que aluden al campo del activismo político en Internet, entre ellos «activismo en Internet» (Kahn y Kellner, 2004; Earl y Kimport, 2011, 2014; Earl, Hunt y Garrett, 2014), «activismo online» (Vegh, 2003; Juris 2008; Xu, 2016), «ciberactivismo» (Morris y Langman, 2002; McCaughey y Ayers, 2003; López y Roig, 2006; Tascón y Quintana, 2012; Fernández Prados, 2012; Sampedro, 2014; Carty, 2015), «activismo digital» (Robles, 2008; Gerbaudo y Treré, 2015; Chadwick, 2016), «tecnactivismo» (López, 2006; Callén, 2011) o «tecnopolítica» (Toret, 2013). También señala categorías asociadas

a conflictos militares, como los estudios de Arquilla y Ronfeldt, que comienzan a investigar tipologías emergentes e incorporan al debate los términos «ciber guerras» y «guerras en red». Según la autora, en 1992 trabajan el fenómeno de la *cyberwar* y en 1993 acuñan el concepto de *netwar*, término amplio que abarca desde las formas más radicales de conflicto, como ciberataques, hasta las más pacíficas, como los comités en defensa de los derechos humanos que se forman en Internet.

Para Caciabue, Giménez y Vargas (2018) la *guerra de redes* se basa en la estructuración de unidades de combate, diseminadas y autónomas, que se dedican al ataque hacia un objetivo común desde múltiples direcciones y dimensiones con el objetivo de destrozarse la voluntad de lucha y romper la unidad y la cohesión del enemigo. La estrategia militar definida como *soft-power* consiste en la estrategia central de la guerra de redes, mientras que, si incorpora el uso de instrumentos militares o de seguridad (*hard-power*), se convierte en guerra de enjambre (*swarming*).

Más allá de la clasificación propuesta por Ortiz (2016), en la literatura es posible identificar estudios que abordan el activismo digital como actividad propia de movimientos sociales que usan lo digital (Barranquero, 2014; Castells, 2015; Ortiz, 2016; Lechón Gómez y Mena Ferrera, 2019; Acosta, 2018, 2020). Un segundo grupo de estudios que ponen el acento en la acción colectiva en línea (Garrido, 2012; Silva Reis y Natansohn, 2019; Flores Márquez, 2019; Avalos González, 2019). Y finalmente, un tercer y último grupo de estudios que señalan la participación en línea como acción individual (Couldry, 2012) o *slacktivism* (Morozov, 2009; Córdoba Hernández, 2017; García-Estévez, 2018).

Como parte de los estudios que hacen referencia a movimientos sociales que desarrollan acciones dentro o fuera del ciberespacio, Ortiz (2016, p. 177) propone la categoría de «cibermovimiento social», entendida como

[...] actor colectivo, estructurado en forma de red distribuida, que, intencionalmente y con cierta continuidad, utiliza las oportunidades comunicativas de la era de Internet y de la *web social* para conseguir afectar al cambio social, a través del impulso de sus acciones colectivas, que pueden desarrollarse dentro y/o fuera del ciberespacio, con el objetivo de sensibilizar a la opinión pública sobre un conflicto social y unos objetivos públicos que se reivindican desde una identidad colectiva establecida.

A pesar de las diferencias, los movimientos sociales que usan lo digital repiten una estructura o modelo que se caracteriza por cinco rasgos centrales: 1) se inician en Internet y se difunden por redes

móviles; 2) se convierten en movimientos visibles para la sociedad a través del espacio urbano; 3) surgen al margen de los canales tradicionales de los partidos políticos y sindicatos, y desafían la autoridad estatal; 4) su masa crítica incide en las instituciones de representación y obtienen ciertas victorias reivindicativas; 5) son movimientos en red, sin centro formalizado, basados en redes multimodales múltiples y cambiantes (Barranquero, 2014; Castells, 2015).

Por su parte, Lechón Gómez y Mena Ferrera (2019) recuperan las definiciones de *hacktivismo* desde Burgos Pino (2014), «el hacktivismo como una forma emergente de acción social que pretende cuestionar y transformar el orden social existente a través del activismo tecnológico. Dicho activismo se sustenta en los principios de la socialización del conocimiento, la cooperación tecnológica y la autogestión comunicacional», y Aceros Gualdrón (2006), para quien «el hacktivismo es una forma de ecología política y un nuevo movimiento social» (Lechón Gómez y Mena Ferrera, 2019, p. 122).

En cuanto al segundo grupo de estudios, Garrido (2012) estudia la participación política juvenil bajo la categoría de «cibermilitancia». Más recientemente, Silva Reis y Natansohn (2019) utilizan el término «ciberactivismo» para referirse a toda y cualquier forma de uso de las TIC por parte de grupos civiles para fines de acción colectiva. Para Flores Márquez (2019) la llegada de los activistas a Internet es una conquista en tanto que ha posibilitado el acceso de actores no institucionales a la expresión pública. A diferencia de algunos planteamientos teóricos, como el de Couldry (2012), que plantean la emergencia de un nuevo actor político individual en línea, la autora propone el activismo como *un actor político colectivo*.

Estos actores políticos no tienen reservas de autoridad política en el sentido tradicional, de adscripción a partidos políticos y otras figuras de la política formal, pero sí en el sentido activista de convertirse en copartícipes con la capacidad de intervenir sobre los asuntos públicos, de desafiar las lógicas de la democracia centrada en la representación para ejercer una ciudadanía participativa orientada hacia el cambio social. (Flores Márquez, 2019, p. 250).

Avalos González (2019, p. 8) entiende el activismo político juvenil contemporáneo como

[...] la participación de los actores sociales jóvenes en la organización, desarrollo y difusión de acciones colectivas, a partir de un conjunto de posicionamientos sociopolíticos respecto a una causa o frente a un conflicto social y mediante el uso estratégico de tecnologías comunicativas para convocar a otros actores sociales y disputar hegemonía.

Finalmente, el tercer grupo aborda la participación en línea desde voluntades individuales (Couldry, 2012) y lo que algunos críticos han denominado peyorativamente *slacktivismo* (Morozov, 2009), *clicktivismo*, «activismo de *hashtag*» o «activismo de sillón» (García-Estévez, 2018) para referirse al empoderamiento ciudadano en el contexto tecnológico-digital.

El término *slacktivismo* surge de la combinación de *activism* («activismo») y *slacker* («holgazán, vago, ocioso, flojo») y sirve para describir actividades políticas que no tienen impacto en la vida real, pero sirven para aumentar la sensación de bienestar de los ciudadanos que las realizan (Christensen, 2011, Glenn, 2015, y Morozov, 2009, en Córdoba Hernández, 2017). A pesar de no buscar el compromiso político convencional, su eficacia radica en ser motor de opinión y visibilidad con el que se genera sensibilidad y solidaridad transnacional, ampliando el alcance. De ahí su importancia como recurso de movilización (Córdoba Hernández, 2017).

En síntesis, dos condiciones fundamentales del activismo digital remiten al *aspecto relacional*, de participación en un contexto social concreto, y lo *tecnológico-digital* como potenciador de procesos organizativos y estrategias activistas de interlocución, interpelación y disputa de códigos y valores.

3.1. Una breve aproximación al desarrollo histórico del activismo digital

Fuentes (2020) concibe el activismo digital como un modo de acción contrahegemónica. En su obra sistematiza experiencias de activismo digital en México, Argentina y Chile desarrolladas en las décadas de 1990, 2000 y 2010 hasta la actualidad.

Según este estudio, los métodos de lucha históricos del activismo digital van desde las sentadas virtuales o el método de «conceptualismo html» hasta experiencias de narrativa digital y distribución del registro de acontecimientos sociales por correo electrónico; listas de discusión por *e-mail*, foros y *newsletters*; páginas web; *blogs*; o *performances* en espacios públicos que han posibilitado la articulación de activistas del mundo entero.

«En 1991, se escucha hablar por primera vez de la palabra “ciberfeminismo”, acuñado por el grupo australiano VNS (VeNuS) Matrix. El ciberfeminismo era un conjunto de acciones político-estéticas coordinadas por “ciberputas y anarcociber-terroristas” para hackear “el sistema operacional del Big Daddy”» (Evans, 2014, en Silva Reis y Natansohn, 2019, p. 392).

En esa década aparecen también los primeros colectivos hackfeministas, tales como SubRosa, uno de los principales grupos fundadores del hacktivismo que contribuyó a dar visibilidad internacional al

levantamiento zapatista de 1994 y es considerado «el primer gran episodio de ciberactivismo del que se tiene noticia» (Ford, Gil, 2004, en Silva Reis y Nantsohn, 2019, p. 392). Otros grupos involucrados en este levantamiento popular fueron el colectivo estadounidense Electronic Disturbance Theater (EDT) o Teatro de Disturbio Electrónico y Anonymous Digital Coalition (ADC), activistas italianos que organizaron las primeras sentadas virtuales en apoyo al levantamiento zapatista contra el NAFTA, Tratado de Libre Comercio en América del Norte entre México, Estados Unidos y Canadá, implementando técnicas de hackeo como «ataque distribuido de denegación de servicio» (DDoS, según las siglas en inglés) o saturación de servidores con excesivas solicitudes de datos.

Para realizar las sentadas virtuales se convocaba a miles de personas de cualquier parte del mundo cierto día a cierta hora y se identificaban símbolos del neoliberalismo (bancos, grupos financieros) con la tarea de «plantarse» en estas instituciones. Las acciones encomendadas consistían en ingresar en sus buscadores las direcciones web de la lista y pulsar manualmente los botones «retorno» o «enter» reiteradas veces. Las sentadas virtuales requerían de muchas personas para intensificar sus efectos. Según Fuentes (2020), más que la «eficiencia tecnológica» de los colectivos hackers, el EDT buscaba la «eficacia simbólica» propia de la *performance* cultural; más que realizar una hábil y desafiante infiltración, la acción apuntaba a mostrar un frente unificado o enjambre.

Ya con el desarrollo y uso extensivo de redes sociales, empiezan a aparecer *flash mob* callejeros, como «Triller por la educación» y «1800 horas por la educación», desarrollados por estudiantes chilenos (2011); *performances* feministas argentinas, como «Operación Araña» (2018); o los recientes activismos con uso de *hashtags*, como las campañas de Ni Una Menos y las de la Campaña Nacional por el Derecho al Aborto Legal, Seguro y Gratuito en el contexto local; las promovidas a nivel internacional por Black Lives Matter, tras los levantamientos desatados por el asesinato de George Floyd por parte de la policía norteamericana (2020) o las desarrolladas en el marco de las protestas de Chile (2019) y Colombia (2021).

Según las especialistas, las redes sociales funcionan como catalizador de la movilización social. La ubicuidad y cultura de la comunicación móvil hacen que las personas estén «siempre conectadas», compartiendo «noticias de último momento». El contenido generado por usuarios en redes sociales no es periférico al evento callejero como algo que fue; las réplicas en redes sociales avivan una *performance* y la transforman en una *constelación de «performance» asincrónica*, conducidas por la «novedad» y la relevancia del contenido como versiones de lo en vivo en red (Fuentes, 2020).

Según las especialistas, las redes sociales funcionan como catalizador de la movilización social

Lo «en vivo» ya no puede ser definido exclusivamente por la copresencia de actores y espectadores. Un ejemplo oportuno pueden ser las transmisiones en vivo realizadas por las cuentas de Instagram de los colectivos @primeralineacol (336.000 seguidores), @escudos_azulesoficial (135.000 seguidores) y el @laoreja (471.000 seguidores) durante los meses más agudos de las protestas en el marco del Paro Nacional de Colombia, prácticamente todos los días que se desarrollaron represiones por parte del Escuadrón Móvil Antidisturbios (Esmad) bajo las órdenes del Gobierno de Iván Duque Márquez en los barrios populares de las principales ciudades del país, con miles de personas conectadas que eran testigos y replicadores activos de los acontecimientos. Un caso alusivo fue el vivo de Instagram de René Pérez, conocido como Residente-Calle 13, quien fue testigo de la detención de más de doce manifestantes. Según *La Nación* (2021), el usuario en Instagram @JahFrann (400.719 seguidores) transmitió lo que estaba pasando en el sector llamado La Luna (Cali) y varios influyentes se unieron a su transmisión, entre ellos el cantante @residente (6.381.448 seguidores): «Ahora ustedes, con estas transmisiones, son los medios noticiosos, es la manera más real y honesta para que las demás personas alrededor del mundo sepan lo que está pasando», dijo Residente mientras miraba las imágenes.

4. Características, métodos y acciones del activismo digital

Es emblemático el caso de movimientos feministas y ambientalistas que vienen ocupando espacios digitales para discutir, reflexionar y reivindicar nuevas inflexiones para el tratamiento de problemáticas sociales.

El movimiento feminista está siendo el único que tiene la capacidad de manifestarse a nivel mundial, coincidiendo en las consignas y universalizando la lucha. A su vez, podemos destacar como las luchas que surgen en nuestros territorios locales luego adquieren impacto global ya que utilizamos las redes sociales como medios para encontrarnos, generar organización y construir poder. (Leyes y Riera, 2020, p. 257).

Es posible localizar el 2015 como año bisagra. Se registró capacidad de movilización alcanzada por las mujeres en red, cuando diversas iniciativas de movilización y solidaridad surgieron o se consolidaron (Silva Reis y Natansohn, 2019). Algunos ejemplos de Argentina y Latinoamérica que se pueden citar han sido la marcha de Ni Una Menos (2015), el primer paro a Mauricio Macri (2016), las campañas #MiraComoNosPonemos y #YoTeCreo-Hermana (2017), que han dado a luz una etapa de denuncias y escraches públicos por situaciones de violencia de género; el Primer Paro Internacional de Mujeres (2017); las *performances* «Operación Araña» (2018) o «El violador eres tú» (2019), ya citadas, entre otras.

Los datos de acceso a la red (We Are Social, 2021; Mena Roa, 19 de febrero de 2021) dan cuenta del nivel de conexión actual. El estilo de vida «siempre conectado» habilita el «estar presente» que significa «tanto compartir el aquí y ahora de un evento como recrear su reiteración *online* mediante reportes instantáneos, transmisión en vivo y documentación digital» (Fuentes, 2020, p. 156).

Para Flores Márquez (2019) existen dos condiciones fundamentales para una persona activista. La primera es que ejerce una ciudadanía participativa en torno a asuntos públicos; la segunda, que se trata de usuarios de Internet, es decir, sujetos con acceso a tecnologías digitales que hacen uso y apropiación de las mismas. Sin embargo, aclara que dicha participación política en Internet no siempre inicia de cero; por lo general, es motivada por una cultura política previa.

Con el devenir del desarrollo tecnológico, los activismos se han ido desarrollando a la par, generando procesos de participación cada vez más sofisticados. A continuación, se propone una clasificación de estudios bajo dos criterios a considerar. El primero respecto a las *características* de los activismos digitales. El segundo abarca *usos de las tecnologías digitales* por parte de estos colectivos.

4.1. Características

4.1.1. Lógica de expresión centrada en emociones

Las emociones juegan un papel importante en la expresión pública. Partiendo de los postulados de Ranciere (2009), Flores Márquez (2019) sostiene que la visualidad es un elemento central en la comunicación de los activistas en Internet; en ella se conectan la dimensión *emocional* y *racional*.

Por un lado, el uso de recursos visuales permite a los activistas ofrecer evidencias de las problemáticas del mundo contemporáneo que critican. Las fotografías o videos permiten a los activistas dar cuenta de sus acciones y, con ello, presentar una identidad en el espacio digital. Por otro lado,

la incorporación de datos de investigaciones a la expresión contribuye a generar credibilidad.

«Estas intervenciones apelan a alterar la mirada sobre un asunto concreto, mediante la creación de microsituaciones» (Ranciere, 2005, en Flores Márquez, 2019, p. 188). Una estética de este tipo tiende a anticipar futuros posibles y propuestas profundamente disidentes para interpretar el mundo.

Las fotografías o videos permiten a los activistas dar cuenta de sus acciones y, con ello, presentar una identidad en el espacio digital

4.1.2. La actividad de *influencers*

Sádaba y Barranquero (2019) destacan la acción de líderes, portavoces o figuras relevantes (*influencers*) que aprovechan los *social media* para difundir sus relatos.

Entre los líderes de opinión, las figuras *influencers* despliegan su acción en medios digitales. Se trata de celebridades con miles o millones de seguidores en las redes sociales, capaces de viralizar contenidos, es decir, de multiplicar la difusión y la propagación de videos, imágenes, etcétera.

Pérez y Campillo (2016) afirman que la actividad *influencer* se basa en la capacidad que tiene una persona de influir en un determinado colectivo para modificar sus opiniones; esta audiencia sigue sus pasos de manera incondicional y admiran y comparten su estilo de vida.

Según las autoras, condiciona las actitudes sociales hacia la aceptación o el compromiso con ciertas posiciones y valores, por lo que los denominados hoy «líderes blandos» (Sánchez, 2012, en Sádaba y Barranquero, 2019) irradian su acción sobre círculos de amistades y contactos que reinterpretan los mensajes recibidos; generan respuestas como comentarios, *likes* o *shares*; y acaban constituyendo grupalidades compartidas (Rybas y Gajjala, 2007, en Sádaba y Barranquero, 2019).

4.1.3. Activismo de *hashtags*

«Los *hashtags* convocan de manera simbólica y material» (Fuentes, 2020, p. 228). Las redes sociales operan como soporte de *performances*, facilitando un trabajo descentralizado y distribuido a través del cual se generan respuestas a casos específicos.

Las operaciones descentralizadas permiten replicar acciones de los colectivos organizados, por

ejemplo el caso #NiUnaMenos (Laudano, 2019) y las diferentes ramas desplegadas distribuidas en cada territorio, ajustan una campaña y sus acciones concretas a los contextos locales y/o viceversa, los territorios pueden socializar campañas de denuncia o protesta de su localidad potenciales de réplica en escalas nacionales o regionales, como, por ejemplo, los casos de femicidios o desapariciones forzadas como #JusticiaPorUrsula, que denuncia el feminicidio de Úrsula Bahillo; #DondeEstaTehuel, que reclama la aparición del joven trans Tehuel de la Torre; o #MeCuidanLasPibas (Alcaráz, 2021; Orozco Agudelo, 2021).

A nivel internacional existen otros casos, como #MeToo, uno de los *hashtags* de mayor éxito en el ámbito de los derechos de las mujeres; o el caso #NiUnaMenos, #NoeOneWoman o #NonUnaDiMeno.

Los activismos digitales entrelazan consonancias culturales e historias, cruzan luchas en diferentes tiempos y espacios. Es el caso de los *hashtags* #VivasNosQueremos, que podría ser entendido como una reactualización de #VivosLosQueremos (Fuentes, 2020), iniciado en México y utilizado como declaración de protesta frente a la desaparición de los cuarenta y tres estudiantes de Ayotzinapa en septiembre de 2014. «Un *hashtag* no es propio ni apropiable, es una etiqueta, un lugar de arribo y de partida para una conversación, para una relación. Al estar conectados pueden cooperar sin la co-presencia, lo que les otorga una maleabilidad inesperada para la acción» (Rovira, 2016, p. 139).

En definitiva, los *hashtags* estarían funcionando hoy como *agitadores en red*, *organizadores tácticos*, *engranajes* de persistencias activistas que buscan ser virales en la era de la conectividad digital y *aglutinadores* de la historia de luchas de género, raza, etnia en el marco de la lucha de clases, conectando protestas *on line* y *off line*.

4.1.4. Acerca de lo organizacional y la visibilidad de la red

«La multitud conectada conforma un “sistema red” con las características de las redes libres de escala» (Barandiaran y Aguilera, 2015, p. 175, en Rovira, 2016, p. 148). Según los autores, la *robustez* o capacidad de mantener sus funciones esenciales a pesar de perturbaciones, la *flexibilidad* o cambio y adecuación a condiciones variables, la *adaptabilidad* o capacidad de ajustar su estructura y comportamiento son características que permiten que la red crezca exponencialmente de forma autoorganizada, sin implosionar y sin comando central. Ahora bien, unos pocos nodos pueden llegar a tener muchísimas conexiones, los llamados *hubs*, mientras que la mayoría tienen solo unas pocas. Los núcleos *hubs* o *líderes* pueden ser dinámicos. La posición dominan-

te de un nodo depende de su actividad, permanentemente monitoreada por el resto de nodos.

Nunes (2014), en Rovira (2016), señala que los nodos que parecen muy poco conectados a veces pueden convertirse en *hubs* en momentos de actividad extraordinaria de la red. En esos casos, un nodo o *cluster* ocupa temporalmente una «función de vanguardia» en relación con el sistema-red durante un tiempo y espacio determinados. El «liderazgo distribuido» debe ser entendido como esa combinación de las propiedades topológicas de la red, donde los *hubs* pueden crecer o decrecer, aparecer o liderar sin ser necesariamente una autoridad en el proceso.

Asimismo, siguiendo estos planteamientos, la forma habitual de conexión de los activismos digitales en la sociedad en red ha sido la estructura jerárquica o la red en estrella, la mayoría de las veces marcada por la unidireccionalidad, donde cada elemento de la red tiene un peso específico de autoridad y relevancia que no suele modificarse. Las formas organizativas más horizontales, como las asambleas o las organizaciones territoriales, suelen formar un entramado o cuadrícula que funciona bien cuando el número es pequeño, pero deja de ser operativo cuando crece. Solo la comunicación digital posibilita que las redes distribuidas libres adquieran la potencia para tener impacto significativo (Rovira, 2016).

Por otro lado, «en la comunicación en Internet, las interacciones dejan rastros y pueden ser visualizadas» (Flores Márquez, 2019, p. 227). Los estudios de conversaciones en entornos digitales (Vargas, Hernández, Macías, 2019; Calvo y Aruguete, 2020; Pedraza, Hernández y Sainz, 2020) que emplean *grafos* son ejemplos reveladores.

En tanto que *materialidad tecnológica*, la red es soporte de las interacciones entre sujetos. En tanto que *producción de sentido*, la red involucra múltiples fuentes, productores, espacios y usuarios; se trata de una lógica reticular de producción de sentido. Así, un nodo puede ser entendido como parte de una red mucho más amplia de producción de sentido.

Según Flores Márquez (2019), la red cuenta con tres niveles de alcance:

- a) al interior del grupo activista;
- b) entre los grupos activistas y las organizaciones del territorio local;
- c) relación con grupos activistas afines alrededor del mundo.

4.1.5. Relación entre múltiples capas de construcción de sentido

Los estudios indagados muestran una apropiación creativa del espacio público por parte de los activismos digitales en sus búsquedas por hacer visibles sus causas.

Flores Márquez (2019) sostiene que la visibilidad tiene diferentes niveles o capas de alcance en diversos espacios comunicativos: la *red*, la *calle* y los *medios masivos de comunicación*.

Respecto al alcance de las *actividades de calle*, son visibles de un modo limitado con trascendencia local. Los *medios locales*, en cambio, tienen un alcance algo más extendido; sin embargo, por lo general las voces replicadas son las de actores institucionales tradicionales. Finalmente, *la red* y su extensión mediante interacciones facilita la extensión a otros segmentos de lo social.

Uno de los condicionantes actuales de la red consistiría en la fragmentación de los espacios que conduce a una visibilidad relativa, es decir, a comunicar en nichos segmentados, dado que los seguidores son sujetos que comparten preocupaciones por causas específicas. Sin embargo, Flores Márquez (2019) afirma que, por muy relativa que sea su visibilidad, la expresión pública en Internet es un elemento clave que permite avanzar hacia el reconocimiento de diferentes visiones de mundo, varias de ellas en franca oposición al orden social. Parafraseando a la autora, la expresión pública de los activismos es disidente, evidencia una disputa por la construcción de sentido del mundo y también muestra la fragmentación del espacio público.

Mientras los medios tradicionales suelen ser monomediales, en Internet se produce la convergencia digital, que integra en su seno diferentes lenguajes: escrito, visual, auditivo, además de activar el hipertexto y facilitar la interactividad (Rovira, 2016). Giménez (4 de mayo 2020) plantea que actualmente atravesamos una *sobreproducción de la mercancía información* que estaría generando una crisis en actores estratégicos como los medios masivos de comunicación, poniendo en tensión su hegemonía y alterando, por ende, la forma de ver el mundo de las clases subalternas.

Es posible apreciar que las estrategias y tácticas desarrolladas por los activismos en los entornos de la calle y de la red tienen por objeto obtener visibilidad y posiciones favorables para materializar la disputa de sentido en torno a determinados conflictos sociales.

Así configuran contenidos comunicativos que abrirían la narrativa al contacto entre personas, grupos y redes para incidir en la construcción de un gran debate sobre el conflicto, oponiendo narrativas contrahegemónicas al poder mediático y su discurso dominante, dinámica en la que participarían distintas comunidades posibles de convertirse en *comunidades en acción*, es decir, comunidades de apoyo colaborativo *llamadas y dispuestas a la acción*.

Con las conexiones inalámbricas todo puede ser simultáneamente experimentado y transmitido. La calle es tomada por los cuerpos en relación sinér-

gica con sus extensiones tecnológicas. Según Rovira (2016), el *streamer* se vuelve figura principal de un panóptico invertido: el que da a ver lo que está pasando desde su ojo situado, desde su cuerpo implicado, es también el que vigila al poder mediante su exposición viva en la calle, enarbolando su teléfono móvil. De esta manera, el vigilado inicia su *oportunidad de microcontrol*.

4.2. Usos de las tecnologías digitales

4.2.1. Dispositivos para la acción

Una de las características centrales de los activismos digitales remite al uso estratégico de las herramientas digitales para la organización, la comunicación y la acción (Toret, 2015; Gutiérrez Rubí, 2014, 2018). Aparecen ideas en torno a los dispositivos tecnológicos y las habilidades que deben ser adquiridas con la experiencia.

Siguiendo a Avalos González (2019), la diversidad de usos alude, por un lado, a las prácticas de activismo que implican el manejo de cámaras, computadoras, teléfonos móviles y redes sociodigitales para la convocatoria, organización y difusión de las acciones colectivas, y por otro, el sentido estratégico de las prácticas en el transcurso y desarrollo de las protestas, ocupaciones y acciones directas que confiere un uso diferenciado de las tecnologías digitales y plataformas para el registro y circulación de los acontecimientos en tiempo real para articular los hechos y vivencias a otras experiencias en distintas ciudades y para sumar significaciones a las movilizaciones y resistencias en sentido más general.

Bajo este marco, la concepción de lo tecnológico excede el aspecto meramente técnico, es decir, va más allá de la idea de artefacto, pasando a asumir un significado de *dispositivos para la acción* que se encuentran entrelazados con procesos de subjetividad diferenciados según las condiciones contextuales de los activistas, incluidas sus propias trayectorias dentro del espacio social como actores políticos.

4.2.2. Contenidos en red

Flores Márquez (2019) sostiene que la lógica de producción de contenidos de los activistas en Internet es *amateur*; se centra en la figura de voluntarios y se vuelve un proceso de experimentación y aprendizaje constante.

Algunas características de la producción de contenido activista son: a) administración de espacios digitales en línea organizada por turnos y cobertura de eventos presenciales (en la medida que la comunicación no es desarrollada por profesionales, los grupos se ven sujetos a buscar entre sus integrantes ciertos responsables que necesariamente tengan incorporada la identidad del colectivo o

el «nosotros»); b) interacción permanente con su audiencia; c) los grupos activistas aprenden unos de otros; d) lógica de «ensayo y error»; e) comparten contenido producido por otras fuentes; etcétera.

Según la autora, la colaboración entre grupos activistas no solo permite la reutilización y apropiación de materiales y recursos, sino también el reconocimiento de otros actores con los que se comparte una preocupación, se debate y se construye una idea de cómo debería ser el mundo. Este elemento implica una conexión entre lo local y lo global, es decir, hay preocupaciones e intereses que se comparten globalmente, pero el trabajo en torno a ellos opera localmente, en la búsqueda de transformaciones mediante la experiencia (Pleyers, 2010, en Flores Márquez, 2019).

Las *performances* son disruptivas. Irrumpen en la cotidianidad para exponer la perspectiva sobre una determinada situación

El poder de enunciación que es ejercido por medio de un lenguaje propio, que encuentra en la generación de contenidos audiovisuales, tiene una potencia importante (Rovira, 2016). Las tecnologías digitales no pueden ser analizadas como objetos/instrumentos, sino como parte de procesos, como *hipermediaciones*, «procesos de intercambio, producción y consumo simbólico que se desarrollan en un entorno caracterizado por una gran cantidad de sujetos, medios y lenguajes interconectados tecnológicamente de manera reticular entre sí» (Scolari, 2008, p. 113).

La relación entre producción política y tecnologías digitales no solo posibilita dinámicas de organización, sino también la generación de contenido, donde se destaca el lenguaje audiovisual, que lo sitúa en un escenario de disputas de códigos, valores y relatos sobre hechos sociales. La performatividad política que se despliega a través de los alfabetismos digitales, desde la transmisión de un video en tiempo real hasta un meme, un *hashtag* o una asamblea por *streaming*, adquiere su capacidad de interpelación por los elementos que recupera de las visualidades que atraviesan la producción política y la posibilidad de construir imágenes que les permiten ir deconstruyendo lo social (Avalos González, 2019).

4.2.3. *Performances* y art-ivismo

Gutiérrez Rubí (2021) señala que Internet, las tecnologías digitales y las redes sociales actúan de altavoz y argamasa social. Según el autor, el arte les da alma, sentido y contexto, mientras que el activismo lo convierte en energía política.

Fuentes (2020) denomina *performance* o «acto en vivo» a los acontecimientos artísticos, culturales o políticos que obran como «formaciones de desobediencia colectiva» (p. 38). Según la autora, la categoría *performance* sirve para ver el comportamiento social como una suerte de teatro de la vida en el que los actores sociales interactúan con una audiencia explícita o implícita problematizando o subvirtiendo construcciones sociales (familia, identidad de género, mandatos sociales, etcétera). El término *performance*, entendido como «arte en acción», proviene del latín, *agere* o acción, que significa «poner algo en movimiento» (Fuentes, 2020, p. 41).

Generalmente, las *performances* cuentan con una serie de momentos: a) *momento de inicio*, convocatoria a través de redes sociales y primeras acciones de coordinación y organización empleando tutoriales para compartir coreografías, maquillaje, consignas, etcétera; b) *momento de la acción en sí misma*; c) *momento de cierre* a través del reencuentro con la red y reflexiones de la experiencia: ¿qué ocurrió en la escena?, ¿cuántas personas participaron?, ¿cómo llegaron?, ¿qué se informó sobre la *performance*?, ¿cuál fue su impacto?

Las *performances* son disruptivas. Irrumpen en la cotidianidad para exponer la perspectiva sobre una determinada situación. Como práctica artística, tienen un carácter efímero; no pueden ser capturadas a través de fotos o videos, que son registros de la misma pero no la *performance* en sí misma. Sin embargo, Weltverde y Gerlitz en Fuentes (2020) destacan la relevancia e inmediatez de los posteos.

[...] Expanden el impulso de la *performance* contemporánea hacia la participación del público generando un diálogo transversal entre los espectadores reales y potenciales, es decir, la diseminación en redes sociales es un aspecto central que vincula los acontecimientos en vivo con espectadores que no necesariamente se encuentran de manera presencial en la escena. (Fuentes, 2020, p. 45).

«El violador eres tú» (2019), iniciada en Chile por el colectivo feminista Las Tesis, logró ser replicada en múltiples países y resignificada por múltiples colectivos (Peker, 2019; Alcaraz, 2021).

En síntesis, la *performance* conecta espacios situados en la calle y en las redes, y configura simultáneamente acciones a través de varios medios. Son formas de lucha centrales de los activismos digitales actuales. Sin embargo, no son nuevas. Podrían

ser entendidas más bien como *bisagra* entre prácticas históricas del activismo digital, como las sentadas virtuales, y las recientes *performances* en red.

4.2.4. Importancia de la seguridad

Finalmente, Peirano (2015) desarrolla recomendaciones que todo activista debe tomar en materia de seguridad para la lucha social *en y desde* Internet. No es objeto de este estudio hacer una descripción minuciosa, dado que la seguridad en la red se trata de un campo de estudio extenso. A modo de ejemplo, algunas de las recomendaciones que, entre otras, menciona la especialista son: a) evitar conectarse a redes públicas o abiertas; b) usar protección asegurándose de que el antivirus esté actualizado; c) si se está conectado a una red pública, evitar enviar información sensible; d) encriptar mensajes; e) emplear Tor².

Asimismo, remarca la importancia de emplear red privada virtual (VPN), «red de ordenadores que se crea por encima de la que ya existe» (Peirano, 2015, p. 56). «La VPN funciona como una red local, pero ofrece protección internacional, multiplataforma, anónima, segura y cifrada. Y también funciona como una *darknet*: lo que pasa dentro se queda dentro. O mejor dicho, si el servicio es legítimo, lo que pasa dentro no ha pasado jamás» (p. 57).

5. Activismos en el capitalismo de la vigilancia

«Social platforms allow activists to document (almost in real time) unfolding protest events, and massively share their emotions regarding these events» (Papacharissi y De Fatima Oliveira, 2012, en Poell y Van Dijck, 2015, p. 529). Como se aprecia en apartados previos, estos tipos de comunicación de la protesta pueden interpretarse como una forma de empoderamiento. Sin embargo, al mismo tiempo, encuentran determinaciones importantes a la hora de mantener y extender su alcance.

A modo de mención, en la literatura se registran por lo menos tres desafíos al respecto: 1) vigilancia de la masa por parte de agencias gubernamentales o «Estado policíaco global»; 2) modelos comerciales de corporaciones que impulsan la segmentación y perfiles de usuarios; y 3) dependencia infraestructural.

² «Tor es un proyecto militar desarrollado en el Laboratorio de Investigación Naval de Estados Unidos por un encargo del DARPA. Aunque sigue recibiendo becas del Gobierno y del ejército norteamericano, sus responsables lo desvincularon de las fuerzas armadas en 2005 gracias al apoyo de la Electronic Frontier Foundation. Hoy el proyecto se llama The Tor Project y es el *software* que usan Snowden, Julian Assange y todos los activistas de perfil superior para sus comunicaciones» (Peirano, 2015, p. 66).

La pandemia vino a acelerar la innovación, apresurando cambios tecnológicos ya en marcha, y a acentuar uno de los mayores desafíos sociales e individuales planteados por la tecnología: la privacidad

Schwab y Malleret (2020) aseguran que la transformación digital encontró su catalizador. La pandemia vino a acelerar la innovación, apresurando cambios tecnológicos ya en marcha, y a acentuar uno de los mayores desafíos sociales e individuales planteados por la tecnología: la privacidad. Afirman que, para combatir el covid-19, se han puesto en movimiento un arsenal de mecanismos de rastreo de contactos con el potencial de convertirse en una *vigilancia de la masa*. En el mismo sentido, Robinson (2017) señalaba ya la conformación de un «Estado policíaco global», mientras que Giménez (25 de junio de 2020) coincide en que cada vez son más los mecanismos de disciplinamiento e hipervigilancia a través de la manipulación y procesamiento de grandes flujos de información que circulan en la red de «humanos y cosas interconectados».

Según los autores, a medida que se acrecienta la pobreza a nivel mundial y las políticas neoliberales operan en el campo de la política, aparecen jóvenes que avivan los modos de participación y la necesidad de defender el derecho a la movilización colectiva a la par de Estados y poderes globales que reprimen cada vez más las expresiones de disenso populares.

En reiteradas ocasiones se han registrado cortes de Internet en las movilizaciones. El caso emblemático es India y los cortes por protestas sociales (Martínez, 2019; Tariq, 2020). Según el grupo de defensa de Internet Access Now, el 67 % de las suspensiones de Internet en el mundo se producen en la India. Desde 2012, el país ha interrumpido 373 veces el acceso a la red, según los datos del Centro para el Derecho y la Libertad de Software (SLFC). También señala que en 2019, de los 213 bloqueos registrados en el mundo, India protagonizó 121, es decir, más de la mitad. Según estos estudios, los Gobiernos justifican sus acciones sobre la necesidad de garantizar la seguridad pública, aumentar la seguridad nacional y detener la difusión de noticias falsas, entre otras razones.

Por otro lado, respecto del problema de control de datos por parte de corporaciones, Jensen (2009), en Silva Reis y Natansohn (2019, p. 396), explica:

[...] La construcción de movimientos feministas a partir de plataformas *online* corporativas, a ejemplo de Facebook, Twitter, etcétera, presenta una enorme ambigüedad. A pesar de que esas plataformas han desarrollado un papel crucial en la visibilidad de las luchas feministas, ellas han generado nuevos riesgos a las militantes, dada las posibilidades de vigilancia implícitas en sus códigos nada transparentes, las condiciones nebulosas con que son construidas sus políticas de uso, consentimiento y sus servicios, cuya monetización de contenidos oscurece informaciones sobre los movimientos sociales menores y locales.

Tomando las reflexiones de Tufekci (2018) publicadas en la revista *Technology Review* del Instituto Tecnológico de Massachusetts, Avalos González (2019) señala que es posible enfrentarse a un análisis agudo que atempera el tono eufórico y celebratorio de los diversos usos de tecnologías vinculados a los movimientos sociales recientes y a una reflexión precisa sobre el entramado de problemáticas de la cultura digital que están asociadas a la concentración mediática, la vigilancia y el robo de datos, la polarización y *marketing* de precisión, y la cooptación de herramientas tecnológicas por parte de regímenes autoritarios.

Poell y Van Dijck (2015) sostienen que las redes sociales no solo permiten la actividad del usuario, sino que dirigen esta actividad en gran medida a través de mecanismos de selección algorítmica que privilegian tipos particulares de contenido. Es decir, las plataformas dan forma a cómo los usuarios pueden interactuar entre sí a través de las mismas. Estas formas de configuración tecnológica no se corresponden a los intereses de usuarios ni activistas, sino que se basan en modelos comerciales de corporaciones de redes sociales, a través de la personalización de la experiencia del usuario.

En este marco, «las infraestructuras de Red no son libres, están en manos de compañías y agencias gubernamentales que tienen acceso directo a los canales de transmisión de datos. La información querrá ser libre pero su capacidad de movimiento es realmente muy limitada» (Peirano, 2015, p. 24).

Finalmente, le sigue la problemática de la dependencia infraestructural como otro de los grandes desafíos que enfrentan los activismos digitales. Según Silvestris (2021), empresas de tecnología están invirtiendo cada vez más en infraestructura y los proveedores de contenido como Microsoft, Google, Facebook y Amazon poseen o alquilan más de la mitad de todo el ancho de banda de las fibras ópticas submarinas. Se estima que el 97 % de las

conexiones globales se realizan mediante cables submarinos de fibra óptica que luego llegan a las ciudades mediante otras tecnologías. Asimismo, la nueva infraestructura en red depende también del almacenamiento de datos. Según IEA (2020), los *data centers* consumen casi el 1 % de la energía a nivel mundial. La mayoría de estos datos estarían siendo almacenados hoy por las grandes compañías tecnológicas³.

Como sostiene Peirano (2015), millones de personas dependen de unas pocas compañías que dominan la infraestructura. «Esto significa que la supervivencia de un país depende de un gobierno que no ha sido votado democráticamente» (p. 29), que opera según las leyes del mercado y no de la regulación local.

Frente a la vigilancia, los activismos digitales apelan a obtener herramientas de control de datos. Hablan de «autodefensa digital», «autocuidados digitales» o «comunalidad digital» (Lechón Gómez y Mena Farrera, 2019), así como de movimientos «hackfeminista» o «transhackfeminista» (Silva Reis y Natansohn, 2019), que no se limitarían a producir y divulgar contenidos, sino que, además, promoverían procesos de autonomía tecnológica, redes alternativas y rechazarían las complicidades del *big data* con el modelo de negocios de Internet.

Cabe preguntarse si estas formas de control y disciplinamiento social configuran los nuevos «toques de queda 4.0». No hay respuestas, pero sí se vislumbra que en la era de la vigilancia ninguna tecnología es neutral.

5.1. Más allá del algoritmo: el problema de la direccionalidad de los activismos digitales en tiempos de vigilancia

Todas nuestras acciones en Internet, y las de nuestros objetos «conectados», están mediadas y son resultado de los comandos predefinidos por algoritmos. Estos pueden ser entendidos como instrucciones a través de un conjunto de códigos que ayudan a los sistemas a resolver un problema o realizar una acción (Silva Reis y Natansohn, 2019).

Además de los estudios que muestran el problema creciente de la *datificación de lo social* (Peirano, 2015, 2019; Srnicek, 2018; Morozov, 2018;

³«Google tiene diecinueve centros en Estados Unidos, doce en Europa, tres en Asia, uno en Rusia y otro en Sudamérica pero su caballo de batalla está en Council Bluffs, Iowa [...]. Apple tiene plantas en Newark, Santa Clara y Cupertino pero el gordo –cinco veces más gordo que cualquiera de los demás– está en Maiden, Carolina del Norte, y en 2013 empezó otros dos en Oregón y Reno. La gran nube de Microsoft está en Boydton, Virginia, en un pueblo de 431 habitantes. Facebook ha plantado la suya en Prineville, Oregón» (Peirano, 2015, p. 29).

Zuboff, 2021; Giménez y Caciabue, 21 de abril de 2021), otros estudios revelan problemas que amenazan la participación real de la ciudadanía en los procesos democráticos, como la *brecha digital* (Elizalde, 2019; Becerra, 2021; Mena Roa, 19 de febrero de 2021) y la *manipulación de la información* (Morales, 2018; Galup, 2019; Calvo y Aruguete, 2020; Vargas, Hernández y Macías, 2019; Pedraza, Hernández, Sainz, 2020)⁴.

En este escenario, los activismos digitales realizan sus acciones para construir poder y disputar hegemonía⁵. Coordinan acciones de gran impacto, consolidando *comunidades llamadas y dispuestas a la acción*, como el caso de la intervención al acto de Donald Trump en plenas elecciones presidenciales de Estados Unidos a través de la plataforma TikTok (BBC News, 2020). Este tipo de acciones podrían ser entendidas como modalidades tácticas suaves dirigidas a condicionar estructuras de poder «pesadas y estratégicas ejecutadas por el Estado y la policía» (Fuentes, 2020, p. 147).

Desde una perspectiva geopolítica, Giménez (2019) agrega que es importante poder leer estos movimientos en el marco de una guerra de carácter multidimensional, no convencional, híbrida en la cual grandes poderes tecnológico-financieros se disputan el reparto del globo. Según la autora, estas nuevas formas de lucha y organización también se encuentran en disputa. Podrían estar sujetas a

la iniciativa popular o bien estar disponibles para ser conducidas por la iniciativa de actores del régimen dominante. Se pregunta entonces cómo hacer para que la fuerza social en conformación sea conducida por el campo del pueblo y no sea un arma para su sujeción.

De la mano de este interrogante, podría agregarse: ¿qué otros usos pueden ser empleados para potenciar el poder de participación que otorga Internet? ¿En qué medida los activismos digitales pueden contribuir a configurar una *tecnología rebelde*, a modo de instrumento articulador de rebeldías y de acción social? ¿Cómo *hackear* la tecnología subsumida al orden social dominante para hacer de Internet una herramienta de lucha y de democratización del conocimiento para construir transformaciones profundas en el tejido político y social?

De acuerdo con Giménez (2019), el caso del feminismo, entendido como *sujeto revolucionario* en disputa (Leyes y Riera, 2020), puede ser tomado como ejemplo fundamental para entender los activismos del siglo XXI, ya que, a pesar de las fuertes tensiones en su interior, ha logrado poner en práctica los usos y características de los activismos digitales bajo una concepción de «universalización de la lucha» siguiendo el camino de la construcción de poder local con impacto global.

6. Reflexiones finales

La tradición de todas las generaciones muertas oprime como una pesadilla el cerebro de los vivos.

Marx (1852): *El dieciocho brumario de Luis Bonaparte*

En función de lo expuesto, se presentan algunas consideraciones preliminares.

En cuanto a lo metodológico, el uso del estado del arte como estrategia metodológica resulta un elemento clave para el desarrollo de procesos investigativos en la medida en que permite el acercamiento a la realidad documental y supone una naturaleza epistemológica del objeto de estudio.

En tanto que los principales hallazgos del estudio, contribuyen a una suerte de reflexión sobre cómo y por qué Internet es considerado un territorio en disputa y cuál es el lugar del activismo digital como expresión de participación social y política. En relación a las limitaciones y alcances del estudio, no se abordó de manera exhaustiva el capitalismo de la vigilancia en tanto modelo de extracción y usos de datos por parte de grandes corporaciones. Por el contrario, bajo este marco, el estudio se limitó a abordar las características de los activismos digitales en torno al desarrollo de esta nueva fase del capitalismo y los desafíos que impone.

⁴Cada vez son más frecuentes denuncias que revelan problemas de seguridad en Internet. Un caso emblemático fue el de la consultora británica Cambridge Analytica (CA), que protagonizó el escándalo por el uso de 87 millones de datos de usuarios de Facebook para manipular a los votantes de distintos procesos electorales, en particular en Norteamérica (Lechón Gómez y Mena Ferrera, 2019). Otro caso fue el orquestado en Bolivia, durante el golpe de Estado al presidente Evo Morales a fines de 2019. Vargas, Hernández y Macías (2019) realizaron un informe de redes sociales para Mueve América Latina, el cual revela que más de 68.000 cuentas con perfiles falsos fueron creadas durante noviembre de 2019, mes de inicio del golpe.

⁵En uno de los apartados de *Cuadernos de la Cárcel*, «Análisis de las situaciones. Correlaciones de fuerzas», Gramsci caracteriza el «momento» de la hegemonía situándola en la esfera de la superestructura: «Un tercer momento es aquel en el cual se llega a la conciencia de que los mismos intereses corporativos propios, en su desarrollo actual futuro, superan el ambiente corporativo, de grupo meramente económico, y pueden y deben convertirse en los intereses de otros grupos subordinados. Esta es la fase más estrictamente política, la cual indica el paso claro de la estructura a la esfera de las sobreestructuras complejas; es la fase en la cual las ideologías antes germinadas se hacen «partido», chocan y entran en lucha, hasta que una sola de ellas, o, por lo menos, una sola combinación de ellas, tiende a prevalecer, a imponerse, a difundirse por toda el área social, determinando, además de la unidad de los fines económicos y políticos, también la unidad intelectual y moral, planteando todas las cuestiones en torno a las cuales hierve la lucha no ya en un plano corporativo, sino en un plano «universal», y creando así la hegemonía de un grupo social fundamental sobre una serie de grupos subordinados» (Gramsci, 2017, p. 415).

Respecto a los hallazgos, en primer lugar, las disputas en torno al acceso y usos de las tecnologías digitales están determinadas por temas vinculados al monopolio, datificación del conocimiento, manipulación de la información, brecha digital, violencia digital, así como debates históricos sobre gobernanza de Internet, neutralidad de la red y derechos humanos. Las mismas son protagonizadas por corporaciones, agencias gubernamentales, organizaciones sociales y políticas, sociedad civil, entre otros.

Aun así, el momento de desarrollo de la lucha intercapitalista demuestra el grado de concentración y centralización de la riqueza. No solo se ha empobrecido a vastos sectores sociales ampliando la desigualdad, sino que, además, ha facilitado la emergencia de una nueva personificación social y su conformación como núcleo de poder reducido, una nueva aristocracia financiera y tecnológica (Giménez, 2020) integrada por dueños de grandes corporaciones tecnológicas y financieras globales que estaría intentando consolidar las bases de una nueva gobernanza. Los activismos digitales no se encuentran ajenos a esta situación y frente a estos desafíos desarrollan sus acciones.

En segundo lugar, partiendo de la idea de que lo digital se ha convertido en un fenómeno esencial de nuestra vida cotidiana, las redes sociales estarían funcionando a modo de teatro de operaciones de la movilización social: permiten coordinar acciones concretas; moldear la protesta como un acto colectivo, potenciar la creatividad colectiva e individual; estimular los estilos para incentivar la participación; superar los desafíos técnicos; y convertir la acción en una experiencia de cooperación sincrónica y asincrónica. No es calle por un lado y plataformas por otro, como si el territorio digital fuese un terreno independiente y opcional. Es una nueva configuración en movimiento constante.

En efecto, el estudio permitió delimitar conceptos y agrupar desarrollos teóricos actuales, desde aquellos que analizan los activismos digitales ligados a movimientos sociales; otros que los ligan a la acción colectiva en línea; y un tercer grupo que analizan formas de participación en línea desde ciudadanías empoderadas.

Por otro lado, un tercer hallazgo refiere a las características de los activismos y los usos de las tecnologías digitales, los cuales son múltiples y diversos, desde *performances* y *art-ivismos* que conectan espacios y configuran acciones hipermediales hasta nuevas estrategias digitales de los activismos de *hashtags* que podrían estar funcionando como *agitadores en red*, *organizadores tácticos* y *aglutinadores* de la historia de luchas políticas, conectando protestas *on line* y *off line*. Estas nuevas formas de lucha y organización muestran que, en

la medida que el capitalismo se vuelve más voraz, especulativo y abstracto –que no necesariamente quiere decir no-material–, la organización en red se consolida como método crucial para activistas y *art-ivistas* para enfrentarse a núcleos de poder tanto locales como globales. Los activistas se convierten así en intérpretes y ejecutores de nuevas formas de participación social y acción política.

Bajo este marco, una tarea impostergable para las ciencias sociales es el análisis de los marcos de acción colectiva de los activismos digitales como elemento clave para analizar y comprender los movimientos sociales actuales y la participación ciudadana; el uso del territorio digital y, especialmente, el uso de plataformas de redes sociales como herramientas potenciales de participación política; en otras palabras, el estudio de las sociedades actuales y su relación con las tecnologías digitales.

Finalmente, un último hallazgo acerca del empleo estratégico de las redes sociales que hacen los activismos digitales y que no significa que las usen acríticamente. Puesta así la idea, es menester resaltar que las formas de lucha y organización en red no debieran ser entendidas como una masa amorfa, sin vectores en tensión. La configuración en red no negaría la direccionalidad en términos de conducción estratégica, bajo programas y consignas determinadas, que disputan hegemonía. El análisis de estos nuevos movimientos y estrategias tampoco debería ser realizado por fuera del marco de desarrollo de la guerra multidimensional propia del momento político-estratégico actual.

En definitiva, este entramado configura las tensiones que enfrentan los colectivos organizados bajo nuevas formas de lucha y la importancia de avanzar en la desmercantilización de las relaciones sociales, desde una perspectiva local con alcance global. Estudiar los desafíos que impone el nuevo siglo resulta una tarea fundamental, de carácter estratégico, para poder abonar la creación de lo nuevo, ya que, como dijo Marx en pleno desarrollo de las luchas por la emancipación de su época, «la revolución social del siglo XIX no puede sacar su poesía del pasado, sino solamente del porvenir», lo que es lo mismo que decir: «Dejad que los muertos entierren a sus muertos», y con ello «cobrar conciencia de su propio contenido».

Fuentes y bibliografía

Fuentes y referencias bibliográficas

Acosta, M. (2018): «Ciberactivismo feminista. La lucha de las mujeres por la despenalización del aborto en Argentina», en *Sphera Publica* [S. l.], vol. 2, núm. 18, pp. 2-20. ISSN 2695-5725, recuperado en <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/347>

- Acosta, M. (2020): «Activismo feminista en Instagram. El caso de la campaña nacional por el derecho al aborto legal seguro y gratuito en Argentina», en *Perspectivas de la Comunicación*, 13 (1), pp. 29-46, recuperado en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-48672020000100029&script=sci_arttext
- Alcaráz, F. (11 de febrero de 2021): «El día que la vimos muerta», en *LATFEM*, recuperado en <https://latfem.org/el-dia-que-la-vimos-muerta/>
- Alcaráz, F. (22 de marzo de 2021): «Las Tesis: "Nuestra trinchera siembre ha sido el arte"», en *LATFEM*, recuperado en <https://latfem.org/lastesis-nuestra-trinchera-siempre-ha-sido-desde-el-arte/>
- Avalos González, J. M. (2019): «La posibilidad tecnopolítica. Activismos contemporáneos y dispositivos para la acción. Los casos de las redes feministas y Rexiste», en *Comunicación y Sociedad*, e7299, pp. 1-30, recuperado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2019000100302&script=sci_arttext
- Barranquero, A. (2014): «Comunicación, cambio social y ONG en España. Pistas para profundizar en la cultura de la cooperación desde los nuevos movimientos comunales. El caso del 15M. Commons», en *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3 (1), pp. 6-28.
- BBC News (21 de junio de 2020): «TikTokgate: la "broma" en TikTok que miles de adolescentes aseguran que hicieron a Trump para dejar vacíos los asientos en el mitin de Tulsa», en *BBC News*, recuperado en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-53124301>
- Becerra M. (2021): «Accesos TIC 2000-2021 en Argentina. ¿20 años no es nada? Conectividad y brechas en telecomunicaciones, Internet y TV paga en el siglo XXI». QUIPU, recuperado en <https://martinbecerra.wordpress.com/2021/06/16/accesos-tic-2000-2020-en-argentina-20-anos-no-es-nada/>
- Caciabue, M. (2019): «Geopolítica del capitalismo contemporáneo y la puja entre proyectos estratégicos», en M. Caciabue y K. Arkonada (comps.): *Más allá de los monstruos. Entre lo viejo que no termina de morir y lo nuevo que no termina de nacer*. Río Cuarto (Córdoba): UniRío Editora.
- Caciabue, M.; Giménez, P.; y Vargas, B. (19 al 23 de noviembre de 2018): *Seis afirmaciones sobre la guerra de redes en la era del capitalismo global* (ponencia). VIII Conferencia Latinoamericana y Caribeña de Ciencias Sociales (CLACSO). Buenos Aires, recuperado en https://www.clacso.org.ar/conferencia2018/presentacion_ponencia.php?ponencia=201881115587-1695-pg
- Calvo, E., y Aruguete, N. (2020): «Fake news, trolls» y otros encantos. *Cómo funcionan (para bien o para mal) las redes sociales*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina.
- Castells, M. (2003): «Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica», en *Polis*, 4, recuperado en <https://journals.openedition.org/polis/7145>
- Castells, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2013): *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2015): «Prólogo. El estudio científico de los movimientos sociales del XXI», en *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestación y explosión del 15M*. Barcelona: UOC.
- Centro Latinoamericano de Asuntos Estratégicos (2020): «Dossier Octubre 2020: una guía para entender las elecciones de Estados Unidos», recuperado en <https://www.nodal.am/wp-content/uploads/2020/11/DOSSIER-ELECCIONES-EEUU-2020-CLAE-FILA.pdf>
- Córdoba Hernández, A. M. (2017): «El slacktivism como recurso de movilización en redes sociales: el caso de #BringBackOurGirls», en *Comunicación y Sociedad* (30), pp. 239-263, recuperado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2017000300239
- Elizalde, R. M. (2019): «Colonialismo 2.0 en América Latina y el Caribe: ¿qué hacer?», en M. Caciabue y K. Arkonada (comps.): *Más allá de los monstruos. Entre lo viejo que no termina de morir y lo nuevo que no termina de nacer*. Río Cuarto (Córdoba): UniRío Editora.
- Esquivada, G. (3 de marzo de 2021): «Antoni Gutiérrez-Rubí: "El activismo puede tener una extraordinaria eficacia para reconectar la ciudadanía con la política"», en *Infobae*, recuperado en <https://www.infobae.com/america/cultura-america/2021/03/03/antoni-gutierrez-rubi-el-activismo-puede-tener-una-extraordinaria-eficacia-para-reconectar-a-la-ciudadania-con-la-politica/>
- Flores Márquez, D. (2019): *Imaginar un mundo mejor: la expresión pública de los activistas en Internet*. Guadalajara (México): ITESO, recuperado en <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/cip-iteso/20200713032527/05.pdf>
- Fuentes, M. (2020): *Activismos tecnopolíticos. Constataciones de «performance»*. Buenos Aires: Eterna Cadencia.
- Galup, L. (2019): *Big Data & Política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*, segunda edición. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones B.
- García-Estévez, N. (2018): «Origen, evolución y estado actual del activismo digital y su compromiso social. Cibersactivismo, hacktivism y slacktivism», en *II Congreso Internacional Move.net sobre Movimientos Sociales y TIC (2018)*, pp. 139-156. Universidad de Sevilla, Compólicas, recuperado en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6327958>
- García Linera, A. (2008): *La potencia plebeya: Acción colectiva e identidades indígenas, obreras y populares en Bolivia*. Buenos Aires: CLACSO-Prometeo.
- Garrido, N. (2012): «Cibermilitancia 2.0. La juventud kirchnerista en la Argentina de hoy», en *Revista Sociedad y Equidad* (4), recuperado en <https://enfoceseducacionales.uchile.cl/index.php/RSE/article/view/20942>
- Giménez, P. (26 de marzo de 2018): «Las grandes mayorías unidas y universalizadas o divididas y dominadas», en *Nodal*, recuperado en <https://www.nodal.am/2018/03/las-grandes-mayorias-unidas-universalizadas-divididas-dominadas-paula-gimenez/>
- Giménez, P. (2019): «Reflexiones sobre el nuevo escenario argentino», en M. Caciabue y K. Arkonada (comps.): *Más allá de los monstruos. Entre lo viejo que no termina de morir y lo nuevo que no termina de nacer*. Río Cuarto (Córdoba): UniRío Editora.
- Giménez, P. (4 de mayo de 2020): «Un 1.º de mayo (muy) diferente, un mundo en guerra mediado por la

- virtualidad», en *Nodal*. Buenos Aires, recuperado en <https://www.nodal.am/2020/05/un-1o-de-mayo-muy-diferente-un-mundo-en-guerra-mediado-por-la-virtualidad-por-paula-gimenez/>
- Giménez, P. (25 de junio de 2020): «Entre Marx, Silicon Valley y el covid-19, ¿cómo explicar lo que pasa hoy en el mundo?», en *Nodal*. Buenos Aires, recuperado en <https://www.nodal.am/2020/06/entre-marx-silicon-valley-y-el-covid-19-como-explicar-lo-que-pasa-hoy-en-el-mundo-por-paula-gimenez/>
- Giménez, P., y Caciabue, M. (21 de abril de 2021): «Pospandemia y nueva fase del capitalismo», en *Nodal*. Buenos Aires, recuperado en <https://www.nodal.am/2021/04/pospandemia-y-nueva-fase-del-capitalismo-por-matias-caciabue-y-paula-gimenez/>
- Giménez, P., y Trabuco, E. (9 de diciembre de 2019): «Chile despertó: ¿Protestas sin forma o nuevas formas de organización?», en *Agencia Paco Urondo*, recuperado en <https://www.agenciapacourondo.com.ar/debates/chile-desperto-protestas-sin-forma-o-nuevas-formas-de-organizacion>
- González, C. (21 de abril de 2021): «¿Dónde está Tehuel? La desaparición de un joven trans hace 40 días mantiene en vilo a Argentina». RT, recuperado en <https://actualidad.rt.com/actualidad/390010-desaparicion-joven-trans-argentina>
- Gramsci, A. (2017): *Antología*, segunda edición. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Gutiérrez Rubí, A. (2014): *Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción política colectivas*. ISBN 978-84-697-1720-2, recuperado en <https://www.gutierrez-rubi.es/wp-content/uploads/2014/11/Tecnopolitica.pdf>
- Gutiérrez Rubí, A. (26 de agosto de 2018): «Tecnopolítica para cambiar la comunicación y las campañas electorales», en *Página 12*, recuperado en <https://www.pagina12.com.ar/137828-tecnopolitica-para-cambiar-la-comunicacion-politica-y-las-ca>
- Gutiérrez Rubí, A. (2021): *ART-ivismo: el poder de los lenguajes artísticos para la comunicación política y el activismo*. Barcelona: Editorial UOC.
- IEA (2020): *Data Centres and Data Transmission Networks*. París: IEA, recuperado en <https://www.iea.org/reports/data-centres-and-data-transmission-networks>
- La Nación* (4 de mayo de 2021): «Crisis en Colombia: en un vivo de Instagram, Residente fue testigo de cómo detenían a 12 personas», en *La Nación*, recuperado en <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/crisis-en-colombia-en-un-vivo-de-instagram-residente-fue-testigo-de-como-detengan-a-12-personas-nid04052021/>
- Laudano, C. (2019): «#Ni una menos en Argentina: activismo digital y estrategias feministas contra la violencia hacia las mujeres», en G. Nathansohn y F. Rovetto (orgs.): *Internet e feminismos: olhares sobre violências sexistas desde América Latina*. Salvador: EDUFBA, pp. 149-173, recuperado en <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/libros/pm.3711/pm.3711.pdf>
- Lechón Gómez, D. M., y Mena Farrera, R. A. (2019): «El hacktivismo e Internet como territorio en disputa. Una mirada desde los marcos de acción colectiva», en *Estudios políticos (México)* (48), pp. 115-131, recuperado en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0185-16162019000300115&script=sci_arttext
- Leyes Navarro, Y., y Riera Bauer, S. (2020): «Las feministas estamos tomando el cielo por asalto», en Pereira, Teixeira Esteves y Lopovetsky (2020): *Feminismo & deuda. Feminismo & dívida*. Nápoles (Italia): La Città del Sole.
- Martínez, A. (26 de diciembre de 2019): «La India, la mayor democracia del mundo, lidera cortes en Internet», en *El País*, recuperado en https://elpais.com/internacional/2019/12/24/actualidad/1577211181_536009.html
- Marx, C. (2003): *El dieciocho brumario de Luis Bonaparte*. Madrid: Fundación Federico Engels.
- Mena Roa, M. (19 de febrero de 2021): «El desigual acceso a Internet en el mundo», en *Statista*, recuperado en <https://es.statista.com/grafico/24230/tasa-de-penetracion-de-internet-por-region-del-mundo/>
- Mena Roa, M. (11 de agosto de 2021): «¿Qué sucede en Internet en un minuto?», en *Statista*, recuperado en <https://es.statista.com/grafico/17539/datos-creados-online-en-un-minuto/>
- Méndez, M. (2020): «Operación Araña: Reflections on How a Performative Intervention in Buenos Aires's Subway System Can Help Rethink Feminist Activism», en *Estudios Históricos*, 33, pp. 280-297. Río de Janeiro, recuperado en <https://www.scielo.br/j/eh/a/DNXTxz-vRFYNMDXZnhPnKz7K/?lang=en>
- Morales, U. R. (2018): *El ciudadano digital: «Fake news» y posverdad en la era de Internet*. Océano.
- Morozov, E. (19 de mayo de 2009): «The Brave New World of Slacktivism», en *Foreign Policy*, recuperado en <https://foreignpolicy.com/2009/05/19/the-brave-new-world-of-slacktivism/>
- Morozov, E. (2011): *El desengaño de Internet. Los mitos de la libertad en la red*. Barcelona: Editorial Destino.
- Morozov, E. (2018): *Capitalismo Big Tech. ¿«Welfare» o neofeudalismo digital?* Madrid: Enclave de Libros.
- Murphy, H., y Stacey, K. (28 de junio de 2021): «US Judge Dismisses Antitrust Lawsuits Against Facebook», en *Financial Times*, recuperado en <https://www.ft.com/content/bedb65dd-53c9-4e31-b3d7-c85a40fdb104>
- Orozco Agudelo, M. (22 de febrero de 2021): «Me cuidan las pibas, no la policía», en *El Otro Diario*, recuperado en <https://elotro.com.ar/me-cuidan-las-pibas-no-la-policia/>
- Ortiz Galindo, R. (2016): «Los cibermovimientos sociales. Una revisión del concepto y marco teórico», en *Communication & Society*, 29 (4), pp. 165-183, recuperado en <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/41840/1/12.pdf>
- Pedraza, L.; Hernández, S.; Sainz, S. (2020): «No es un "bot", no es un "troll", es un tren», en *Revista Crisis*. Buenos Aires, recuperado en <https://revistacrisis.com.ar/notas/no-es-un-bot-no-es-un-troll-es-un-tren>
- Peirano, M. (2015): *El pequeño libro rojo del activista en la red. Introducción a la criptografía para redacciones, «whistleblowers», activistas, disidentes y personas humanas en general*. Barcelona: Roca Editorial de Libros.
- Peirano, M. (2019): *El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención*. Debate.
- Peker, L. (6 de diciembre de 2019): «La nueva amenaza machista: "Si denuncian abusos o violencia se van a quedar solas"», en *Infobae*, recuperado en <https://www.info->

- bae.com/sociedad/2019/12/06/la-nueva-amenaza-machista-si-denuncian-abusos-o-violencia-se-van-a-quedar-solas/
- Pérez, M., y Campillo, C. (2016): «*Influencer engagement*», una estrategia de comunicación que conecta con la generación «millennial». Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad de Alicante), recuperado en https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/57327/1/Estrategia_de_la_publicidad_y_de_las_relaciones_publici_PEREZ_CONDES_MONICA.pdf
- Poell, T., y Van Dijck, J. (2015): «Social Media and Activist Communication», en *The Routledge Companion to Alternative and Community Media*, C. Atton (ed.), pp. 527-537. Londres: Routledge.
- Robinson, W. (20 de noviembre de 2017): «¿La próxima crisis económica? Capitalismo digital y Estado policia-co global», en *ALAI*, recuperado en <https://www.alai-net.org/es/articulo/189343>
- Rovira, G. (2016): *Activismo en red y multitudes conectadas: comunicación y acción en la era de Internet*. Barcelona: Icaria-UAM-X. ISBN 978-84-9888-760-0, recuperado en <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/handle/CLACSO/8948>
- Sádaba Rodríguez, I. (2014): «Un paseo por el lado oscuro de la red: Entrevista con Evgeny Morozov», en *Mínera. Revista del Círculo de Bellas Artes* (22), pp. 2-7. ISSN 1886-340X.
- Sádaba, I., y Barranquero, A. (2019): «Las redes sociales del ciberfeminismo en España: identidad y repertorios de acción», en *Athenea Digital*, 19 (1), e2058, recuperado en <https://atheneadigital.net/article/view/v19-1-sadaba-barranquero>
- Sautu, R.; Boniolo, P.; Dalle, P.; Elbert, R. (2005): *Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: CLACSO. ISBN 987-1183-32-1, recuperado en <https://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>
- Schwab, K. (2017): *La cuarta revolución industrial*. Buenos Aires: Printing Books, S. A.
- Schwab, K., y Malleret, T. (2020): *Covid-19: el gran reinicio*. Ginebra: Forum Publishing.
- Scolari, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Sierra Caballero, F. (2018): «Ciberactivismo y movimientos sociales. El espacio público oposicional en la tecnopolítica contemporánea», en *Revista Latina de Comunicación Social*, 73, pp. 980-990, recuperado en <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/529>
- Silva Reis, J., y Natansohn, G. (2019): «Del ciberfeminismo al hackfeminismo. Notas para pensar Internet en tiempos de la algoritmia», en A. L. Rivoir y M. J. Morales: *Tecnologías digitales. Miradas críticas de la apropiación en América Latina*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO; Montevideo: RIAT. ISBN 978-987-722-538-9, recuperado en <https://www.clacso.org/tecnologias-digitales/>
- Silvestris, A. (2021): «La era digital en América Latina: colonias tecnológicas o tecnologización para la soberanía», en *Observatorio de Energía, Ciencia y Tecnología (OECYT)*, recuperado en <https://oecyt.com.ar/2021/03/02/la-era-digital-en-america-latina-colonias-tecnologicas-o-tecnologizacion-para-la-soberania/>
- Srnicek, N. (2018): *Capitalismo de plataformas*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Strauss, A., y Corbin, J. (1991): *Basics of Qualitative Research*. Estados Unidos: Sage Publications.
- Tariq, W. (11 de marzo de 2020): «Bloqueos de Internet en 2019: India siguió encabezando la lista de peores perpetradores», en *GlobalVoices*, recuperado en <https://es.globalvoices.org/2020/03/11/bloqueos-de-internet-en-2019-india-siguio-encabezando-la-lista-de-peores-perpetradores/>
- Toret, J. (2013): *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: UOC.
- Toret, J. (coord.), 2015: *Tecnopolítica y 15M. La potencia de las multitudes conectadas. Un estudio sobre la gestión y explosión del 15M*. Barcelona: UOC.
- Vargas, B.; Hernández, S.; Macías, J.; y Radics, M. (2019): «La resistencia boliviana no será transmitida», en *Cubadebate*, recuperado en <http://www.cubadebate.cu/noticias/2019/11/20/la-resistencia-boliviana-no-sera-transmitida/>
- Vasilachis de Gialdino, I. (coord.), 2006: *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- We Are Social (2021): *Digital 2021 April Global Statshot Report*, recuperado en <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>
- Zuboff, S. (2015): «Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization», en *Journal of Information Technology*, 30 (1), pp. 75-89, <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>
- Zuboff, S. (2021): *La era del capitalismo de la vigilancia*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós.
- Zukerfeld, M. (2015): «La tecnología en general, las digitales en particular: vida, milagros y familia de la “Ley de Moore”», en *Hipertextos*, 2, 4, pp. 87-116. Facultad de Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires), recuperado en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/69894>

TECNODISCURSOS SUBVERSIVOS MILITANTISMO DIGITAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA DA COVID-19

Subversive Tecnodiscourses. The Digital Militantism
in the Context of the Pandemic of Covid-19

Mariana Morales da Silva

UFSCar/Capes (Brasil)

<https://orcid.org/0000-0002-0413-9558>

Julia Lourenço Costa

CEDOCH-DL-USP (Brasil)

<https://orcid.org/0000-0001-8571-8879>

No marco da pandemia do coronavírus surgiram diferentes ativismos atravessados pelo digital em uma relação de apoio/conflito com os meios massivos frente as medidas governamentais para controlar os surtos. Ao indagar sobre os novos modos de participação socio-política, o estudo focaliza uma prática de ativismo urbano colada à lógica do tecnodiscurso (Paveau, 2021a) para compreender o funcionamento de um discurso subversivo materializado em cartazes militantes com os dizeres #YoMeQuedoSinCasa (Barcelona, maio/2020). O caso é analisado em relação aos tecnodiscursos que este subverte: a propaganda governamental #QuedaTeEnCasa e a resposta massiva, #YoMeQuedoEnCasa, tecnodiscurso virtuoso (Paveau, 2015). Partindo da teoria da resignificação (Paveau, 2021a) –sobre as práticas tecnodiscursivas de repetição subversiva pela web participativa– o estudo reflete sobre o militantismo do mundo híbrido (Castells, 2017) e analisa os aspectos pragmáticos, interacionais, enunciativos, semântico-axiológicos, discursivos, sociossemânticos e político-pragmáticos do discurso em questão. Conclui-se que o ativismo analisado está ancorado na tecnodiscursividade (Paveau, 2021b) para produzir um enunciado resignificado com traços revolucionários, porque ao subverter o tecnodiscurso massivo, desnuda seu virtuosismo expondo uma ferida social de negligência estatal e permite produzir tanto resistências como demandas de reparação.

Palavras-chave

Pandemia da covid-19, ativismo digital, tecnodiscurso, resignificação, discurso subversivo

In the framework of the coronavirus pandemic, aroused different activisms crossed by the digital in a relationship of support/conflict with the mass media in the face of government measures to control the outbreaks. When investigating the new modes of socio-political participation, the study focuses on a practice of urban activism attached to the logic of techno-discourse (Paveau, 2021a) to understand the functioning of a subversive discourse materialized in militant posters with the sayings #YoMeQuedoSinCasa (Barcelona, May/2020). The case was analyzed in relation to the techno-discourses that it subverts: the government propaganda #QuedaTeEnCasa and the massive response, #YoMeQuedoEnCasa, a virtuous techno-discourses (Paveau, 2015). Based on the theory of resignification (Paveau, 2021a) –about the technodiscursive practices of subversive repetition via web 2.0– the study reflects on the militantism of the hybrid world (Castells, 2017) and analyzes the aspects of pragmatic, interactional, enunciative, semantic-axiological, discursive, socio-semantic and political pragmatic of that discourse. It is concluded that the case of activism is anchored in techno-discourses (Paveau, 2021b) to produce a resignified discourse with revolutionary features, because by subverting massive techno-discourses, it strips its virtuosity, exposing a social wound of state negligence and allows it to produce both resistance and demands repair.

Keywords

Covid-19 pandemic, digital activism, techno-discourse, resignification, subversive discourse

Cómo citar este artículo: Morales da Silva, M. y Lourenço Costa, J. (2024). Tecnodiscursos subversivos. Militantismo digital no contexto da pandemia da covid-19. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 31-46. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20195>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Frutos em qualquer quintal
Peitos fartos, filhos fortes
Sonho semeando o mundo real
Toda gente cabe lá
Palestina, Shangri-lá.

Marisa Monte

Introdução

No marco da pandemia do coronavírus, surgiram distintos ativismos ancorados nas redes sociais digitais, com maior ou menor articulação com o espaço urbano, estabelecendo relações ora de apoio ora de conflito com os meios massivos de comunicação frente aos episódios de surtos da covid-19 e medidas governamentais para a diminuição do número de contágios pelo vírus.

Nesse contexto, ao indagamos sobre os novos modos de participação sóciopolítica, o estudo visa compreender o funcionamento de um discurso subversivo no contexto da pandemia da covid-19. Para tanto, o presente estudo focaliza um caso da Espanha de ativismo urbano fortemente colado à lógica do tecnodiscurso (Paveau, 2021a e 2021b). Por meio de cartazes militantes com os dizeres #YoMeQuedoSinCasa¹, vistos no centro histórico da cidade de Barcelona, em maio de 2020, refletimos sobre a questão da resignificação e o argumento da salamandra no militantismo digital (Paveau, Costa e Baronas, 2021).

Considerando a rede tecnodiscursiva que permite a existência da hashtag #YoMeQuedoSinCasa, reconstruímos um percurso que nos possibilita colocar o caso em análise na relação com os tecnodiscursos que subverte, quais sejam: a propaganda governamental do Ministério de Saúde do governo espanhol em sua versão televisiva e digital com os dizeres #QuedaTeEnCasa² e a resposta massiva, também parte da campanha governamental, #YoMeQuedoEnCasa³, tecnodiscurso considerado virtuoso (Paveau, 2015).

Alicerçado na teoria de resignificação (Paveau, 2021a), a qual busca dar conta de práticas tecnodiscursivas de repetição subversiva na web participativa, o estudo empreende um exercício analítico sobre o argumento da salamandra no militantismo do mundo híbrido (Castells, 2017). Tendo em vista, ao analisar o contradiscurso subversivo #yomequedoscasa por meio da teoria da resignificação de Paveau, refletir sobre o caso de uma ferida lingua-

geira não evidente do discurso primeiro, #yomequedoscasa e, assim expô-la para questionar o alcance de medidas protetivas a grupos vulnerabilizados no contexto da pandemia.

Nesse sentido, são analisados em profundidade os sete critérios que compõem a tipologia das práticas tecnodiscursivas de resignificação proposta por Paveau (2021a), nos sentidos pragmático, interacional, enunciativo, semântico axiológico, discursivo, sócio semântico e pragmático político.

Por uma análise do discurso digital

Para tratar, então, da questão da resignificação discursiva a partir do argumento da salamandra (Paveau, 2021a) no militantismo do mundo híbrido (Castells, 2017), recorreremos à autora precursora da análise do discurso digital, Marie-Anne Paveau (2021b), pesquisadora francesa que tem se dedicado a investigar o funcionamento dos discursos nativos da web a partir de uma perspectiva ecológica, pela qual discurso, sujeito e máquina estão indissociavelmente integrados na produção dos tecnodiscursos ou discursos nativos da web.

É fato que as pesquisas sobre a comunicação digital têm proliferado no campo dos estudos das ciências humanas e das ciências sociais (Maingueneau, 2021). Afinal, «as ações e os efeitos do digital estão aí, o uso das tecnologias digitais, da internet e dos objetos conectados sendo progressivamente integrados a nossas existências» (Paveau, 2021b, p. 27) provocam um intenso atravessamento do digital nos espaços não-digitais ou pré-digitais, o que leva a uma hibridificação dos mundos (Castells, 2017)⁴ de grande interesse para as pesquisas em ciências da linguagem. Porém, Maingueneau (2021) alerta para o fato de que ainda são poucas as pesquisas dedicadas à investigação do digital, que mobilizam a análise do discurso.

E ainda, quando as encontramos, de maneira geral, nas pesquisas das ciências da linguagem e, mais especificamente, da análise do discurso, o digital é explorado apenas como um suporte, um lugar outro onde os discursos se materializam. Dessa forma, ocorre uma marginalização da máquina, que nessa perspectiva é considerada como um componente extralinguístico, o que, segundo Paveau (2021b, p. 30), leva as pesquisas «a trabalhar

¹Tradução livre: #EuFicoSemCasa.

²Tradução livre: #FiqueEmCasa.

³Tradução livre: #EuFicoEmCasa.

⁴Pode ser visto em Castells, 2017, p. 26: «Em nossa sociedade, o espaço público dos movimentos sociais é construído como espaço híbrido entre as redes sociais da internet e o espaço urbano ocupado: conectando o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e construindo, tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas com prática transformadora».

com as formas necessariamente estereotipadas da língua», não considerando, assim, as particularidades e especificidades do digital como intrínseco aos discursos e sujeitos ali produzidos e, menos ainda, na relação de discursos que, pelas especificidades do digital, conseguem transitar entre o espaço não-digital ou pré-digital e o espaço digital.

Sendo assim, defendemos junto a outros colegas (Baronas, 2021; Costa, 2021) que cabe às ciências da linguagem se responsabilizar por essa demanda, uma vez que o discurso digital «coloca às ciências da linguagem, tais como praticadas até o momento, uma série de problemas que só podem ser resolvidos questionando os modelos conceituais» (Paveau, 2021b, p. 28).

É, então, pela perspectiva da análise do discurso digital, que segundo Baronas⁵ a Linguística é questionada em sua esfera metodológica, teórica e epistemológica. Pois, segundo o investigador brasileiro, os discursos digitais impõem uma necessidade de atualização dos próprios métodos dessa ciência e coloca à prova seu arcabouço teórico para que, ao ser discutido, possa lidar de modo satisfatório com as novas discursividades.

Os discursos produzidos no espaço digital, da web, mais especificamente da web 2.0, devem, segundo Paveau, ser abordados como tecnodiscursos, nos quais o prefixo tecno- figura como uma

Opção teórica que modifica a episteme dominante das ciências da linguagem. É também afirmar que os discursos digitais nativos não são de ordem puramente linguageira, que as determinações técnicas co-constroem as formas tecnolinguageiras e que as perspectivas logo e antropocêntricas devem ser descartadas em prol de uma perspectiva ecológica e integrativa, que reconhece o papel dos agentes não humanos nas produções linguageiras. (Paveau, 2021b, p. 31).

Os tecnodiscursos são, assim, os discursos nativos da web, aqueles que são produzidos no interior dos dispositivos técnicos. Dessa forma, a dimensão técnica é constitutiva desses discursos e, por isso, não se trata de um simples suporte para eles. Segundo a autora precursora da análise do discurso digital, a dimensão técnica infere inclusive sobre a forma como o discurso se organiza, haja vista que são

produzidos no interior dos dispositivos técnicos (os programas de escritura e de publicação) nos quais a dimensão técnica é constitutiva do discurso, não

se reduzindo apenas a um simples suporte. Os tecnodiscursos são, indissociavelmente linguageiros e técnicos, duas faces que de tão imbricadas não permitem que a materialidade propriamente linguageira seja extraída das funcionalidades técnicas dos espaços conectados, sem que com isso, as análises sejam prejudicadas. (Paveau, 2021a, p. 19).

Assim, a autora atribui aos tecnodiscursos seis características:

a) *composição*: além da combinação já mencionada do linguageiro e do técnico, que são indissociáveis, os tecnodiscursos podem se materializar na escrita, no som, na imagem fixa, animada ou composta sincreticamente. Desse modo, como bem denominou Costa (2021), os tecnodiscursos apresentam uma «composição plurissemiótica»;

b) *são não linear*: segundo a autora francesa, pela hipertextualidade, os tecnodiscursos compõem um «labirinto discursivo», pois eles incluem os mecanismos de acesso a outros discursos, como Costa (2021) exemplifica, pelo funcionamento de hiperlinks;

c) *ampliação*: a capacidade de serem ampliados por meio das funções conversacionais e ferramentas de escrita colaborativa típicas da web. Alguns exemplos, como destaca Costa (2021), se dão pela inserção de comentários e compartilhamentos, ferramentas que, segundo Paveau (2021a), possibilitam desenvolver além dos conteúdos, os enunciados em si;

d) *relacionaridade*: conforme a autora precursora da teoria, no espaço da web, as produções discursivas podem facilmente serem relacionadas umas com as outras e também com a máquina;

e) *investigabilidade*: trata-se do que Costa (2021) sintetizou como «a capacidade de redocumentação». Segundo a pesquisadora francesa, Paveau (2021a), os tecnodiscursos, por terem seus metadatos internos inscritos na web, ou seja, por se inscreverem no código da web, compõem uma memória da rede e, por isso, podem ser pesquisados e redocumentados;

f) *imprevisibilidade*: inerente a toda publicação. Os tecnodiscursos também perdem a sua parcela de autonomia, podendo escapar da previsibilidade pensada por seus produtores, pelos efeitos dos algoritmos e dos demais internautas.

É, então, por essa perspectiva notadamente ecológica, por meio da qual não se dissocia sujeito, discurso e máquina, que Paveau (2021a) indaga como, porque e quais recursos tecnodiscursivos são mobilizados pelos sujeitos para dizerem o que dizem. Buscando, pela teoria que desenvolve, compreender como é possível dar conta dos discursos que circulam na web, mais especificamente, na web 2.0, a qual está assentada na interação de vários agentes. A web das redes sociais digitais, do

⁵Notas pessoais realizadas durante disciplina ACIEPE-UFSCar, ministradas pela professora Dra. Julia Lourenço Costa, professor Dr. Roberto Leiser Baronas, professora. Dra. Mariana Barros no ano 2020, sobre discurso digital e práticas tecnodiscursivas.

compartilhamento multimidiático e, por isso mesmo, denominada de web social ou participativa:

dita social, ou seja, que permite as interações entre os internautas por meio dos dispositivos tecnodiscursivos, como os comentários ou os compartilhamentos, que favorecem a circulação dos conteúdos. [...] A web oferece, de fato, a possibilidade de numerosos usos relacionais a partir das disponibilidades e afordâncias que permitiram a emergência de práticas tecnodiscursivas. (Paveau, 2021a, p. 23).

Refletindo, então, sobre a perspectiva da análise do discurso digital proposta por Paveau, Maingueneau (2021) assinala no mínimo duas faces da web 2.0. De um lado, ela permite o compartilhamento do que o autor chama de «textos tradicionais», ou seja, produções assinadas por autores que são seus fiadores (Maingueneau, 2006). E por outro lado, ela também se apresenta como espaço onde circulam enunciados anônimos, sem controles e subordinações editoriais. É por essa dupla possibilidade que a web 2.0 pode ser considerada como um campo político:

é muito menos evidente do que há alguns decênios, em que tudo acontecia entre o mundo político e as mídias tradicionais (imprensa escrita, televisão, rádio). Na realidade [da era da web 2.0] não existe mais essa divisão, tudo se encontra em interação constante com o universo digital inapreensível onde novos atores se expressam: não somente indivíduos «aleatórios», desconhecidos ou anônimos, mas atores coletivos de todas as espécies, que diluem as divisões políticas tradicionais. (Maingueneau, 2021, p. 13).

Segundo Maingueneau (2021), a web, como um campo político, opera como uma arena de disputa, na qual uma assimetria responde à outra. Em outros termos, o autor afirma que a investida massiva nas redes sociais digitais é uma das respostas ao fato de que os sujeitos são interditados de falar nos canais legítimos. Complementando esse raciocínio, Baronas (2021) comenta que na web 2.0 é «fácil e mais seguro republicar, inventar, parodiar, em uma palavra de Butler, reestabelecer os insultos no universo discursivo digital, subvertendo-os performativamente» (Baronas, 2021, p. 112). E, por último, ela também permite o fenômeno de «responder coletivamente» (Maingueneau, 2021).

Será nessa trilha que desenvolveremos o presente estudo: compreender e analisar o funcionamento de um contradiscurso produzido por determinado grupo a partir de um discurso primeiro insultante. Trataremos, assim, de olhar a resposta que constitui a resignificação, que, como primo-

rosamente comentou Maingueneau, «consiste em não responder a agressão por meio de outra agressão, mas em refletir sobre ela e provocar sua exposição» (Maingueneau, 2021, p. 12).

Nesse sentido, embora Paveau (2021a) proponha uma teoria que visa dar conta de um trabalho do sujeito ofendido, subvertendo o discurso insultante a seu favor trazendo como exemplos casos calcados na relação com o discurso de ódio, ou seja, explicitamente ofensivos; nós, neste trabalho, investiremos sobre um caso de violência sutil, da ordem dos processos de invisibilização de grupos e sujeitos à margem do sistema.

Neste sentido, o caso eleito para este estudo, #YoMeQuedoSinCasa, resposta coletiva que interpretamos como subversiva a um discurso primeiro, #YoMeQuedoEnCasa, funciona com uma dupla perspicácia. Uma delas é, ao responder, engendrar uma reflexão sobre o discurso primeiro de violência simbólica, provocando assim, a exposição da ferida e da agressão antes não evidente (diferente dos casos de respostas a discurso de ódio nos quais a violência é evidente). E, a segunda perspicácia é que consegue questionar a hashtag massiva sem com isso cair nas tramas dos discursos negacionistas no contexto da pandemia da covid-19.

Ressignificação discursiva e o argumento da salamandra

Sabemos que a resignificação, compreendida como um fenômeno de linguagem, já foi objeto de diversos estudos (Maingueneau, 2021). E que não é novidade que «pela linguagem mesma, o sujeito pode contorcer o sentido em outras direções, significando-o em outros discursos». (Dias, 2021, p. 115) seja nos espaços digitais ou nos espaços não digitais ou pré-digitais. Porém, Baronas (2021) alerta para o fato de que, embora a análise semântica muitas vezes seja suficiente para lidar com as mudanças de sentidos, quando tais mudanças integram dimensões técnicas, languageiras, pragmáticas e políticas, tal abordagem mostra-se limitada.

Isso porque, quando pensamos a resignificação como um processo que se dá no espaço digital – ou que mesmo em espaços não digitais traz marcas do discurso digital, considerando o hibridismo atualmente vivenciado –, são produzidos, conforme Dias (2021), outros modos de simbolização possíveis a partir das especificidades e particularidades do discurso digital.

Nesse sentido, é com base na análise de dados que circulam na web 2.0, que Paveau (2021a) propõe uma teorização da resignificação discursiva, por meio da qual a pesquisadora busca dar conta dos contradiscursos de sujeitos ofendidos a partir

de um primeiro discurso insultante, subvertendo o insulto ao seu favor, expondo tanto a ferida quanto o agressor e demandando reparação.

A resignificação é, então, a «inversão ou a renegociação semântica e axiológica por recontextualização dos enunciados ofensivos (verbais, icônicos ou compósitos [...] a partir de sua carga ofensiva, efetuada pelos sujeitos agredidos com efeito reparador» (Paveau, 2021a, p. 23). Trata-se de formas particulares de repetição subversiva e consiste fundamentalmente em uma atividade linguageira originada no sujeito ferido, e não no sujeito agressor.

É importante esclarecer que a autora pauta sua teorização no fenômeno dos contradiscursos feministas que respondem a práticas de ciberviolência calcadas no discurso de ódio. Considerando esse particular contexto, a autora se vale da metáfora da salamandra emprestada dos estudos de gênero na relação com a linguística, principalmente em Butler (1997).

Segundo Dias (2021), ao valer-se da imagem da salamandra como metáfora da resignificação, a teoria é significada

pelo discurso da regeneração e não pela metáfora do renascimento, como poderia ser a Fênix mitológica. Ainda que bem menos imponente, no entanto, a salamandra tem a força de “regeneração decorrente de um ferimento”, marca no corpo da estrutura, mas capaz de produzir outros acontecimentos. Trata-se de uma regeneração do sentido pela palavra, mas também pela hashtag, pelas afordâncias da web. (Dias, 2021, p. 116).

Assim, a autora francesa compreende a resignificação como um processo constituído de quatro etapas: 1) há uma ferida linguística, 2) ocorre uma reapropriação, 3) com inversão 4) e produção da ação. Sendo assim, a autora afirma que a prática de resignificação é por excelência política, «porque ela produz efeitos sobre os posicionamentos dos sujeitos, interpelando-os a agir» (Paveau, 2021a, p. 25).

Em nosso caso, neste exercício que empreendemos aqui, como já mencionado, não pautamos nossas análises em um primeiro discurso típico de ciberviolência calcada no discurso de ódio. Falamos em mecanismos discursivos e tecnodiscursivos de marginalização e de invisibilização de sujeitos e grupos sociais rejeitados, esquecidos e/ou apagados na e pela sociedade. Compreendemos que, embora essas práticas façam parte de uma forma de violência, ao não estarem calcadas no discurso de ódio, muitas vezes performam como uma violência não explícita, ou seja, mais sutil e, por isso mesmo, mais facilmente naturalizadas e não questionadas. Nesse sentido, defendemos

que nosso *corpus* constitui um material mais que interessante e rico de ser analisado, tão urgente quanto os contradiscursos apurados pela autora na formulação de sua teoria.

Do mesmo modo, com objetos de análise distintos, asseveramos que a resignificação tal como é proposta por Paveau contribui para pensarmos a argumentação que sustenta um contradiscurso engendrado a partir de – e, então, na relação ecológica com – um enunciado ofensivo – seja a ofensa explícita ou não – reabilitando o seu poder de ação (Butler, 1997 *apud* Paveau, 2021a).

Outro ponto importante de ser destacado é que Paveau (2021a) tem como preocupação desenvolver a teorização da resignificação de tal forma a convertê-la em uma noção possível de ser operada para a análise do discurso:

Essa teorização excede a própria prática de reapropriação das designações de pessoa e se desvincula da abordagem lexical ou categorial frequentemente apresentada para exemplificar a resignificação. Ela se abre para outras práticas e táticas discursivas, permitidas pelos universos discursivos digitais, mas não por eles apenas, envolvendo não somente os designativos, mas os discursos, os signos, as imagens, os sons. A resignificação não é, portanto, apenas um processo semântico-pragmático, mas um dispositivo discursivo total, que envolve formas discursivas variadas e plurissemióticas. (Paveau, 2021a, p. 30).

Desse modo, a teorização proposta por ela é a teoria da resignificação discursiva, fundada em um conjunto de práticas tecnodiscursivas em circulação na web 2.0. Segundo ela, tal fenômeno «fica mais evidente no digital. A partir das funcionalidades técnicas da máquina, os sujeitos encontram maior possibilidade de agir e dar visibilidade ao poder de resposta coletivo» (Paveau, 2021a, p. 20).

Relacionando a resignificação às seis características que a autora atribui aos tecnodiscursos, segundo ela, podemos encontrar uma relação com o caráter de ampliação, de relacionalidade e de imprevisibilidade, principalmente.

O aspecto da ampliação se manifesta pelo efeito de ampliação da enunciação primeira, quando a resignificação provoca uma retomada do discurso do outro. Já o aspecto da relacionalidade se dá pelo fato de que os enunciados digitais nativos da web, os tecnodiscursos, estão internamente conectados ou ainda por, na repetição subversiva, ficar fácil de relacionar o discurso primeiro, insultante, ao contradiscurso. E, finalmente, a imprevisibilidade, pois o discurso primeiro, ao circular na web, pode ter sua trajetória subvertida.

Paveau, então, estabelece 7 critérios linguístico-(tecno)discursivos da resignificação entendida

como processo discursivo-político (2021a, pp. 38-39). São eles:

1. Critério pragmático: existe uma ferida linguageira provocada pelo insulto, estigmatização, ataque, etc., a respeito da identidade de uma pessoa ou grupo.

2. Critério interacional: uma resposta ao enunciado ofensivo é produzida.

3. Critério enunciativo: o sujeito agredido é a origem enunciativa da resposta, que ele retoma do enunciado ofensivo por conta própria como auto-categorização, ou ele provoca uma simples recontextualização.

4. Critério semântico-axiológico: o enunciado resposta compreende uma inversão ou mudança semântica e/ou axiológica.

5. Critério discursivo: o enunciado-resposta é produzido em contexto diferente do enunciado ofensivo, que é recontextualizado pela «abertura a contextos desconhecidos» (Butler, 2005, p. 234).

6. Critério sócio-semântico: o uso recontextualizado do elemento linguageiro é julgado como aceitável e reconhecido como tal pelos sujeitos implicados, que formam um sujeito coletivo.

7. Critério pragmático-político; o enunciado resignificado é revolucionário, pois produz uma reparação e uma resistência, ampliando a coesão do sujeito militante (Kenert, 2010).

Tendo os sete critérios como base, podemos resumir a definição de ressignificação da seguinte forma. A ressignificação, entendida como uma prática linguageira, efetuada por um sujeito individual ou coletivo (3) que se sente ofendido por um discurso primeiro entendido (1) como insultante, opera como uma resposta (2) ao discurso primeiro por meio da auto-categorização ou recontextualização simples (3). A recontextualização engendra um retorno do enunciado considerado ofensivo (4) em um contexto alternativo (5) gerando um novo uso para o enunciado. Este novo uso (4) passa a ser aceito coletivamente (6) produzindo uma forma de resistência e demanda por reparação (7).

O contradiscurso #YoMeQuedoSinCasa e sua rede tecnodiscursiva

Como já mencionado, nosso estudo analisa um caso de ativismo urbano intrínseco à lógica do tecnodiscurso. Para tanto, focalizamos o caso da hashtag #YoMeQuedoSinCasa, nos espaços não digitais e digitais, ou seja, tanto de fotos de nosso arquivo pessoal de cartazes vistos no centro histórico da cidade de Barcelona, em maio de 2020, quanto capturas de tela de publicações em redes sociais digitais, que ampliaram os espaços de circulação dos cartazes, além dos tecnodiscursos que a hashtag

analisa subverte: #QuedaTeEnCasa e #YoMeQuedoEnCasa, hashtags pertencentes a propagandas de campanha governamental de conscientização e incentivo à prática de confinamento durante a primeira onda da pandemia na Espanha.

Nosso delineamento temporal é relativamente curto, entre os meses de maio e de junho de 2020, considerando o momento chave de surgimento do contradiscurso, no início do desconfinamento da cidade de Barcelona, Espanha, até a reverberação da questão denunciada no contradiscurso nos meios de comunicação massivos.

Nosso *corpus*, então, é constituído por uma pequena coleção (Paveau, 2021a) de fotos e publicações em redes sociais digitais, recolhidas nos espaços digitais e não digitais ou pré-digitais. A coleta do *corpus* em espaços não digitais ocorreu no exercício de rastreamento ao voo, denominação que parte do conceito de «*corpus* ao voo», desenvolvido por Sophie Moirand:

expressões linguísticas coletadas pelo pesquisador durante suas leituras ou viagens pessoais, e o que ele ouve na rua, meios de transporte, lojas, salas de espera, etc., equipado com um caderno e lápis, um pequeno gravador de som ou seu celular para coletar, por exemplo, grafites que, adicionados a cartazes publicitários ou eleitorais, ajudam a desviar a mensagem original. (Moirand, 2018/2020, parágrafo 14, citado por Paveau, 2021a, pp. 40-41).

Já, nosso critério de seleção do material digital, está pautado nas características que Paveau (2021b) atribui aos tecnodiscursos, sendo elas principalmente: a *composição*, mescla do linguageiro e técnico, sobretudo, permitindo tanto a relacionaridade quanto a circulação do contradiscurso oriundo do espaço não digital (cartazes vistos no centro velho da cidade de Barcelona) para os espaços digitais (publicações nas redes sociais Twitter e Instagram); a *relacionaridade*, o que possibilita facilmente perceber a relação dos (tecno)discursos, #YoMeQuedoSinCasa e #YoMeQuedoEnCasa; a *ampliação*, que permitiu junto com a *imprevisibilidade* a construção de um enunciado subversivo a partir de um discurso primeiro (#YoMeQuedoEnCasa para #YoMeQuedoSinCasa).

É a combinação dessas características somadas à *não linearidade* e *investigabilidade*, que permitem a (re)construção de uma rede tecnodiscursiva do contradiscurso, a qual possibilita a existência mesma do tecnodiscurso subversivo considerado aqui como um «pequeno acontecimento discursivo documentado» (Paveau, 2021a, p. 42).

Assim, reconstruindo essa rede tecnodiscursiva, retomamos não um, mas dois tecnodiscursos anteriores: a hashtag #QuedaTeEnCasa, da propa-

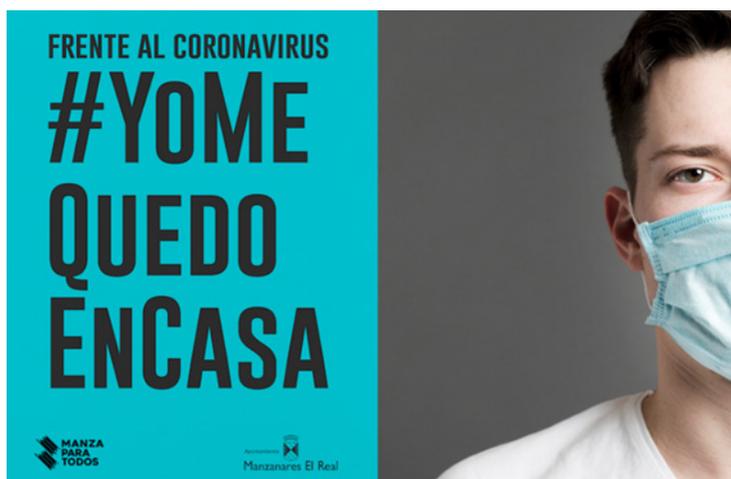


Imagem 1. Capturas de tela das campanhas difundidas em território espanhol promovendo o isolamento social por confinamento domiciliar obrigatório durante a primeira onda do coronavirus na Europa. (Foto: arquivo pessoal).

ganda que compõem a campanha governamental do Ministério de Saúde do governo espanhol, e a hashtag #YoMeQuedoEnCasa, resposta também parte da campanha governamental, que viralizou e se tornou uma hashtag massiva (imagem 1).

A imagem da esquerda, que traz a captura de tela de uma publicação da conta oficial do Twitter de SaludMadrid⁶, foi recolhida de forma indireta via página web da RTVE⁷ por meio da qual se divulgou em 12 de março de 2020⁸ a campanha governamental em formato de vídeo. A propaganda mostra profissionais da saúde incentivando a população ao confinamento obrigatório com a hashtag #QuedaTeEnCasa, tendo em vista conscientizar a população sobre a necessidade da medida restritiva. A segunda imagem⁹, traz a captura de tela de outra propaganda pertencente ao mesmo conjunto da campanha anterior, porém neste caso, com uma resposta forjada à primeiríssima hashtag, gerando a hashtag #YoMeQuedoEnCasa, que logo viralizou nas redes sociais como forma de indicar a adesão

e conscientização da necessidade de respeitar o confinamento, o qual foi obrigatório na Espanha.

Cerca de dois meses depois da divulgação da campanha #quedatencasa e #yomequedoencasa, encontramos com a hashtag subversiva, #YoMeQuedoSinCasa, que desvia o sentido da resposta massiva, #yomequedoencasa, denominada neste estudo como «discurso primeiro».

O material referente ao contradiscurso foi recolhido de nosso arquivo fotográfico pessoal durante uma caminhada no centro velho da cidade de Barcelona, realizada em maio de 2020, quando registramos os cartazes com os dizeres #YoMeQuedoSinCasa. Encontrou-se pequenas variações nos cartazes em relação à disposição de cores e variação na escrita. Os cartazes com os dizeres #YO ME QUEDO SIN CASA são compostos por três cores, branco, preto e vermelho, com alteração da localização das cores em cada cartaz e variações de redação, como #YO ME QUEDO SIN CASA, #YO ME QUEDO EN SIN CASA, #YO ME QUEDO EN CASA SIN CASA, como pode ser visto na pequena coleção a seguir (imagem 2).

Esses discursos com cenografia (Maingueneau, 2006) de cartazes militante, com marcas de protesto feito a partir de uma denúncia, foram vistos, na região central de Barcelona, da Cidade Velha, Raval, Barrio Gótico e Born. Regiões turísticas, conhecidas alvo de protestos em relação à crise de moradia devido à especulação imobiliária e fortemente caracterizadas pelo trabalho informal e moradia de milhares de trabalhadores não-declarados, em sua maioria, imigrantes e/ou refugiados.

Outra parte do *corpus* foi recolhido diretamente nas redes sociais digitais Instagram e Twitter pela busca da hashtag indicada nos cartazes, #yomequedosincasa. As buscas pela hashtag encontraram 76 publicações no Instagram e 22 no Twitter. Das 76 publicações recolhidas no Instagram, 11 não tinham

⁶ «Madrid Salud es un Organismo Autónomo del Ayuntamiento de Madrid creado em 2005 para la gestión de las políticas municipales em matéria de Salud Pública» (disponível em madridsalud.es; acesso em 23/05/2020).

⁷ RTVE: Radiotelevisión Espanola. É uma empresa pública estatal que assumiu a gestão indireta do serviço público de rádio e televisão espanhol.

⁸ O confinamento obrigatório na Espanha foi decretado em 13 de março de 2020, um dia após o lançamento oficial da campanha.

⁹ Essa segunda imagem traz a campanha em versão municipal de um dos municípios pertencentes à região autônoma de Madrid. É importante lembrar que no início da pandemia da covid-19, a Espanha decretou estado de alarma, o que implicava que todas as regiões autônomas estavam sob jurisdição do governo espanhol localizado em Madrid. Assim, as campanhas que partiram de Madrid, foram fortemente veiculadas em todo o território espanhol.



Imagem 2. (Foto: arquivo pessoal).

relação com a temática. E das 22 publicações recolhidas do Twitter, apenas 2 não tinham relação. Totalizando 85 publicações pertinentes para o estudo em questão, uma quantidade relativamente pequena quando se pensa nos fenômenos digitais que possibilitam viralizações e massificações de hashtags.

Porém, entendemos que

trabalhar sobre pequenos corpora permite encontrar as formas languageiras não necessariamente «frequentemente», no sentido estatístico do termo, mas sim as formas «emergentes», reveladoras do tempo presente e que por conta disso são parte de um «arsenal argumentativo» (Angenot) em um momento da história de uma sociedade, um arsenal que carrega ele mesmo a História dessa sociedade. (Moirand, 2020, p. 51, citado por Paveau, 2021a, p. 44).

Assim, defendemos que o caso em questão traz marcas de grandes significações dignas de análise, haja vista que é profícuo «descrever formas discursivas raras ou ainda não estabilizadas, refletir acerca dos conceitos e as noções que intervêm nessa análise, bem como sobre as relações entre linguagem verbal e o mundo do *corpus* “ao voo” e de todos os “pequenos corpora”». (Moirand, 2020, p. 2, citado por Paveau, 2021a, p. 43).

Sendo assim, dos 85 resultados encontrados, elegemos uma publicação recolhida da rede social digital Twitter para ser utilizada como ilustração da circulação do discurso pré-digital (cartaz) com características de tecnografismo¹⁰ (presença do símbolo de cerquilha #, que no espaço digital se converte em uma tag clicável) no espaço digital (imagem 3).

A publicação, postada em 21 de maio de 2021, foi selecionada pelo fato de que tanto a fotografia



Imagem 3. Captura de tela de publicação no Twitter. (Foto: arquivo pessoal).

quanto o texto do Twitter trazem pontos pertinentes de análises. Como se pode ver pela captura de tela transformada em imagem, a publicação digital traz a foto de um cartaz de estilo lamb, de caráter militante denunciativo com os dizeres «#YO ME QUEDO EN CASA SIN CASA», colado na parede externa de um edifício de coloração bege/marrom, típicos do centro velho da cidade de Barcelona, Espanha.

O cartaz é escrito com marcas de linguagem do discurso digital, pela presença do símbolo da cerquilha tipicamente usada no espaço digital como hashtag, e traz os dizeres no idioma castelhano. O cartaz é composto de fundo branco, escrito nas cores preta e vermelha com margem destacada em preto com pequenos riscos vermelhos. Na imagem, o cartaz ocupa o foco central da fotografia e está alinhado no sentido vertical a duas placas oficiais de sinalização urbana, a placa com indicação do nome da rua (em catalão, idioma oficial na comunidade autônoma da Catalunha) ao topo e entrecortada pelos limites da fotografia, seguida, logo abaixo de uma placa remanescente da sinalização de tráfego de cavalos (na qual se pode ver

¹⁰Tecnografismo: «uma produção semiótica que associa texto e imagem num compósito nativo da web» (Paveau, 2021b, p. 305).

o brasão da região, o desenho de um cavalo e um homem apontando para uma direção com o dizer «salida»¹¹ abaixo).

Há vários pontos interessantes de análise nesta imagem, mas a escolha por ela se deu especificamente por trazer a marca explícita do discurso primeiro, o qual é subvertido e assim, exposto como um discurso entendido como insultante, a saber: a hashtag #yomequedoencasa, escrito em preto no cartaz. Realizamos uma transcrição de modo a explicitar essa questão da relacionaridade (cuadro 1).

CUADRO 1

Transcrição
#YO ME QUEDO EN CASA

A foto é acompanhada, na postagem de Twitter, de texto escrito em francês transcrito e traduzido a seguir (cuadro 2).

CUADRO 2

Transcrição	Tradução
A Barcelone, le hashtag #yomequedosincasa détourne l'injonction d'origine pour dénoncer la situation dramatique des travailleurs.euses non-déclaré.es de la restauration et de l'hôtellerie qui se retrouvent du jour au lendemain sans ressources ni aides de l'état.	Em Barcelona, a hashtag #yomequedosincasa desvia o madato original para denunciar a situação dramática dos.as trabalhadores.as não-declarados.as de restaurantes y hotéis que se reencontraram do dia para a noite sem recursos nem ajuda do estado.

O funcionamento do discurso subversivo

A partir, então, deste material, vamos testar em nossas análises os sete critérios linguísticos (tecno) discursivos da resignificação proposta por Marie-Anne Paveau (2021a) sem, contudo, trabalhar sobre uma resposta a um discurso insultante assentado no discurso de ódio.

Pelo fato de estarmos trabalhando com uma resposta a um discurso primeiro, no qual não identificamos uma violência explícita, entendemos que a ferida não é evidente (critério pragmático). Assim, defendemos que sua exposição só ocorre na relação com o discurso resposta (critério interacional).

¹¹Tradução: saída.

Sendo assim, para compreendermos o critério de número um, o critério pragmático, pelo qual temos que «existe uma ferida languageira» (Paveau, 2021a, p. 39), é necessário analisar os critérios dois, três, quatro e cinco para, finalmente, voltarmos ao critério um. Tais critérios serão analisados, em um primeiro momento a partir de nosso *corpus* retirado da pequena coleção de fotografias dos cartazes com cenografia (Maingueneau, 2006) militante. Para, em seguida, analisarmos a continuação do critério cinco e os critérios seis e sete no *corpus* que circula no espaço digital, pela publicação do Twitter compartilhada a cima.

A resignificação em espaço não digital

De todas as imagens de cartazes que compõem nosso *corpus*, escolhemos para análise a imagem do cartaz que traz a seguinte inscrição: #YO ME QUEDO EN CASA SIN CASA. Mesma imagem que pode ser vista na publicação de Twitter.

A escolha de um cartaz dentre o conjunto de nossa pequena coleção, deu-se pela existência, em uma mesma composição gráfico-visual, de dois discursos, a hashtag considerada o discurso que gera uma ferida languageira e o seu contradiscurso. A saber: #yomequedoencasa, que chamaremos de hashtag 1 (#1) e o contradiscurso, que se converterá também em uma hashtag, #yomequedosincasa, a qual chamaremos de hashtag 2 (#2) ou discurso resposta.

Nesse sentido, entendemos que temos um discurso primeiro, #yomequedoencasa, que, pelo critério interacional (critério de número 2), foi contestado pelo efeito da marca gráfica sobre o seguimento «en casa», causando um efeito de correção com uma nova escritura, «sin casa», inscrita em vermelho no cartaz.

Desta maneira, pode-se dizer que no mesmo seguimento textual, há a presença de dois discursos em oposição, que são co-construídos no cartaz pelo critério interacional (critério de número 2), trazendo a marca explícita do discurso primeiro agora contestado e resignificado em ambiente não digital. Sendo assim, aqui opera o critério de número cinco, denominado por Paveau (2021a) de critério discursivo, pelo qual a autora afirma que «o enunciado-resposta é produzido em contexto diferente do enunciado ofensivo» (Paveau, 2021a, p. 39).

É dizer, o discurso primeiro trata-se de um tecnodiscurso, uma hashtag de circulação massiva nos espaços digitais, veiculado na campanha governamental tanto em redes sociais digitais como em canais de telecomunicação. Pelo critério interacional, uma resposta ao discurso primeiro é produzida (critério 2), porém em um contexto diferente (critério 5), ou seja, o contradiscurso não é produzido

nas redes sociais digitais nem na televisão. Sua produção se dá no espaço não digital da rua, no espaço público, por meio de uma outra materialidade, a de cartazes estilo lamb com cenografia (Maingueneau, 2006) militante, colados em muros e paredes de edifícios do centro velho de Barcelona. Lugar que, antes da pandemia, caracterizava-se por uma intensa circulação de pessoas ao longo de todo o ano, que com o acontecimento mundial, foi transformado radicalmente.

Entendemos que a marca gráfica que sugere um efeito de rasura/correção e, conseqüentemente demanda uma reparação, permite também explicitar a origem da resignificação. Possibilitando, assim, de forma mais assertiva, resgatar tanto o discurso primeiro contestado como o contexto sócio-político do cartaz. Pela presença da hashtag de circulação massiva, a #1, #yomequedoencasa, inscrita e «corrigida» no cartaz, o interlocutor contextualiza a produção do discurso militante no contexto da pandemia da covid-19, mais especificamente nas questões relativas ao período de isolamento social por confinamento.

Elaboramos o quadro a seguir para analisar os dois discursos, em relação interacional, pelo critério semântico-axiológico, de número 4 (cuadro 3).

CUADRO 3

	# 1	# 2
Sujeito	# YO	# YO
Ação	ME QUEDO	ME QUEDO
Compl.	EN CASA A. A. de lugar (físico) ↓ Agente Sujeito com (auto) valorização positiva	SIN CASA A. A. de modo (condição) ↓ Vitima Sujeito que resiste

Como pode ser visto, os dois discursos possuem um «yo»¹² como sujeito e a ação relativa a esse «yo» é indicada por «me quedo»¹³. Deste modo, a inversão semântico-axiológica se dá no complemento. No caso da #1, o complemento «en casa»¹⁴ funciona como adjunto adnominal de lugar, remetendo a um espaço físico, «casa». Já o complemento do contradiscurso, «sin casa»¹⁵, funciona como adjunto adnominal de modo, ou seja, refere-se a uma condição do «yo», não necessariamente sem uma casa

¹²Tradução: eu.

¹³Tradução: fico.

¹⁴Tradução: em casa.

¹⁵Tradução: sem casa.

em sentido literal (embora não exclua a possibilidade desse sentido), mas também em sentido figurado, ou seja, em condição de vulnerabilidade.

É interessante destacar que a inversão semântico-axiológica, provocada pela rasura do complemento do discurso primeiro «corrigido» no contradiscurso, altera o sentido da ação do sujeito. Sendo assim, «me quedo» na #1 figuraria como ação de uma imobilidade, uma permanência em um lugar. Porém, não em um sentido passivo de uma não-ação, mas de uma ação com valoração positiva pela obediência civil. Nesse sentido, podemos dizer que a hashtag #yomequedoencasa funciona como um discurso pelo qual um «yo» enuncia a si mesmo com uma autoapresentação com valoração positiva, construindo assim um ethos¹⁶ (Maingueneau, 2020) de bom cidadão a partir de um discurso virtuoso¹⁷ (Paveau, 2015).

Deste modo, interpretamos que, pela #1, o ato de ficar em casa figura em um sentido eufórico, no contexto da pandemia da covid-19, como uma ação eleita pelo indivíduo como ato de responsabilidade para com o coletivo. Quando, em realidade, a escolha de ficar ou não em casa, legalmente, não existia dado o caráter obrigatório da política de confinamento¹⁸.

Fato este que faz com que o «yo» da hashtag #1 componha um coletivo dos sujeitos obrigados a permanecer em casa, mas que concordam com tal medida e contribuem, tanto por sua ação como pela disseminação da hashtag, com a propaganda educativa de conscientização da necessidade de obediência a tal norma.

Nesse sentido, embora tenhamos uma enunciação «yoica», ou seja, centrada no «eu», reforçada pela autoapresentação com autovalorização positiva

¹⁶Sobre o conceito de ethos: «o destinatário constrói uma representação do locutor por meio daquilo que ele diz e sua maneira de dizer. [...] Ao tomar a palavra, o que um locutor faz, então, é pôr em risco sua imagem e tentar orientar, mais ou menos conscientemente e em um sentido que lhe seja favorável, a interpretação e a avaliação dos signos que envia ao destinatário» (Maingueneau, 2020, p. 9). E ainda, «Na realidade, esse ethos discursivo põe em interação um ethos mostrado, decorrente da maneira de falar, e um ethos dito, aquilo que o locutor diz de si mesmo enquanto enuncia» (Maingueneau, 2020, p. 11).

¹⁷«Definirei discurso virtuoso como discurso ajustado aos valores vigentes na realidade complexa e instável dos agentes e de seus ambientes. Esse ajuste diz respeito a três elementos: os agentes e suas relações (o que pode ser descrito por meio da noção de decência, extraída de A. Margalit), o mundo (a realidade e suas representações) e o conjunto das produções verbais que constituem a memória discursiva das sociedades (discurso, pré-discursos, linhagens discursivas). Esses elementos formam um sistema ao mesmo tempo discursivo, cognitivo e ético, no qual estão profundamente imbricados (sempre no sentido putnamiano do termo)» (Paveau, 2015: 214).

¹⁸Ver: <https://www.elmundo.es/espana/2020/03/13/5e6b4e2921efa06a0b8b4671.html>. Acesso em: 30/03/2020.

que constrói um ethos de bom cidadão, podemos afirmar que o sujeito que enuncia na hashtag 1, #yomequedoencasa, trata-se de um sujeito coletivo. Em outros termos, a hashtag do discurso primeiro designa uma comunidade discursiva graças ao funcionamento do tecnografismo que permite ao seguimento linguageiro que é precedido do signo # transformar-se em uma tag clicável.

Segundo Paveau, a hashtag:

é um seguimento linguageiro precedido do signo #, utilizado originalmente na rede de microblog Twitter, mas adaptado em outras plataformas, como o Facebook principalmente. Essa associação transforma o segmento numa tag clicável que é inserida manualmente num tweet e permite acessar um fio que agrupa o conjunto dos enunciados que contém a hashtag. (Paveau, 2021b, p. 223).

Conforme Costa (2021) a hashtag além de permitir a formação de uma rede de discursos, passa a conformar uma comunidade discursiva, ou seja, «locutores que demarcam posicionamentos específicos» (Costa, 2021, p. 78) haja vista que, retomando Maingueneau e Charaudeau (2008), Costa afirma que a «noção de comunidade discursiva é solidária à de formação discursiva» (Maingueneau e Charaudeau, 2008, p. 108, citado por Costa, 2021, p. 78).

Interpretamos que é nesse ponto que reside a ferida linguageira, do critério pragmático, de número 1. A formulação discursiva da hashtag, #yomequedoencasa, e sua circulação massiva, inscrevem-se em uma formação discursiva (Pêcheux, Haroche, Henry, 2020) que naturaliza apenas uma condição humana durante o confinamento. Qual seja: a formação social que abrange os sujeitos que têm dadas as condições de estarem em uma casa respeitando em segurança a política de confinamento.

Já o contradiscurso, ao denunciar esse apagamento de outras realidades na campanha governamental, passa a visibilizá-las. Haja vista que, ao produzir uma inversão semântico-axiológica (critério de número 4), deflagra a condição de um sujeito sem opção e alternativa de escolha, rompendo com a falsa ilusão provocada pelo discurso primeiro, #yomequedoencasa.

Nesse sentido, a inversão semântico-axiológica é subversiva pois denuncia que algo falha no discurso massivo dominante.

Compreendemos que a falha se dá pelo efeito de homogeneização, engendrado tanto pelo uso da tinta preta, típica da escrita padrão, no cartaz, como pela repetição massiva da hashtag #yomequedoencasa, nas redes sociais digitais, replicada milhares de vezes provocando uma saturação de sentidos e uniformização dos sujeitos. Em outras palavras, a massiva replicação do discurso primei-

ro não favorece o questionamento sobre as questões socioeconômicas implicadas no confinamento para o controle dos contágios por coronavírus.

Assim, embora o trecho «yo me quedo» coincida nos dois discursos (coincidente, inclusive como inscrição no cartaz), provocando um efeito inicial que parece colar o «yo» do discurso primeiro ao «yo» do contradiscurso; é pelo efeito de «correção» dos complementos, ou seja, pelo efeito do critério 4 – pelo qual o sentido da ação é desviado –, que podemos afirmar que ocorre a separação dos sujeitos de cada discurso. «YO»s que figuram em formações sociais distintas e, então, pertencem a comunidades discursivas opostas inscritos em formações discursivas em conflito¹⁹.

A distinção das formações sociais é reforçada pelo efeito do grande X vermelho que rasura não apenas a partícula «en» subvertida, no contradiscurso, pela partícula «sin», como ocorre em outros cartazes de nossa coleção. Na imagem do cartaz eleita para nossas análises, é interessante notar que o efeito de rasura se dá em todo o complemento «en casa» (escrito em cor preta), que passa a ser substituído no contradiscurso pela inscrição «sin casa» (escrita em cor vermelha).

Nesse sentido, temos que o termo «casa» aparece duas vezes no cartaz, fazendo com que o significante não coincida em escrita e, conseqüentemente, não coincida em sua significação. Com isso, podemos dizer que há a presença de dois imaginários distintos para o termo «casa», reavivando o debate sobre as diferentes condições de moradia na cidade de Barcelona²⁰, o que reforça a existência de duas formações sociais distintas separadas pela desigualdade social.

Assim, defendemos que o sujeito do contradiscurso ao deflagrar a denúncia, pela qual evidencia sua condição de vítima, por mais que pareça contraditório, ele não está se vitimando. É pela ressignificação engendrada no contradiscurso, na resposta ao discurso massivo, que esse «yo» «se queda» (que esse «eu» «fica») em sentido de resistência. Um sujeito que existe, persiste e resiste

¹⁹ Sobre os conceitos de posições de classe, formação ideológica e formação discursiva, temos que: «Cada formação ideológica constitui desse modo um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem “individuais” e nem “universais”, mas que se relacionam mais ou menos diretamente a posições de classe em conflito umas em relação às outras [...] as formações ideológicas assim definidas comportam necessariamente, como um de seus componentes, uma ou várias formações discursivas interligadas» (Haroche, Pêcheux, Henry, 2020, p. 34).

²⁰ Ver: «Confinar-se em Espanha: 87 metros quadrados de diferença entre bairros ricos e pobres». Disponível em: <https://elpais.com/espana/catalunya/2020-04-18/confinarse-en-barcelona-87-metros-cuadrados-de-diferencia-entre-bairros-ricos-y-pobres.html>. Acesso em: 23/05/2020.

apesar das condições precárias que circundam sua permanência.

Analisando, assim, os critérios dois, três, quatro e cinco, interacional, enunciativo, semântico-axiológico e discursivo, respectivamente, a ferida linguageira (critério pragmático, de número um) é, finalmente exposta, fazendo com que o contradiscurso leve seus interlocutores a desnaturalizar o discurso massivo. Trata-se em suma, do que Maingueneau (2021) muito bem assinalou sobre a resignificação, que consiste, segundo ele, em não atacar o sujeito produtor da ferida linguageira com uma agressão, mas sim engendrar uma reflexão que, por sua vez, provoca a exposição da ferida.

É no sentido de não provocar outra agressão que interpretamos a ausência do agente responsável pela ferida no contradiscurso, o qual somente aparece explicitamente com as possibilidades de ampliação do espaço da web 2.0. No texto de uma publicação do Twitter, o qual divulga uma imagem do cartaz e, assim, difunde o discurso subversivo no espaço digital, agora como legítimo tecnodiscurso, ou seja, como uma hashtag clicável.

A ampliação da resignificação no espaço digital

Na publicação do Twitter, vemos a difusão da imagem do cartaz associada com um texto por meio do qual transforma a inscrição pré-digital do cartaz em um tecnodiscurso. Entendemos que a escrita original do cartaz, que traz o signo # – o qual faz alusão a um tecnografismo – precedendo o seguimento textual, convoca seus interlocutores do espaço urbano à participação pelas afordâncias da web 2.0. Haja vista que, «computadores, tablets e celulares “atados” ao corpo são, afinal, partícipes do processo discursivo, como *continuum* da própria existência contemporânea» (Paveau, 2021a, pp. 20-21). Pelo funcionamento característico da hibridificação dos mundos (Castells, 2017), descrito por Paveau, interlocutores do cartaz provocam um retorno ao espaço do discurso primeiro contestado, o digital, da web 2.0, na e pela qual somente assim o contradiscurso poderá funcionar como uma legítima hashtag.

É, então, no espaço digital, por meio das possibilidades de composição e ampliação inerentes aos tecnodiscursos, que a publicação produz um segundo movimento do critério de número 5, o critério discursivo. O discurso resposta, produzido originalmente em contexto urbano é recontextualizado com comentário (res)significante em contexto diferente do qual foi produzido. Deste modo, o contradiscurso passa a circular também no espaço digital como hashtag clicável, adquirindo assim as características e possibilidades atribuídas por

Paveau (2021a) ao tecnodiscurso: composição, ampliação, relacionaridade e imprevisibilidade, principalmente.

Nesse sentido, o que antes era apenas da ordem do linguageiro #YO ME QUEDO SIN CASA, adquire forma compósita que mescla linguageiro e técnico, transformando-se na hashtag #yomequedosincasa, convertendo o contradiscurso em uma tag clicável. Essa transformação possibilita tanto a retomada de uma rede tecnodiscursiva quanto a formação de uma comunidade discursiva compostas por sujeitos que se identificam com o «yo» da hashtag ou que são empáticos à causa deste «yo», representando performaticamente no cartaz militante.

Pela investigabilidade inerente ao tecnodiscurso, retomamos as 85 publicações recolhidas em nosso *corpus*. Este dado nos permite identificar um movimento de aceitação coletiva em relação ao contradiscurso. Assim, pelo critério de número seis, o critério sociossemântico, temos que «o uso recontextualizado do elemento linguageiro é julgado como aceitável e reconhecido como tal pelos sujeitos implicados, que formam um sujeito coletivo» (Paveau, 2021a, p. 39), o qual estamos chamando aqui de comunidade discursiva.

Considerando a composição e a capacidade de ampliação do tecnodiscurso, temos que a publicação do Twitter ao difundir o contradiscurso no espaço digital, especifica a denúncia por meio do comentário que acompanha a fotografia. Em outros termos, temos que, a publicação do Twitter permite não somente a simples republicação do cartaz em contexto diferente, mas sua recontextualização pela divulgação da imagem de fotografia digital junto com um texto que traz um comentário sobre o contradiscurso, o qual nos apresenta novos indícios sobre a causa em questão. A seguir, retomamos o comentário da publicação digital:

Em Barcelona, a hashtag #yomequedosincasa desvia o mandato original para denunciar a situação dramáticas dos/as trabalhadores/as não-declarados de restaurantes e hotéis que se reencontraram do dia para a noite sem recursos nem ajuda do estado.

Paveau (2021a) comenta que a característica de ampliação possibilitada pelos tecnodiscursos podem, via comentários, produzir o conteúdo em si. Neste sentido, entendemos que o comentário que acompanha a imagem da publicação, graças à imprevisibilidade dos tecnodiscursos, amplia a denúncia desferida nos cartazes.

Nota-se, pelo texto do comentário da publicação, que o «yo» da hashtag resposta, #yomequedosincasa, passa a figurar como «elas/eles», as

trabalhadoras e trabalhadores do setor ligado ao turismo (indício a partir da qualificação «de restaurantes e hotéis»), os quais em muitos casos não figuram como trabalhadores declarados perante o estado («não-declarados/as»). A partir do comentário, temos agora a possibilidade de identificar com maior precisão o sujeito coletivo da resignificação. Um sujeito coletivo que forma um grupo social identificado por ter sido gravemente afetado durante a pandemia. Sujeitos estes que segundo o comentário, «se reencontraram do dia para a noite sem recursos nem ajuda do estado» pelo fato de estarem à margem do sistema.

Destas observações, destacamos o deslizamento de «yo», ou seja, do «eu», para «elas/eles». Interpretamos que esse deslizamento reforça o critério sociossemântico, pelo qual a resposta é julgada como aceitável coletivamente não somente pelos «sujeitos implicados» como afirma Paveau (2021a), mas também por sujeitos empáticos à causa do grupo social representado pelo «yo» do contradiscurso. É, então, com essa noção de coletivo que trabalhamos a ideia de comunidade discursiva (Maingueneau, 2006) formada em torno de uma hashtag. A noção de comunidade discursiva ao ser solidária à noção de formação discursiva não implica o pertencimento à mesma formação social, mas sim, à mesma formação discursiva, a qual é solidária à causa de dita formação social.

É pela capacidade de ampliação do tecnodiscurso que temos duas novas possibilidades. De um lado, caracterizar e especificar mais precisamente tanto o sujeito coletivo como sua causa enunciados no contradiscurso e na hashtag #yomequedossincasa. Por outro lado, explicitar o sujeito social responsável pela ofensa, neste caso por negligência: o estado.

Para fins didáticos, construímos o quadro a seguir a partir do texto do comentário da publicação (cuadro 4).

É interessante notar que a hashtag-resposta, #yomequedossincasa, passa, no comentário da publicação, a funcionar como um ator social em si com direito a ação, «desvia», «para denunciar». Fato este que evidencia as novas possibilidades de par-

ticipação social e figura assim como uma entidade própria não atada à vontade de seu produtor pelo efeito de imprevisibilidade dos tecnodiscursos.

No comentário, o «yo» da hashtag-resposta, ao figurar como «elas/eles», é representado na posição de vítima («se reencontram do dia para a noite sem recursos nem ajuda») corroborada por «situação dramática». Efeito que leva a apontar para um sujeito que deve ser responsabilizado e atuar para reparar tal situação. Pelo comentário é entendido que este sujeito é o Estado, o qual figura, no comentário da publicação, com caráter que indica opressão. Opressão esta que se materializa no texto da publicação, pelo efeito de sentido de omissão, indicado pela ausência de ação (verbo) vinculada a «estado» e reforçado pela negação inscrita nos termos «sem» e «nem», relativos aos termos «recursos» e «ajuda», deflagrando uma ausência de políticas públicas protetivas a grupos sociais mais afetados e prejudicados pela pandemia.

Por essa pista discursiva, é possível retomar os possíveis sentidos para o termo «casa», analisado no contradiscurso no apartado anterior. Já havíamos indicado que não necessariamente o significante «casa» remetia a um significado literal, mas que podia remeter a um sentido figurado, por exemplo, de ausência de proteção estatal, «sem casa».

Nesse sentido, entendemos que a resignificação produzida tanto no espaço digital como não-digital é revolucionária, pois, pelo critério de número sete, critério pragmático-político, produz uma demanda por reparação e uma resistência «ampliando a coesão do sujeito militante» (Paveau, 2021a). Ou seja, pela resignificação, o sujeito militante ofendido (3) produz um contradiscurso pela hashtag #yomequedossincasa (2) em resposta a um enunciado com ferida linguageira não evidente (1), estabelecendo uma reflexão e exposição do discurso primeiro, #yomequedoencasa (4) em contextos alternativos como os cartazes militantes e a hashtag de resistência (5), que ao ser aceita coletivamente, aumenta a coesão do grupo social em situação de negligência estatal (6) demandando uma reparação e marcando um movimento de resistência (7).

CUADRO 4

	hashtag	mandato	situação	trabalhadores/as	estado
Ações	desvia para denunciar	–	–	Reencontraram-se	–
Qualificações especificadores	#yomequedossincasa	De origem	dramática	Não-declarados/as De restaurantes e hotéis	Recursos ajudas (–)sem/nem
	↓	↓	↓	↓	↓
	agente	paciente	factual	Vítima/oprimido	opressor

Desdobramentos

Dois meses depois dos cartazes com os dizeres #YO ME QUEDO SIN CASA serem vistos no centro velho da cidade de Barcelona, e cerca de 1 mês e meio depois do início da circulação da hashtag militante #yomequesincasa na web 2.0, o jornal *La Vanguardia*, publica em 01 de junho de 2020, notícia intitulada «El grupo Emergencia Ciutat Vella exige abordar la agudización de la pobreza»²¹, a qual compartilhamos a seguir, tendo em vista destacar a incidência dos critérios de número três e sete, respectivamente, critério enunciativo e critério pragmático-político:

La plataforma Emergencia en Ciutat Vella ha exigido a las administraciones públicas que aborden la «espectacular agudización de la pobreza estructural y las carencias sociales» que ha causado la pandemia del coronavirus «en todos los barrios» de este distrito de Barcelona.

La plataforma ha presentado este miércoles un manifiesto en el que alerta de que «mucha gente que vivía de trabajos precarios y se ha quedado sin trabajo» y de que «el colapso total de la economía ligada al turismo vierte a la absoluta indigencia a miles de personas», por lo que exige que «este grave problema humano sea abordado de una manera inmediata y eficaz por las administraciones públicas».

Las primeras entidades que han firmado el manifiesto son Anarcoveganos del Raval, ANC-Ciutat Vella, Asociación de Vecinos Casco Antiguo, CDR Casc Antic, Consell Local per a la República-Ciutat Vella, Fundació Arrels, Òmnium Cultural-Ciutat Vella y la Xarxa Veinal del Gòtic.

La plataforma propone una «ampliación notoria» de los recursos humanos y económicos de los servicios de asistencia social municipales «a corto plazo» y «reformular las políticas de impulso económico y comercio de los barrios» para «disminuir la dependencia económica del turismo de Ciutat Vella».

Además, Emergencia en Ciutat Vella ha propuesto una primera lista de medidas entre las que destacan la de convertir en plazas estructurales de la ciudad de Barcelona las más de 600 plazas de alojamiento de emergencia abiertas durante el estado de alarma para personas sin hogar.

Proponen también crear, por lo menos, un espacio de alojamiento de baja exigencia en cada uno de los barrios del distrito y prorrogar la estancia en pisos tutelados de los jóvenes no acompañados que cumplen 18 años durante el 2020 hasta final de año²².

²¹ Disponível em: <https://www.lavanguardia.com/vida/20200701/482047183351/el-grupo-emergencia-ciutat-vella-exige-abordar-la-agudizacion-de-la-pobreza.html>. Acesso em: 02/06/2020.

²² Tradução livre: A plataforma Emergencia en Ciutat Vella exigiu das administrações públicas que abordem a «espectacular agudi-

No dia seguinte da publicação on-line da notícia no jornal *La Vanguardia*, em 02 de junho de 2020, o telejornal 3/24, do canal de telecomunicação TV3 da Catalunha, veicula uma entrevista com o presidente da Fundação Arrels sobre a questão da «agudização da pobreza» e o problema social de aumento vertiginoso do número de pessoas sem moradia, que passaram a viver nas ruas do centro velho da cidade de Barcelona. Abaixo, disponibilizamos fotografias que registram trechos significativos da reportagem televisiva (imagem 4).

Nas imagens acima, capturadas por meio de fotografia de aparelho celular, é possível identificar o momento em que o presidente da Fundação Arrels concede uma entrevista ao canal. Nas imagens, do lado esquerdo vemos a imagem do entrevistado, porta-voz, nesta instância, da causa descrita no jornal *La Vanguardia*. E, do lado direito, é possível identificar uma fila de pessoas recebendo alguma forma mínima de assistência e, na outra, uma rua típica do centro velho de Barcelona durante o período da noite, na qual se pode notar a presença de pessoas dormindo no chão. Abaixo das imagens pode-se ler:

Cada cop, més persones dormen als carrers de Barcelona. / El confinament ha agreujat la situació dels sensesostre. / Son 1.200 persones, um 80 % més que fa 10 anys²³.

zação da pobreza estrutural e as carências sociais» que causou a pandemia do coronavírus «em todos os bairros» desse setor de Barcelona.

A plataforma apresentou, nesta quarta-feira, um manifesto pelo qual alerta que «muita gente que vivia de trabalhos precários, ficaram sem trabalho» e que «o colapso total da economia ligada ao turismo desborda à absoluta indigência, milhares de pessoas», pelo qual exige que «este grave problema humano seja abordado de uma maneira imediata e eficaz pelas administrações públicas».

As primeiras entidades que assinaram o manifesto são Anarcoveganos del Raval, ANC-Ciutat Vella, Asociación de Vecinos Casco Antiguo, CDR Casc Antic, Consell Local per a la República-Ciutat Vella, Fundació Arrels, Òmnium Cultural-Ciutat Vella e a Xarxa Veinal del Gòtic.

A plataforma propõe uma «ampliação notória» dos recursos humanos e econômicos dos serviços de assistência social municipais «a curto prazo» e «reformular as políticas de impulso econômico e comércio dos bairros» para «diminuir a dependência econômica do turismo da Cidade Velha».

Além disso, Emergencia en Ciutat Vella propôs uma primeira lista de medidas entre as quais destacam a de converter em lugares estruturais da cidade de Barcelona, os mais de 600 lugares de alojamento de emergência abertos durante o estado de alarme para pessoas sem casa/lar.

Propõem também criar, pelo menos, um espaço de alojamento de baixa exigência em cada um dos bairros do distrito e prorrogar até o fim do ano a estadia dos jovens não acompanhados que completam 18 anos durante 2020 em apartamentos tutelados.

²³ Em uma tradução livre, temos que: «Cada vez mais pessoas dormem nas ruas de Barcelona», «O confinamento agravou a situação dos sem casa» e «São 1.200 pessoas, um 80 % a mais que há 10 anos».



Imagem 4. Fotografias de transmissão televisiva. (Foto: arquivo pessoal).

Como já vimos analisando, a resignificação engendrada a partir do argumento da salamandra, permitiu ao sujeito coletivo representado na hashtag #yomequedosincasa, o qual se sente ferido por um discurso institucional – acompanhado de uma política governamental –, produzir um discurso revolucionário ao retomar e subverter o discurso primeiro que traz a ferida languageira, marcando uma resistência e exigindo uma reparação. Vemos assim a composição de uma rede (tecno)discursiva que possibilita uma maior coesão do sujeito coletivo, identificado pela reportagem do jornal *La Vanguardia* como um coletivo (Plataforma Emergencia en Ciutat Vella) formado por oito entidades sociais em prol da causa deflagrada na denúncia do discurso presente nos cartazes militantes e na hashtag de resistência analisada neste estudo.

O fato da questão ter ganhado visibilidade nos jornais e telejornais com possibilidade de construção de outras frentes de diálogo como a construção da plataforma, a divulgação do manifesto e a apresentação de propostas com uma série de medidas emergenciais, permite-nos vislumbrar as possibilidades do critério de número sete, pragmático-político, sobre a demanda por reparação. Além disso, permite identificar uma maior precisão o sujeito coletivo do discurso revolucionário, especificado como grupos sociais organizados, que por meio de diversas estratégias conseguiram lançar uma luz a esses sujeitos invisibilizados identificados na hashtag #yomequedosincasa.

Considerações finais

Conclui-se que a prática discursiva de ativismo materializada nos dizeres #YoMeQuedoSinCasa ancora-se na tecnodiscursividade (Paveau, 2021b) para produzir um enunciado resignificado com traços revolucionários, pois ao subverter o tecnodiscurso massivo #YoMeQuedoEnCasa, desnuda sua virtuosidade expondo uma ferida social de negligência

estatal e permite produzir tanto uma resistência quanto uma demanda por reparação.

Interpretamos que a hashtag subversiva ou de resistência questiona o alcance das medidas assistencialista a grupos de pessoas em situação de vulnerabilidade agravada pela pandemia e pela falta de medidas protetivas governamentais para superar os períodos de confinamento obrigatório. Interessou-nos particularmente esse sinuoso, sutil e perspicaz movimento salamandrico engendrado pela tomada da palavra. Como afirmou Dias (2021), «Somos, de certa forma, um pouco salamandra, na medida em que [...] somos capazes de nos regenerar como sujeitos à hostilidade pela tomada da palavra como dispositivo discursivo da resignificação» (Dias, 2021, p. 115).

O argumento da salamandra, no caso da hashtag #yomequedosincasa, alcançou questionar o discurso massivo, provocando uma reflexão sobre ele e, assim, expos a ferida languageira não evidente sem, com isso, provocar uma nova ferida. Ou seja, a engenhosidade deste (tecno)discurso subversivo reside na capacidade de questionar um discurso virtuoso em prol do combate à pandemia que, ao mesmo tempo, fere por apagar sujeitos à margem do sistema, os grupos sociais mais vulnerados sem que, com isso, integre a rede de discursos negacionistas. Em outros termos, sem questionar a necessidade vital do confinamento, mas sim, reforçar a necessidade também vital de medidas protetivas a grupos mais afetados. Produzindo, assim, uma resposta além de perspicaz, extremamente complexa.

Compreendemos, com este trabalho, que a teoria da resignificação assentada no argumento da salamandra proposta por Marie-Anne Paveau (2021a) também funciona a partir de dados diferentes dos quais as hipóteses teóricas foram a princípio formuladas. Buscamos demonstrar que o dispositivo teórico-metodológico da resignificação funciona também a partir de feridas languageiras não evidentes. O que, a nosso ver, exige um outro

esforço de análise, mobilizando a rede (tecno)discursiva que compõem a (tecno)memória de uma questão social tão profunda como a aqui debatida.

Fontes e bibliografia

- Baronas, Roberto Leiser (2021): «Ressignificação: do cedilha intruso a dispositivos tecnodiscursivos culturais de memória e resistência», em Paveau, M. Costa, J. L. Baronas, R. L. (orgs.): *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar, pp. 99-114.
- Castells, Manuel (2017): *Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Costa, Julia Lourenço (2021): «#EleNão: a hashtag salamandra nos entremeios da política brasileira», em M.-A. Paveau, J. L. Costa, R. L. Baronas (orgs.): *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar, pp. 59-98.
- Dias, Cristiane (2021): «Ressignificação: a pele do acontecimento», em M.-A. Paveau, J. L. Costa, R. L. Baronas (orgs.): *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar, pp. 115-120.
- Haroche, Claudine; Pêcheux, Michel; Henry, Paul (2020): «A semântica e o corte saussuriano: língua, linguagem, discurso», em R. L. Baronas (org.): *Análise de discurso: apontamentos para uma história da noção-conceito de formação discursiva*. Araraquara: Letraria, pp. 17-39.
- Maingueneau, Dominique (2006): *Cenas da enunciação*. Curitiba: Criar Edições.
- Maingueneau, Dominique (2020): *Variações sobre o ethos*. São Paulo: Parábola.
- Maingueneau, Dominique (2021): «Das razões para ler resignificação em contexto digital», em M.-A. Paveau, J. L. Costa, R. L. Baronas (orgs.): *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar, pp. 9-14.
- Paveau, Marie-Anne (2015): *Linguagem e moral: uma ética das virtudes discursivas*. Campinas: Editora da Unicamp.
- Paveau, Marie-Anne (2021a): «A resignificação na web social: princípios teórico-metodológicos», em M.-A. Paveau, J. L. Costa, R. L. Baronas (orgs.): *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar, pp. 19-58.
- Paveau, Marie-Anne (2021b): *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Campinas: Pontes Editora.
- Paveau, M.; Costa, J. L.; Baronas, R. L. (orgs.), 2021: *Ressignificação em contexto digital*. São Carlos: EDUFSCar.

LOS CHETOS NO SON GRACIOSOS

HUMOR Y MEDIATIZACIÓN DE LA POLÍTICA EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Rich People Isn't Funny. Humor and Mediatization of
Politics in Times of Pandemic

María Agustina Ahibe

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

<https://orcid.org/0009-0000-1177-5483>

Melisa Salvitti

Universidad de Buenos Aires (Argentina)

<https://orcid.org/0009-0006-3569-4390>

El 18 de abril de 2021 la cuenta de Twitter de la agencia de viajes TurismoCity publicó la consigna «Empieza con V y les gusta a todos». El tweet contó con la participación de empresas privadas, actores públicos internacionales como la Embajada de Japón en Paraguay y usuarios independientes. No obstante, la intervención de la cuenta oficial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires generó controversia entre los usuarios, que aventuraron como respuesta: «Volver mañana a las aulas». En un contexto de tensión política ante las medidas asumidas por el Gobierno de la nación para afrontar la crisis epidemiológica a raíz de la enfermedad covid-19, este intercambio nos lleva a preguntarnos por la relación entre las prácticas políticas y la producción y circulación de discursos en el marco de la sociedad contemporánea hipermediatizada. El análisis de este caso abre la posibilidad de identificar nuevas tendencias en el proceso de mediatización de la política que parten de la circulación de discursos acerca del covid-19, más aún en el contexto actual de crisis sanitaria donde la circulación *off-line* está restringida y se ve amplificado el ensanchamiento del espacio público *on-line*.

Palabras clave

Discurso político, mediatización, *ethos*, humor, ironía, Twitter, covid-19

On April 18, 2021, the travel agency TurismoCity's Twitter account tweeted: "It starts with a V and everyone likes it". Private companies, international public actors such as the Embassy of Japan in Paraguay and independent users participated in the game. However, the official account of the government of the City of Buenos Aires's intervention generated controversy among users, venturing in response: "Return to the classrooms tomorrow." In a context of political tension after the decisions taken by the national Government to face the epidemiological crisis as a result of the covid-19 disease, this exchange leads us to wonder about the relationship between political practices and production and circulation of speeches within the framework of contemporary hypermediatized society. The analysis of this case opens the possibility of identifying new trends in the policy mediatization process that stem from the circulation of discourses about covid-19, even more so in the current context of health crisis where offline circulation is restricted and the expansion of the online public space is amplified.

Keywords

Political speech, mediatization, *ethos*, humor, irony, Twitter, covid-19

Cómo citar este artículo: Ahibe, M. A. y Salvitti M. (2024). Los chetos no son graciosos. Humor y mediatización de la política en tiempos de pandemia. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 47-59. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20197>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

La pandemia por la enfermedad covid-19 trajo aparejados efectos que al día de hoy no terminamos de develar. Entre ellos, el ensanchamiento del espacio público a través del sistema basado en Internet se vio potenciado como consecuencia de la reducción de circulación e intercambio en el espacio *off-line*. De esta forma, también tomaron más fuerza y visibilidad algunas características de la sociedad hipermediatizada actual, como la aparición de nuevos actores, de nuevas prácticas y, por ende, de nuevas formas de construcción y disputa de sentido. El espacio de la política contemporánea se vio afectado de forma ineludible por este fenómeno. Así, las estrategias basadas en los nuevos medios de comunicación (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok y diversas plataformas de *streaming*, por nombrar algunos) se volvieron no solo posibles, sino necesarias para la difusión de información y el intercambio entre actores.

En este marco, el objetivo que guía nuestra investigación es analizar e indagar las formas de construcción o disputa del sentido que se dan a partir de la inserción del discurso político en la red social Twitter. Esto nos permitirá identificar nuevas tendencias en el proceso de mediatización de la política que parten de la circulación de discursos acerca de la covid-19.

Para ello, analizaremos el caso específico de un *tweet* del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires que tuvo como contexto político la disputa entre el Gobierno nacional y el Gobierno porteño por el regreso a las clases presenciales en una situación epidemiológica de aumento de casos de covid-19 en la región. El 18 de abril de 2021 la cuenta de Twitter de la agencia de viajes TurismoCity (@TurismoCity) publicó un *tweet* con la consigna «Empieza con V y les gusta a todos». Las respuestas al *tweet* generaron un hilo que contó con la participación de actores privados desde sus cuentas oficiales (@CheNetflix, @Maizena_AR), actores públicos internacionales, como la Embajada de Japón en Paraguay (@Japon_Paraguay), y usuarios independientes. No obstante, el *tweet* emitido por la cuenta oficial del Gobierno de la Ciudad (@GCBA) generó controversia entre los usuarios, que aventuraron como respuesta: «Volver mañana a las aulas».

Esta intervención abre interrogantes en torno a nuevas formas de mediatización de la política. Especialmente, nos preguntamos –a partir de la construcción del *ethos* del partido Juntos por el Cambio, gobernante en la Ciudad de Buenos Aires– por la inscripción del discurso político de las derechas en las redes sociales: ¿qué papel juegan el uso de la ironía y sus efectos humorísticos? ¿Cómo se relaciona esta intervención con la imagen de sí mismo propuesta por el Gobierno porteño? ¿Cómo fue recibida esta respuesta en relación a su enunciador y su temática?

¿El efecto risible de la ironía persiste o encuentra sus límites? En otras palabras: ¿cualquier usuario puede hacer humor sobre cualquier tema?

Como hipótesis inicial, consideramos que el Gobierno de la Ciudad realizó una intervención lúdica del orden del humor, utilizando la ironía, para abordar una cuestión que está saturada de sentido desde el discurso serio. Sin embargo, el efecto risible se vio truncado, ya que hay una serie de condiciones que afectan su recepción.

Para avanzar en la búsqueda de respuestas, tras dar cuenta de las coordenadas teóricas que orientan nuestro análisis, dedicaremos un primer apartado a reponer el contexto epidemiológico y político en Argentina en relación al brote del virus covid-19 y las medidas asumidas para evitar su propagación. A su vez, detallaremos la contienda electoral en que la disputa por la presencialidad se desarrolla, dando cuenta de las principales fuerzas políticas enfrentadas en la región.

Luego, abordaremos la descripción de caso, clasificando respuestas modelo que el *tweet* del @GCBA recibió y relacionando estas intervenciones con las características estructurales de la red social Twitter.

A continuación, pondremos en relación este intercambio con el sistema discursivo que opera en Juntos por el Cambio a partir de las conferencias ofrecidas por el Gobierno de la Ciudad. Comprendiendo la materialidad acotada del *tweet* del @GCBA, incorporamos otros discursos emitidos en el contexto de crisis política en torno a la presencialidad. Así, a partir del abordaje de conferencias ofrecidas por el jefe de Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y su gabinete, podemos reconstruir una serie de operaciones que contextualizan al *tweet* de @GCBA y lo ubican en una estrategia discursiva específica. Esto nos permitirá analizar la intervención a la luz de los rasgos polémicos del discurso y de los colectivos identitarios a los que se apela.

En cuarto lugar, integraremos lo analizado hasta el momento con el uso de la ironía en tanto que tropo utilizado para generar el efecto risible. De esta forma, abordaremos el caso desde las dimensiones temática, retórica y enunciativa actuando en conjunto. En este punto, la existencia de códigos compartidos de forma colectiva como condición *sine qua non* para el funcionamiento del humor y de la ironía nos permitirá adentrarnos en los efectos y en el alcance de esta intervención. Por último, esbozaremos nuestras reflexiones finales.

Coordenadas teóricas

Nuestro análisis tiene como marco una sociedad contemporánea hipermediatizada (Carlón, 2018).

Estamos frente a un nuevo sistema de mediatización con base en Internet (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, Snapchat, TikTok, entre otras) que está dando lugar a una nueva semiosis –una semiosis contemporánea– y requiere nuevas categorías y propuestas de análisis. Al sistema de los medios de comunicación de masas se le ha sumado el de los nuevos medios y, a pesar de ser diferentes entre sí, ambos sistemas mediáticos se encuentran en permanente relación (relaciones intersistémicas).

Esta nueva era en la que vivimos se caracteriza por la existencia de «nuevos sujetos que generan nuevas prácticas y, con ellas, se están cambiando a sí mismos y a la sociedad» (Carlón, 2014, p. 2). El nuevo ambiente mediático, híbrido y social es consecuencia de ello: por un lado, existen nuevos medios y nuevos sujetos que, ahora, también son productores y resignifican permanentemente los discursos que reciben desde las instituciones o los medios de masas; por otro lado, el sistema de viejos medios se ha transformado y ha cambiado su rol.

Siguiendo las reflexiones de Ana Slimovich (2017), la sociedad hipermediatizada actual está atravesada por la digitalización de la política y, en consecuencia, ha producido un ensanchamiento del espacio público; por primera vez en la historia de la mediatización los discursos de los ciudadanos acceden al espacio público sin intermediarios a través de las redes sociales (y allí conviven con los discursos de los políticos).

El espacio de la política contemporánea está constituido no solo por los medios de comunicación de masas, sino también por los nuevos medios con base en Internet. Hay nuevos enunciadores políticos, nuevos tipos de discursos políticos y nuevas prácticas políticas digitales, ya que «las prácticas políticas se ven influidas así por las nuevas condiciones de la circulación de los discursos» (Slimovich, 2017, p. 13).

Como sostiene Álvaro García Linera (2016), Internet y las redes sociales constituyen un nuevo soporte material de comunicación tan importante como lo fueron otros soportes en el pasado (la imprenta, la radio y la televisión). Por sus características, se trata de medios que son cada vez más universales y que generan nuevas dinámicas de producción, consumo, circulación e intercambio. En ese marco, las redes se convierten en nuevos escenarios de lucha por el sentido común y modifican no solo «la construcción cultural y educativa de las sociedades, sino la forma de hacer política» (2016, p. 1).

En este contexto, es pertinente el análisis del discurso político. Según Verón (1996), abordar el discurso político supone enmarcarse dentro de determinadas instituciones del sistema político democrático como condiciones de producción discursiva. De este modo, el discurso político se

diferencia de otros discursos sociales y su análisis arroja pistas respecto al funcionamiento de esas instituciones que operan como marco. A su vez, debe considerarse que todo discurso forma parte del discurso social, entendiéndolo como un sistema de producción social de sentido y representaciones del mundo que funciona como un mecanismo regulador ante lo aleatorio (Angenot, 2010). En este sentido, nuestro análisis buscará dar cuenta del juego de estrategias que entran en funcionamiento en la producción discursiva y que debe analizarse de forma diacrónica, es decir, en determinado marco temporal considerando las fuerzas sociales con las que el discurso se entrelaza permanentemente.

A la hora de considerar estas estrategias, hemos de reconocer lo que Verón (1996) define como entidades y componentes discursivos. Según el autor, el campo discursivo de lo político implica un «enfrentamiento» entre enunciadores que evidencia la dimensión polémica del discurso político: todo acto de enunciación supone la réplica de un otro negativo y, a su vez, la de un otro positivo. En este sentido, en nuestro análisis reconoceremos la presencia de un prodestinatario como destinatario positivo que se adhiere a los valores del enunciador conformando lo que Verón denomina un «nosotros» identitario. Por otro lado, hemos de destacar la presencia de un contradestinatario como destinatario negativo, cuyas creencias buscan invertirse. Estas figuras discursivas se encuentran asociadas a partir de los componentes del discurso, que son aquellas zonas discursivas que asocian el enunciado con la enunciación. De este modo, el reconocimiento de componentes discursivos, a saber: descriptivo, didáctico, prescriptivo y programático, nos permitirá dar cuenta de la estrategia enunciativa en la que se insertan las entidades discursivas.

En este punto resulta interesante para nuestro análisis incorporar los aportes de Maingueneau (2012) en torno a la noción de *ethos* como una dimensión del acto enunciativo que implica una experiencia sensible, movilizandó afectividades en el destinatario. De este modo, el *ethos* se trata de una manera de decir que es también una manera de ser, una imagen de sí que el enunciador busca construir a partir de la dimensión verbal, visual y musical, articulando el cuerpo y el discurso. Dominique Garand (2016) ha tomado este concepto para definir el *antiethos* como una serie de procedimientos de descalificación y nominación que vuelven a un sujeto el blanco del discurso atacante. De este modo, se construye un antisujeto que puede ser individual, colectivo o genérico, cuya detección en el corpus que nos ocupa enriquecerá nuestros análisis.

Por otro lado, también nos ocupa la cuestión del juego y la ironía en tanto que recurso humorístico.

Para abordar este campo, el análisis de la cultura cómica popular (Bajtin, 1987) nos revela que, desde su origen, el humor tuvo una función crítica y de resistencia de la sociedad, a tal punto que las instituciones de finales del siglo XVI consideraron necesario censurarlo, regularlo y disciplinarlo (Burke, 1978). Hoy, en la era del imperativo de lo cómico (Lipovetsky, 1983), ¿han sido las instituciones capaces de vaciarlo totalmente de sentido? Creemos que no. Tampoco le otorgaremos *per se* un valor revolucionario ni antitotalitario, como aquellas posturas con las que discute Žižek (2001). Pero, si consideramos la cultura un campo de disputas de sentido, los discursos que la componen cobran especial importancia, porque ponen de manifiesto las significaciones en juego. A lo mejor el humor brinda aproximaciones diferenciales y ese factor sirve como herramienta para la reflexión.

Como sostiene Nélide Beatriz Sosa, cualquier investigación sobre humor se enfrenta al obstáculo de la falta de consensos, del «caos terminológico y conceptual» sobre la temática (2007, p. 171). Si bien existen teorías que pueden orientarnos en la materia, el análisis del humor mediatizado requiere ajustes y adaptaciones. Por ello, en relación a los objetivos propuestos por el presente trabajo, partiremos de una noción de humor que se diferencia de lo cómico por la actividad reflexiva que pone en juego.

Siguiendo el razonamiento de Sosa, lo que distingue a uno de otro es la finalidad: «Mientras el humorismo propone una lectura diferente de lo social, impone rupturas, desplazamientos y transgresiones mediante las cuales cuestiona las respuestas habituales, la comicidad solo busca entretener, amenizar, descomprimir, o bien, agredir a blancos específicos» (2007, p. 177). La comicidad, entonces, busca una risa lúdica y, por lo tanto, es un fin en sí misma.

Desde esta perspectiva –y en línea con los aportes de Luigi Pirandello–, podemos sostener que el humorismo realiza una compleja operación crítica, ya que

en el humorismo, la reflexión no se esconde, no permanece invisible, sino que se pone ante la emoción inicial como un juez, la analiza, desapasionadamente, y descompone su imagen. Sin embargo, de este análisis, de esta descomposición, emana otro sentimiento: aquel que podría denominarse el sentimiento de lo contrario. (Pirandello, 1968, p. 124).

Esto quiere decir que el humor no busca únicamente mostrar contradicciones y reírse de ellas, sino que trata de percibir y sentir los elementos de la contradicción para hacerse cargo, con comprensión, de ella.

El análisis de la cultura cómica popular (Bajtin, 1987) nos revela que, desde su origen, el humor tuvo una función crítica y de resistencia de la sociedad

Consideramos, entonces, que el humor incluye una actividad reflexiva (a diferencia de la propuesta de lo cómico) y que lo propio del humor es poner en evidencia desde la risa que «lo hegemónico podrá ser dominante, pero que no lo es nunca de modo absoluto y que la posibilidad de burlarlo está siempre disponible en el ingenio humorístico de cada nueva generación» (Moglia, 2013, p. 12). Esto no significa que las producciones culturales bajo el pensamiento humorístico asuman siempre un signo transgresor. De hecho, como sostiene Moglia, pueden adoptar también un signo de renovación conservadora. Según Tomás Várnagy, el humor puede ser «un arma, una forma de ataque y un medio de defensa» (2016, p. 18). No significa que necesariamente sea así: el humor puede contribuir al orden social como puede ser la expresión de un conflicto.

Uno de los recursos humorísticos más extendidos es la ironía. Cuando hablamos de ironía tendemos a pensar en una práctica discursiva que puede ser interpretada, al menos, de dos maneras: una evidente y otra encubierta. Es un mecanismo semántico por el cual se presentan dos significados para un significante.

Complejizando esta idea, Linda Hutcheon (1992) sostiene que la ironía es un tropo –mecanismo retórico– que excede el campo semántico y comprende dos planos: el semántico y el pragmático. En el plano semántico la ironía se define como una antífrasis, es decir, una señalización de diferencia de significado. Por ende, en ella sí se superponen de forma estructural dos contextos semánticos distintos: lo que se dice y lo que se quiere que se entienda. Este análisis se centra en los elementos del texto y no es situacional. En cambio, la dimensión pragmática tiene que ver con un señalamiento evaluativo, en general peyorativo, que expresa un juicio negativo (Hutcheon, 1992). Aquí sí entra en juego un análisis situacional y relacional con su contextualización. La ironía, entonces, tiene un doble funcionamiento: inversión semántica y evaluación pragmática, contraste y evolución.

En el *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística argentina*, Susana Gómez (2014) sostiene que, en este

marco, un enunciado requiere de otro enunciado para llevar adelante su comprensión evaluadora. La autora desarrolla:

Así, la ironía viene a cuestionar otros discursos, a jaquear críticamente los valores establecidos y a «poner al revés» el texto citado señalando la contrariedad inherente en él. El reconocimiento feliz de la ironía estaría dado por la captación de esta subversión en los valores que el ironista propone como respuesta a otros enunciados. Por lo tanto, la ironía es generadora de sentido e imparte en el sistema de los discursos sociales una contrastación entre lo dado y lo creado, entre lo dicho y lo factible o pensable. (Gómez, 2014, p. 94).

Gómez (2014) sostiene que en la actualidad la ironía prolifera dentro de la cultura, reemplazando en parte a la dicción de la verdad tanto ante hechos imposibles de abordar como ante hechos que por su excesiva visibilidad ya se han saturado de sentido. En el primero de los casos, el humor ironiza sobre lo no decible y, gracias a ello, lo pone de manifiesto. En el segundo, la ironía se torna necesaria para develar la verdad. En este sentido, se utiliza la ironía para denunciar contradicciones, emitir juicios u otorgar nuevas perspectivas sobre hechos inabarcables desde un discurso serio o hechos muy saturados de sentido (o incluso, lugares comunes). De esta forma, el humor y, en particular, la ironía se vuelven un recurso fundamental en los discursos que circulan para develar la verdad, poner en cuestión sentidos cristalizados o simplemente abordar temas que no pueden ser abordados desde un discurso serio o no-irónico.

Otro recurso humorístico que es pertinente para el presente trabajo es el juego de palabras. Según Florencia Ortiz, los juegos de palabras remiten a «un conjunto de formas y usos del lenguaje verbal, cuyos procedimientos involucran distintos planos de la lengua: fonológico, semántico, sintáctico, morfosintáctico y fonético» (2014, p. 99). Cuando nos referimos a juegos de palabras humorísticos, están involucrados simultáneamente dos sistemas: por un lado, las normas de la lengua como sistema lingüístico; por el otro, las convenciones sociales o, en otras palabras, la relación entre el lenguaje y la realidad. De esta manera, el efecto humorístico está

directamente relacionado con la capacidad de muchos de ellos [los hablantes] de «reciclar» el lenguaje, de renovar o dar una vuelta de tuerca a las expresiones más familiares y comunes de nuestro idioma. En tanto reasociaciones del material previo, apelan a frases hechas, a saberes conocidos por los oyentes o lectores y orientan su nueva significación hacia algún sentido no previsto. Como en un juego

de billar, en el que las bolas se chocan entre sí y se disparan hacia direcciones previsibles y no previsibles al mismo tiempo. (Ortiz, 2014, p. 100).

Todos los juegos de palabras nos obligan a apartarnos del sentido común, lineal o consensuado, de lo que esperamos del texto. Nos enfrentan a significados nuevos que pueden ser descubiertos.

Contexto

En diciembre de 2019, el primer caso de síndrome respiratorio a causa de un nuevo coronavirus (SARS-CoV-2) fue registrado en la ciudad de Wuhan, en China. Tras su propagación, la Organización Mundial de la Salud (OMS) resolvió declarar la situación de pandemia el 11 de marzo del 2020 a través de un comunicado que contemplaba medidas restrictivas de prevención para ser adoptadas por las naciones.

En nuestro país, el 12 de marzo de ese mismo año se publicó, a través del *Boletín Oficial*, el primer decreto de necesidad de urgencia (DNU) en referencia a la enfermedad covid-19, a través del cual se declaraba la situación de emergencia sanitaria (Resolución 108/2020). El 20 de marzo, se publicó la medida de aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), que tenía por fin evitar la propagación del covid-19 (González *et al.*, 2021). Esta medida se extendió a toda la población (no solo a casos confirmados y contactos estrechos) y supuso restricciones de circulación, exceptuando salidas con fines de abastecimiento de alimentos, artículos de limpieza y medicamentos. A su vez, esta medida restringió actividades comerciales y gastronómicas en la vía pública, prohibió el desarrollo de eventos culturales y deportivos, dispuso el cierre de las fronteras y la prohibición de circulación al interior del país e impidió las reuniones en espacios cerrados. Por otro lado, se estableció un permiso de circulación para aquellas actividades definidas como esenciales (Chiuffo, 2020).

En lo que respecta a la educación durante este período y siguiendo los lineamientos adoptados internacionalmente en la región latinoamericana, el Ministerio de Educación de la nación acordó la suspensión del dictado de clases presenciales en los niveles inicial, primario, secundario en todas sus modalidades e institutos de educación superior por medio de una resolución ministerial emitida el 16 de marzo. De acuerdo con esta medida, tanto estudiantes, docentes como personal no docente debió continuar con el desarrollo de las actividades pedagógicas administrativas de forma remota (Resolución 108/2020).

En la Ciudad de Buenos Aires, esta modalidad se desarrolló hasta octubre del 2020, momento en

que el Gobierno nacional autorizó una serie de criterios epidemiológicos para la reanudación de actividades presenciales en instituciones educativas (Resolución CFE núm. 370/2020). Esta resolución estableció los parámetros epidemiológicos que deberían tener en cuenta las autoridades sanitarias y educativas jurisdiccionales para reanudar las clases presenciales de forma escalonada en las zonas con bajo riesgo epidemiológico, priorizando los últimos años de cada nivel educativo. Por otro lado, en zonas de nivel epidemiológico de mediano riesgo, las autoridades pertinentes debían evaluar el desarrollo de actividades recreativas no educativas al aire libre y actividades de cierre de ciclo.

A comienzos del ciclo lectivo 2021, se aprobó el Protocolo para el Inicio de Clases Presenciales 2021 en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Este documento, aprobado por el Ministerio de Educación y el Ministerio de Salud de la Ciudad de Buenos Aires, dispuso el funcionamiento de forma escalonada de «burbujas» de estudiantes y docentes (Protocolo para el Inicio de Clases Presenciales 2021). Cabe señalar que la implementación de estas medidas se desarrolló ante el escenario epidemiológico con un promedio de 644 casos positivos diarios en la Ciudad de Buenos Aires durante la primera semana de marzo, según arroja el *Informe de casos covid-19, semana del 1 al 7 de marzo de 2021* (Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2021).

En abril del año en cuestión y ante el aumento de casos positivos que desataron la llamada «segunda ola» en la región, el Gobierno nacional resolvió por decreto la suspensión de clases presenciales durante quince días en la zona del AMBA (Decreto 241/2021). Ante esta medida, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires presentó ante la Corte Suprema una acción declarativa de inconstitucionalidad y una medida cautelar declarando el decreto inconstitucional. Este conflicto se vio acentuado tras la presentación de amparos por parte de organizaciones diversas en reclamo de la presencialidad educativa. Ante este escenario, el 18 de abril la justicia porteña falló a favor de la autonomía de la Ciudad de Buenos Aires para sostener el plan de presencialidad en las escuelas.

La contienda por la presencialidad en año electoral

Hasta este punto hemos repuesto las medidas implementadas por el Gobierno nacional y porteño en el marco del inicio de la segunda ola de la pandemia covid-19 en nuestro país. La contienda por la continuidad de clases presenciales en la región del AMBA debe abordarse considerando los esfuerzos de las dos fuerzas políticas argentinas principales durante el año electoral 2021, que culminaría con

elecciones legislativas en noviembre. De este modo, la judicialización y debate por la presencialidad educativa responden a un enfrentamiento entre los partidos Frente de Todos y Juntos por el Cambio.

El Frente de Todos gobierna a nivel nacional desde las últimas elecciones presidenciales, celebradas en el país en 2019. La fórmula que instauró a Alberto Fernández como presidente y a Cristina Fernández de Kirchner como vicepresidenta derrotó a la coalición Juntos por el Cambio a nivel nacional. En cambio, a nivel jurisdiccional, Horacio Rodríguez Larreta fue reelecto como jefe de Gobierno en la Ciudad de Buenos Aires, dando lugar así al cuarto gobierno consecutivo de su partido en la capital del país, con la alianza Juntos por el Cambio.

En este sentido, consideramos que la intervención producida en la red social Twitter debe leerse a la luz de la contienda electoral, en tanto que pone en escena a las dos fuerzas políticas que se enfrentarían ese año. Para ello, abordamos el caso considerando la estrecha relación que la inscripción en redes sociales guarda con la construcción del *ethos* de un partido político en un año electoral y las resignificaciones que esta intervención implica en términos de aportes a la relación entre redes y cultura política en nuestro país.

Caso: «Empieza con V y les gusta a todos»

El 18 de abril de 2021, la cuenta de TurismoCity, una conocida empresa de viajes, compartió en Twitter la consigna: «Empieza con V y les gusta a todos». El *tweet* que dio inicio al juego recibió múltiples respuestas tanto de usuarios particulares como de empresas u organismos.

Algunas respuestas fueron: vacaciones, Venecia, vino, Vélez, viernes, volcán de chocolate, Villa la Angostura. Entre ellas se destacan las de la Embajada de Japón («Ver animé»), Netflix Argentina («Ver la segunda temporada de Luis Miguel ahora mismo») y Maizena («Nuestro postrecito de Vainilla»). En este marco, la cuenta oficial del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires («@GCBA») respondió: «Volver mañana a las aulas».

En este punto, es importante resaltar que la cuenta @GCBA es una cuenta verificada por medio de la insignia azul, que confirma la autenticidad de las cuentas de interés público (*Requisitos de verificación de Twitter*, 2021) y utilizada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires –liderado por el PRO en el marco de distintas coaliciones desde 2007– para difundir información respecto a la gestión de gobierno en varios ámbitos, como el cultural, educativo, ambiental y de salud, entre otros. Por ejemplo, se difunden eventos culturales o medidas y actividades que atañen a la cuestión ambiental en la ciudad.

La intervención llamó la atención de numerosos usuarios, que respondieron al *tweet*, y también de algunos medios de comunicación, que se hicieron eco de la polémica que generó. De este modo, en cuanto al reconocimiento podemos identificar ciertas gramáticas que exceden la lectura ideal trazada en cuanto a la producción (Verón y Boutaud, 2007). Atendiendo a las respuestas que el *tweet* recibió, reconocemos ciertos comentarios modelo, es decir, que tienden a reiterarse en el hilo conformado por las respuestas. Dentro de estas respuestas de corte negativo, destacan los juegos de palabras que responden con una nueva ironía al *tweet* de @GCBA: «vacunarse», «vivir», «vacantes que Larreta negó», «V de vergüenza ajena, impresentables», entre otras.

A su vez, reconocemos que varios usuarios hicieron referencia a la puesta en ridículo del Gobierno de la Ciudad por hacer humor a partir de la crisis política y sanitaria: «Hay gente con miedo a morir. No da para hacer chistes», «¿Piensan que es un chiste arriesgar la salud de la gente?», «El GCBA se toma muy en serio el tema de la educación y la salud», por citar algunas. Este tipo de respuestas remite a ciertos lugares comunes que operan en el discurso social (Angenot, 2010). Este, en tanto que conjunto de normas, define ciertos tabúes como formas de lo intocable. Así, la salud, la educación y la muerte se vuelven temas delicados de tratar, lo que explica estas respuestas negativas por parte de los usuarios de Twitter.

Por otro lado, en el hilo de respuestas se pone de manifiesto la aparición de nuevos modos de hacer política en el contexto de una sociedad hipermediatizada: algunos usuarios reconocen el trabajo del *community manager* (CM) obrando tras el *tweet* del Gobierno, mientras que otros esgrimen sus argumentos hacia el jefe de Gobierno o el Gobierno en sí: «Se está muriendo gente y te hacés el gracioso CM? Sos nefasto», «Conseguite un laburo honesto, Pablo. Salí de ahí», «Impresentables tanto el cara de verga de @horaciolarreta como el CM del Gobierno de la Ciudad», «Mamita. CM made in Venecia. Andá actualizando el CV, bobx». De este modo, en tanto gestor del perfil @GCBA, el CM aparece como un actor que media entre el público y el Gobierno de la Ciudad y su existencia parece formar parte de un saber universal ligado a una época o sociedad (Angenot, 2010) que en este caso refiere a la existencia y mecanismos de producción de equipos de comunicación política. Esto quiere decir que no existen operaciones de ocultamiento de su figura.

Por último, cabe mencionar la respuesta modelo que refiere a la falta de efecto humorístico que el *tweet* provoca. Más de un usuario señaló cómo el *tweet* puso fin al entretenimiento que la consigna de @TurismoCity había generado entre los participantes. Entre estas respuestas encontramos, por ejemplo: «Encima se hacen los graciosos», «Qué lás-

tima que hayan arruinado así el *tweet* de @TurismoCity», «Genios del humor, los veinticinco mil pibes sin vacante en CABA ¿a qué aula volverían?» y «Los chetos no son graciosos capítulo mil».

Así, la salud, la educación y la muerte se vuelven temas delicados de tratar, lo que explica estas respuestas negativas por parte de los usuarios de Twitter

De este modo, Twitter en tanto que plataforma de diálogo nos permite ubicar en un mismo plano a estos actores diversos (usuarios particulares, empresas, organismos públicos, partidos políticos y medios de comunicación), tomando la forma de una suerte de foro político, social y cultural que ha creado una nueva esfera pública sobre la cual los ciudadanos opinan, según señalan los estudios de Ernesto Calvo (2015). Al respecto de Twitter, autores como Calvo reconocen que, así como nacieron nuevas formas de exposición mediática de mano de las redes sociales, se produjeron nuevas formas de agresión política. Según él, Twitter es un medio particularmente inclinado a estas agresiones en tanto que debe maximizarse el efecto de los argumentos en espacios limitados de doscientos ochenta caracteres. A su vez, reconoce el papel que el humor, el sarcasmo y la agresión juegan en el impacto de los *tweets*.

El caso que analizamos, el *tweet* de @GCBA, refiere a un material discursivo acotado: es una intervención breve, específica y condicionada por la estructura de la plataforma, Twitter. Como elemento aislado no permite un análisis en profundidad. Pero, en relación con sus condiciones de producción –y, en parte, de reconocimiento–, podemos reconstruir la imagen que ofrece de sí Juntos por el Cambio en tanto que Gobierno de la Ciudad, situar el *tweet* en el universo discursivo (cómo se relaciona con otros discursos) y esbozar una interpretación sobre los sentidos en juego.

Juntos por el Cambio: origen y *ethos*

La coalición Juntos por el Cambio nació en 2019 como sucesora de Cambiemos y de su precedente Propuesta Republicana (PRO). Esta última se fundó en 2005, pero comenzó a moldearse a partir del conflicto político, social e institucional que azotó a nuestra sociedad en el 2001. Desde entonces, el

PRO se presenta a sí mismo como un partido moderno a partir de la construcción de un *ethos* empresarial, emprendedor y festivo, según detalla Gabriel Vommaro (2017). Cabe destacar que para esta construcción fue fundamental contar con un dirigente como Mauricio Macri, que provenía de un ámbito ajeno al político y propio de la gestión privada. «En tiempos de impugnación de la política partidaria, contar con un dirigente popular que venía de una actividad no emparentada con ella se convirtió en un recurso de legitimación. Macri podía presentarse como un recién llegado» (Vommaro, 2017, p. 20). En este sentido, el emprendimiento, el voluntariado y la lógica festiva son valores que atraviesan la imagen de sí ofrecida por Juntos por el Cambio.

Si nos atenemos a la crisis política por el regreso a clases presenciales del 2021, esta construcción puede corroborarse en una serie de discursos emitidos por Horacio Rodríguez Larreta en el marco de las conferencias que se realizaron para comunicar las medidas en torno a la presencialidad escolar.

Entendiendo el discurso político como aquel que encuentra sus condiciones de producción en determinada institución del sistema político democrático (Verón, 1996), se destaca, entre otras entidades discursivas, un *nosotros* identificado con el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y su equipo. Por otro lado, el Gobierno nacional aparece como entidad opuesta de la que busca diferenciarse:

Desde el **Gobierno de la Ciudad** recogimos y compartimos algunas de las preocupaciones que nos transmitió el **Gobierno nacional**, incluso algunas de ellas que hablé personalmente con el presidente de la nación [...].

Yo desde el primer día de marzo del año pasado, siempre transmití mi convicción, siempre estuve dispuesto al diálogo, **siempre buscamos coordinar esfuerzos con el Gobierno nacional** y les garantizo que lo vamos a seguir haciendo [...]. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

Partiendo de este colectivo identitario, reconocemos como prodestinatarios, es decir, destinatarios positivos del discurso, a quienes están a favor del regreso a clases presenciales y se adscriben a una serie de valores que en el discurso son presentados como positivos. De entre ellos, destacan la defensa de la educación, salud y el bienestar integral de la gente.

Sigamos trabajando juntos cuidando y defendiendo la **salud**, pero también defendiendo nuestro trabajo, defendiendo la **educación** de nuestros hijos, defendiendo todo lo que hace a nuestro **bienestar integral** como personas. (Archivo 2. Conferencia del

Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 15 de abril de 2021).

Siempre vamos a estar buscando atender el **bienestar integral** de las personas [...]. Yo no tengo ninguna duda de que esa es la mejor manera de cuidar a la gente. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

En estas citas se identifica a su vez como entidad discursiva al metacolectivo singular «la gente». Esta elección destaca principalmente al oponerse al discurso del Gobierno nacional, cuyo partido tiende a identificarse con el metacolectivo «el pueblo», remitiendo a una memoria discursiva en torno al término cuya circulación permite la construcción de identidades colectivas (Charaudeau, 2004). Retomando los aportes de Vommaro (2017), la referencia a «la gente», a la vez que se mencionan diferentes actores o ciudadanos, responde a un *ethos* construido a partir de la imagen de ciudadanos como figuras ajenas a la política. Estos actores son mencionados durante los discursos de Rodríguez Larreta, llegando incluso a identificarse con la entidad «la gente»:

Yo confío. Confío en cada uno de los chicos y las chicas de la Ciudad de Buenos Aires, en todos los alumnos. Confío en la comunidad educativa, en los padres, en los directivos, en los docentes. Confío en cada uno de nosotros para sacar esta difícil situación adelante. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

Como se mencionó, del mismo modo que el jefe de Gobierno porteño señala su inscripción al colectivo de pertenencia, se marca una diferencia frente al accionar del Gobierno nacional. A partir de ciertas oposiciones, se producen clivajes en el discurso a través de los cuales se asocia al Gobierno nacional a una serie de valores presentados como negativos. De este modo, se lleva a cabo la construcción de un *antiethos* como antisujeto del que se busca diferenciar al colectivo de pertenencia. Entre estos clivajes, destacamos la oposición entre la política y la gestión o participación. La primera es presentada como un valor negativo: el «hacer política» aparece como una maniobra llevada a cabo para el usufructo personal (incluso al tratarse de temas que competen al ámbito político).

Vamos a hacer todos los esfuerzos posibles para conseguir vacunas y ponerlas a disposición del país entero. [...] Y también aclaro: nunca vamos a hacer política con las vacunas. (Archivo 2. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 15 de abril de 2021).

De este modo, al consultarse a Rodríguez Larreta por los dichos del ministro de Justicia Nacional respecto a la judicialización de la medida tomada por la nación respecto a la presencialidad, el jefe de Gobierno responde, nuevamente, señalando la política como valor negativo.

No nos enganchamos en discusiones políticas respecto a la salud y la educación, con lo cual no voy a contestar. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

Siguiendo con esta línea, Rodríguez Larreta destaca el apoyo del metacolectivo «la gente» y su militancia en favor de la educación presencial en términos de «participación» y «energía positiva», reforzando el planteo de Vommaro (2017) en torno al *ethos* festivo que opera a nivel discursivo, como se aprecia a continuación:

Mi otro mensaje es de agradecimiento: esto es debido a la energía positiva, a la participación, es debido a cómo se han expresado miles, millones, de ciudadanos, de padres, de chicos, de todos. Y también, el otro mensaje es que esa energía positiva la pongamos en pos de cuidarnos [...]. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

Por otro lado, identificamos el clivaje que se produce en torno al diálogo y el unilateralismo, el primero formando parte del *ethos* del Gobierno de la Ciudad en oposición al antisujeto construido a partir del Gobierno nacional, como se identifica en más de una instancia durante las conferencias del jefe de Gobierno porteño:

Así desde hace más de un año venimos haciendo de la cooperación y del diálogo el principal de nuestros valores. [...] Sostuvimos siempre la coordinación con el Gobierno nacional y con el Gobierno de la provincia. (Archivo 2. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 15 de abril de 2021).

Esta forma de trabajo, por primera vez, ayer se rompió. El Gobierno nacional tomó medidas sin consultarnos. [...] Es la primera vez que se toman decisiones que afectan a la vida de millones de personas sin una consulta, sin un minuto de diálogo. (Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021).

De este modo, al comprender el marco político en que el intercambio en la plataforma Twitter se desarrolla, podemos identificar el *ethos* festivo que pondera el emprendimiento y la participación ciu-

dadana como sujetos ajenos a la política tal como señalan Vommaro (2017) y Cattaneo (2019). Así, este intercambio cobra relevancia a la luz de una estrategia que apela a formas ajenas a la política. A su vez, a partir del análisis de piezas discursivas enunciadas en el contexto político en que se desarrolló el intercambio en Twitter nos permite identificar rasgos del discurso polémico que se hace presente a su vez en el tweet sobre el regreso a la presencialidad. En estos discursos, identificamos la existencia de determinadas entidades discursivas que son ligadas por diferentes componentes tejiendo una red de relaciones entre estas figuras. En los discursos analizados, los componentes descriptivos y prescriptivos son los que destacan. Por un lado, se constata y describe una realidad respecto a la situación sanitaria en la Ciudad de Buenos Aires y, por el otro, se plantea desde el orden del deber una necesidad imperiosa: la del regreso a la presencialidad.

Estas figuras y componentes se entrelazan a partir de una serie de valores que conforman ciertos clivajes o dicotomías entre la salud y la educación, el unilateralismo y el diálogo, y la política y la participación. Estos rasgos y tendencias señalados hacen mella en la gramática de producción que opera en el tweet del @GCBA.

La dimensión polémica del discurso

Llegados a este punto, podemos discriminar los destinatarios del discurso político en específico que tomamos como caso, siempre en el marco del *ethos* del actual Gobierno de la Ciudad, que es, por ende, Juntos por el Cambio. Según la definición de Verón (1996), el discurso político puede desarrollar tres funciones: reforzar creencias compartidas, polemizar con destinatario negativo (aquel con el que no se comparten creencias) y persuadir a quienes están indecisos. Como el campo del discurso político es, por definición, confrontativo, supone la presencia de un prodestinatario y un contradestinatario, es decir, un enunciador que es inseparable de su adversario.

Existe una relación de continuidad entre el colectivo de identidad repuesto a partir del análisis del *ethos* de Juntos por el Cambio y la figura de *prodestinatario* identificado en el tweet de la Ciudad de Buenos Aires. Asistimos a una superposición de prodestinatarios respecto al tweet de la Ciudad de Buenos Aires que halla su correlato en el colectivo identitario «la gente», que comprende a su vez una diversidad de manifestaciones ciudadanas. No solo comprende a los ciudadanos que comparten las ideas y la plataforma política del partido, sino también a: aquellas personas que desconfían de «la política»; a quienes creen en la existencia de las dicotomías ya planteadas en el marco de la

Si hubo comunicación oficial, si se tomaron las medidas judiciales consideradas pertinentes a través de los canales correspondientes, si el Gobierno de la Ciudad boga por el diálogo y la cooperación, ¿cuál es el aporte del *tweet*?

pandemia (política-salud, salud-economía, salud-educación); a quienes cuestionan la gravedad de la situación sanitaria y descreen de la necesidad de cuidados restrictivos; a las personas que están disconformes con la gestión que realizó el Gobierno nacional frente a la pandemia; entre otros grupos.

A la hora de reponer la figura del *contradestinatario* discursivo en el *tweet* de la Ciudad de Buenos Aires, nuevamente remitimos al contexto en que este intercambio se desarrolla. Así, en el *antiethos* presentado en las conferencias del jefe de Gobierno reconocemos una serie de valores y dicotomías que responden a la función polémica del discurso. Según Verón, esta función prima en referencia al destinatario negativo cuyas creencias se busca invertir. De este modo, por medio de la ironía se refiere al contradestinatario del discurso, que también tiene una relación de continuidad con el antisujeto que reconocimos en el análisis del *ethos* de Juntos por el Cambio. Sin la intención de hacer un recuento exhaustivo, listamos algunos grupos que están comprendidos dentro de este grupo, solo para evidenciar el contraste: aquellas personas cuya ideología coincide con el Gobierno nacional; quienes creen que el cuidado de la salud debe ser prioritario frente a otras cuestiones; o quienes no están conformes con la gestión del Gobierno de la Ciudad.

El discurso estudiado es eminentemente de corte confrontativo y, por ende, prima la dimensión polémica del discurso. Supone la dicotomización de dos posturas presentadas como irreconciliables (Amossy, 2016) y, en este caso, deja relegada la función persuasiva. Es decir, que, si bien el sistema discursivo analizado de Juntos por el Cambio deja ver una función persuasiva, consideramos que no es el rasgo primordial en el *tweet* de la Ciudad de Buenos Aires.

Esta cuestión suscita nuevos interrogantes: si hubo comunicación oficial, si se tomaron las medidas judiciales consideradas pertinentes a través de los canales correspondientes, si el Gobierno de la Ciudad boga por el diálogo y la cooperación, ¿cuál es el aporte del *tweet*?

El recurso de la ironía y lo risible

Con ese último interrogante iniciamos el abordaje de la última arista del análisis: el humor –integrado con la ironía como tropo– y su relación con los elementos temáticos y enunciativos. Tomamos como base el esquema propuesto por Oscar Steimberg (1993) para la clasificación de géneros y estilos para realizar esta aproximación integral, teniendo en cuenta elementos temáticos, retóricos y enunciativos. Presentado el tema, iniciado el análisis de la enunciación, continuaremos con la integración y profundización de estos campos junto con la dimensión retórica.

El formato de juego de palabras e ironía aparece como una forma de burla menos injuriosa respecto a la tesis a la que se adscriben los contradestinatarios hasta este punto descritos, se pone en juego lo implícito para apelar a la complicidad de los prodestinatarios (Bonnafous, 2016) sin dejar de tratarse de figuras de la agresión propias del discurso polémico. Considerando que actualmente asistimos a un modelo del discurso político moderado, donde se tiende a la crítica radical basada en el prestigio de un saber técnico (Angenot, 2010), retomamos nuestra hipótesis de que el formato informal, lúdico e irónico contiene un aporte diferencial frente al discurso serio.

En este *tweet* la ironía toma forma a través de dos significados para un significante, dos sentidos que derivan del mismo texto: el evidente, es decir, su participación en el juego propuesto por TurismoCity comentando algo que comience con V, y el segundo sentido encubierto –aunque no tanto–, que, en este caso, refiere la denuncia en el marco del debate político sobre la presencialidad de las clases.

La antífrasis en el plano semántico tiene que ver con el juego de palabras en sí, con participar de la consigna de juego de la página cumpliendo con ella, pero a la vez participar con un texto que no es una respuesta válida dentro de los códigos implícitos del juego abierto por TurismoCity. En esta instancia es donde podemos vislumbrar el plano pragmático, a través de una evaluación negativa situacional, es decir, en relación al contexto, a la realidad concreta. Es aquí donde aparece la crítica a la decisión del Gobierno nacional frente a la presencialidad de las clases.

Si bien el análisis de la ironía en tanto que tropo –mecanismo retórico– nos brinda claridad sobre la operación, no puede ser separada de la escena comunicacional y, por ende, de sus dimensiones enunciativa y temática. Solamente podemos separarlas con fines analíticos, pero es fundamental remarcar que las distintas dimensiones de un discurso operan siempre en conjunto y relacionándose entre sí. Es por eso que el funcionamiento de la

ironía en tanto que antífrasis y señalamiento evaluativo negativo termina de consolidarse cuando comprendemos la temática y situamos el enunciador y la escena enunciativa en su conjunto.

En un artículo reciente, Fraticelli considera que «lo reidero se instituye en los procedimientos comunicacionales que se refieren a la propia comunicación» (2020, p. 3). De esta afirmación se desprende la creencia de que lo reidero no se define por su temática ni por su retórica, ya que los mismos temas y operaciones retóricas pueden encontrarse tanto en discursos serios como risibles. Por ello, el autor sostiene que lo reidero se funda en la materialidad discursiva del intercambio, a la cual podemos acceder mediante un análisis enunciativo que nos permita reconstruir la propuesta comunicacional.

Siguiendo los lineamientos de los últimos párrafos, la figura del enunciador resulta clave a la hora de analizar la operación irónica. Los planos de la ironía (antífrasis y el señalamiento evaluativo) toman su forma última cuando toma cuerpo la figura del enunciador: el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, en tanto institución, en el marco de una discusión política de agenda. Es en la combinación de estos elementos que se genera el efecto disruptivo. Es justamente la procedencia del discurso irónico, el hecho de que el enunciador sea el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, lo que genera el ruido que se traduce en la respuesta de los usuarios.

De alguna forma, entendemos que en la acción misma de intervención se diluye el efecto humorístico y que este no puede ser percibido o reconocido por gran parte de la comunidad de usuarios que entra en contacto con el *tweet*. Si el Gobierno de la Ciudad hubiera participado de la consiga con algún término adecuado, o si cualquier usuario particular hubiera contestado con el mismo enunciado que lo hizo @GCBA, no estaríamos frente al mismo fenómeno ni efecto de sentido. Este efecto particular al que nos referimos —una suerte de quiebre o dilución del código humorístico— tiene lugar gracias a la combinación de los elementos mencionados.

Y es justamente en el concepto de «código» donde parece estar una primera aproximación a esta cuestión. Lo risible, lo humorístico, lo irónico se instituye, al menos en una de sus instancias constitutivas, en lo colectivo. Una serie de conocimientos y códigos deben ser compartidos por una comunidad para generar el efecto risible y, a la vez, para delimitar el campo de lo risible. Quién enuncia y qué comprende la figura del enunciador condiciona la escena comunicacional que se compone y tiñe de sentido aquello que se enuncia.

¿Qué pasa cuando se trata de un tema tan sensible como lo es la presencialidad de clases en el marco de una crisis sanitaria global por una pande-

mia? ¿Dónde está el límite de lo risible? ¿Qué implica la aceptación o, incluso, el apoyo al *tweet*? ¿Por qué suscitó la recepción negativa que dejan ver los comentarios? ¿Cuál es el grupo que sí comparte este código y puede hallar humor en la intervención? Estos interrogantes no tienen una respuesta acabada, pero señalan la encrucijada a la que nos enfrenta el caso.

Una primera interpretación nos revela que el Gobierno de la Ciudad apela al universo del juego y de la ironía para abarcar un territorio del decir al que no accede desde el discurso serio, ya que desde el discurso serio el debate por la presencialidad de las clases —y otras cuestiones relacionadas a la gestión de la pandemia— está saturado de sentido.

Reflexiones finales

Somos conscientes de que el caso seleccionado presenta dificultades a la hora del análisis: es un *tweet* breve, escueto, sin muchas reacciones ni comentarios, sin —aparente— repercusión. Sin embargo, nos parece un exponente de las intervenciones que vemos a diario en los intercambios de comunicaciones políticas virtuales. Y el marco de la situación sanitaria consideramos que es un buen ejemplo para comprender cómo se aborda la pandemia de covid-19 desde el discurso. Por ello, ampliamos el alcance del análisis para poder brindarle un marco de comprensión al *tweet*.

Con el fin de dar cuenta del *ethos* construido por Juntos por el Cambio, tomamos discursos propios del contexto de crisis política en la que el *tweet* se inscribió, corroborando la lógica festiva y de emprendimiento que otros autores reconocen en la coalición. Esta imagen de sí pondera el diálogo y la participación de los ciudadanos ajenos a la política. A su vez, este análisis permitió vislumbrar la construcción de un antisujeto encarnado en valores presentados como negativos: el «hacer política» como la corrupción de valores y el unilateralismo en la práctica política. El *ethos* y el *antiethos* propuestos por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires encarnan dos proyectos de apariencia irreconciliable, dos polos que dicotomiza el discurso. Estos rasgos propios del discurso polémico explican la aparición de formas de la agresión como la ironía y el juego de palabras encuentra su correlato en las figuras propuestas por Eliseo Verón que identificamos para enriquecer nuestro análisis.

De este modo, reconocemos la adhesión al colectivo de pertenencia «la gente» como prodestinatario del discurso, que se caracteriza por la desconfianza ante el sistema político y pondera la participación ciudadana por fuera del mismo. Luego, dimos cuenta de la función polémica del discurso operando en

relación al contradestinatario (quienes se adhieren a los protocolos de cuidados del Gobierno nacional compartiendo su sistema de valores).

Es importante mencionar que también repasamos los comentarios que recibió la intervención de Juntos por el Cambio, dando cuenta del notable rechazo que dejaron ver los usuarios frente al tweet. Esto nos permitió dimensionar el quiebre del efecto risible y cierta resistencia de los usuarios, acusando al discurso de ser parte de lo no decible.

Por último, repensamos lo analizado a la luz del aporte de la ironía como recurso retórico y de las relaciones entre este tropo y la figura del enunciador. En este punto, dimos cuenta de que lo risible encuentra un límite en el caso analizado. La delicada situación sanitaria no puede ser objeto de risa. O al menos esa fue la respuesta que recibió el tweet en el hilo citado. El nicho, la comunidad que puede divertirse con esa apuesta irónica, es un grupo de personas reducido, frente al colectivo que se ve afectado por las consecuencias de la pandemia o que, directamente, no tolera este tipo de abordaje de la temática.

Si bien el análisis no está agotado, el campo de la comunicación política en la era hipermediatizada contemporánea es un terreno fértil para próximas investigaciones y siembra más interrogantes que certezas. Más aún cuando se entrecruza con recursos retóricos y humorísticos que proponen la salida del discurso serio y la indagación de nuevas dimensiones –y disputas– de sentido.

Fuentes y bibliografía

- Amossy, R. (2016): «Por una retórica del *dissensus*: las funciones de la polémica», en A. S. Montero (comp.): *El discurso polémico: disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Prometeo.
- Angenot, M. (1982): *La parole pamphlétaire*. París: Payot.
- Angenot, M. (2010): «El discurso social: problemática de conjunto», en *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*, pp. 21-49.
- Angenot, M.; Dalmasso, M. T.; y Fatala, N. (2010): *El discurso social: los límites históricos de lo pensable y lo decible*. Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI, pp. 21-22.
- Bajtín, M. (1987): «Introducción. Planteamiento del problema», en *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid (España): Alianza.
- Bonafous, S. (2016): «El arma de la burla, en J.-M. Le Penn», en A. S. Montero: *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*, pp. 85-95.
- Burke, P. (1978): «El triunfo de la cuaresma», en *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid (España): Alianza.
- Calvo, E. (2015): *Anatomía política de Twitter en Argentina. Tuiteando# Nisman*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Carlón, M. (2014): «¿Del arte contemporáneo a una era contemporánea? Efecto arte y el nuevo valor del presente en la era de Internet», en F. Rovetto y M. Reviglio (eds.): *Estado actual de las investigaciones sobre mediatizaciones*. Rosario (Argentina): UNR.
- Carlón, M. (2016): «Una apropiación contemporánea de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón», en Eduardo y Carlos Vidales (coords.): *Comunicación, campo(s) teorías y problemas. Una perspectiva internacional*.
- Carlón, M. (2017): «La cultura mediática contemporánea: otro motor, otra combustión. Segunda apropiación de la teoría de la comunicación de Eliseo Verón: la dimensión espacial», en Paulo César Castro (org.): *A circulação discursiva: entre produção e reconhecimento*. Maceió: Edufal.
- Carlón, M. (2018): «¿Cómo seguir? La teoría veroniana y las nuevas condiciones de circulación del sentido», en *La Semiosis Social. Homenaje a Eliseo Veron. DeSignis*, número 29, julio-diciembre de 2018.
- Cattaneo, María B. (2019): *Reíte que me gusta, el caso de Presidente Rey Sol Handel* (tesis de grado de la carrera de Ciencias de la Comunicación), Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Charaudeau, P. (2004): «La problemática de los géneros: de la situación a la construcción textual», en *Revista Signos*, 37 (56), pp. 23-39.
- Chiuffo, F. M. (2020): «Covid-19 and Labour Law: Argentina. Update 2 July 2020», en *Italian Labour Law e-Journal*, especial (1).
- Fratlicelli, D. (2020): «Enunciación y humor en las redes (o cómo estudiar memes sin perder el chiste)», en *Comunicación y Sociedad* (en prensa).
- Garand, D. (2016): «La función del *ethos* en la formación del discurso conflictivo», en S. Montero (comp.): *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*, pp. 123-137.
- García Linera, Á. (2016): *Derrotas y victorias*, recuperado en <https://www.thesis11.org.ar/derrotas-y-victorias/>
- Gómez, S. (2014): «Ironía», en *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística*. Córdoba (Argentina): Universidad Nacional de Córdoba.
- González, M.; Ameri, L.; Muñoz, L.; Luzuriaga, J. P.; Pifano, M.; Velázquez, V...; y Comes, Y. (2021): «Covid-19 y vulnerabilidad social. Análisis descriptivo de una serie de casos del Gran Buenos Aires», en *Revista Argentina de Salud Pública*, vol. 13, p. 8.
- Hutcheon, L. (1992): «Ironía, sátira y política. Una aproximación pragmática a la ironía», en *De la ironía a lo grotesco*. México: Ed. Hernán Silva, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.
- Lipovetsky, G. (1983): «La sociedad humorística», en *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona (España): Anagrama.
- Maigneueau, D. (2012): «El enunciador encarnado», en *Versión. Estudios de Comunicación y Política* (24), pp. 203-225.
- Moglia, M. (2013): *La risa resistente. Un modelo de análisis cultural sobre las tradiciones del humor televisivo*, recuperado en <https://www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar/files/companam/ponencias/Aportes%20>

[te%C3%B3rico%20metodol%C3%B3gicos%20en%20comunicaci%C3%B3n/-Unlicensed-Aportes-te-%C3%B3rico-metodol%C3%B3gicos-en-comunicaci%C3%B3n-Moglia.pdf](#)

Ortiz, F. (2014): «Juegos de palabras», en *Diccionario crítico de términos del humor y breve enciclopedia de la cultura humorística*. Córdoba (Argentina): Universidad Nacional de Córdoba.

Paso a paso: el conflicto judicial por las clases presenciales en el AMBA entre nación y ciudad (2021), consultado el 12 de julio de 2021, disponible en <http://tiempojudicial.com/2021/04/19/paso-a-paso-el-conflicto-judicial-por-las-clases-presenciales-en-el-amba/>

Pirandello, L. (1968): *Esencia, caracteres y materia del humorismo*, recuperado en <https://www.redalyc.org/pdf/935/93500707.pdf>

Requisitos de verificación de Twitter. Cómo obtener la insignia de verificación azul (2021), consultado el 12 de julio de 2021, disponible en <https://help.twitter.com/es/managing-your-account/about-twitter-verified-accounts>

Slimovich, A. (2017): «Los enunciadores políticos de la protesta por el aumento de tarifas en Argentina. Un análisis hipermediático de un movimiento social contemporáneo», en *De Signos y Sentidos*, núm. 18, pp. 9-34, diciembre de 2017. Ediciones UNL.

Sosa, N. B. (2007): «Del humor y sus alrededores», en *Revista de la Facultad*, número 13. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad del Comahue, recuperado en <http://fadecs.uncoma.edu.ar/extension/publifadecs/revista/revista13/10nelly.pdf>

Steimberg, O. (1993): «Proposiciones sobre el género», en *Semiótica de los medios masivos*. Buenos Aires (Argentina): Colección del Círculo, Atuel.

Várnagy, T. (2016): *Proletarios de todos los países... ¡Perdonadnos! O sobre el humor político clandestino en los regímenes de tipo soviético y el papel deslegitimador del chiste en Europa central y oriental (1917-1991)*. Buenos Aires (Argentina): Eudeba.

Verón, E. (1996): «La palabra adversativa», en *El discurso político*. Buenos Aires (Argentina): Editorial Hachette.

Verón, E. (1998): *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. Barcelona (España): Gedisa.

Verón, E., y Boutaud, J. J. (2007): «Del sujeto a los actores. La semiótica abierta a las interfaces», en *Sémiotique ouverte*.

Vommaro, G. (2017): *La larga marcha de Cambiemos: la construcción silenciosa de un proyecto de poder*. Siglo XXI Editores.

Žižek, S. (2001): *El sublime objeto de la ideología*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Anexo

Caso de estudio

Tweet de TurismoCity, 18 de abril de 2021, disponible en <https://twitter.com/turismocity/status/138393440606745058?lang=es>

Tweet del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021, en respuesta al hilo abierto por TurismoCity, disponible en <https://twitter.com/gcba/status/1383972006752751619>

Archivo, noticias y medidas

Archivo 1. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 18 de abril de 2021: «Mañana los chicos van a estar sentados en el aula: Larreta, tras el fallo por clases presenciales», en *Todo Noticias*, disponible en https://www.youtube.com/watch?v=1VJLlOICZws&ab_channel=TodoNoticias

Archivo 2. Conferencia del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, 15 de abril de 2021: «Conferencia de Rodríguez Larreta completa: El lunes tienen que estar todos los chicos en el aula», en *El Trece*, disponible en https://www.youtube.com/watch?v=JTUz3wfc2S8&ab_channel=eltrece

DNU 241/2021, poder ejecutivo nacional, 16 de abril de 2021, disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-241-2021-348787/texto>

DNU 260/2020, poder ejecutivo nacional, 12 de marzo de 2020, disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-260-2020-335423>

El polémico tweet del Gobierno de la Ciudad que desató el repudio en redes, 19 de abril de 2021, *Filo.news*, disponible en <https://www.filo.news/actualidad/El-polemico-tweet-del-Gobierno-de-la-Ciudad-que-desato-el-repudio-en-redes-20210419-0006.html>

Informe de casos covid-19, semana del 1 al 7 de marzo de 2021, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, disponible en <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-241-2021-348787/texto>

Resolución 108/2020, Ministerio de Educación de la nación, 15 de marzo de 2020, disponible en <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/226752/20200316>

Resolución 370/2020, Consejo Federal de Educación, 9 de octubre de 2020, disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/res_cfe_370_if-2020-68380585-apn-sgcfeme.pdf

Protocolo para el Inicio de Clases Presenciales 2021, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, disponible en <https://documentosboletinoficial.buenosaires.gob.ar/publico/PE-RES-MEDGC-MSGC-MEDGC-1-21-ANX.pdf>

¿DIGITALIZAR EL VÍNCULO POLÍTICO? *

LA CAMPAÑA ELECTORAL EN RÍO CUARTO Y LAS INSTITUCIONES PARTICIPATIVAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19

Digitize the Political Link? The Electoral Campaign in Río Cuarto and the Participatory Institutions in Buenos Aires City during the Covid-19 Pandemic

Rocío Annunziata

IIP-UNSAM-CONICET (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0003-0747-7162>

María Florencia Pagliarone

CCONFINES-UNVM-CONICET (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0002-6698-7114>

La pandemia de covid-19 y las medidas de aislamiento y distanciamiento social tomadas para enfrentarla han impactado fuertemente en los vínculos políticos. Así como muchos aspectos de la vida cotidiana se han tenido que «digitalizar», también gran parte de las campañas electorales y de las formas de participación ciudadana se sostuvieron de este modo. Este artículo propone una comparación entre dos formas de activismo y vínculo político a nivel local: la campaña para las elecciones de intendente en la Ciudad de Río Cuarto en 2020 (el primer municipio de Argentina que celebró elecciones en pandemia) y las experiencias de participación ciudadana institucionalizada impulsadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (que incorporaron las plataformas para encuentros sincrónicos tan difundidas en la pandemia). Mediante la realización de entrevistas en profundidad, observación no-participante de reuniones, actos, redes sociales y análisis de material documental, advertimos cómo la digitalización de los vínculos políticos obligada por la pandemia tendió a producir un debilitamiento de las dimensiones afectiva y colectiva de la política.

Palabras clave

Digitalización, campañas electorales, participación ciudadana, militancia, deliberación *online*, covid-19, territorio, Gobiernos locales

The covid-19 pandemic and social distancing measures taken to confront it have strongly impacted political ties. Just as many aspects of daily life have had to be “digitized”, also a large part of the electoral campaigns and the forms of citizen participation were carried out in this way. This article proposes a comparison between two forms of activism and political ties at the local level: the campaign for the elections of the municipality authority of the City of Río Cuarto in 2020 (the first municipality in Argentina to hold elections in the pandemic) and the experiences of institutionalized citizen participation promoted by the Government of the City of Buenos Aires (which incorporated the platforms for synchronous encounters so widespread in the pandemic). Through in-depth interviews, non-participant observation of meetings, events, social networks and document analysis, we note how the digitalization of political ties caused by the pandemic tended to weaken the affective and collective dimensions of politics.

Keywords

Digitalization, electoral campaigns, citizen participation, activism, online deliberation, covid-19, territory, local governments

* Esta investigación se realizó en el marco del proyecto «Uneven Urban Democracy: inequality and political participation in Buenos Aires», TGC 200075 de British Academy’s (Humanities and Social Sciences Tackling Global Challenges Programme), 2021-2023.

Cómo citar este artículo: Annunziata, R. y Pagliarone M. F. (2024). ¿Digitalizar el vínculo político? La campaña electoral en Río Cuarto y las instituciones participativas en la Ciudad de Buenos Aires durante la pandemia de covid-19. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 60-75. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20198>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

1. Introducción

La pandemia de covid-19 y las medidas de aislamiento y distanciamiento social tomadas para enfrentarla han impactado fuertemente en los vínculos políticos. Así como muchos aspectos de la vida cotidiana se han tenido que «digitalizar», también gran parte de las campañas electorales y de las formas de participación ciudadana se sostuvieron de este modo. Este artículo propone una comparación entre dos formas de activismo y vínculo político a nivel local: la campaña para las elecciones de intendente en la Ciudad de Río Cuarto en 2020 y las experiencias de participación ciudadana institucionalizada puestas en marcha por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en Argentina.

La pandemia implicó la suspensión o aplazamiento de muchos procesos electorales en el mundo (Hernández Trejo, 2020; Tealdi, 2020). Hasta el 25 de junio de 2020, más de sesenta elecciones habían sido pospuestas por la emergencia sanitaria. Allí donde los comicios pudieron desarrollarse se observaron los impactos de la cuestión sanitaria en su organización (Landman y Splendore, 2020). De los cincuenta y un países que celebraron elecciones nacionales entre el 21 de febrero de 2020 y el 31 de diciembre de ese mismo año, veintidós impusieron restricciones para limitar la libertad de asociación y de reunión durante el período electoral, sobre todo en lo relacionado con el número permitido de participantes que podían asistir a las reuniones públicas y la prohibición total de mítines y actos políticos (Asplund, Heuver, Ahmed, Stevense, Umar, James y Clark, 2021). Algunos países optaron por la reducción de actos presenciales (elecciones en Galicia), por prohibir la realización de actos y establecer limitaciones en los recorridos puerta a puerta (Singapur) o por establecer límites en la cantidad de personas en los actos de campaña (Francia). En otros casos la novedad provino del mismo partido, como, por ejemplo, en Estados Unidos: la campaña de Biden implementó los mítines *drive-in*, donde los simpatizantes permanecían en sus autos en un estacionamiento o en un campo deportivo escuchando el discurso del candidato.

Más allá de estos datos, todavía no se han explorado los cambios que trajo la pandemia en la interacción entre partidos, militantes y ciudadanos durante las campañas electorales. Si hasta la emergencia del covid-19 las campañas en ámbitos locales se caracterizaban por la presencia de los candidatos en recorridos por el territorio y encuentros que reactualizaban vínculos y compromisos políticos (Gaztañaga, 2008; Quirós, 2016), las medidas sanitarias interrumpieron esta dinámica. Río Cuarto (Córdoba) fue el primer municipio del país que celebró elecciones en pandemia y se enfrentó al desafío de digitalizar la campaña (Calderón Gómez, 2020).

Por otro lado, la pandemia transformó también las formas de participación no electoral en el ámbito local. Las instancias participativas y deliberativas que suponen la reunión de personas en asambleas o mesas de trabajo también se vieron muy afectadas. Si bien la opción del giro digital, esto es, de transformar el proceso participativo en un proceso *online* o «híbrido» apareció como alternativa, esto resultó muy difícil de resolver durante la crisis. Por ejemplo, un estudio sobre el impacto de la pandemia en Nepal muestra que ninguna ciudad fue capaz de implementar plataformas *online* para mantener el proceso participativo (Bhusal, 2020). La mayoría de los presupuestos participativos del mundo simplemente interrumpieron sus actividades, como ocurrió, por ejemplo, en Ciudad de México, donde se decidió trasladar a 2021 los recursos asignados a la herramienta para 2020 (Hernández Trejo, 2020). No obstante, también tuvieron lugar algunas experiencias innovadoras, ciudades que se adaptaron bien al nuevo contexto o en las que incluso la pandemia misma fue el pretexto para fortalecer la participación. Por ejemplo, en Grenoble (Francia), la pandemia funcionó como un motor para lanzar una primera edición de presupuesto participativo orientado a pensar las formas de solidaridad del «mundo del después» (Cho, Jérôme y Maurice, 2021). Experiencias deliberativas de mayor escala como la Convención Ciudadana por el Clima en Francia (Eymard, 2020) o la Asamblea Ciudadana por el Clima en Inglaterra (Climate Assembly UK, 2021), basadas en la selección de participantes por sorteo, lograron desarrollarse con éxito durante la pandemia, incluso teniendo que pasar del formato presencial previsto a encuentros por medio de plataformas digitales.

En Argentina, la mayoría de los presupuestos participativos que estaban en funcionamiento se vieron muy afectados por la pandemia. Un 41 % de los municipios simplemente suspendió la implementación, mientras que un 22 % comenzó a retomarla, pero implementando protocolos sanitarios, y otro 22 % optó por sostener las actividades de manera *online*. En definitiva, una pequeña minoría pudo aventurarse al «giro digital» y el 85 % de los municipios consideró que las plataformas digitales no resultaban suficientes para reemplazar las instancias presenciales en los procesos de participación (Annunziata *et al.*, 2021). En la Ciudad de Buenos Aires, la participación ciudadana a través de medios digitales ya se desarrollaba antes de la emergencia de covid-19 (Annunziata, 2020), pero se produjo una reconfiguración durante la pandemia, especialmente con la incorporación de herramientas sincrónicas. Si las instancias de participación *online* asincrónicas siempre tuvieron como limitante la dificultad de producir una verdadera

deliberación, con la pandemia se vio que incluso en las dinámicas sincrónicas la ausencia del contacto presencial impacta sobre los intercambios.

Si bien en algunas dimensiones del vínculo político se identificaron efectos positivos de la pandemia, en la medida en que fomentó un aumento de consumos informativos, especialmente en los ciudadanos que estaban desconectados de las noticias, democratizando el acceso a los asuntos públicos (Casero-Ripollés, 2020, 2021), la situación crítica vino a interrumpir especialmente el tipo de actividades políticas que requerían la copresencia física. De este modo, la digitalización de los vínculos políticos fue un desafío tanto para las campañas electorales como para los espacios participativos, demostrando que no todos sus aspectos son susceptibles de pasar al plano digital, sino que existen elementos irremplazables del contacto presencial o cara a cara. Mediante la comparación entre estas dos experiencias de participación electoral y no electoral, en este artículo observamos cómo la pandemia tendió a producir un debilitamiento de las dimensiones afectiva y colectiva de la política.

2. Antecedentes

Distintos estudios han mostrado la importancia de los vínculos políticos «cara a cara» para la recreación de los lazos partidarios y electorales y para la deliberación entre ciudadanos. Por un lado, si la campaña presidencial de Barack Obama en 2008 marcó la inauguración de la era de las campañas por redes sociales, en general esto ha sido un rasgo más característico de las elecciones a nivel nacional, mientras que en el ámbito local siguieron predominando las formas tradicionales de campaña electoral ligadas más bien a la cercanía con el candidato y a los recorridos territoriales (Quirós, 2016; Gaztañaga, 2008). Así, lo colectivo y la generación de vínculos territoriales están asociados con la idea de «llevar el voto», actividad en la cual los candidatos y los militantes de un partido reparten en los domicilios de los ciudadanos la boleta oficial del partido al cual representan. Esta actividad no solo es una práctica que la ciudadanía espera que los políticos realicen, sino que funciona como un «momento de creación y reactualización de vínculos, como también de compromisos» (Quirós, 2016, p. 13). En este sentido, estudios etnográficos sobre campañas electorales locales han mostrado la importancia del concepto de «trabajo político» para describir la labor que llevan a cabo militantes y políticos profesionales (Gaztañaga, 2008) cuando realizan caminatas y recorridos por los barrios conversando con los vecinos en el interior de sus domicilios, tocando temas tanto generales como personales y compartiendo alguna comida o bebida con ellos.

Las visitas o recorridos de los políticos en el territorio se han vuelto además un elemento central de las campañas electorales y de la forma de gobernar, como pruebas de escucha y de empatía con respecto a lo que los ciudadanos viven cotidianamente, constituyendo así una «política de la presencia» (Rosanvallon, 2009; Annunziata, 2018). Y aunque muchas de estas escenas de contacto entre políticos y ciudadanos –un contacto que es físico, íntimo, que implica desde abrazarse hasta compartir una comida– solo existen para ser más tarde difundidas por los medios de comunicación y las redes sociales (Annunziata, 2018), lo cierto es que son estructurantes de las campañas electorales contemporáneas. Esta centralidad de la presencia se inscribe en una transformación de la legitimidad democrática hacia la «legitimidad de proximidad» (Rosanvallon, 2009; Annunziata, 2018) que enfatiza en los políticos sus rasgos de «persona común» y la capacidad de prestar atención a la singularidad de la experiencia de los ciudadanos.

Por otro lado, algunas investigaciones sobre experiencias institucionalizadas de participación y deliberación han descrito cómo en estas instancias emerge un espacio público ocupado por los cuerpos y el ruido conformando una «puesta en escena de lo popular» y afirmando que el sentido de participar es «estar ahí» (Goirand, 2015). A su vez, las investigaciones del campo de la teoría de la deliberación han enfatizado en las limitaciones que manifiestan los procesos de deliberación *online*, especialmente las plataformas asincrónicas en las que se cortan los hilos de la comunicación no permitiendo la producción de verdaderos diálogos por la ausencia de re-respuesta (Graham, 2010; Coleman y Moss, 2021; Hartz-Karp, J., y Sullivan, 2020; Strandberg y Grönlund, 2018). Las investigaciones han subrayado también la importancia de compartir el escenario con quienes se delibera (Young, 2002) y el modo en que la distribución del espacio y de los participantes afecta la toma de la palabra (Detienne, 2003).

Por supuesto, las principales dificultades que se encuentran a la hora de operar un pasaje a lo digital tanto en las instancias participativas como en las campañas electorales tienen que ver con las desigualdades de acceso (incluyendo en esto las materiales –falta de dispositivos, débil conectividad, etcétera– y las simbólicas o de capacidad de uso), es decir, con la llamada «brecha digital» (Van Dijk, 2020). Las investigaciones han mostrado que, cuando una instancia de participación política se «digitaliza», esto atrae más a las clases medias y a los jóvenes, pero se corre el riesgo de disminuir el peso o la representación de los sectores más desfavorecidos (Touchton, Wampler y Spada, 2019). Sin embargo, gran parte de la literatura sobre activismo digital

asume también que la reducción de costes y recursos que ofrece este formato tiene como contrapartida un menor esfuerzo y compromiso en quienes se involucran que los que implicaría un involucramiento «cara a cara» (González Vaillant *et al.*, 2015). Así, para los trabajos críticos del «click-activismo», las actividades políticas desarrolladas *online* constituyen una forma superficial, no reflexiva y disminuida de participación (Christensen, 2011) en comparación con aquellas que implican «poner el cuerpo».

Por su parte, los estudios de comunicación política han demostrado que el potencial interactivo de las redes sociales (entre dirigentes y ciudadanos) no se actualiza en la práctica, sino que predomina un uso más «difusionista» que conversacional y que los políticos tienden a no responder comentarios ni hacer preguntas a la ciudadanía, sino más a bien a promocionar su propia agenda, y especialmente su agenda de eventos *offline* (Graham, Broersma, Hazelhoff y Van't Haar, 2013; Tarullo, 2018; Riorda, 2017). El efecto que estas investigaciones hacen prever es que llevar la política al terreno de las redes sociales la vuelve menos interactiva que lo que acostumbra a ser de modo presencial. Al hacer evidentes las lógicas sanitarias –como el distanciamiento entre dirigentes políticos en sus conferencias de prensa– (Slimovich, 2021) y recurrir con frecuencia a las presentaciones Power Point con cifras, gráficos e infografías, la pandemia también produjo cambios en el modo de enunciación de los políticos, de manera que la comunicación reforzó con una suerte de «puesta en escena de la distancia» lo que la digitalización en sí misma ya distanciaba.

De este modo, podemos ver que los estudios sobre el «trabajo político» de dirigentes y militantes, sobre campañas electorales en el territorio y sobre formas de participación y deliberación coinciden en señalar que el contacto «cara a cara» es irremplazable para los vínculos políticos. Pero ¿qué es precisamente aquello que el contacto asegura y que se pierde a la hora de «digitalizar» los vínculos políticos? La hipótesis que sostenemos en este trabajo es que el pasaje a lo digital, tanto en las actividades de campaña electoral como en las instancias de participación institucionalizada, produce un debilitamiento de las dimensiones colectiva y afectiva de la política. Esto significa que en los casos analizados: a) la digitalización permitió la supervivencia de las actividades políticas y de la comunicación entre representantes y representados con sus funciones básicas (difundir propuestas en una campaña o plantear acuerdos y desacuerdos en una deliberación); b) pero esta comunicación se volvió individualizada y tecnocrática debido al formato digital; c) mientras que hubo, en paralelo, actividades y vínculos políticos que no fueron susceptibles de «digitalización».

Distintos estudios han mostrado la importancia de los vínculos políticos «cara a cara» para la recreación de los lazos partidarios y electorales y para la deliberación entre ciudadanos

3. Metodología

Este trabajo se basó en una estrategia de investigación cualitativa y comparativa con un diseño de casos distintos –*most different cases*– (Przeworski y Teune, 1970; Gerring y Cojocar, 2016), ya que observamos resultados semejantes para diversas formas de participación y vínculo político institucionalizado (electoral y no electoral). La investigación se inspiró en el «comparativismo constructivo» defendido por Detienne (2008), que muestra las virtudes de comparar eventos o fenómenos que parecen más bien «incomparables» a través de diferentes culturas y contextos en el tiempo y el espacio. Los «comparables» se construyen y no son temas, sino «mecanismos de pensamiento» más abstractos. En nuestro trabajo, comparamos dos tipos de «vínculo político» (relación entre representantes y representados tal que la identidad de unos y otros se ve transformada como resultado de la misma). Aquí analizamos el vínculo político que se genera entre los candidatos y sus potenciales votantes en el marco de una campaña y el vínculo que se genera entre vecinos, y entre ellos y los funcionarios, en el marco de una instancia participativa. Optamos por tomar dos casos en los que los ciudadanos se relacionan con representantes o autoridades que están «en el poder» (es la razón por la que nos concentramos en la coalición oficialista al analizar la campaña en Río Cuarto y en las instancias participativas propuestas por el Gobierno en el caso de Buenos Aires)¹.

¹ Estudiar los vínculos políticos del oficialismo en cada caso nos permite también hacer un aporte al debate respecto al impacto de la pandemia en la reelección de los oficialismos. Hasta el momento, los análisis disponibles estudian este impacto solo a nivel de elecciones nacionales, señalando que en el mundo tres de cada cuatro elecciones celebradas en pandemia fueron ganadas por los oficialismos (Cruz, 2021). La selección operada nos permitió observar cómo les fue a los oficialismos de dos ciudades en la pandemia que debían «digitalizar» sus actividades al tiempo que gestionar la crisis sanitaria y la agudización de problemas sociales. Los Gobiernos locales tomados en este trabajo parecen confirmar la regla de oficialismos, a pesar de todo, victoriosos en las urnas o fortalecidos.

Para cada una de las formas de vínculo político (electoral y no electoral) se recurrió a la realización de entrevistas con actores clave², observación no-participante digital y análisis de documentos producidos por los protagonistas. En el caso de las elecciones municipales de Río Cuarto³, nos concentramos en la coalición Hacemos por Córdoba, que competía por la reelección del intendente Juan Manuel Llamosas. Se realizaron ocho entrevistas presenciales a funcionarios municipales que habían tenido un papel destacado en la campaña electoral y concejales y concejalas electos de Hacemos por Córdoba (dos el 21/12/2020, dos el 22/12/2020, uno el 05/01/2021, uno el 11/01/2021 y dos el 12/01/2021). También se realizó observación no participante en los dos debates virtuales entre candidatos a intendente y en el lanzamiento «Propuestas para la ciudad que viene». Durante el período comprendido entre marzo y noviembre de 2020 se hizo un seguimiento de las redes del candidato a intendente, específicamente de Instagram. Por último, se consultaron las resoluciones elaboradas por la Junta Electoral Municipal, informes de observación electoral y documentos de organismos internacionales sobre la realización de elecciones en pandemia.

En el caso de las formas institucionalizadas de participación impulsadas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires⁴, se realizaron siete entrevistas con funcionarios y funcionarias de la Dirección General de Participación Ciudadana y Cercanía (en tres oportunidades, 16/09/2020, 15/01/2021, 23/02/2021), del Instituto de Vivienda de la Ciudad, IVC (22/01/2021), de las comunas de mayor y menor nivel socioeconómico de la ciudad, 2 y 8 respectivamente (20/07/2021 y 05/05/2021) y de la Comisión de Descentralización y Participación Ciudadana de la Legislatura Porteña (05/02/2021). Por otra parte, se realizó una observación de instancias participativas sostenidas por medios digitales⁵. Esto fue complementado con el análisis de documentos internos del IVC y de la Dirección General de Participación Ciudadana y Cercanía, el análisis de informes y producciones audiovisuales disponibles en el sitio web de la misma dirección y de la entrevista realizada a su directora por el Observatorio Internacional de la Democracia Participativa (OIDP) en el marco del otorgamiento de la distin-

²Las mismas son citadas con las iniciales de los entrevistados para preservar su identidad.

³Río Cuarto es una ciudad argentina situada al sur de la provincia de Córdoba, con una población de 157.010 habitantes.

⁴La Ciudad Autónoma de Buenos Aires es la capital del país y tiene una población de 2.890.151 habitantes.

⁵Ver listado de observaciones en «Fuentes primarias», apartado de «Fuentes y bibliografía».

Así buscamos mostrar cómo, en dos ciudades diferentes, distintas formas de participación y vínculo político llegan a un resultado similar

ción «buenas práctica de participación ciudadana 2020»⁶ y la observación participante de la reunión «Experiencias de participación ciudadana», organizada el 28/04/2021 por la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires con comuneros y referentes de la sociedad civil.

Así buscamos mostrar cómo, en dos ciudades diferentes, distintas formas de participación y vínculo político llegan a un resultado similar (debilitamiento de las dimensiones colectiva y afectiva de la política) y encontramos como elemento común la digitalización obligada por la pandemia. Con esta comparación apuntamos a responder a los objetivos específicos: a) describir la digitalización de la campaña electoral, b) caracterizar la dinámica de las deliberaciones por medio de plataformas sincrónicas, c) identificar impactos de la pandemia en la campaña y las instancias participativas, d) observar la tensión entre lo individual y lo colectivo y entre lo técnico y lo afectivo en los vínculos políticos entre candidatos, militantes, simpatizantes, funcionarios y vecinos.

La selección del caso de la campaña electoral en Río Cuarto se fundamenta además en ser la primera elección que se desarrolló en Argentina en el marco de la pandemia; por su parte, la ciudad de Buenos Aires como escenario para analizar las instancias participativas resulta interesante, porque fue una de las ciudades argentinas pioneras en ofrecer espacios participativos «desde arriba» y porque la variedad de experiencias que desarrolla permite observar prácticas que ya eran digitales antes de la pandemia y otras que no lo eran y se tuvieron que «digitalizar».

4. Los cambios que implicó la pandemia

En Río Cuarto, los comicios para elegir intendente, concejales y miembros del Tribunal de Cuentas⁷

⁶Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Z8-aiBjleGE>

⁷Había que elegir diecinueve concejales titulares y diecinueve concejales suplentes, y cuatro miembros titulares y cuatro miembros suplentes del Tribunal de Cuentas.

debían realizarse el 29 de marzo, pero fueron suspendidos por la entrada en vigencia del decreto presidencial de necesidad y urgencia núm. 297 del 19 de marzo de 2020, que estableció el aislamiento social, preventivo y obligatorio desde el 20 de marzo hasta el 31 de marzo y que luego fue prorrogado. La Junta Electoral Municipal decidió trasladar el acto de votación para el día 27 de septiembre, pero debido al aumento de los casos de covid-19, el 1 de septiembre resolvió suspender la campaña electoral en curso junto con los comicios⁸ y prorrogarla al 29 de noviembre, fecha en la cual finalmente se llevó a cabo la elección.

En el contexto de la pandemia, el intendente señaló en numerosas oportunidades que la prioridad era la gestión sanitaria en detrimento de la campaña electoral, como, por ejemplo, durante el primer debate entre candidatos el 13 de marzo, cuando aún no había comenzado el período de aislamiento social⁹. En esa oportunidad, el intendente Llamas desistió de la invitación: «La campaña queda en un segundo plano. Ahora lo importante es cuidar la salud pública»¹⁰.

Así, la campaña tuvo algunos momentos de pausa, sobre todo influenciados por el crecimiento exponencial de casos de covid-19, y en otros momentos registró una importante activación política, aunque por vías distintas a las tradicionales. Un ejemplo fueron las publicaciones realizadas en su cuenta en Instagram: entre el 11 de marzo y el 29 de noviembre se contabilizaron 288 posteos, de los cuales 138 estuvieron relacionados con la gestión de la pandemia y solo 37 con la campaña electoral y las elecciones. Los meses de abril y septiembre registraron la mayor cantidad de posteos en relación al covid-19, mientras que de los 37 con contenido electoral 26 fueron realizados durante el mes de noviembre, cuando finalmente se llevaron a cabo las elecciones.

La pandemia copó toda la agenda de debate público y desplazó los demás temas que suelen estar presentes en una campaña política: «Quizás solo a lo último, ya cuando empezamos a salir de la crisis y de la situación más conflictiva de la pandemia, sí pudimos avizorar la necesidad de debatir sobre y de poder contarle al vecino lo que teníamos programado hacer»¹¹. A diferencia de otras campañas tradicionales en las que el candidato hace anuncios

⁸Fuente: Resolución núm. 43/20 de la Junta Electoral.

⁹Si bien se permitió la asistencia de los candidatos de forma presencial, no contó con la participación del público y fue transmitido de forma *online*.

¹⁰Fuente: <https://www.lavoz.com.ar/politica/se-bajo-llamosas-y-solo-debaten-seis-de-ocho-candidatos-en-rio-cuarto/> (consultado el 18 de julio de 2021).

¹¹Entrevista con MO, 22/12/2020.

de obra pública o propone un conjunto de mejoras a implementar en la ciudad, en este caso la estrategia oficialista consistió en visibilizar las políticas públicas implementadas en torno a la gestión de la pandemia. Uno de los entrevistados afirmaba: «Si no controlábamos la pandemia, no teníamos ninguna posibilidad electoral»¹². Esto tuvo un marcado impacto en el trabajo diario que venían realizando los funcionarios, que fueron relocalizados en las áreas destinadas al covid-19 hasta tal punto que «el municipio se transformó en noventa días desde que empezó fuerte la pandemia en una gran secretaría de salud»¹³.

Asimismo, un elemento fundamental que incorporó la cuestión sanitaria a la campaña política fue la militancia en torno a que el acto electoral no implicaba un riesgo sanitario: «Convocar al vecino a que se sienta seguro para ejercer su derecho e ir a votar también se transformó en una de las metas de la militancia de esta campaña»¹⁴. Esto tuvo su impacto en términos logísticos y de organización de los comicios en tanto que se realizó una redistribución de los votantes en los centros de votación cercanos a sus domicilios para evitar el desplazamiento masivo por la ciudad junto con la elaboración de un protocolo de bioseguridad (Informe Defensoría del Pueblo, 2020, p. 8).

Debido al contexto de la pandemia, la transición a una campaña política digitalizada había formado parte de las recomendaciones a nivel mundial brindadas por organismos internacionales como la OEA (2020). Dada la prohibición de realizar actos partidarios masivos, los soportes digitales fueron utilizados por el candidato oficialista para relanzar su campaña política el 7 de noviembre de cara a las elecciones del 29 de noviembre¹⁵. En esta oportunidad, se utilizó la publicación de una carta del intendente a los ciudadanos, donde apeló al pasado, habló de un horizonte de esperanza en cuanto a la cuestión sanitaria y aludió a la proximidad con el vecino: «Un intendente no puede saber de todo, pero tiene que saber escuchar a todos, porque escuchando se aprende. Y yo he aprendido mucho de ustedes. [...] Pronto podremos encontrarnos, darnos un abrazo y decirnos que todo el sacrificio valió la pena»¹⁶.

¹²Entrevista con AG, 05/01/2021.

¹³Entrevista con AC, 21/12/2020.

¹⁴Entrevista con MO, 22/12/2020.

¹⁵Si bien la campaña había sido lanzada oficialmente el 3 de marzo en un acto multitudinario, video disponible en https://www.facebook.com/watch/live/?v=262873254730802&ref=watch_permalink (consultado el 18 de julio de 2021).

¹⁶Disponible en <https://postercentral.com.ar/2020/11/07/llamosas-un-intendente-no-puede-saber-de-todo-yo-he-aprendido-mucho-de-ustedes/>

La carta fue publicada en redes sociales y su contenido podía ser leído en el sitio web del candidato. En la publicación digital en Instagram figuraban algunos comentarios realizados por los ciudadanos que no fueron respondidos por parte del candidato ni su equipo de comunicación. Esto ilustra cómo se entendió la digitalización de la campaña electoral asociada con la difusión de mensajes y propuestas, pero sin sostener el vínculo con el vecino por las vías digitales. Algo que también se reflejó en el relato de las entrevistas, en las que quedó de manifiesto que la presencia era un factor importante para mantener la cercanía: «En el contacto diario percibimos la devolución de las personas, [...] y en la confianza, en la cercanía te lo tiran y eso es importante, casi te diría que en la política es irremplazable todavía»¹⁷. Más aún, algunos afirmaban que la digitalización del vínculo político era algo antinatural considerando la tradición peronista: «El partido nuestro [en alusión al Partido Justicialista] tiene un “cara a cara” y una necesidad de presencia que no puede ser sustituida de manera cabal»¹⁸.

Los soportes digitales también fueron utilizados en ocasión del segundo debate entre candidatos llevado a cabo el 25 de noviembre. En dicha oportunidad participaron todas las fuerzas políticas a través de una plataforma virtual que contó con transmisión *online* mediante el canal de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC)¹⁹. Siguiendo con las recomendaciones de la digitalización, la Junta Electoral Municipal dispuso que las diferentes fuerzas políticas pudieran dar a conocer sus propuestas electorales utilizando las páginas web oficiales del municipio y de la Defensoría del Pueblo de la ciudad, así como también instó junto con la UNRC a la organización de debates entre los candidatos y exhortó a las autoridades del Gobierno municipal para que asignaran equitativamente a todas las fuerzas políticas espacios en las pautas publicitarias oficiales para contribuir a la difusión de las propuestas electorales²⁰.

Finalmente, los comicios se celebraron el 29 de noviembre, lo que configuró «la campaña más larga que tuvimos en la historia»²¹. En dicha oportunidad, el candidato Llamosas fue reelecto por el 41 % de los votos. Los resultados de la elección fueron históricos en tanto que fue la primera vez que el peronismo logró ser reelecto, pero la abstención electoral rondó el 50 % del padrón electoral. En los

comicios de 2016 la participación había sido del 63 % y en 2012 del 66 %. Esta disminución de más del 10 % en la participación electoral pudo deberse tanto al miedo al contagio por la exposición en lugares concurridos como a la expresión de cierto malestar ciudadano por la realización del acto electoral cuando aún algunas actividades permanecían suspendidas, como los viajes de egresados, la movilidad en el transporte interurbano, las reuniones sociales numerosas, etcétera.

Veamos ahora los cambios que implicó la pandemia en las instancias participativas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Antes de 2020, la Ciudad de Buenos Aires tenía su dispositivo de participación estrella: el BAElige. Con el formato de un presupuesto participativo *online*, la ciudad destinaba seiscientos millones de pesos a proyectos y obras que los vecinos podían proponer y seleccionar por medio de una plataforma (Annunziata, 2020). Esta herramienta se suspendió en 2020, porque el covid-19 no implicó solamente grandes dificultades para las instancias de participación presenciales, sino que también exigió una reorientación de los recursos hacia necesidades más urgentes²².

El área de participación ciudadana del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires decidió impulsar otras formas de participación que se denominaron «reuniones de diagnóstico», luego de concluir que la incertidumbre general producida por la pandemia volvía muy importante el disponer de información sobre preferencias, temores, anhelos y preocupaciones de la ciudadanía. Estas instancias consistieron en reuniones mantenidas por medio de la plataforma Zoom. Mientras que en otras ciudades del país la pandemia supuso el pasaje de los formatos presenciales a los digitales (Annunziata *et al.*, 2021), en el caso de Buenos Aires no se trataba de la primera experimentación con instancias participativas digitales, pero la pandemia sí trajo transformaciones. Antes del covid-19, la experiencia principal era con una plataforma asincrónica para subir propuestas –por escrito– y votar proyectos; ahora se comenzaba a ensayar el uso de plataformas para encuentros sincrónicos que la pandemia había vuelto de uso cotidiano para muchas actividades de la vida social (como Zoom, Google Meet o Webex).

Algunos de estos encuentros de diagnóstico trataron directamente aspectos vinculados con la pandemia, como el que se realizó en abril de 2020 orientado a las personas mayores o los que tuvieron lugar durante mayo y junio de 2020 sobre el regreso a un espacio público seguro. Como sostuvo en una entrevista la directora del área: «[...] la pandemia nos dio la oportunidad de ampliar

¹⁷ Entrevista con AG, 05/01/2021.

¹⁸ Entrevista con AC, 21/12/2020.

¹⁹ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=dinv-LNYRfo> (consultado el 18 de julio de 2021).

²⁰ Fuente: Resolución núm. 39 de la Junta Electoral.

²¹ Entrevista con MO, 22/12/2020.

²² Entrevista con AT, BDS y SFV, 15/01/2021.

la utilización de dispositivos de participación vinculados al diagnóstico colectivo y la ideación conjunta de soluciones en reuniones de deliberación»²³.

En definitiva, la pandemia implicó suspender una herramienta participativa muy costosa como era BAElige

Para hacer estos encuentros se dividió la ciudad en tres regiones, agrupando las comunas: Norte, Centro y Sur. La difusión se realizó principalmente por *mail* a quienes ya venían participando antes de la pandemia, además de la comunicación por redes sociales. Pero el público se transformó, bajando el promedio de edad de los participantes y disminuyendo en cantidad allí donde el acceso a Internet y a dispositivos con conectividad está menos extendido. En alguno de los encuentros no hubo participantes, porque se combinaron dos tipos de brecha digital²⁴, la material y la de capacitación o generacional; tal fue el caso del encuentro por Zoom para discutir con adultos mayores en la región sur de la ciudad.

Las reuniones sobre el tema «vuelta a clases» se realizaron entre diciembre de 2020 y enero de 2021, separando a los actores por su rol en la comunidad educativa: directivos, docentes, padres y madres, y niños, niñas y adolescentes. También se realizaron encuentros para discutir sobre la actualización del Plan Urbano Ambiental, el corredor verde de un barrio en particular o el uso de las bicicletas en la ciudad, entre otros temas.

²³ Entrevista a Manuela Maunier, directora general de Participación Ciudadana y Cercanía, GCBA, realizada por OIDP, 18 de diciembre de 2020.

²⁴ De acuerdo a los datos del INDEC (2020), la brecha digital no sería tan significativa en la Ciudad de Buenos Aires, que se encuentra en niveles similares a los de Francia (Greffet y Wojcik, 2018) en acceso a TIC. El porcentaje de hogares con acceso a bienes y servicios de las TIC es bastante superior al promedio nacional (acceso a computadoras 82 % y a Internet 96 % en CABA, frente a 63 % y 90 % en el total, respectivamente). En Río Cuarto, los porcentajes se acercan más al total del país: acceso a computadoras 61,8 % y a Internet 91,3 %. Las entrevistas permiten advertir que, aunque una ciudad se encuentre bien equipada para enfrentar la brecha digital, las desigualdades territoriales persisten y en los barrios populares el acceso y uso de TIC es mucho más limitado. No contamos con datos desagregados por barrio, pero los actores entrevistados hacen referencia al menor acceso a TIC, conectividad y dispositivos en toda la zona sur de la ciudad. En los territorios más vulnerables, como veremos en ambos casos, los dirigentes políticos se esfuerzan por mantener la presencia física y el contacto «cara a cara».

El área de participación incluye bajo su órbita las llamadas acciones de «cercanía», como las Reuniones con Vecinos y Comisarías Cercanas, dos programas que se mantuvieron en la pandemia por medio de la plataforma Zoom y en este caso sí supusieron una «digitalización» de lo que antes se producía de modo presencial. Así las describía un informe realizado por el área: «Las reuniones de vecinos consisten en encuentros “cara a cara” que el jefe de Gobierno, el gabinete de ministros y funcionarios/as de diferentes jerarquías mantienen con la ciudadanía [...]. En contexto de pandemia por covid-19, las Reuniones con Vecinos se desarrollan en formato virtual, a través de la plataforma de videollamada Zoom [...]» (Dirección General de Participación Ciudadana y Cercanía, 2020).

En definitiva, la pandemia implicó suspender una herramienta participativa muy costosa como era BAElige y, en cambio, impulsar reuniones sincrónicas por plataformas digitales con las que no se había experimentado previamente: una parte de los vínculos ya eran digitales, pero se transformaron, y otra parte de los vínculos que se daban «cara a cara» pasaron a darse en el terreno digital.

Reparemos ahora en cómo funcionaron estas instancias participativas sincrónicas por medio de Zoom. Generalmente estaban coordinadas por un miembro del equipo del Gobierno que hacía una presentación y ordenaba los turnos de la palabra. Quienes deseaban hablar debían anotarse por el sistema interno de chat. Como narraba una funcionaria del área de participación: «En las reuniones de diagnóstico se intenta siempre que todas las personas presentes tomen la palabra al menos una vez de forma oral. Además, el chat es una herramienta muy utilizada para expresar discrepancias y acuerdos [...]. Hay personas que no quieren hablar pero dejan sus opiniones y argumentos asentados de forma escrita»²⁵.

En algunos de los «encuentros de diagnóstico» el conflicto se planteó más que en otros. Por ejemplo, en el encuentro para discutir sobre la actualización de Plan Urbano Ambiental en la Comuna 13, se conectaron ciento dos personas y se repartieron en cuatro «salas de trabajo» o comisiones en simultáneo (algo que permite una herramienta como Zoom, dividirse en subgrupos de discusión). Vecinos y vecinas que tomaban la palabra cuestionaban la ausencia de subterráneo en el barrio, el estado de las calles, la acumulación de agua estancada cerca de las vías del tren, la paralización de una obra que estaba pendiente desde hacía seis años, e incluso se denunciaban los negocios inmobiliarios favorecidos por el Gobierno en nombre del

²⁵ Entrevista con AT, 23/02/2021.

La digitalización también implicó para el candidato una puesta en escena donde el auditorio estaba vacío y había que hablarle a una cámara sin contar con ningún tipo de retroalimentación ciudadana al respecto

patrimonio histórico. También se planteaban reclamos particulares, como ruidos molestos generados por un comercio, pero al mismo tiempo propuestas, como la construcción de playas de estacionamiento subterráneas debajo de las plazas. Además, se planteaban críticas al formato mismo del espacio participativo –lo que Ramos y Feres Faria, 2013, han denominado metadeliberación para conceptualizar dinámicas de instancias participativas en Brasil–, como que el horario laboral en el que se había convocado la reunión dificultaba la presencia de muchas personas. Es decir, las intervenciones de los vecinos mostraron un amplio espectro de discursos: no fueron todas sobre reclamos particulares, no fueron todas consensualistas, sino que se plantearon enfoques diversos de la política pública, hubo denuncias, pero también propuestas y hubo metadeliberación. A pesar de hablar siempre al coordinador de la reunión, las intervenciones de los vecinos se mencionaron mutuamente²⁶. *A priori*, la escena descrita pareciera ser la de una instancia deliberativa formalmente correcta y completa. Pero otros aspectos de la dinámica, potenciados por la dimensión digital, llamaban la atención. En la pantalla se observaba un mapa de la Comuna 13 y, a medida que los participantes tomaban la palabra, el equipo que coordinaba la reunión iba poniendo marcas y *stickers* en el mapa, ubicando los problemas señalados y anotando al mismo tiempo en otra parte de la pantalla por categoría de problema. El conflicto, por lo tanto, podía plantearse, pero se transformaba en *stickers* de «pulgares hacia abajo» que iban llenando cada vez más el mapa de la comuna. La intervención de una vecina resumía el sentimiento de que los conflictos podían plantearse, pero sin generar una reacción, sin que otros

²⁶ Observación no-participante del encuentro participativo por la actualización del Plan Urbano Ambiental en la Comuna 13, 27 de noviembre de 2020.

participantes ni el Gobierno de la Ciudad, respondieran contraargumentando u ofreciendo soluciones: «“Sí, sí, lo anoto; la basura..., sí, lo anoto; la vereda..., sí, lo anoto”..., anotan todo, no sé, deben poder empapelar media ciudad con lo que anotan y no pasa nada con todos esos reclamos»²⁷. Este ejercicio de «anotar», mapear, georreferenciar y clasificar todas las propuestas, críticas o reclamos por igual resultaba en una comunicación tecnocrática de solución incierta para los participantes.

5. La dimensión colectiva y afectiva del vínculo político

Como vimos, la pandemia afectó la forma de realizar la campaña electoral debido a las restricciones vigentes que limitaban el contacto físico y prohibían realizar eventos masivos. En Río Cuarto, los protagonistas subrayaban la pérdida de la masividad: «Nosotros en otras campañas hemos organizado actos, hemos salido masivamente a las calles, ha sido diferente en eso, en la cantidad de gente con la que podíamos estar todos juntos»²⁸. Los entrevistados advertían en un doble sentido el debilitamiento de lo colectivo en los vínculos políticos. Por un lado, notaban que las redes sociales eran incapaces de motivar la construcción de cierta «mística militante» en torno a los actos de gobierno o las movilizaciones: «En el distanciamiento, sacarse una foto, ir a un barrio, ir a un lugar ya no es la cuestión masiva y para nuestras tradiciones justicialistas se extrañó, porque somos una familia muy grande nosotros, como que extrañamos ir al partido y que te llenes de humo y que te toquen el bombo en la oreja, de gritar y quedarte afónico [...] esas cosas las extrañé mucho en lo personal»²⁹. En este sentido, un evento importante de la campaña electoral llevada a cabo por el candidato Llamosas fue el lanzamiento de sus promesas de campaña, denominadas «Propuestas para la ciudad que viene». En el acto solo participaron de forma presencial los equipos técnicos y fue transmitido por Instagram y Facebook³⁰. Si bien las redes sociales permitieron introducir comentarios durante la transmisión del evento, la imposibilidad de contar con público en el auditorio produjo una transformación en la *performance* del acto (tradicionalmente asociada a la

²⁷ Observación no-participante del encuentro participativo por la actualización del Plan Urbano Ambiental en la Comuna 13, 27 de noviembre de 2020.

²⁸ Entrevista con NR, 21/12/2020.

²⁹ Entrevista con MO, 22/12/2020.

³⁰ Fuente: <https://www.facebook.com/jmllamosas/videos/1121040345020885> (consultado el 18 de julio de 2021).

presencia de una multitud efervescente que despliega banderas, entona cánticos y aclama cuando el candidato pronuncia determinadas frases). En otras palabras, la digitalización también implicó para el candidato una puesta en escena donde el auditorio estaba vacío y había que hablarle a una cámara sin contar con ningún tipo de retroalimentación ciudadana al respecto. Además, si bien las cien propuestas de campaña se podían encontrar listadas en la página web del candidato³¹, la diagramación del sitio web era solo de lectura, por lo que no permitía ningún tipo de interacción con el vecino ni tampoco se incluían detalles de las propuestas respecto a los objetivos, funciones y plazos.

Por otro lado, los entrevistados advertían las dificultades para recrear el espíritu comunitario propio del acto de «poner el cuerpo» en el territorio, pues escuchar y dialogar con los vecinos era un modo de hacer que se sintieran parte del proyecto político común. La pandemia implicó que la dimensión colectiva de los espacios políticos en torno a la campaña electoral fuera reemplazada por una apelación al ciudadano conectado a su *smartphone* en su ámbito privado.

Los efectos de la digitalización también se plasmaron en la dimensión afectiva de los vínculos políticos. Aun cuando lo digital permite difundir las candidaturas y los planes de gobierno en el marco de una campaña electoral, los afectos y la cercanía que se generan en el contacto diario con las personas no logran trasladarse a las plataformas virtuales. Esto lo observamos, en primer lugar, en los espacios de la militancia: «Uno extraña eso, la cercanía, la mística, el folklore que se generan alrededor de los actos militantes»³². Esto en tanto que la actividad política no se limita solamente a la organización y distribución de tareas que se activan a la hora de realizar una campaña política para un determinado candidato, sino que implica un entramado de vínculos y redes que se entretajan desde lo cotidiano, en el compartir y sentirse parte de un espacio.

La digitalización de las actividades afectó también el modo en que los militantes percibieron la vida interna de los partidos. Las actividades «cara a cara» tenían una dimensión que excedía el trabajo en sí mismo, porque se asentaba en relaciones personales y sociales, en compartir encuentros, y esto garantizaba una confianza entre los militantes que los intercambios digitalizados no lograron alcanzar. Como sostenía un entrevistado: «Cuando uno se junta en algún lugar se hace ameno, se dicen otras cosas, en el Zoom hay como una idea de “guarda

que está grabándose”, [...] se extraña el poder discutir con otros de frente»³³.

Todos los entrevistados coincidieron en señalar que, si bien las redes sociales y la comunicación por celular fueron lo que les permitió mantener cierto vínculo con los vecinos, «en el trabajo que nosotros hacemos y sobre todo en una ciudad como lo es Río Cuarto [...] el contacto con la persona es invaluable. Hablarle al celular, por más que yo te vea la cara..., sigue habiendo una distancia»³⁴.

La dimensión de lo afectivo también resultó modificada entonces en la relación que se establecía con los vecinos. Uno de los entrevistados señalaba: «En los barrios la gente interpreta el no ir como un olvido, es como cuando vos vas a su casa y te dan un mate: ellos te dan un mate porque es todo lo que tienen y con el mate te están dando su corazón. Si vos le hablas por Zoom [...], sienten como una lejanía [...]. En cambio vos vas, te tomas un mate, [...] ellos sienten que son parte de eso que vos denominas “proyecto” [...], ellos se sienten parte porque se sienten contenidos, se sienten que siempre vamos, que cuando hay problemas estamos en la presencia física. Es importante el estrechón de mano, el abrazo, el beso»³⁵.

¿Y qué sucedió con la digitalización de las instancias participativas? Generalmente, en las instancias de participación hay dos modelos opuestos de participantes convocados: las organizaciones sociales, representadas por sus referentes, y los individuos sin pertenencias. Las formas de participación digital suelen reducir estas opciones a una: la participación individual. Atenta así contra la representación al interior de los espacios participativos: cada persona participa en su propio nombre, generalmente asociado a un usuario y contraseña, y tiene el mismo peso que cualquier otra. Si bien este aspecto tiene un efecto más igualitario, también desconoce la legitimidad de las organizaciones y los colectivos que militan determinadas cuestiones o representan territorios (Annunziata et al., 2021).

Las funcionarias del área de participación sostenían que siempre se convocaba al vecino suelto y no se interpelaba a las organizaciones, sino a los individuos³⁶. En un sentido la individuación de la participación era un efecto coherente con la concepción propia del Gobierno de la Ciudad. También se señalaba en las entrevistas que muchas veces los vecinos se acercaban a los espacios participativos movidos por algún interés o problema particular y esto

³¹ Disponible en <https://jmllamosas.com.ar/propuestas/> (consultado el 18 de julio de 2021).

³² Entrevista con NR, 21/12/2020.

³³ Entrevista con MO, 22/12/2020.

³⁴ Entrevista con AG, 05/01/2021.

³⁵ Entrevista con AG, 05/01/2021.

³⁶ Entrevista con AT, BDS y SFV, 15/01/2021.

ocurría también antes de la pandemia³⁷. Pero la pérdida del carácter colectivo de la participación se vio reforzada por algunas características de los formatos *online*: en Zoom cada quien es un usuario, un rectángulo equivalente y del mismo tamaño que todos los demás, no hay ubicaciones privilegiadas ni conformación de grupos de personas en la sala, cada uno se representa a sí mismo y a su interés personal.

Esta individualización de la participación propia del formato digital fue en sintonía con la lógica del tipo de dispositivos que el Gobierno de la Ciudad promovió durante la pandemia, esto es, reuniones para obtener información de diagnóstico sobre distintos problemas. Las instancias participativas devienen similares a técnicas de investigación de mercado como los grupos focales. El reemplazo de una asamblea participativa por un grupo focal tiene consecuencias: si la obtención de información es el principal objetivo, la participación se convierte en un insumo para las políticas públicas en lugar de ser un derecho a intervenir en las decisiones sobre lo común. Lo que no puede tener lugar es la «puesta en escena de lo popular» y la participación como un «estar ahí» con los demás de la que hablaba Goirand (2015).

La pérdida del carácter colectivo de la participación es inseparable de la pérdida de su carácter afectivo, como vimos también con los vínculos partidarios y militantes. Hablando sobre las ventajas de la participación digital y comparándola con la presencial, la responsable del área sostenía: «Yo creo que una cosa no suple la otra, a mí me parece que son complementos [...]. De lo que nos dimos cuenta en este tiempo [...] es que el público objetivo cambió bastante. Porque antes quizá hacíamos una reunión a las seis o las siete de la tarde, pero te tenías que mover..., si vos tenés hijos en tu casa no podés ir a la reunión para participar presencialmente y por ahí sí querés participar. Distinto es estar en tu casa, prender la computadora, tenés a los chicos corriendo atrás, los estás viendo [...] y podés estar como en ambos lugares [...], pero no todo el mundo tiene el mismo acceso a las tecnologías, por temas económicos, por temas de infraestructura o incluso por temas de capacitación»³⁸. Este testimonio muestra que, para la perspectiva del Gobierno de la Ciudad, las desigualdades de acceso representaron un defecto de los formatos *online*, pero allí donde los funcionarios descubrían una ventaja, el poder estar en dos lugares al mismo tiempo se revelaba también un límite: una falta en la intensidad del contacto entre los participantes y entre estos y los gobernantes. Es un aspecto que también reco-

nocían los responsables del área: «Ver a la gente en 3D es otra cosa, los nexos y los vínculos que se generan son distintos... Pero honestamente siento que ha sido un gran hallazgo, que la virtualidad vino para quedarse, pero no para quedarse sola, para complementarse con lo presencial»³⁹.

El formato técnico e iconizado de la participación digital condiciona el tipo de vínculos que pueden darse. En los «encuentros de diagnóstico» o en las «reuniones de vecinos» observamos que la imagen del rostro de los participantes no era protagonista de la situación; en primer lugar, porque se realizaban presentaciones en Power Point que ocupaban la mayor parte de la pantalla; en segundo lugar, porque muchos participantes se conectaban con la cámara apagada. Esto producía una distancia entre los interlocutores, porque «participar» se asemejaba a estar mirando un video y no resultaba tan evidente que se tratara de una situación ocurriendo «en vivo» en la que todos estaban igualmente comprometidos. Los funcionarios tenían la indicación de advertir a los participantes: «Se les solicita que mantengan las cámaras encendidas durante la reunión para favorecer una comunicación más cercana y empática» (Dirección General de Participación Ciudadana y Cercanía, 2020).

La dimensión afectiva de la participación, el compartir un escenario común, se intentó de algún modo suplir con otras herramientas que volvieran más atractivas las reuniones. De ahí la relevancia que tuvo la lógica de *gamification* (Meloni, Allegretti y Antunes, 2018) de la participación en Buenos Aires, es decir, la creación de dinámicas lúdicas en la participación: «Al trabajar con la virtualidad la gente no se veía la cara directamente, entonces se daba un espacio de juego... y trabajamos con un montón de herramientas tipo los pósit...»⁴⁰. Como la gente «no se ve la cara», hay algo que falta en la deliberación y esta falta se intenta remediar haciendo uso de *stickers*, mapas y herramientas visualmente atractivas. En la reunión por el Corredor Verde Honorio Pueyrredón, por ejemplo, al principio se les compartía un *link* a los presentes, para que votaran con los colores de un semáforo (rojo, amarillo, verde) expresando su grado de conformidad con los espacios verdes del barrio⁴¹.

Pero la pandemia puso en evidencia que la dimensión afectiva del contacto «cara a cara» es un potenciador de la deliberación que resulta irremplazable (Annunziata et al., 2021). De hecho, para las teorías retóricas de la deliberación (Urfalino, 2013),

³⁷ Por ejemplo, entrevista con LB, 20/07/2021.

³⁸ Entrevista a Manuela Maunier, realizada por OIDP, 18/12/2020.

³⁹ Entrevista a Manuela Maunier, realizada por OIDP, 18/12/2020.

⁴⁰ Entrevista a Manuela Maunier, realizada por OIDP, 18/12/2020.

⁴¹ Observación no-participante del encuentro participativo por el Corredor Verde Honorio Pueyrredón, 11/05/2021.

el reconocimiento de las subjetividades, los gestos y saludos de bienvenida –lo que Young (2002) denomina *greetings*– y las formas de comunicación más afectivas que se adaptan a la particularidad de diferentes audiencias constituyen aspectos de la deliberación tanto como los argumentos y son fundamentales para que todos los actores se sientan parte de los intercambios y se arriesguen a tomar la palabra.

6. Lo «indigitalizable» o las resistencias

Así como la digitalización de los vínculos políticos conllevó una pérdida de las dimensiones colectiva y afectiva de las actividades de campaña y de los escenarios de deliberación, también fue posible observar aspectos de dichos vínculos que resistieron a la digitalización.

Muchas de las iniciativas sanitarias, económicas y sociales que implementó el municipio de Río Cuarto, como, por ejemplo, la entrega de *kit* sanitarios para las familias de los sectores más vulnerables, no pudieron ser digitalizadas y requirieron de la presencia de los funcionarios municipales en el territorio, quienes además fueron considerados trabajadores esenciales⁴². Este elemento también fue señalado por una de las concejalas electas por Hacemos por Córdoba en los siguientes términos: «Nos vamos juntando en diferentes lugares, en las esquinas, los campos, las copas de leche, los menderos, han sido lugares donde hemos podido dialogar con los vecinos, con esos vecinos con los que trabajamos siempre»⁴³.

Asimismo, si bien durante gran parte de 2020 se reestructuró la campaña electoral en función de las recomendaciones sanitarias, el último tramo de la misma demostró la resistencia de aquello que no era posible digitalizar y fue una prueba de cuán importante era para los candidatos poder salir al territorio. En efecto, durante las primeras semanas de noviembre, se retomó la interacción cara a cara con los protocolos sanitarios requeridos. Los equipos dividieron el territorio de la ciudad en cuarenta y nueve subcircuitos y comenzaron a realizar recorridos similares a los «timbres», de los cuales participaron los equipos militantes y también el candidato a intendente y subsecretarios. En la cuenta de Instagram del intendente, desde noviembre se lo pudo observar en numerosos recorridos, que incluyeron visitas a empresarios, caminatas por los barrios y costas del río, recorridas por los comercios de la ciudad, entre otros. Las imágenes mostraban al candidato con barbijo y respetando el distancia-

miento social mientras conversaba con los vecinos e incluso se tomaba fotos con ellos.

También se destacan algunas «visitas personalizadas» que surgían en respuesta a peticiones enviadas a través de las redes sociales, resaltando no solo la imagen de un candidato que «escucha», sino que también «se hace presente». En el relato que acompañaba la fotografía en Instagram se leía: «Soledad me escribió por Instagram con algunas dudas que quería conversar. Ayer, fuimos [...] a visitarla a su local en el centro. Pudimos conversar sobre la actualidad y le contamos las propuestas que tenemos para los próximos cuatro años [...]. ¡Gracias, Soledad, por recibirnos!».

Aunque la digitalización se convirtió en una herramienta importante, observamos que hay algunos aspectos del vínculo político que se resisten a la misma debido a que mantener una posición de proximidad con el vecino, de escucha de sus problemas, sigue siendo fundamental en los espacios locales. La proximidad que se escenifica con las visitas no se produce en el formato digital. Durante el mes de noviembre, las fotos de Instagram mostraban al candidato en un comercio de venta de ropa femenina, conversando con una vecina a través de la reja de su casa, en el interior de una empresa recuperada y también conversando con los asistentes de un gimnasio al aire libre.

En el caso de Buenos Aires, además de las que hemos mencionado, existían instancias de participación en contextos de procesos de integración sociourbana, o «urbanización» de barrios populares. Por ejemplo, en la llamada Villa 20 en la Comuna 8, este proceso se venía desarrollando mediante mesas de gestión participativa (reuniones mensuales abiertas a todos los vecinos), mesas técnicas (con referentes de cincuenta organizaciones sociales del barrio) y talleres por manzana (con los vecinos de cada una de las treinta manzanas). Estas instancias participativas habían generado una trama organizativa que durante la pandemia sirvió como respaldo sobre el que se pudo apoyar un dispositivo para atender la emergencia, porque ya había lazos construidos y consolidados⁴⁴. Por lo tanto, si bien las acciones se reorientaron a atender las situaciones de emergencia, como acompañar a los vecinos a realizarse testeos o repartir alimentos, o resolver problemas de falta de agua, las actividades se mantuvieron de modo presencial, y «estar ahí» adquirió aún más relevancia. Las mesas de participación se mantuvieron, pero «cara a cara», solicitando a los participantes que en sus organizaciones eligieran representantes para reducir la cantidad de asistentes y mantener así un distanciamiento físico. Al no

⁴²Entrevista con NR, 21/12/2020.

⁴³Entrevista con MO, 22/12/2020.

⁴⁴Entrevista con AB y TR, 22/01/2021.

tener acceso a Internet la mayoría de los habitantes de este barrio, la digitalización de la participación no fue una opción. Hubo un intento de realizar una reunión mixta, con algunos participantes presentes físicamente y otros de modo remoto, pero resultó contraproducente, porque quienes participaban de manera virtual no tomaban la palabra. En la comuna que corresponde a este barrio, cuya junta es opositora al Gobierno de la Ciudad, los comuneros vieron una oportunidad también para hacerse presentes, por ejemplo, repartiendo paquetes de datos a las personas que no tenían Internet en sus celulares. Así, podían sostener que «la pandemia nos permitió ir por fuera de las atribuciones reales»⁴⁵. En este territorio, «el mejor ejercicio de participación lo dan los conflictos que generan los vecinos y nosotros tratamos de canalizar»⁴⁶, afirmaba el representante comunal, demostrando cómo las dimensiones colectiva y afectiva de la participación resultan muchas veces irremplazables en la medida en que son la base para construir los vínculos representativos.

7. Conclusión

Hemos visto que la pandemia de covid-19 implicó cambios obligados en el despliegue de distintas actividades políticas: las acciones y tareas propias de una campaña electoral en el ámbito local y las instancias participativas que invitan a los vecinos a discutir problemas de la ciudad. En Río Cuarto, el último acto político con público presencial fue el lanzamiento oficial de la campaña el 3 de marzo de 2020; posteriormente y luego de que los comicios fueran suspendidos en dos ocasiones, la mayor parte de la campaña tuvo que adaptarse al terreno digital. En la Ciudad de Buenos Aires, se suspendió el programa BAElige y las Reuniones con Vecinos y encuentros deliberativos tuvieron que desarrollarse por medio de la plataforma Zoom.

Esta transformación del formato de las actividades políticas mencionadas implicó un cambio en los vínculos políticos, conllevando un debilitamiento de sus dimensiones colectiva y afectiva, como preveía nuestra hipótesis. Así, mientras que en Río Cuarto no pudieron realizarse actos masivos y los discursos transmitidos por las redes sociales no contaban con la reacción colectiva clásica de los aplausos o las ovaciones, sino que cada espectador lo observaba desde un ámbito privado e individual, en Buenos Aires el uso exclusivo de plataformas digitales produjo una participación individualizada desde la identificación del participante con un usuario y contraseña e

impidió la representación de actores colectivos. Por otra parte, mientras que en Río Cuarto la campaña perdió cierta «mística militante» generada en otras oportunidades por la reuniones masivas en los locales partidarios, la entonación de cánticos tradicionales, la fabricación de banderas, los festejos cuando se conocen los resultados de las elecciones, en Buenos Aires la deliberación digital se manifestó como una fría presentación sin rostros que careció del elemento afectivo que potencia el intercambio de argumentos con el auditorio. Observamos que las funciones básicas de la comunicación entre representantes y representados se mantuvieron: se pudieron presentar propuestas de campaña, se pudieron expresar acuerdos y desacuerdos y emplear diferentes tipos de discurso en las deliberaciones; no obstante, esta comunicación resultó individualizada y tecnocrática.

El principal hallazgo de este trabajo, entonces, señala el carácter irremplazable del contacto «cara a cara» que proporciona a los vínculos políticos una dimensión colectiva y afectiva. Esto significa que los cantos, aplausos, banderas y signos de la pertenencia a un colectivo en el marco de una campaña, así como el compartir un escenario con los demás participantes de una deliberación, no son aspectos accesorios, sino constitutivos de los vínculos políticos, de representar y de participar.

Un segundo hallazgo fue que algunas actividades no pudieron digitalizarse y resistieron a las recomendaciones sanitarias de mantener el distanciamiento social. Así, los funcionarios municipales en su condición de trabajadores esenciales mantuvieron una presencia activa en los barrios populares de la ciudad de Río Cuarto sosteniendo las diferentes iniciativas implementadas para gestionar la pandemia, mientras que durante el último tramo de la campaña electoral en miras a los comicios de noviembre se implementaron recorridas por el territorio. En las instancias participativas promovidas por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en contextos de urbanización de barrios populares la participación nunca se digitalizó y la presencia de los funcionarios en el territorio fue más relevante que antes de la pandemia. En ambos casos, en la medida en que la digitalización es imposible allí donde no existe un acceso masivo y equitativo a dispositivos y conectividad, la misma implicaría simplemente la pérdida total del vínculo con los sectores populares más desfavorecidos.

Es interesante reflexionar sobre el hecho de que los representantes y dirigentes políticos fueron los primeros tentados en resistir sus propias recomendaciones de «quedarse en casa», demostrando que para su quehacer político el contacto físico con la ciudadanía es un hecho ineludible. En Río Cuarto las recorridas con protocolo sanitario se retomaron ni bien fue posible. En Buenos Aires, ya fuera

⁴⁵ Entrevista con ME, 05/05/2021.

⁴⁶ Entrevista con ME, 05/05/2021.

del período que abarcó esta primera investigación exploratoria, el jefe de Gobierno Rodríguez Larreta retomó las Reuniones con Vecinos presenciales. Si bien los estudios sobre la participación de los internautas en campañas electorales revelan que es una forma de acción personalizada con la intención de desplegar su propia movilización y de activar sus propias redes sociales (Greffet y Wojcik, 2018), en coincidencia con lo que hemos notado en esta investigación, podría suceder que para los ciudadanos esta sea una forma completa e intensa de participar. Una de las militantes entrevistadas mencionaba incluso el carácter «democratizador» que había tenido el formato Zoom para poder acceder a charlas y espacios de capacitación con políticos a los que antes no accedía⁴⁷. Queda por explorar en futuros trabajos si no son acaso los dirigentes políticos más que los ciudadanos quienes atribuyen mayor importancia a lo colectivo y afectivo derivados del estar en contacto con la gente.

Analizar qué usos de lo digital seguirán presentes en las actividades políticas pospandemia y qué volverá a ser presencial puede darnos pistas interesantes sobre el valor que los actores dan a lo colectivo y lo afectivo propios del contacto físico. «La virtualidad vino para quedarse», se decía en una de las entrevistas citadas aquí, generando formatos híbridos de participación y militancia. Se abre entonces el campo de estudio sobre qué de lo virtual finalmente «se quedó». En la Ciudad de Buenos Aires, ya a fines de 2021, las reuniones de Rodríguez Larreta con vecinos habían vuelto a ser presenciales, pero los encuentros de Comisarías Cercanas, por ejemplo, permanecen por canales digitales. Que sean los ámbitos pensados para que los líderes políticos establezcan lazos con sus potenciales seguidores antes que aquellos más adaptables a una comunicación tecnocrática los que retornen primero a los formatos presenciales es una prueba de que el contacto físico sigue siendo visto como vehículo de lo colectivo y lo afectivo y de que a los dirigentes no les es fácil prescindir de estos aspectos en los vínculos políticos.

Fuentes y bibliografía

Referencias

- Annunziata, R. (2018): «“Si viene, yo lo voto”: la proximidad en timbros y visitas de Mauricio Macri durante la campaña electoral y su primer año de gobierno (2015-2016)», en *Austral Comunicación*, vol. 7, núm. 1.
- Annunziata, R. (2020): «El impacto de los presupuestos participativos online en el tipo de proyectos: un análisis de

- la experiencia de BAElige», en *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, núm. 77, julio de 2020, pp. 157-186.
- Annunziata, R.; Arena, E.; y Basualdo Franchino, U. (2021): «¿Giro digital? Desafíos de los presupuestos participativos argentinos frente a la pandemia de covid-19», en *Política. Revista de Ciencia Política*, 59 (1), pp. 59-80.
- Asplund, E.; Heuver, L.; Ahmed, F.; Stevense, B.; Umar, S.; James, T.; y Clark, A. (2021): *Las elecciones durante la covid-19: cómo se celebraron las campañas electorales en 2020*. Institute for Democracy and Electoral Assistance, <https://www.idea.int/es/news-media/news/es/las-elecciones-durante-la-covid-19-c%C3%B3mo-se-celebraron-las-campa%C3%B1as-electorales-en>
- Bhusal, T. (2020): «Citizen Participation in Times of Crisis: Understanding Participatory Budget during the covid-19 Pandemic in Nepal», en *ASEAN Journal of Community Engagement*, 4 (2), pp. 321-341, <https://doi.org/10.7454/ajce.v4i2.1103>
- Calderón Gómez, J. (2020): «La pandemia de covid-19, una oportunidad de renovar la realización de las elecciones», en *Revista Académica de la Facultad de Derecho de la Universidad La Salle*, pp. 135-143, <https://repositorio.lasalle.mx/handle/lasalle/1693>
- Casero-Ripollés, A. (2020): «Impact of covid-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak», en *Profesional de la Información*, 29 (2), pp. 1-12, <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Casero-Ripollés, A. (2021): «O impacto da covid-19 no jornalismo: um conjunto de transformações em cinco domínios», en *Comunicação e Sociedade*, 40, pp. 53-69, [https://doi.org/10.17231/comsoc.40\(2021\).3283](https://doi.org/10.17231/comsoc.40(2021).3283)
- Cho, C. H.; Jérôme, T.; y Maurice, J. (2020): «Whatever it Takes: First Budgetary Responses to the covid-19 Pandemic in France», en *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 33 (1), pp. 12-23, <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-07-2020-0126>
- Christensen, H. (2011): «Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means?», en *First Monday*, 16 (2), <https://doi.org/10.5210/fm.v16i2.3336>
- Climate Assembly UK (2021): *The Path to Net Zero. Climate Assembly UK Full Report*. House of Commons.
- Coleman, S., y Moss, Giles (2012): «Under Construction: The Field of Online Deliberation Research», en *Journal of Information Technology & Politics*, 9 (1), pp. 1-15, <https://doi.org/10.1080/19331681.2011.635957>
- Cruz, F. (24 de junio de 2021): «Los oficialismos también ganan en pandemia», en *Cenital*, <https://cenital.com/los-oficialismos-tambien-ganan-en-pandemia/>
- Detienne, M. (2003): *Qui veut prendre la parole?* EHESS-Seuil.
- Detienne, M. (2008): *Comparing the Incomparable*. Stanford University Press.
- Eymard, L. (2020): «From the French Citizens' Convention on Climate to the Conference on the Future of Europe: A Participatory Science and Democracy Perspective», en *European Law Journal*, 26 (1-2), pp. 136-140, <https://doi.org/10.1111/eulj.12369>
- Gaztañaga, J. (2008): «¿Qué es el trabajo político? Notas etnográficas acerca de militantes y profesionales de la política», en *Cuadernos de Antropología Social*, núm. 27, pp. 133-153.

⁴⁷Entrevista con NR, 21/12/2020.

- Gerring, J., y Cojocar, L. (2016): «Selecting Cases for Intensive Analysis: A Diversity of Goals and Methods», en *Sociological Methods & Research*, 45 (3), pp. 392-423, <https://doi.org/10.1177/0049124116631692>
- Goirand, C. (2015): «Rituels démocratiques et mise en scène de la participation populaire dans les assemblées du Budget Participatif à Recife (Brésil)», en *Participations*, 1 (11), pp. 53-85, Doi: 10.3917/parti.011.0053.
- González Vaillant, G.; Tyagi, J.; Akin, I.; Page Poma, F.; Schwartz, M.; y Van de Rijt, A. (2015): «A Field-Experimental Study of Emergent Mobilization in Online Collective Action», en *Mobilization: An International Quarterly*, 20 (3), pp. 281-303, <https://doi.org/10.17813/1086-671X-20-3-281>
- Graham, T. (2010): «The Use of Expressives in Online Political Talk: Impeding or Facilitating the Normative Goals of Deliberation?», en E. Tambouris, A. Macintosh y O. Glassey (eds.): *Electronic Participation, Lecture Notes in Computer Science*, vol. 6229, pp. 26-41. Springer.
- Graham, T.; Broersma, M.; Hazelhoff, K.; y Van't Haar, G. (2013): «Between Broadcasting Political Messages and Interacting with Voters: the Use of Twitter during the 2010 UK General Election Campaign», en *Information, Communication and Society*, 16 (5), pp. 692-716, <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.785581>
- Greffet, F., y Wojcik, S. (2018): «Une participation politique renouvelée. L'invention de modes individualisés et critiques d'engagement numérique en campagne électorale», en *Quaderni. Communication, Technologies, Pouvoir*, 97, pp. 107-131, <https://doi.org/10.4000/quaderni.1325>
- Hartz-Karp, J., y Sullivan, B. (2020): «The Unfulfilled Promise of Online Deliberation», en *Journal of Deliberative Democracy*, 10(1), pp. 1-5, <https://doi.org/10.16997/jdd.191>
- Hernández Trejo, N. E. (2020): «Los desafíos para la participación ciudadana desde el contexto de la emergencia sanitaria», en *Espacio I+D: Innovación más Desarrollo*, 9, (25), pp. 80-98, <https://doi.org/10.31644/IMASD.25.2020.a05>
- Landman, T., y Splendore, L. (2020): «Pandemic Democracy: Elections and covid-19», en *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), pp. 1060-1066, <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1765003>
- Meloni, M.; Allegretti, G.; y Antunes, S. (2018): «Participating: a Reflection on Gamification Techniques from the Standpoint of Participatory Budgeting», en N. Dias (ed.): *Hope for Democracy: 30 Years of Participatory Budgeting Worldwide*, pp. 567-587. Epopeia Records, Oficina.
- Przeworski, A., y Teune, H. (1970): *The Logic of Comparative Social Inquiry*. Wiley-Interscience.
- Quirós, J. (2016): «Una hidra de siete cabezas. Peronismo en Córdoba, interconocimiento y voto hacia el fin del ciclo kirchnerista», en *Corpus* (en línea), 6 (1), <https://doi.org/10.4000/corpusarchivos.1595>
- Ramos, A., y Feres Faria, C. (2013): «Las conferencias de políticas públicas en Brasil: hacia un sistema integrado de participación y deliberación a nivel nacional», en *Revista Española de Ciencia Política*, núm. 32, julio de 2013, <https://recyt.fecyt.es/index.php/recep/article/view/37587>
- Riorda, M. (2017): «Redes sociales para gobernar. Una mirada de América Latina», en *Nueva Sociedad*, núm. 269, pp. 89-95, <https://nuso.org/articulo/redes-sociales-para-gobernar/>
- Rosanvallon, P. (2009): *La legitimidad democrática. Imparcialidad, reflexividad, proximidad*. Manantial.
- Slimovich, A. (2021): «La mediatización política durante la pandemia por covid-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri», en *Dixit*, 34, pp. 1-14, <https://doi.org/10.22235/d34.2273>
- Strandberg, K., y Grönlund, K. (2018): «Online Deliberation», en A. Bächtiger, J. Dryzek, J. Mansbridge y M. Warren (eds.): *The Oxford Handbook of Deliberative Democracy*. Oxford University Press.
- Tarullo, R. (2018): «El uso estratégico de la interacción en la comunicación de los políticos argentinos en Facebook», en *Global Media Journal*, 15 (29), pp. 152-178, <https://www.redalyc.org/journal/687/68758895009/>
- Tealdi, J. (2020): «Elecciones en tiempo de pandemia en el Uruguay: entre la realidad y la letra de la Constitución», en *Revista Derecho Público*, [s. l.], núm. 57, pp. 216-227, <https://doi.org/10.31672/57.13>
- Touchton, M.; Wampler, B.; y Spada, P. (2019): «The Digital Revolution and Governance in Brazil: Evidence from Participatory Budgeting», en *Journal of Information Technology and Politics*, 16 (2), pp. 154-168, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19331681.2019.1613281>
- Urfalino, P. (2013): *Cerrar la deliberación. Teoría de la decisión colectiva*. Prometeo.
- Van Dijk, J. (2020): *The Digital Divide*. Polity Press.
- Young, I. (2002): *Inclusion and Democracy*. Oxford University Press.

Fuentes primarias

Documentos

- OEA (2020): *Guía para organizar elecciones en tiempos de pandemia*. <http://www.oas.org/documents/spa/press/OEA-guia-para-organizar-elecciones-en-tiempos-de-pandemia.pdf>
- Asociación de Defensores del Pueblo de la República Argentina (2020): *Elecciones municipales. Río Cuarto, Córdoba, noviembre de 2020*, <https://www.calamo.com/defensoriacaba/books/002682399cb04c-7dcb3>
- Dirección General de Participación Ciudadana y Cercanía (2020): *Plan de cercanía. Kits de intercambio de buenas prácticas*. Plataforma de Cooperación Urbana Federal, <https://cooperacion-urbana-federal.buenosaires.gov.ar/kits-de-intercambio/plan-de-cercania>
- Dirección Nacional Electoral (Ministerio del Interior): *Elecciones y covid-19. Análisis de una agenda electoral en contexto de pandemia*, https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/elecciones_covid_19-2d.pdf
- INDEC (2020): «Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH: cuarto trimestre de 2020», en *Ciencia y tecnología*, vol. 5, núm. 1, pp 1-16, disponible en https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/mautic_05_213B13B3593A.pdf

Entrevistas realizadas

- Entrevista con AT, 16/09/2020.
- Entrevista con AC, 21/12/2020.
- Entrevista con NR, 21/12/2020.

- Entrevista con MO, 22/12/2020.
- Entrevista con LB, 22/12/2021.
- Entrevista con AG, 05/01/2021.
- Entrevista con NP, 11/01/2020.
- Entrevista con GP, 12/01/2020.
- Entrevista con MD, 12/01/2021.
- Entrevista con AT, 15/01/2021.
- Entrevista con BDS, 15/01/2021.
- Entrevista con SFV, 15/01/2021.
- Entrevista con AB, 22/01/2021.
- Entrevista con TR, 22/01/2021.
- Entrevista con LP, 05/02/2021.
- Entrevista con AT, 23/02/2021.
- Entrevista con LB, 20/07/2021.
- Entrevista con ME, 05/05/2021.
- Entrevista a Manuela Maunier, directora general de Participación Ciudadana y Cercanía, 18/12/2020.

Observaciones no-participantes

- Primer debate entre candidatos a intendente (13/03/2020).
- Segundo debate entre candidatos a intendente (25/11/2020).

- Lanzamiento de «Propuestas para la ciudad que viene» (17/11/2020).
- Encuentro participativo por la actualización del Plan Urbano Ambiental en la Comuna 13, 27/11/2020.
- Encuentro participativo por el Corredor Verde Honorio Pueyrredón, 11/05/2021.
- Actualización del Plan Urbano Ambiental (27/11/2020): proceso participativo de diagnóstico para actualizar el Plan Urbano Ambiental en la Comuna 13.
- Vuelta a clases (21/12/2020): tres encuentros con distintos tipos de actores (conducción de escuelas, docentes y organizaciones sociales para discutir sobre la vuelta a clase en el contexto de la pandemia).
- Vuelta a clases (20/01/2021): encuentro con madres y padres.
- Club Atlético San Lorenzo de Almagro (04/02/2021): reunión virtual Proyecto de Ley de Rezonificación.
- Portales de Servicios Digitales (09/03/2021): encuentro para conversar sobre cómo los vecinos usan los portales digitales que ofrece el Gobierno de la Ciudad.
- Uso de la bicicleta (18/03/2021): encuentros virtuales para conocer el uso de la bicicleta por parte de los vecinos.

PARTICIPACIÓN Y REDES SOCIALES: EL USO DE FACEBOOK EN TIEMPOS DE COVID-19 EN UNA CIUDAD INTERMEDIA

Participation and Social Networks: the Use of Facebook
in Times of Covid-19 in an Intermediate City

Ramón Monteiro

Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Río Cuarto (Argentina)
<https://orcid.org/0000-0002-2768-1681>

El objetivo del escrito es conocer los modos y usos predominantes de la red social Facebook por parte de las organizaciones sociopolíticas en ciudades intermedias, como Río Cuarto (Argentina). Específicamente, se busca mostrar de qué manera las organizaciones sociales La Marcha de la Gorra y La Huella utilizan, en el contexto de pandemia del covid-19, la red social Facebook para visibilizar sus acciones en la esfera pública local y propiciar escenarios participativos. Apelando a la literatura especializada sobre redes sociales y con base en una convergencia metodológica entre la etnografía digital y el análisis del discurso, el estudio indaga en las páginas de Facebook pertenecientes a cada una de las organizaciones sociales para revelar los temas considerados importantes para publicar, los actores sociales, políticos e institucionales involucrados, las estrategias discursivas consideradas en el momento de crear los contenidos y la participación de los internautas frente a los mensajes recibidos. Los resultados del estudio muestran una dispar utilización de la red social Facebook por parte de las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra durante la pandemia del covid-19, con una variada participación de los internautas ante los mensajes recibidos y con una marcada diferencia en la formulación discursiva.

Palabras clave

Facebook, usos, actores, organizaciones, discursos, participación

The objective of the paper is to know the predominant modes and uses of the social network Facebook by socio-political organizations in intermediate cities, such as Río Cuarto, Argentina. Specifically, it seeks to show how the social organizations La Marcha de la Gorra and La Huella use, in the context of the covid-19 pandemic, the social network Facebook to make their actions visible in the local public sphere and promote scenarios participatory. Appealing to the specialized literature on social networks and based on a methodological convergence between digital ethnography and discourse analysis, the study investigates the Facebook pages belonging to each of the social organizations to reveal the topics considered important to publish, the social, political and institutional actors involved, the discursive strategies considered at the time of creating the content, and the participation of Internet users in the messages received. The results of the study show uneven use of the social network Facebook by the organizations La Huella and La Marcha de la Gorra during the covid-19 pandemic. With a varied participation of Internet users before the messages received and with a marked difference in the discursive formulation.

Keywords

Facebook, uses, actors, organizations, discourses, participation

Cómo citar este artículo: Monteiro, R. (2024). Participación y redes sociales: el uso de Facebook en tiempos de covid-19 en una ciudad intermedia. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 76-90. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20199>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

En diciembre del año 2019 el mundo conoce de la existencia de un nuevo virus. Identificado en la ciudad de Wuhan (República Popular China), se propaga rápidamente y la Organización Mundial de la Salud en enero del 2020 lo declara pandemia: coronavirus o covid-19 son los nombres que aterran a la población mundial.

Con más de 180 millones de infectados y casi cuatro millones de muertes, al momento, el covid-19 hace estragos en el sistema sanitario mundial con repercusiones sobre las economías de los países. La vacunación masiva es la única esperanza de los Gobiernos y de la población para escapar a una pandemia inesperada.

En nuestro país, la situación del covid-19 revela 4.410.000 infectados y cerca de cien mil personas fallecidas. La ciudad de Río Cuarto (provincia de Córdoba) no escapa a los efectos del virus: con una cifra superior a las veinte mil personas contagiadas y casi cuatrocientas fallecidas, es la segunda ciudad más afectada de la provincia por el coronavirus.

En este ambiente pandémico, todas las actividades de la vida social se ven trastocadas. Entre las acciones afectadas por el covid-19 están las que se realizan en el espacio público. Las expresiones colectivas, si bien no dejan de llevarse a cabo, ven alteradas sus dinámicas y posibilidades debido a las limitaciones impuestas desde las esferas del poder gubernamental.

En ese panorama, el uso de la tecnología adquiere importancia para saltar las barreras que el contexto pandémico impone: Internet y las redes sociales virtuales son algunas de las herramientas para lograr el cometido. De manera que la expresión pública encuentra en la tecnología una aliada importante para visibilizar las propuestas y proyectos en el actual escenario de crisis.

Una de las consecuencias de la presencia de las redes sociales virtuales es que la participación adquiere otros ribetes. La acción social colectiva refuerza procesos de virtualización mediante los cuales ya no es necesario estar físicamente en el espacio público. Alcanza con expresarse mediante la utilización de las herramientas que proponen las redes sociales sin estar comprometidos corporalmente (Norte Sosa, 2020).

Cibermilitancia se denomina a esa acción: capacidad de utilizar la tecnología con el fin de abordar, comentar e incluso juzgar los acontecimientos y eventos sociales. De modo que la participación encuentra un terreno fértil para sedimentar y consolidar sus expresiones, inquietudes y requerimientos en el nuevo contexto forjado por la pandemia del covid-19. De manera que hacerse ver y oír en el espacio público requerirá de la predisposición a

considerarse involucrado a través del uso de los recursos tecnológicos (Monteiro y Vera, 2018).

Esto no significa el desconocimiento de los procesos participativos en el territorio, *off line*, pues incluso en contextos de restricciones se continúan organizando. Las múltiples experiencias durante la pandemia, tanto en nuestro país como en el mundo, dan cuenta de ese accionar social (Gutiérrez-Rubí, 2021). Reclamos y peticiones diferentes componen el repertorio de actores sociales que consideran que el actual paisaje pandémico afecta sus condiciones de vida: libertad de movimiento, mejores condiciones económicas, solicitud de recursos para paliar la crisis, vacunación masiva, apenas algunos de los reclamos realizados a las autoridades en el escenario público.

Así, la situación de pandemia realiza las acciones *on line* (virtual) sin que implique el abandono del mundo *off line* (territorio), constituyendo una unidad de límites porosos que se mueven según sean las modalidades y circunstancias adoptadas. Como dice Ubieto (2021), el mundo pandémico se mueve entre la presencia y lo virtual: entramos y salimos de las dos orillas, cada vez más interconectadas, como muestran las manifestaciones urbanas de todo tipo organizadas y alentadas desde las redes, donde la calle parece una pantalla más que proyecta esa realidad virtual.

En ese entorno, las redes sociales tienen un lugar preponderante. Facebook es una de las principales. En el mundo más de 2.740 millones de personas la utilizan. Número que en nuestro país alcanza los treinta y tres millones de cibernautas en la red. Con esos valores, no resulta difícil argumentar que esta red social es una poderosa herramienta de divulgación de variados acontecimientos.

En la ciudad de Río Cuarto (Argentina), con aproximadamente doscientos mil habitantes, según un informe presentado por el Consejo Económico y Social (2019), la red Facebook es la más utilizada. El informe señala que los riocuartenses están, en el 54 % de los casos, más de dos horas diarias conectados a esta red social.

En este contexto, el objetivo del escrito es conocer los modos y usos predominantes de la red social Facebook por parte de las organizaciones sociopolíticas en ciudades intermedias, como Río Cuarto. Específicamente, se busca revelar de qué manera las organizaciones sociales La Marcha de la Gorra y La Huella utilizan, durante el primer año de pandemia, la red social Facebook para visibilizar sus acciones en la esfera pública local y propiciar escenarios participativos.

La elección de estas organizaciones responde fundamentalmente a que ambas, desde visiones diferentes, se relacionan con la reivindicación y la defensa de múltiples derechos: humanos, sociales, políticos, de género, entre otros.

En el caso de la primera organización, La Marcha de la Gorra, se vincula con la defensa de los

derechos de los jóvenes en la provincia de Córdoba frente a los abusos del accionar policial. Organización que trabaja desde el año 2007 en la ciudad capital provincial y desde el año 2014 en Río Cuarto. La segunda organización, La Huella, surgida en el año 2017, es una expresión política cultural compuesta por jóvenes estudiantes que busca mantener presente la memoria sobre la problemática de los derechos humanos y paralelamente reivindicar los derechos de nueva generación: medioambientales, de género, de los jóvenes.

¿Cómo es utilizada la red social Facebook por esas organizaciones? ¿Cuáles son las temáticas consideradas preponderantes para ser difundidas en la red social? ¿Cuáles son los criterios utilizados por esas organizaciones para confeccionar los contenidos de los discursos? ¿Qué tipo de interacción se produce entre las organizaciones y los internautas?

El estudio apela a una estrategia metodológica cualitativa con base en la etnografía digital complementada con el análisis del discurso (AD). Con la primera se logra superar las limitaciones del espacio delimitado y permite reconocer la existencia de comunidades *on line*, las cuales generan interacciones mediadas digitalmente. Con la segunda (AD) se revelan sentidos y significados profundos de los procesos comunicacionales visibilizados. El corpus de análisis comprende las publicaciones de las dos organizaciones seleccionadas durante el período del 20 al 31 de marzo del año 2020, momento del primer aislamiento social preventivo y obligatorio en la República Argentina (DECNU-2020-297-APN-PTE).

Breve descripción del contexto

El primer caso confirmado de covid-19 en la República Argentina fue el día 3 de marzo del año 2020. Rápidamente las autoridades políticas del país se hacen eco y el día 19 del mismo mes el presidente de la República Argentina, Alberto Fernández, decreta el aislamiento social preventivo y obligatorio para todo el territorio nacional. Mediante la firma del Decreto 297/2020, entre el 20 y el 31 de marzo se establece que, debido a la «situación epidemiológica», todas las personas residentes en el país deben cumplir con el aislamiento social (art. núm. 1).

Con esta decisión, las autoridades buscan reducir la movilidad de los argentinos en la vía pública. Salvo las personas que por sus actividades son consideradas esenciales, las demás no pueden transitar por las calles de las ciudades y pueblos del país.

A partir de esa disposición, todo cambia. La situación epidemiológica inesperada altera sustancialmente los ritmos de la vida social. El confinamiento social modifica las rutinas de las personas, grupos y colectivos sociales. El espacio público ve modifica-

La pandemia del covid-19 modificó los ritmos, la intensidad y las expectativas de la sociedad

do su paisaje cotidiano. Las manifestaciones sociales y políticas que otrora eran cotidianas ahora ven reducida su aparición en la esfera pública. Si bien no se suspenden, las restricciones impuestas a la movilidad las limitan.

Así las cosas, la pandemia del covid-19 modificó los ritmos, la intensidad y las expectativas de la sociedad. Las energías de los dirigentes están orientadas hacia la búsqueda de una contención sanitaria, económica y social para que no haya desbordes que impliquen mayores dificultades, producto del descontento que podría crecer entre los diferentes sectores de la sociedad. Aun así, como se dijo, a diario se observa cierta movilización de quienes se consideran afectados por las consecuencias de una pandemia que no da tregua.

Della Porta (2020) expresa que la emergencia del covid-19 trajo nuevas formas de protestas colectivas en todo el mundo. A diferencia de cómo se venía actuando desde los diferentes grupos o colectivos sociales, la pandemia pone en evidencia nuevas necesidades que deben ser abordadas mediante mecanismos novedosos. De esta manera, las experiencias de participación en el espacio público se ven modificadas. Las posibilidades de encuentro cara a cara están recortadas por los impedimentos y la posibilidad de contagio del virus.

Della Porta (2020) señala que no son tiempos para el activismo callejero, debido a las libertades restringidas o al distanciamiento social obligatorio, lo que dificulta que las formas típicas de protesta sean difíciles de llevar a cabo; con todo, la actividad social no queda confinada, solo que ahora adquiere otros ribetes tanto en el mundo *off line* (territorio) como en el *on line* (virtual).

Las experiencias a lo largo del mundo muestran sectores sociales en múltiples modos de expresión y participación pública. La tecnología de Internet y las redes sociales virtuales son fundamentales para la convocatoria de este tipo de manifestación. En Italia y España, por ejemplo, se llevan a cabo desde los balcones o ventanas actividades de protesta o de solidaridad con determinados grupos, como son los médicos o enfermeros. En Estados Unidos, las manifestaciones contra el racismo y el accionar policial son otra de las expresiones públicas colectivas que tienen a la tecnología como socia fundamental para la convocatoria. El uso del hashtag #WalkWithUs

es uno de los recursos a los que se apela para convocar a participar en defensa de los derechos civiles y contra la brutalidad policial.

Más cercano, en los países de Latinoamérica se observan manifestaciones públicas como la denominada Generación del Bicentenario, movimiento que sale a las calles de Perú para defender el sistema democrático y que encuentra en las tecnologías de Internet y las redes sociales una aliada importante. Mediante la utilización del hashtag #MerinoRenuncia, los jóvenes inundan las redes sociales de Facebook, Instagram y TikTok con el fin de pedir la renuncia de M. Merino, quien fuera designado presidente por el Congreso peruano, luego de destituir al presidente M. Vizcarra (Doudtchitzky y Malaspina, 2021).

El caso de Brasil es otra expresión de participación en la esfera pública llevada a cabo por diferentes sectores de la sociedad. Ante lo que consideran excesos del presidente J. Bolsonaro, los ciudadanos salen a las calles para denunciar actitudes y decisiones autoritarias del gobernante. En el mismo país, jóvenes «repartidores de app» se pronuncian contra las condiciones laborales en las que se encuentran. Ambas manifestaciones públicas son convocadas tanto desde el mundo real como el virtual.

En Argentina, por ejemplo, se observan expresiones por distintos motivos. Valen las manifestaciones públicas realizadas por la Confederación General del Trabajo en defensa del Gobierno del presidente A. Fernández mediante una «histórica movilización virtual» a través de las redes sociales para evitar movilizaciones masivas y respetar las condiciones del aislamiento obligatorio impuesto por el Gobierno (Agencia Telam, 3 de octubre de 2020). También aparecen las manifestaciones del movimiento de mujeres #NiUnaMenos, en reivindicación de los derechos de género y ante las reiteradas situaciones de violencia contra las mujeres.

En ese contexto, en la ciudad de Río Cuarto (Argentina), ¿cómo se expresan las organizaciones sociales de La Huella y La Marcha de la Gorra en el espacio público durante el primer año de la pandemia covid-19? Más específicamente, ¿cómo utilizan la red social Facebook para difundir sus contenidos en la esfera pública? ¿Qué criterios son los preponderantes en el momento de consignar un mensaje hacia la esfera pública virtual? ¿Quiénes son los actores sociales involucrados en los discursos publicados?

Cuestiones metodológicas

El estudio, que busca conocer los modos y usos predominantes de la red social Facebook por las organizaciones sociales La Huella y La Marcha de la Gorra, con asiento en la ciudad de Río Cuarto, recupera la literatura especializada en redes sociales y

apela a una estrategia metodológica cualitativa con base en la etnografía digital (ED) complementada con el análisis del discurso (AD).

La literatura especializada (Grillo, 2019; Ruiz Méndez, 2012) sugiere que con la ED se logra establecer una comprensión de composición de las unidades de análisis a partir de revelar actores, situaciones de comunicación, contexto digital, procesos de interacción entre los participantes, permitiendo registrar foros y redes de colaboración entre los internautas, con el fin de observar y mostrar relaciones, actividades y significaciones producidas por la interactividad en los mundos virtuales.

Apelar a la etnografía digital es proveer al análisis de un conjunto de técnicas y herramientas con el fin de destacar el sentido contextual que posibilite examinar las relaciones y prácticas emanadas de la utilización de la red Facebook por las organizaciones seleccionadas. Es, además, la posibilidad de reconocer densamente las representaciones y perspectivas sobre la realidad social de quienes están inmiscuidos en los contenidos difundidos por las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra.

En tanto, con el análisis de discurso (AD) se busca revelar sentidos y significados profundos en lo publicado por las organizaciones a través de la red social Facebook. Este tipo de análisis provee de una serie de herramientas capaz de mostrar la complejidad de todo discurso. Permite ver cuestiones referidas a sus componentes: los asuntos tratados, los contextos, los actores involucrados, pero también la visión del mundo (ideología), las representaciones sobre la vida social, las argumentaciones utilizadas, los recursos lingüísticos, las estrategias de legitimación esgrimidas, entre otros (Pardo Abril, 2012).

Así, con el AD se pueden revelar las vinculaciones entre discursos y contextos (sociedad) donde actúan grupos, colectivos, sectores e individuos con la pretensión de visibilizar sus acciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, se propone un conjunto de dimensiones para llevar a cabo el proceso de comprensión e interpretación de lo divulgado en la red social Facebook por las organizaciones seleccionadas: *I. Temas y acontecimientos difundidos; II. Actores y contextos; III. Estrategia discursiva; IV. Proceso interactivo.*

Referencias sobre Facebook

La red social Facebook es la más utilizada en el mundo, 2.740 millones de usuarios la destacan como la principal red social virtual. En Argentina, más de treinta y tres millones de cuentas activas la posicionan en lo más alto. Lo mismo ocurre en la ciudad de Río Cuarto (Argentina), donde el 54 % de los internautas la utilizan a diario.

Con esos valores puede entenderse esta red social multimodal como un ámbito propicio para crear procesos comunicacionales capaces de englobar a comunidades de intereses. Esta particularidad, además, es la ocasión de generar vínculos dinámicos sobre la base de la acción potencial de una comunicación bidireccional, dialógica e interactiva.

Aunque el uso de Facebook, al igual que otras redes sociales, encuentra en la acción de los algoritmos una barrera a la plena interacción entre internautas debida al encapsulamiento que lleva a situarlos y aislarlos en «villas informáticas», produciendo un efecto burbuja (cámara de eco) donde prevalece la vinculación con similares (Pariser, 2017), esos internautas son capaces de convertirse en *lectoautores* –lectores y autores al mismo tiempo– (Moreno, 2001), ubicándose lejos de las perspectivas mediocéntricas unidireccionales. Esta posibilidad los convierte en actores activos toda vez que su acto comunicativo no queda encapsulado por lo expuesto desde un polo, sino que al actuar en una retícula comunicacional pueden consumir un mensaje, pero también modificarlo e incluso producir su propio mensaje.

En un análisis de las cuentas de líderes argentinos, A. Slimovich (2012) expresa que Facebook debe comprenderse como una manifestación de la «digitalización de lo político», donde las pasiones subjetivas pueden ser más importantes que los argumentos racionales. Sin embargo, la autora expresa que, más allá de esa particularidad, Facebook crea las condiciones para una democracia «replicante» que puede ser interpelada por los ciudadanos.

Esto último implica generar una vinculación entre los internautas sin intermediarios, creando una suerte de «uberización» de la comunicación (Innerness y Colomina, 2020), proceso por el cual se puede producir un intercambio comunicativo directo, toda vez que el formato de la red permite un potencial proceso bidireccional, cooperativo y de integración entre los internautas. De manera que se produce una «ilusión de cercanía» entre los involucrados, por caso, en la esfera de la política y la ciudadanía.

La falta de intermediación realza y potencia la acción comunicativa emprendida por los diferentes polos del proceso: en el caso de los dirigentes, la necesidad de que sus mensajes sean consumidos es primordial en sus aspiraciones para que se conozca lo que hacen; mientras que para los internautas se abre la puerta a un intercambio con sus líderes y con sus pares. Esto produce un circuito de retroalimentación. El «me gusta» o el «compartir» apenas son dos de los recursos que ofrece Facebook. Se produce un efecto de «cardo rodante». Una vez que el mensaje se desliza por los flujos digitales, su proyección podría alcanzar un número de internautas no controlable en el momento inicial.

En definitiva, Facebook es hoy una herramienta digital poderosa que debe ser tenida en consideración por los actores políticos y sociales que aspiren a alcanzar vastos sectores de la sociedad con el fin de crear escenarios comunicativos favorables a sus posiciones.

Aun cuando puede ser objeto de crítica por el hecho de que los vínculos (amigos) no necesariamente generan lazos fuertes, lo cierto es que Facebook es una plataforma importante para una arquitectura participativa: permite que todo aquel que tenga interés en algún acontecimiento se manifieste sin intermediarios. Su capacidad multimodal crea las condiciones para que la producción de contenidos exceda los textos escritos y mediante un proceso de convergencia facilita la interposición de imágenes, videos...

¿Cuál es el uso de la red social Facebook por parte de las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra en la ciudad de Río Cuarto? ¿Qué tipo de escenarios comunicacionales crean? ¿Cuál es el lugar de los internautas en los mensajes difundidos? Estos interrogantes serán respondidos a lo largo del estudio.

Descripción de las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra

La Huella

La Huella es una organización política cultural surgida en el año 2017 por iniciativa de un grupo de estudiantes secundarios pertenecientes al colegio Santa Eufrasia, de la ciudad de Río Cuarto.

Inicialmente se aboca a la investigación sobre la historia del correccional ex Buen Pastor. Para eso, busca información en distintos archivos locales que le permita sustentar de modo histórico la preservación del edificio. Paralelamente, entrevistan a vecinos, asiladas y presas durante el régimen militar (1976-1983). Además, cuentan con asesoramiento de profesionales del campo de la arquitectura, lo que les permite revelar el estado de las distintas partes del edificio (Mesa de Trabajo por los Derechos Humanos en Córdoba, 2021).

Su irrupción en el espacio público local alcanza notoriedad cuando llevan a cabo la presentación de un proyecto de preservación del ex Buen Pastor en el Concejo Deliberante de la ciudad. El objetivo: la recatalogación como Zona de Protección Histórica del edificio.

Parte de sus integrantes iniciales pasaron a formar el claustro estudiantil de la Universidad Nacional de Río Cuarto, con lo cual cambia el escenario de proyección; sin embargo, no se abandona la idea primigenia de revalorizar el exorreccional Buen Pas-

tor como lugar histórico, pero ahora con inclusión de otras reivindicaciones: los derechos de género, medioambientales y de los jóvenes, entre otros.

En su página de Facebook, la organización La Huella (<https://www.facebook.com/lahuella.apdh>) señala: «Somos una organización de derechos humanos. Defendemos un sitio de la memoria. ¡Hacete socix de la comunidad acá: <http://mpago.la/2C6EXTR!>».

La página fue creada el 27 de agosto del año 2017 y cuenta, al momento, con un total de 1.346 seguidores y les gusta a 1.302 internautas. Puede observarse una descripción de la relevancia del edificio del ex Buen Pastor, considerado por la organización como «uno de los referentes más importantes de nuestra ciudad», presente desde el año 1903. Tal es la trascendencia dada al edificio que en la portada de la página de Facebook se lee: «Por eso somos un grupo de riocuartenses que, ante su inminente peligro de demolición, nos juntamos para que sus paredes se mantengan en pie. El patrimonio cultural es de todos, la responsabilidad de preservarlo también».

En el inicio de la página de Facebook, La Huella destaca que es una organización sin fines de lucro-organización comunitaria. Informa, además, sobre el contacto telefónico y la dirección de la página web utilizada.

La Marcha de la Gorra

La Marcha de la Gorra nace en la ciudad capital de la provincia de Córdoba en el año 2007. Es una expresión de resistencia de sectores juveniles que se manifiestan en el espacio público ante la violencia institucional generada por la acción policial y por la derogación del Código de Falta de la Provincia.

El 20 de noviembre del 2007, bajo la consigna «¿Por qué tu gorra sí, la mía no?», se realiza la primera marcha con el fin de exteriorizar y repudiar las arbitrariedades –abuso de poder– a las que son sometidos los jóvenes que por su apariencia física o «portación» de determinados rasgos se convierten en sospechosos. Así, características raciales (color de piel y de pelo) o de apariencia física (vestimenta, peinados, etcétera) crean un perfil de «sujeto peligroso», información que los estereotipa y los ubica en una situación de vulnerabilidad (Bonvillani, 2015).

En Río Cuarto, se realiza la primera Marcha de la Gorra en el año 2014. El Observatorio de Derechos Humanos de la Universidad Nacional de Río Cuarto cumple un papel fundamental en la convocatoria, que cuenta con la adhesión de casi cuarenta agrupaciones de la ciudad.

La actividad de La Marcha de la Gorra, que se extiende a otras localidades de la provincia, logra en el año 2016 que la legislatura de la provincia cambie el Código de Falta por un nuevo Código de Convivencia Ciudadana. Esto morigeró algunas de la figu-

ras más cuestionadas, «como el poder discrecional de la policía, la controvertida figura del “merodeo” (que permite detenciones ante la sola actitud sospechosa de una persona) y estableció la intervención de agentes fiscales y abogados como reaseguro de derechos de los ciudadanos ante las detenciones arbitrarias» (Vaca Narvaja, Fara y Monteiro, 2018, p. 128).

En la página de Facebook de la organización (<https://www.facebook.com/MarchaDeLaGorraRioCuarto>) en Río Cuarto se lee la consigna «“Detrás de la visera resistimos con alegría callejera”. Marcha de la Gorra en Río Cuarto».

Además aparecen la presentación y fines de la organización:

Somos el colectivo organizador de La Marcha de la Gorra en Río Cuarto. En él participamos un conjunto de agrupaciones, organizaciones y espacios institucionales que nos reunimos, desde 2014, para debatir sobre la política de seguridad y defender nuestros derechos.

Emprendimos el desafío de organizar La Marcha de la Gorra en nuestra ciudad como una estrategia de visibilización frente al abuso policial, las políticas represivas y de control territorial. La organización de la marcha surgió como necesidad de provincializar el reclamo que se viene manifestando a través de esta marcha, desde 2007, en la capital provincial.

Repudiamos el desempeño policial que hostiga y persigue a numerosas expresiones culturales –especialmente de los jóvenes–, criminaliza la pobreza, reprime la protesta social y viola sistemáticamente los derechos humanos en comisarías y dependencias policiales de toda la provincia de Córdoba...

Invitamos a todas las agrupaciones, organizaciones, centros comunitarios, espacios institucionales, jóvenes, adultos, madres, padres, hermanes, amigos, vecinos, artistas, comunicadores, fotógrafos y todos quienes quieran unirse a organizar con nosotros y a marchar.

La página de Facebook de La Marcha de la Gorra en Río Cuarto se abre el 9 de noviembre de 2015. Al momento, les gusta a 985 personas y cuenta con 997 seguidores. En la portada aparece un dibujo con un joven manifestándose. También se observa la denominación «Marcha de la Gorra-Río Cuarto» con una dirección virtual para comunicarse: @MarchaDeLaGorraRioCuarto Comunidad.

Análisis de lo difundido

Cuatro son las dimensiones consideradas para el análisis: *I. Temas y acontecimientos; II. Actores y contextos; III. Estrategia discursiva; IV. Proceso interactivo.*

I. Temasyacontecimientos

Una de las cuestiones a tener en cuenta para analizar es la agenda de temas y acontecimientos que producen las organizaciones seleccionadas.

La literatura especializada (Aruguete, 2015; Cano, 2017) propone entender la agenda divulgada con el fin de poder reconocer la prominencia temática que adquiere suficiente estatus para tener presencia en el espacio público. Se sabe que esa selección es motivada por intereses específicos, propios de los fines y objetivos buscados.

Una vez en el espacio público, toda temática adquiere cierta autonomía y ya no tendrá retorno, salvo en opiniones o juicios de aceptación o rechazo por quienes intersectan los mensajes. Por eso, la creación y fijación de la agenda no es aleatoria ni inocente, está sujeta a la mirada sobre el contexto social, político, económico que cada organización posee en un determinado momento.

Con la selección de los temas o eventos considerados primordiales, se busca instalar no solo lo que se debería discutir públicamente, sino proporcionar una perspectiva, una orientación sobre esos acontecimientos que implique un conjunto de representaciones por parte de los ciudadanos.

La estrategia es producir un tipo de «clima de opinión» específico. Las preferencias temáticas seleccionadas para disputar la legitimidad en el espacio público deben ser entendidas como importantes por los ciudadanos en el proceso de comprensión y representación de la realidad social. De esta manera, prima el sentido de necesidad y oportunidad: se busca que sus preferencias temáticas estén en concordancia con las de sus seguidores. Así, la agenda no es mero discurso aleatorio, sino un punto de conexión capaz de dar cuenta de lo que le interesa al emisor (organizaciones) con lo que les importa a los seguidores (internautas).

¿Qué tipo de temas y eventos forman parte de las agendas difundidas por las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra durante el primer año de la pandemia covid-19?

El cuadro 1 muestra que la organización La Huella propone un conjunto de temas que tienen un hilo convergente que recorre todas las publicaciones: la reivindicación de los derechos humanos en multiplicidad de circunstancias.

Esta reivindicación atraviesa situaciones como la de los militantes políticos desaparecidos durante la última dictadura militar en Argentina. También incluye referencias a la Asamblea Permanente de los Derechos Humanos como institución defensora de quienes sufrieron represión durante el Gobierno militar. A estas reivindicaciones se suman los temas relacionados con la conmemoración del 24 de marzo, fecha fundamental para mantener viva la memoria histórica y que la organización destaca mediante la producción de piezas audiovisuales. También el recuerdo de militantes políticos de la ciudad que fueron desaparecidos en la última dictadura, acción que se lleva a cabo mediante la creación de murales y expresiones artísticas en las calles de la ciudad.

No solo se hacen públicas las aberraciones de los derechos humanos violados durante el Gobierno *de facto*, también se reivindican nuevos derechos: de los jóvenes, de género, los derechos de las mujeres, que La Huella considera vulnerados por «violencia institucional y patriarcal hacia las mujeres».

Entre los temas y acontecimientos que forman parte de la agenda difundida, debe anotarse la información vinculada con el esfuerzo por mantener el edificio del excorrecional Buen Pastor como reliquia histórica, el cual, según la organización, debe ser cuidado por el estado municipal.

En definitiva, el conjunto de temas y acontecimientos difundidos por La Huella muestra una

CUADRO 1. Temas, eventos y acontecimientos desde las organizaciones

Organizaciones	Temas, eventos y acontecimientos
La Huella	<ul style="list-style-type: none">–Reivindicación de militantes políticos desaparecidos.–Asamblea permanente por los derechos humanos.–Violencia institucional y patriarcal hacia las mujeres.–Juicio por delitos de lesa humanidad.–Jóvenes como nueva generación de derechos.–Disputa por terrenos del Buen Pastor.–Pintura de murales por los derechos humanos.–Educación de adultos Río Cuarto.–Reivindicación del 24 de marzo (Día de la Memoria).
La Marcha de la Gorra	<ul style="list-style-type: none">–Convocatoria a marcha virtual.–Crítica a las medidas de ASPO.–Información ante posibles detenciones.

Elaboración propia. Fuente: páginas de Facebook.

consistencia que unifica la reivindicación de los derechos humanos y propicia un contexto coherente que le permite lograr la reafirmación de la identidad del grupo. Paralelamente, crea las condiciones de asociación cognitiva capaz de generar un tipo de efecto (*priming*) en el público que consume la información publicada. Se trata de que los temas seleccionados aparezcan como un estímulo cognitivo con el fin de activar en la memoria de los internautas informaciones concordantes, vía asociativa (Aruguete, 2015).

La segunda organización seleccionada, La Marcha de la Gorra (MG), presenta en su página de Facebook una serie de temas y eventos diferentes a La Huella.

Si en esta última el hilo aglutinador es la reivindicación de los diferentes tipos de derechos, en la MG la denuncia de tópicos relacionados con la defensa de la libertad de los individuos para moverse en las calles de la ciudad resalta como eje central de sus publicaciones.

Así, aparecen publicaciones críticas a la medida gubernamental del aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), que, según la organización de la MG, recorta los derechos fundamentales de movilidad y acentúa el accionar represivo de la policía provincial sobre jóvenes pertenecientes a sectores sociales vulnerables.

Aun cuando se reconozca la situación sanitaria que produce la pandemia del covid-19, la organización de la MG destaca que recortar la movilidad de las personas es una interferencia sobre la libertad individual. Sus publicaciones están orientadas a destacar la necesidad de que el accionar del Estado, a través de la institución policial, no sea un freno a las libertades y mucho menos un accionar indiscriminado que ponga en situación de riesgo la integridad personal.

En definitiva, la organización de la MG busca con sus publicaciones en Facebook conseguir dos objetivos: 1. Realizar la denuncia pública sobre las acciones que pueden darse por parte de las fuerzas de seguridad provincial sobre la población, en particular sobre jóvenes pertenecientes a sectores vulnerables; 2. Establecer una posición de concordancia temática con sus seguidores: lograr un puente que le permita una asociación cognitiva capaz de reforzar posiciones y lograr lazos más o menos permanentes.

Por último, otra de las cuestiones relevantes que plantea la MG en las publicaciones es la utilización de la tecnología digital como lugar de encuentro para organizar las movilizaciones. De manera que la organización social deja ver que la tecnología no solo es la posibilidad de expresarse públicamente, sino un recurso de aglutinación para planificar las diversas actividades, como es el caso las marchas callejeras o virtuales, según sea lo decidido.

II. Actores y contextos

El análisis a las publicaciones en Facebook de las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra requiere incorporar los diferentes actores y contextos incluidos en las piezas divulgadas.

Con los primeros se puede revelar a quiénes se da importancia en el momento de producir las historias: si pertenecen a la organización o si son exteriores a la misma. Los modos en que se los visibiliza. La modalidad esgrimida en las jerarquizaciones llevadas a cabo en cada publicación.

En el caso de los contextos, facilita comprender las diferentes situaciones donde se producen los acontecimientos que se considera oportuno publicar. Reconocer, por ejemplo, si los contextos son en el territorio (*off line*) o si son contextos *on line* (virtual).

En última instancia, la estrategia de conocimiento se orienta hacia el polo de la producción de los discursos donde se reconocen las decisiones sobre qué se dejará ver, quiénes son los privilegiados de ser incluidos en las publicaciones y en qué circunstancias se producen esas situaciones.

La organización La Huella publica en el período de análisis veintidós posteos. La utilización de formatos variados como la fotografía, el *flyer* o el video son recursos para visibilizar las diferentes temáticas.

Esta organización cuenta con un equipo mínimo de responsables de contenidos para redes digitales. En una entrevista, uno de sus integrantes afirma que es el equipo de comunicación el que decide qué recursos se utilizarán, cómo serán los contenidos y a quiénes se incorporará en lo publicado. De manera que para La Huella toda producción de discursos para las redes sociales, como es el caso de Facebook, es una decisión de política comunicacional tomada por un grupo específico con competencias técnicas para tal actividad (entrevista digital, 2021).

Sobre esa base, ¿a quiénes seleccionan para ser parte de los discursos publicados en la red social Facebook y qué contextos y situaciones resaltan?

Los posteos de La Huella dejan ver una variedad de actores que pueden separarse en dos tipos: a) integrantes de la propia organización y b) otros actores. Además, las publicaciones revelan una multiplicidad de contextos y situaciones en los que se incluye a los actores seleccionados. Así, a los integrantes de la organización se los puede ver en situaciones relacionadas con el edificio del ex Buen Pastor, en situaciones de asamblea abierta en espacios públicos de la ciudad, en espacios privados realizando murales en paredes. Mientras que los demás actores incluidos en las historias forman parte de organizaciones defensoras de derechos humanos y actores particulares, como es el caso relacionado a un niño secuestrado hace varios años en la ciudad de Río Cuarto.

Todo lo publicado indica que hay una reivindicación constante de La Huella hacia el grupo de activistas permanentes. Cuestión observada, por ejemplo, en la composición de las fotografías, donde la presencia de integrantes de esa organización remite a un modo de afianzar su pertenencia al espacio. Pero también es una manera de visibilizar el grupo etario que compone la organización: jóvenes comprometidos con la reivindicación de los diferentes derechos. Asunto observado en la publicación del día 9 de noviembre del 2020, donde dejan constancia de la realización de una serie de actividades en diferentes lugares de la ciudad. La publicación finaliza con el siguiente escrito: «Somos el legado de las luchas del pasado y el presente. Somos la nueva generación de derechos».

Claro está que la organización no actúa aislada. Las acciones también encuentran actores sociales, políticos o de otro orden involucrados en los posteos. Esto evidencia la pretensión de La Huella de actuar sobre la reivindicación de los derechos en concordancia con sectores interesados en las mismas problemáticas. La incorporación de estudiantes de escuelas de la ciudad es parte de la estrategia de vinculación. En la publicación del día 31 de marzo del 2020 se puede leer una noticia publicada por el diario local *Puntal*, donde integrantes de La Huella comparten con alumnos del establecimiento Adultos Perassi la conmemoración de los derechos humanos. No es casual la elección de la escuela. Es un colegio para adultos ubicado en uno de los sectores más vulnerados social y económicamente de la ciudad (Barrio Alberdi). Y además, lleva el nombre de una joven desaparecida durante la dictadura militar: Berta Perassi.

En definitiva, actores y contextos constituyen una unidad de comunicación que pone sobre relieve la decisión de la organización La Huella de lo que quiere mostrar en cada posteo realizado.

En el caso de la organización La Marcha de la Gorra (MG) la estrategia de inclusión de actores y contextos en las publicaciones es diferente. Para el período seleccionado, la MG difunde cinco posteos. Con un dato significativo, la última publicación se fecha el 20 de noviembre del 2020. Una de las participantes, involucrada desde el inicio de la organización, expresa que el contexto de pandemia dificulta seriamente la continuidad de las actividades, toda vez que la participación es «esporádica» y «puntual», vinculada exclusivamente con las marchas. Según la consultada, realizada la movilización, la organización entra en una suerte de «parate» lo que lleva a «cada quien a volver a sus rutinas», dificultando, por ejemplo, mantener actualizada y «activa» la página de Facebook (entrevista digital, 2021).

En ese contexto organizacional, ¿a qué actores se incluye en las publicaciones? El análisis de lo di-

fundido por la MG revela que mediante el uso exclusivo del recurso comunicacional de *flyers* se incluye de modo directo a las fuerzas policiales de la provincia y a los responsables políticos de esas fuerzas. Es cierto que no aparecen imágenes de esos actores, pero sí referencias que no dejan dudas de quiénes son los involucrados en los discursos emitidos.

El día 25 de marzo del año 2020, una publicación de la MG expresa que el accionar de la policía provincial no es similar para todos los sectores sociales. Contextualizando la situación sociosanitaria atravesada por la sociedad, en el posteo se denuncia: «Las fuerzas de seguridad no actúan de la misma forma en los barrios populares y las villas ni tratan de igual manera a lxs pibxs y trabajadorxs que a habitantes de zonas privilegiadas. Para #CuidarnosEntreTodxs, necesitamos una cuarentena con derechos».

La denuncia y la reivindicación de derechos hacia los más desprotegidos es una constante en los discursos de la MG. Con esta delimitación, pone en evidencia que su actuar social está definido casi exclusivamente por una sola temática: la seguridad de las personas y el derecho a moverse libremente por las calles de la ciudad. Por eso, a pesar de las limitaciones producidas por el aislamiento social y obligatorio dispuesto por el Gobierno, la organización considera necesario reivindicar «una cuarentena con derechos», como contexto institucional anhelado.

III. Estrategia discursiva

Todo discurso puede ser abordado mediante herramientas y técnicas que permitan revelar sus fines e intencionalidades. Se trata de que muestre los modos de vincular los textos (en sus diferentes formatos y estilos) con el contexto social, lugar de referencia ineludible de la acción social.

Los discursos poseen la particularidad de que nunca son totalmente transparentes ni inocentes. Denotan o connotan según sea la pretensión requerida por quienes los producen. Son capaces de presentarse de modo indicial y sutil, ocultando significados que deben ser puestos en superficie (Santander, 2011).

De manera que, observados con el lente del conocimiento ofrecido por el análisis del discurso, podrá mostrarse cómo esos significados revelan procesos y dinámicas sociales generados desde una multiplicidad de actores, situaciones, formatos y lenguajes específicos involucrados en la estructuración discursiva.

Considerado así, el campo del análisis del discurso debe entenderse como un terreno interdisciplinario donde convergen la argumentación, la retórica, la polémica, atravesado por disciplinas como la sociología y la política, entre otras (Montero, 2016).

¿Qué características presentan los discursos digitales propuestos en la red social Facebook por

La estrategia discursiva de La Huella es mostrar la consistencia política e ideológica en la defensa de los derechos humanos que sobrepasan la cuestión temporal para empotrarse en la actualidad de otras formas

las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra con asiento en la ciudad de Río Cuarto durante la pandemia del covid-19?

En el caso de la primera organización, La Huella, ya se dijo que publica veintidós historias durante el período de análisis. En esas publicaciones, como unidades de discurso, puede observarse una intencionalidad explícita: la defensa de los derechos humanos. Pero aquí los derechos reivindicados no se concentran únicamente en los vulnerados por el régimen militar, sino que hay una ampliación hacia los llamados de nueva generación: derecho a la educación, a la vida y a la elección de género, entre otros.

Este contexto deja ver sin demasiada opacidad la perspectiva ideológica de la organización, toda vez que muestra un conjunto de valores sobre la revalorización de los múltiples derechos que deben ser reivindicados. Valores que, al ser entendidos como el conjunto de principios o cualidades que sostienen la visión del mundo, se muestran en lo publicado con modalidades diversas. Un ejemplo esclarece lo expuesto. En la publicación del día 18 de marzo del 2021, se hace referencia a un profesor de la Universidad Nacional de Río Cuarto que fuera secuestrado y luego muerto por la última dictadura militar que gobernó la Argentina.

No solo se plantea el contexto de represión, sino que además hace emerger una mirada sobre el mundo de la vida que fuera alterado sustancialmente por las autoridades *de facto*. Frente a ese paisaje desolador, La Huella propone como una suerte de predisposición actitudinal y de representación del presente: «Mirar el pasado para reconstruir el futuro». De esa manera, el pasado y el futuro se enlazan, se encuentran en las acciones llevadas a cabo por las nuevas generaciones que buscan mantener activa la memoria en la sociedad.

No solo la ideología facilita entender la constitución de los discursos divulgados en Facebook por La Huella. Un mayor acercamiento permite ver los recursos lingüísticos utilizados en la formula-

ción de los discursos. Aquí es pertinente reiterar la existencia de un hilo conductor en las publicaciones: la defensa de los derechos humanos. Aun así, no siempre las expresiones y argumentaciones son del mismo tenor. Aunque alejado de lo que se conoce como discurso polémico (Montero, 2016), La Huella genera un conjunto de discursos en los que se puede observar tipos diferenciados: aquellos que buscan generar un consenso social sobre la problemática difundida y un tipo de discurso que se tensa frente a las autoridades.

Con el primero, aparece la búsqueda de aceptación de una identidad del colectivo por parte de los ciudadanos e internautas. Una apuesta que intenta ser consolidada a través del uso de expresiones, argumentaciones y metáforas. Estos recursos tienen un objetivo claro: lograr persuadir sobre las acciones y posiciones de la organización.

El 8 de marzo del 2021, La Huella publica un post que enlaza temporalmente la violencia hacia las mujeres durante la dictadura militar y hacia las mujeres asesinadas en la actualidad (femicidios). En este posteo, formado por un texto escrito, por fotografías y afiches con referencia a mujeres presas por los militares y mujeres asesinadas en la actualidad, la estrategia discursiva de La Huella es mostrar la consistencia política e ideológica en la defensa de los derechos humanos que sobrepasan la cuestión temporal para empotrarse en la actualidad de otras formas.

Con el segundo tipo de discursos, aquellos que tensan la relación con las autoridades, La Huella apela a una explícita valoración de los acontecimientos. Mediante el uso de esta táctica, la organización muestra con un estilo directo su perspectiva sobre la defensa de los derechos humanos. Con motivo de la reivindicación del 24 de marzo como fecha fundamental para el ejercicio de los derechos humanos, La Huella publica un video sobre el recorrido que realizará la manifestación por las calles de la ciudad. En él puede observarse un tipo de discurso de carácter valorativo, donde quedan plasmadas las posiciones sobre los derechos quebrantados durante la dictadura militar: «Los espacios por donde pasa la marcha del 24M en Río Cuarto. Este 24M nos pronunciamos con el propósito ineludible de mantener viva la memoria de lxs 30.000 compañerxs detenidxs desaparecidxs; y desde ese ejercicio de evocación permanente potenciar la lucha por una patria libre, justa y soberana».

Finalmente, es pertinente destacar en la estrategia de La Huella el uso de un conjunto de interrogantes para interpelar la evolución de los derechos humanos en la sociedad. Con este recurso la organización establece un enlace entre actualidad e historia con el fin de tender un puente entre las diferentes expresiones de los derechos humanos a lo largo del tiempo.

En la publicación del día 18 de marzo del 2020, referida a la muerte de un profesor universitario durante la dictadura militar, La Huella pregunta: «¿Cuáles son las continuidades entre esos tiempos de lucha y los de ahora? ¿Qué cambió?». Y responde con un imaginario utópico: «Mirar hacia el pasado para reconstruir el futuro».

Por último, en la estrategia de visibilización pública, La Huella incluye en los contenidos de los discursos el recurso de los *hashtags* como forma de refuerzo expresivo para destacar el asunto considerado importante. Si bien son escasamente usados, prevalecen dos *hashtags*: #TodxsEnElBuenPastor y #DonenElBuenPastor. Ambos referidos al edificio que debería ser considerado patrimonio histórico de la ciudad de Río Cuarto.

Por su parte, La Marcha de la Gorra plantea una estrategia discursiva diferente. Sin búsqueda de consensos. De estilo directo, sin opacidad de a quién se interpela: la policía de la provincia de Córdoba.

Es un discurso de confrontación, polémico, que busca mostrar lo que implican las limitaciones de las libertades individuales pertenecientes a los sectores más vulnerados social y económicamente de la sociedad, con énfasis en los jóvenes.

Lo difundido por la MG se empotra en las condiciones de producción de un tipo de discurso de denuncia, toda vez que refiere a la institucional policial como la referencia exterior que es mostrada lejos de los valores o visiones del mundo que pretende la organización.

El 12 de noviembre del año 2020 publica un *flyer* referido a la organización de la 7.º Marcha de la Gorra. Ahí destacan dos cuestiones principales como elementos constitutivos del discurso divulgado:

I. Por un lado, se presenta una información referida al día del encuentro donde tratarán cuestiones atinentes a la organización de la marcha. Un tipo de discurso con escasas connotaciones, toda vez que solo se refiere a lo que será tratado en la convocatoria. Sin embargo, un detalle debe ser anotado: la incorporación a la reunión solo podrá realizarse solicitando permiso. Así, los organizadores de la 7.º Marcha de la Gorra dicen: «Pedí por privado el *link*», como modo de resguardo y control de los que se incorporen a las deliberaciones.

II. El segundo de los elementos que componen el discurso del *flyer* es una exposición explícita sobre quiénes son los agredidos por la acción policial: los jóvenes.

Recurriendo a la imagen de un fotograma como marco divisorio interno, los organizadores de la MG incluyen dos fotografías de jóvenes con máscaras frente al destacamento policial de la ciudad de Río Cuarto y una bandera con la consigna «Basta de gatillo fácil».

La transparencia ideológica del discurso se vuelve evidente, revela una posición adversa al accionar policial y paralelamente pone sobre el tapete el temor de los jóvenes a circular libremente por las calles de la ciudad. Estar con una máscara encubre los rostros, los protege de la acción institucional –del abuso policial–, los vuelve menos vulnerables, pero en el mismo momento los convierte en protesta, rechazo, derechos que deben ser atendidos por las autoridades. Situación reforzada con el «Basta de gatillo fácil» como recurso expresivo de denuncia ante los atropellos que sufren los jóvenes por parte de la policía provincial.

La Marcha de la Gorra plantea una estrategia discursiva diferente. Sin búsqueda de consensos

Así, el uso del fotograma como contorno demarcatorio aparece como un elemento connotativo: que la misma película se reitera y es necesaria cambiarla. Se proyecta una visión del mundo social diferente. Es la apelación a una técnica de persuasión para crear un clima de opinión favorable a los reclamos frente al poder institucional policial.

Finalmente, es preciso dejar constancia de que la MG plantea en sus publicaciones un juego discursivo que muestra las contradicciones del discurso oficialista. Mediante una estrategia de deslegitimación, apela al recurso de la interpelación para poner al descubierto interpretaciones sobre lo decidido desde el campo del poder político.

El 30 de marzo del 2020, La Marcha de la Gorra difunde un mensaje compuesto por un texto y un *flyer*. Con la publicación se exponen las diferencias con la decisión política sobre el aislamiento social preventivo y obligatorio definido por el Gobierno nacional. Para lo cual se parte de un interrogante: «Ante las medidas tomadas en estos últimos días en todo el país cabe aclarar qué es un estado de sitio y qué es un estado de emergencia por razones de salud pública».

El interrogante es respondido por la organización utilizando un tono explicativo. En el discurso se observa la distinción entre un «estado de sitio» y un «estado de emergencia». Esto bajo el contexto de que uno y otro tipo de estado pueden condicionar de forma disímil los derechos de las personas. La MG dice que en un «estado de emergencia [...] no están suspendidas las garantías constitucionales, tenemos derechos constitucionales como, por ejemplo, el derecho a la defensa de un abogado, entre otros», por lo cual insisten a lo largo del texto y

también en el *flyer* en marcar las diferencias entre un tipo de estado y otro e informan sobre dónde acudir si se diera el caso de una detención. La utilización de un *hashtag* aparece como refuerzo sobre qué hacer en el caso de producirse inconvenientes con la institución policial: #CuidarnosEntreTodos, señala.

IV. Proceso interactivo

Finalmente, el análisis e interpretación de lo difundido por las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra en la ciudad de Río Cuarto requiere conocer de qué manera se lleva a cabo el proceso interactivo entre los emisores (organizaciones) y los internautas.

Con este proceso se cierra el círculo de significación iniciado en el momento de la selección de temas y acontecimientos elegidos por las organizaciones sociales. Refiere a los modos en que los cibernautas se vinculan con el contenido difundido. Se recupera uno de los elementos fundamentales del proceso comunicacional: el vínculo entre el mensaje de las organizaciones y el actor externo (internauta) que hace suyo el mensaje y lo valora. Momento de participación de los internautas que para el caso de la red Facebook puede darse mediante tres formas: I. utilización de íconos (emoticones), II. mediante el *compartir* el contenido; y III. a través de los *comentarios*.

Cada una de esas situaciones implica grados diferenciados de compromiso por parte de los cibernautas frente al mensaje recibido, constituyéndose en potenciales prosumidores (consumidores y productores) en el mismo momento (Norte Sosa, 2020).

I. Con respecto al primer tipo de intervención, se produce a través de la utilización de *emoticons*: conjunto de íconos relativamente compartidos por la cultura de una sociedad. Facebook presenta siete tipos, que van desde el tradicional «me gusta», pulgar hacia arriba, hasta «me enoja», pasando por «me encanta», «me entristece», «me importa», «me divierte» y «me asombra». Facebook no proporciona el «no me gusta».

Aunque escueta, la interacción del seguidor presenta un alto simbolismo y una acción performativa significativa. Los emoticones vienen a complementar o sustituir la acción del habla escrita por una convención que alimenta la conversación pública mediante un recurso expresivo no lingüístico de unidad mínima que sustenta una importante fuerza connotativa (Reig Alamiño y Elizondo Romero, 2018).

II. La segunda forma de interacción en la red social de Facebook es la de «compartir». Significa que un usuario hace suyo el mensaje y lo difunde entre su comunidad de «amigos». Al realizar esta acción social y comunicativa, devela cierta aceptación con lo publicado por el iniciador y paralela-

mente favorece un potencial *efecto cascada* entre sus seguidores.

III. La tercera manera de interacción y participación permitida por Facebook es más compleja: refiere a los *comentarios*. Mediante este recurso, el contenido difundido inicialmente puede ser aceptado o no por los internautas. Sin embargo, crea las condiciones para una deliberación virtual que da cabida a actores como los *cibermilitantes*, personajes con intereses y competencias para llevar a cabo una discusión en el ámbito de la esfera pública virtual.

¿Qué ocurre con los mensajes de La Huella y La Marcha de la Gorra difundidos en Facebook cuando son abordados por los cibernautas?

Recordemos que La Huella publica veintidós posts, mientras que en el caso de La Marcha de la Gorra cinco publicaciones constituyen el universo. Durante el período de estudio, la primera organización logra 78 clics en los emoticones «me gusta», «me encanta»...; en tanto que la MG logra 14 intervenciones de los internautas.

Esta actitud comunicacional deja ver cierto compromiso frente al mensaje recibido. Los internautas visibilizan un estado de ánimo, revelan un grado de complicidad para con lo propuesto desde las organizaciones. Hay una predisposición comunicativa a entablar una relación de cercanía con el contenido aun cuando no sea de su agrado.

Aunque escueta, esta forma de participación reconoce distancias entre los internautas seguidores de La Huella y la MG. En el primer caso, los cibernautas son más propensos a expresar su apoyo a los mensajes. Generan una vinculación más significativa en el momento de establecer contacto con los relatos de la organización. Una cierta correspondencia y afinidad con mayor compromiso hacia lo publicado. Una predisposición actitudinal mayor a ser cómplice del discurso emitido.

Los seguidores de la MG presentan, en este nivel, una disposición menor a entablar compromiso con lo propuesto desde la organización, restando posibilidades a que el mensaje publicado genere un «efecto cascada» pronunciado en el deslizamiento por las interfaces de la red digital. Una actitud social y comunicacional de distancia que empobrece el alcance potencial del mensaje propuesto por la MG en la esfera pública virtual.

El segundo tipo de compromiso con lo publicado por las organizaciones es el de «compartir» los contenidos. Nuevamente aparece una disparidad significativa. Si compartir significa que una publicación es replicada en las páginas de Facebook de los seguidores de las organizaciones, entonces puede observarse una distinción numérica importante. En el caso de La Huella, 29 veces se comparte el contenido, mientras que en 13 oportunidades lo hacen los seguidores de la MG.

Una derivación hipotética de esos valores destaca que los internautas que comparten las publicaciones de La Huella, por ser más numéricamente, tendrían más posibilidades de lograr mayor «efecto cascada» sobre el radio de sus seguidores (amigos). Cuestión que podrá reducirse en el caso de la MG, propio de la cantidad de repique lograda por las publicaciones. Sin embargo, en ambos casos no solo se potenciarían la esfera de alcance y los efectos de los discursos, sino que se crearían las condiciones para el accionar futuro de los cibernautas, como pueden ser las múltiples interacciones generadas fuera del mundo *on line*, donde –por ejemplo– la práctica comunicativa cara a cara es una de las acciones fundamentales en la vida social.

Finalmente, durante el período de estudio, la acción de «comentar» no se registra en las historias publicadas. Este acto comunicacional, que debe ser entendido como el más complejo, porque puede incluir posicionamientos ideológicos, políticos o sociales explícitos, no encuentra eco entre los seguidores de ambas organizaciones.

Quizás son válidas para justificar –en el caso de La Huella– las palabras de la propia organización cuando dice que sus publicaciones en Facebook no buscan profundizar vínculos, solo difundir las actividades, asunto sí perseguido en los posteos realizados en la red social Instagram, donde están «sus principales seguidores», por ser una red que agrupa a sectores juveniles más cercanos etariamente que los internautas de Facebook (entrevista digital, 2021).

En tanto, en el caso de la MG, al ser una organización de acción puntual y compuesta por distintas organizaciones, restaría compromiso digital de los seguidores más allá de las marchas propiamente dichas, creando un estado de pasividad y quietud en la participación virtual (entrevista digital, 2021), disminuyendo las posibilidades de conformación de una comunidad virtual constante.

Un estudio cualitativo con los seguidores de ambas organizaciones podría dar respuestas profundas a estas acciones comunicativas analizadas en el apartado.

Discusión

El análisis a lo difundido en la red social Facebook por las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra con asiento en la ciudad de Río Cuarto durante el primer año de pandemia covid-19 muestra cercanías y distancias.

Una de las cuestiones que concitan interés común y que conforman la agenda temática de las organizaciones seleccionadas es la defensa de los derechos humanos. Esta reivindicación se ubica en

posiciones críticas hacia las autoridades con competencias de modificar las situaciones atravesadas por distintos sectores de la sociedad.

A pesar del acercamiento temático que une a las organizaciones, la distancia alcanza máxima expresión cuando se observa que en el caso de La Marcha de la Gorra su atención principal se centra exclusivamente en la denuncia contra el abuso del poder policial sobre sectores jóvenes vulnerados social y económicamente.

La presencia en Facebook deja ver que La Huella es una organización que apela a la profesionalización de la comunicación en redes sociales. No solo se observa en la continuidad de las publicaciones, sino en la utilización de recursos humanos con competencias para planificar las divulgaciones en las redes sociales, como es el equipo de comunicación digital. Cuestión en la que, en el caso de la MG, es notable la discontinuidad, propio de no contar con un equipo dedicado a la comunicación en redes sociales, lo que dificulta seriamente una estrategia de actuación y actualización permanente.

La Huella y la MG plantean estrategias diferentes en el momento de inclusión de actores en sus discursos. Sobre todo la distancia se observa en la multiplicidad seleccionada. Esto es entendible en el contexto de los temas abordados por cada una de esas organizaciones, que en el caso de la MG se reduce a la institución policial y sectores sociales juveniles como forma de concentrar sus actividades, dejando de lado otros actores que pueden ser objeto de ese abuso policial.

Finalmente, mientras La Huella confecciona sus discursos apelando a una estrategia amplia para visibilizar a sus militantes y hacerse eco de cuestiones vinculadas a derechos de nueva generación (de género, medioambientales...), la MG construye discursos polémicos y de denuncia, tensando toda relación con el actor (institución policial) incluido en sus contenidos y restando posibilidades a futuros consensos.

Aunque escasa la participación de los internautas en los discursos publicados, se aprecia una predisposición diferente en los cibernautas comprometidos con la organización La Huella: expresar un estado de ánimo o replicar los contenidos son los modos de participación preferidos. Mucho menor es la predisposición de los seguidores de la MG. Quizás su estructura organizativa endeble, de acción puntual y centrada con exclusividad en las marchas, sea la razón de esa actitud comunicativa.

Sin embargo, coinciden en algo: en el período de estudio, nula predisposición a entablar algún tipo de diálogo en las páginas de cada una de las organizaciones. Situación comunicativa que se aleja de las discusiones teóricas referidas a la temática (Aruguete, 2015).

Conclusiones

La pandemia del covid-19 modifica las formas de actuar en el espacio público. Las experiencias a lo largo del mundo muestran que las expresiones colectivas no desaparecen de la esfera territorial (*off line*), sino que el accionar adquiere otros ribetes. La utilización de la tecnología de Internet y las redes sociales dan cabida a nuevas formas de manifestarse en el espacio público (*on line*).

El uso de las plataformas digitales aparece como uno de los lugares privilegiados para expresarse públicamente. La red social Facebook está entre las principales. Las organizaciones en la ciudad de Río Cuarto no escapan al contexto: La Marcha de la Gorra y La Huella, con diferentes estrategias y continuidades, dan cuenta de que esta red digital es importante en el momento de hacer conocer sus actividades y puntos de vista sobre los temas considerados fundamentales.

El estudio revela que las organizaciones analizadas construyen los relatos digitales basado en el fuerte compromiso con los derechos humanos. Frente a un determinado abuso de poder, la reivindicación de derechos. La expresión pública virtual es parte de la estrategia utilizada.

El uso de la red Facebook colabora en la estrategia de visibilidad pública. Los acontecimientos que forman parte de los discursos muestran la inclusión de una variedad de actores en diferentes situaciones. Sin embargo, destaca una delimitación pronunciada en el caso de la organización de La Marcha de la Gorra, donde la elaboración de sus discursos se centra con exclusividad en el accionar policial sobre la libertad de movimiento de los jóvenes pertenecientes a sectores vulnerables, debido al aislamiento social obligatorio.

Por último, las redes sociales de las organizaciones analizadas encuentran escasa participación de los internautas, desaprovechando por completo la posibilidad de entablar un proceso dialógico e interactivo propio de este tipo de comunicación.

Fuentes y bibliografía

- Aruguete, N. (2015): *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.
- Bonvillani, A. (2015): «1 contra 364: ¿para qué sirve La Marcha de la Gorra?», en *XI Jornadas de Sociología*. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Cano, D. (2017): *Jungla 3.0: trolls, información y desinformación*. Buenos Aires: Palma Digital.
- Consejo Económico y Social (2019): *Informe sobre el uso de las redes en la ciudad y reflexiones de las instituciones*. Río Cuarto.
- Della Porta, D. (2020): *Movimientos sociales en tiempos de covid-19: otro mundo es necesario*, recuperado el 4 de junio del 2021 en <https://www.opendemocracy.net/es/movimientos-sociales-en-tiempos-de-covid-29-otro-mundo-es-necesario/>
- Doudtchitzky, D., y Malaspina, L. (2021): «Pedro Castillo, el candidato de los "likes invisibles"», en *Nueva Sociedad*, núm. 293, recuperado el 9 de julio del 2021 en https://nuso.org/articulo/facebook-not-dead-pedro-castillo-el-candidato-de-los-likes-invisibles/?utm_source=email&utm_medium=email&utm_campaign=email
- Grillo, O. (2019): «Etnografía multisituada, etnografía digital: reflexiones acerca de la extensión del campo y la reflexividad», en *Etnografías Contemporáneas* (5) 9, pp. 73-93.
- Gutiérrez-Rubí, A. (6 de marzo de 2021): «La tensión social al límite», en *El País*, <https://elpais.com/opinion/2021-03-05/2021-la-tension-social-al-limite.html>
- Innerarity, D., y Colomina, C. (2020): «Introducción: desinformación y poder, la crisis de los intermediarios», en D. Innerarity y C. Colomina (coords.): *Desinformación y poder. La crisis de los intermediarios*. España. Nueva Época, pp. 7-11.
- Méndez, A.; Gendler, M.; y Lago Martínez, S. (2015): «Movimientos sociales y tecnologías digitales: comunicación y prácticas de resistencia en el mundo global», en *VIII Seminario Regional (Cono Sur)*. Córdoba: ALAIC. Escuela de Ciencias de la Información.
- Monteiro, R., y Vera, L. (2018): *Participación ciudadana, comunicación y tecnología. Experiencias de investigación*. Río Cuarto (Argentina): Cántaro de Piedra.
- Montero, A. (comp.), 2016: *El análisis del discurso polémico*. Buenos Aires: Prometeo.
- Moreno, I. (2001): «Genoma digital», en *Anàlisi* (27), pp. 101-114.
- Norte Sosa, J. (2020): *Big Data: comunicación y política*. Buenos Aires: Tetraedro Ediciones.
- Pardo Abril, N. (2012): «Análisis crítico del discurso: conceptualización y desarrollo», en *Cuadernos de Lingüística Hispánica* (19), pp. 41-62.
- Pariser, E. (2017): *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. España: Taurus.
- Reig Alamino, A., y Elizondo Romero, A. (2018): «Un análisis de la reacción me gusta en Facebook desde los estudios de la interacción», en *Estudios de Lingüística Aplicada* (36), 67, pp. 45-75.
- Ruiz Méndez, M., y Aguirre Aguilar, G. (2015): «Etnografía virtual, un acercamiento al método y a sus aplicaciones», en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (XXI), núm. 41, pp. 67-96, recuperado el 9 de junio del 2021 en <https://www.redalyc.org/pdf/316/31639397004.pdf>
- Santander, P. (2011): «Por qué y cómo hacer análisis de discurso», en *Cinta de Moebio* (41), pp. 207-224.
- Smilovich, A. (2012): «El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri», en M. Carlón y A. Fausto Neto (comps.): *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 137-154.
- Ubieto, J. (2021): *El mundo pos-covid*. Buenos Aires: Ediciones NED.
- Vaca Narvaja, H.; Fara, A.; y Monteiro, R. (2018): «La Marcha de la Gorra: de las calles a las redes sociales», en

R. Monteiro y L. Vera (comps.): *Participación ciudadana, comunicación y tecnología. Experiencias de investigación*. Río Cuarto (Argentina): Cántaro de Piedra, pp. 121-136.

Otras fuentes

- Agencia Telam (3 de octubre de 2020): <https://www.telam.com.ar/notas/202010/520815-el-pj-convoco-a-apoyar-al-gobierno-en-una-historica-movilizacion-virtual-el-proximo-17-de-octubre.html>, recuperado el 12 de mayo del 2021.
- Boletín Oficial, <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>
- Entrevista digital a dirigentes de las organizaciones La Huella y La Marcha de la Gorra (2021).
- Mesa de Trabajo por los Derechos Humanos en Córdoba, https://www.facebook.com/mesadetrabajo.porlosderechoshumanosdecordoba/?locale=es_LA, recuperado el 10 de junio del 2021.
- Organización La Huella, <https://www.facebook.com/lahuella.apdh>
- Organización La Marcha de la Gorra, <https://www.facebook.com/MarchaDeLaGorraRioCuarto>

ENTRE EL DIÁLOGO Y LA POLARIZACIÓN: LA COMUNICACIÓN DE ALBERTO FERNÁNDEZ Y HORACIO RODRÍGUEZ LARRETA DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19*

Between Dialogue and Polarization: The Communication of Alberto Fernández and Horacio Rodríguez Larreta during the Covid-19 Pandemic

Andrea Ariza

Instituto de Investigaciones Políticas (IIP), CONICET (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0001-6616-5690>

Valeria March

Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina

<https://orcid.org/0000-0002-2882-2407>

Sofía Torres

Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina

<https://orcid.org/0000-0002-7747-615X>

Frente a la pandemia de covid-19, los diferentes niveles de gobierno en Argentina debieron coordinar decisiones sanitarias para contener la situación epidemiológica. El objetivo de este artículo es analizar y comparar los discursos de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta en Twitter e Instagram en dos momentos: entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020 y el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021. Para esto, utilizamos una estrategia metodológica cuanti-cualitativa y análisis de contenido de las publicaciones de ambos políticos, categorizándolas en contenidos neutrales, consensuales o polarizantes. Nuestra hipótesis sostiene que, tras un año de pandemia, los discursos políticos digitales de ambos dirigentes se modificaron y el diálogo redujo su protagonismo para dar lugar a una creciente polarización. Consideremos que las razones de este cambio son tres: el aumento en la desaprobación de la gestión nacional, la imposibilidad del discurso consensualista de mantenerse en el tiempo y la influencia del calendario electoral. Asimismo, analizamos las bases de los discursos neutrales y consensuales, encontrando similitudes entre ambos líderes en el primero y diferencias en el segundo, respectivamente.

Palabras clave

Redes sociales, discursos políticos, polarización, diálogo, Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta

In the face of the covid-19 pandemic, the different levels of government in Argentina had to coordinate health decisions to contain the epidemiological situation. The objective of this article is to analyze and compare the speeches of Alberto Fernández and Horacio Rodríguez Larreta on Twitter and Instagram at two times: between March 1 and April 30, 2020 and March 1 and April 30, 2021. For this, we use a quantitative-qualitative methodological strategy and content analysis of the publications of both politicians, categorizing them into neutral, consensual or polarizing content. Our hypothesis holds that after a year of the pandemic, the digital political discourses of both leaders were modified and the dialogue reduced its prominence to give rise to a growing polarization. We consider that there are three reasons for this change: the increase in disapproval of the national administration, the impossibility of consensual discourse to be maintained over time, and the influence of the electoral calendar. Likewise, we analyze the bases of the neutral and consensual discourses, finding similarities between both leaders in the first, and differences in the second, respectively.

Keywords

Social networks, political discourse, polarization, dialogue, Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta

* Agradecemos los valiosos comentarios de los evaluadores anónimos que nos permitieron mejorar este artículo.

Cómo citar este artículo: Ariza, A., March, V. y Torres, S. (2024). Entre el diálogo y la polarización: la comunicación de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta durante la pandemia de covid-19. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 91-109. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20200>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

1. Introducción

La pandemia de covid-19 irrumpió y afectó todos los órdenes de la vida. Los Estados de todo el mundo debieron tomar diversas decisiones para contener la propagación del virus y devino fundamental la coordinación de estrategias entre los diferentes niveles de gobierno. En Argentina, el 19 de marzo de 2020 el Gobierno nacional decretó el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), que gozó de gran legitimidad en la opinión pública y fue acompañado por todos los gobernadores. Meses después, este acuerdo básico alrededor de las medidas adoptadas para contener la situación sanitaria empezó a resquebrajarse y dio lugar a movilizaciones sociales en contra del Gobierno nacional y declaraciones de rechazo de diversos dirigentes de la oposición.

La coordinación de acciones entre el presidente y los mandatarios del área metropolitana de Buenos Aires, la zona más afectada por el incremento de casos de covid-19, devino fundamental. En este marco, la relación entre Alberto Fernández, Horacio Rodríguez Larreta y Axel Kicillof cobró protagonismo en el escenario político y sanitario argentino. El objetivo de este artículo es analizar y comparar los discursos de Alberto Fernández, presidente de Argentina, y Horacio Rodríguez Larreta, jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en las redes sociales Twitter e Instagram en dos momentos cronológicos distintos: entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020 y el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021. Fernández pertenece al Frente de Todos, mientras que Rodríguez Larreta forma parte de la principal oposición, Juntos por el Cambio. A partir de este análisis, se busca señalar las similitudes y diferencias entre ambos momentos, así como pormenorizar aquellos elementos que destacan el diálogo y la polarización y analizar las bases del discurso neutral y consensual. Nuestra hipótesis sostiene que luego de un año de la pandemia de covid-19 los discursos políticos digitales del presidente y del jefe de Gobierno se modificaron y el diálogo, como valor político fundamental, redujo su protagonismo para dar lugar a una creciente polarización entre ambos mandatarios.

En los últimos años, los estudios sobre polarización fueron ganando terreno en diversas regiones, enfocándose particularmente en el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en su construcción (Aruguete, 2019 y 2020; Fletcher *et al.*, 2019; Schuliaquer y Vommaro, 2020, entre otros). Consideramos junto con Waisbord (2020) que la polarización no es un fenómeno exclusivo del mundo digital ni es el resultado únicamente de dinámicas comunicacionales/mediáticas o políticas. En cambio, la polarización está ligada a pro-

cesos mixtos que combinan elementos comunicativos y políticos.

La investigación adopta una estrategia de triangulación metodológica y utiliza como principal técnica el análisis de contenido. El corpus de análisis está conformado por una muestra intencional de 845 publicaciones realizadas por los gobernantes considerados en las redes sociales Twitter e Instagram en los períodos mencionados. Para el tratamiento de la información se procedió a la elaboración de una matriz de datos y su posterior calificación en tres tipos de contenidos: neutrales, consensualistas y polarizantes.

El artículo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, abordamos el fenómeno de la polarización y cómo interactúa y funciona en redes sociales. En segundo lugar, desarrollamos los objetivos y actividades metodológicas desplegadas. A continuación, presentamos las formas que adquirieron la polarización y el diálogo en la comunicación de Fernández y Rodríguez Larreta, considerando las notas destacadas del proceso de gestión pública de la pandemia y el estilo discursivo de ambos dirigentes. Finalmente, desplegamos una serie de conclusiones a partir de los resultados obtenidos que llevan a pensar en nuevas líneas de trabajo para investigaciones futuras.

2. Sobre polarización y redes sociales

En los últimos años, los estudios sobre polarización fueron ganando terreno en diversas regiones, enfocándose particularmente en el rol de los medios de comunicación y las redes sociales en su construcción (Aruguete, 2019 y 2020; Fletcher *et al.*, 2019; Schuliaquer y Vommaro, 2020, entre otros). Cabe destacar que la mayor parte de la literatura corresponde a Estados Unidos, y solo recientemente aparecieron estudios centrados en América Latina (Schuliaquer y Vommaro, 2020).

La polarización ha sido definida de diferentes maneras. En este trabajo tomaremos los aportes de Waisbord (2020), entendiéndola como un proceso de alineación de diferencias políticas contrapuestas en una sola dimensión, que da como resultado la percepción de la política como un conflicto eterno entre «ellos y nosotros», un enfrentamiento de posiciones antagónicas. De esta manera, «la polarización simplifica la complejidad de las relaciones políticas y sociales en tanto cualquier diferencia se licúa en una sola dimensión» (Waisbord, 2020, p. 251).

Podemos hablar de polarización en un doble sentido. Primero como polarización ideológica, es decir, la distancia entre los electorados de diferentes partidos políticos (Crespo, Garrido, Martínez y Mora, 2021). Pero también como polarización

afectiva, la cual implica tanto el rechazo hacia al adversario como la intensificación de sentimientos de pertenencia o adhesión a un espacio político. La polarización afectiva tiene efectos políticos y sociales, produciendo hostilidad e intolerancia hacia quienes no comparten las mismas inclinaciones políticas (Crespo y García Escribano, 2021).

La literatura sobre el tema es extensa y no está exenta de contradicciones. Schuliaquer y Vommaro (2020) señalan algunos de los debates actuales que se desarrollan entre quienes consideran que la polarización se limita a las élites (Fiorina *et al.*, 2005) y aquellos que creen que atraviesa la sociedad en su conjunto (Abramowitz y Saunders, 2008) y por tanto organiza el modo en que esta se relaciona con el debate público.

Tampoco hay acuerdo sobre sus efectos. Mientras algunos autores afirman que puede estimular la participación política (Abramowitz y Saunders, 2008; Lupu, 2015), otros estudios sostienen que genera apatía y retraimiento (Fiorina *et al.*, 2005) y que es incluso una tendencia negativa para la democracia (Sani y Sartori, 1980).

Es claro que la polarización no es un fenómeno nuevo y aún quedan interrogantes sobre las causas que la generan. Sobre esto, Waisbord (2020) señala que la polarización está ligada a procesos mixtos que combinan elementos comunicativos y políticos. Por lo tanto, no puede ser interpretada como un fenómeno exclusivo del mundo digital ni tampoco como el resultado directo de dinámicas comunicacionales/mediáticas o políticas. En ese sentido, la interacción resultante entre los alineamientos políticos contrapuestos, los medios tradicionales y las redes sociales se presentan como un espacio para el fortalecimiento y la reproducción de la polarización (Schuliaquer y Vommaro, 2020). Además, la polarización como estrategia política y mediática rinde sus frutos en tanto que apelar a discursos polarizantes en un contexto de comunicación mediatizada tiene sus beneficios en términos de audiencia, publicidad o relevancia (Waisbord, 2020).

Actualmente vivimos en una sociedad hipermediatizada, donde constantemente se dan fenómenos de relación entre el sistema de medios masivos, los medios digitales y las prácticas políticas. Estas prácticas son influenciadas por las nuevas condiciones de circulación de los discursos políticos (Sli-movich, 2017). En este contexto, las redes sociales, con sus lógicas particulares producto del algoritmo que está en su base (que incentiva ciertos comportamientos y disposiciones para la acción y no otros), aparecen como un espacio ideal para el fortalecimiento de la polarización política (Waisbord, 2018; Aruguete y Calvo, 2020). En este sentido, las plataformas digitales, a la vez que solidifican identida-

des políticas, consolidan jerarquías políticas y sociales ya existentes, y con ello afianzan las fronteras con los otros (Iyengar y Westwood, 2015).

La interacción virtual da lugar a escenarios «personalizados» que son aprovechados por los políticos, medios de comunicación y otros actores para amplificar la llegada de sus mensajes y conformar comunidades y audiencias. La dinámica que adquiere la circulación de contenidos en este contexto conduce a la concentración creciente de la información en unos pocos (pero poderosos) influenciadores (Aruguete, 2020). A partir de esto, el tráfico de mensajes en el entorno digital contribuye no solo a la conformación de comunidades de fuerte cerrazón cognitiva (que se definen por aquello que las diferencia de otros grupos), sino que también potencia el intercambio homofílico de mensajes. Esta interacción entre semejantes exagera el carácter polarizante de las narrativas en tanto que potencia el rechazo de todo aquello que no se asemeja a la propia visión del mundo como, así también, habilita el surgimiento de mensajes de odio (Aruguete, 2019).

En el caso particular de América Latina, Schuliaquer (2018) sostiene que estos procesos se dieron sobre un terreno fértil, dada la forma que ya habían tomado la disputa política y el vínculo entre Gobiernos y medios tradicionales. En la Argentina de los últimos años, el clivaje kirchnerismo-antikirchnerismo habilitó la polarización entre Gobierno y oposición. Schuliaquer y Vommaro (2020, p. 241) afirman que esta se «constituyó sobre la base de identidades políticas movilizadas, con referencias políticas claras y líderes que proveen marcos interpretativos consistentes con las bases ideológicas y afectivas de sus seguidores». Este clivaje, que estuvo presente en los últimos años en la Argentina y marcó la agenda política y comunicacional, también impactó en la gestión gubernamental y política de la pandemia de covid-19, como veremos más adelante.

3. Objetivos y metodología

El presente artículo tiene por objetivo analizar y comparar los discursos de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta en Twitter e Instagram en dos momentos: entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020 y el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021.

Conforme a lo anterior, se adopta una estrategia de triangulación metodológica cuali-cuantitativa en la que se utiliza como principal técnica el análisis de contenido (Pérez, 1994), procedimiento que resulta adecuado para abordar de manera sistemática, objetiva y completa los discursos y unidades enunciativas que se retoman.

El corpus de análisis fue determinado a partir de la construcción de una muestra intencional compuesta por 845 contenidos publicados en las cuentas oficiales de Twitter e Instagram de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020 y el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021. La opción por estos dos dirigentes se relaciona con la importancia que adquirieron los mismos en la gestión y contención de la pandemia del covid-19.

La elección de los períodos temporales antes mencionados responde al objetivo de esta investigación. En este sentido, el primero de los momentos considerados coincide con el inicio de la pandemia en Argentina y la implementación de diferentes medidas de gestión de la población a partir de la determinación del ASPO por parte del Gobierno nacional. La segunda etapa, ubicada un año después del inicio de la emergencia sanitaria, constituye otro momento clave para los Gobiernos nacional y provinciales, en tanto que la llegada al país de la «segunda ola» de covid-19 obliga a la puesta en marcha de nuevas medidas de restricción.

Las características de ambos períodos hacen de ellos momentos a considerar a la hora de analizar el lugar que ocupan la polarización y el diálogo en los discursos de Fernández y Rodríguez Larreta en tanto que conforman lapsos temporales dominados por una situación de incertidumbre que lleva al establecimiento de asiduos contactos entre dirigentes políticos del oficialismo y la oposición en los que se ponen en tensión diferentes concepciones de la pandemia y metodologías alternativas para su abordaje.

La elección de Twitter e Instagram como unidades de contexto tampoco es azarosa. En este sentido, Twitter ofrece importantes herramientas de análisis al ser la plataforma en donde tienen lugar

el debate político comunicacional y la discusión de temas de actualidad en la esfera digital (Aruguete, 2019). Por su parte, Instagram es una interfaz que se caracteriza por la producción de mensajes políticos cifrados en términos de fotos e imágenes (García Beaudoux, Berrocal-Gonzalo y D'Adamo, 2019), aspecto cuya naturalización genera en la ciudadanía la ilusión de una comunicación política más espontánea, y que combina en sí misma vida personal y vida pública, o bien puesta en escena y naturalidad (Selva Ruiz y Caro Castaño, 2017).

Twitter e Instagram montan espacios de interacción y circulación de mensajes que dejan su marca al nivel de los discursos y narrativas de los actores que toman parte en estos escenarios. Tomando en consideración esto último, la elección de estas plataformas busca diversificar el análisis así como también establecer líneas de continuidad y ruptura entre la forma en que se presentan la polarización y el diálogo en los discursos destinados a una red social orientada a la polémica e instalación de temas de agenda como es Twitter y en otra aplicación como Instagram, en donde los contenidos (políticos y de cualquier índole) buscan alimentar en los receptores una sensación de intimidad y cercanía con los emisores.

Respecto al tratamiento de la información, en una primera etapa se avanzó en la construcción de una base de datos con la totalidad de los contenidos estudiados para los dos períodos antes mencionados. A continuación, se procedió a su codificación a partir de la elaboración de una matriz de análisis. Finalmente, a los fines de clasificar cada posteo y ponderar la presencia de elementos atribuibles a la polarización o el diálogo, se construyó una tipología siguiendo los indicadores propuestos por Romero Rodríguez, Gadea y Aguaded (2015), pero adaptándolos para el análisis del caso elegido (cuadro 1).

CUADRO 1. Categorías discursivas de análisis

Tipos de contenidos		
Polarizantes	Neutrales	Consensualistas
<ul style="list-style-type: none"> • Adjetivación negativa del Gobierno o la oposición. • Referencias a la otredad. • Términos bélicos (lucha, defensa, el enemigo...). 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción de las medidas de prevención y cuidado. • Gestión pública de la pandemia (medidas para el fortalecimiento del sistema de salud, operativos de vacunación...). • Reuniones, anuncios. • Actividades propias (visitas a centros de testeos...). 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de actividades entre nación y ciudad. • Contenidos que hacen mención a la unidad, el consenso, la importancia del trabajo en equipo, el respeto y la convivencia.

Fuente: *Elaboración propia.*

4. Presentación de resultados y análisis

El 19 de marzo de 2020 en cadena nacional, el presidente anunció el inicio del ASPO acompañado de los líderes ejecutivos provinciales. En esa conferencia de prensa, Fernández remarcó el trabajo y contacto permanente con los Gobiernos subnacionales y presentó el diálogo, la unión y el consenso como los valores fundamentales para enfrentar la situación sanitaria. Con este acto, el presidente inauguró un primer momento de concordia e intercambio entre el oficialismo y la oposición que se tradujo en acuerdos para la toma de decisiones político-sanitarias.

La irrupción de la pandemia de covid-19 dejó su huella en la comunicación de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta, quienes modificaron los temas a comunicar en sus redes sociales de un modo tal que la contención del virus se convirtió en el tópico rector de la comunicación gubernamental.

Entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020, Fernández publicó un total de 140 contenidos vinculados al coronavirus en Instagram y Twitter. Esta última fue la red social más utilizada para comunicar estos temas, ya que allí se concentraron un total de 107 contenidos, mientras que en Instagram se publicaron un total de 33 posteos.

Desde el inicio, la comunicación del presidente estuvo caracterizada por no tener un estilo comunicativo bien definido, el cual puede ser interpretado como un «estilo en construcción» (Riorda, 2021). Esta particular impronta tuvo un fuerte impacto positivo durante la etapa inicial de la emergencia sanitaria y contribuyó a presentar la conducción de Fernández como un liderazgo de cooperación institucional capaz de generar consensos.

El estilo comunicacional desarrollado por Alberto Fernández desde el inicio de la pandemia y su uso de las redes sociales y los recursos que ofrecen los medios tradicionales permiten caracterizarlo como el primer presidente argentino de *postbroadcasting*. Vale destacar que su gestión se desarrolla en el contexto de un ecosistema mediático global en transformación, donde el *broadcasting* (pocos emisores y muchos receptores) no termina de irse y las plataformas tampoco logran ocupar el lugar de privilegio en la construcción de una aldea global (Fernández, 2020). Fernández supo aprovechar este contexto adoptando un estilo cuya principal característica es la de dar entrevistas a todos (propios o ajenos) en diversos medios, géneros y plataformas. Conforme a esto, el discurso presidencial transmedia se configuró bajo la lógica de una palabra sencilla, capaz de obtener consenso fácilmente, pero que, no obstante esto, no estuvo exenta de errores (Fernández, 2020).

Tras decretar el ASPO, el primer mandatario se colocó a sí mismo en el lugar de única voz autorizada para dar los anuncios y, a partir de un discurso

de impronta colectiva y solidaria que interpelaba a cada ciudadano en su carácter de integrante de un todo mayor (Pidal y Signorelli, 2020), logró instalar la sensación de ser un gobernante capaz de enfrentar la crisis.

En este primer momento, los contenidos caracterizados como neutrales, en virtud de su referencia a la promoción de medidas de prevención y cuidado o bien su abordaje de las gestiones públicas o actividades de los gobernantes para afrontar la pandemia, fueron los que adquirieron mayor relevancia.

Tal como podemos observar en la tabla 1, los contenidos neutrales concentraron el 52,3 % de las publicaciones realizadas en Twitter y el 39,4 % de los contenidos en Instagram. Por su parte, los contenidos de tipo consensualista reunieron el 35,5 % de publicaciones en Twitter y el 45,5 % en Instagram. Por último, los contenidos polarizantes fueron la categoría que menos contenidos agrupó en este primer momento; en Twitter aglomeraron el 12,1 % de publicaciones y en Instagram el 15,2 %.

TABLA 1. Tipo de contenidos publicados por Alberto Fernández en Instagram y Twitter durante 2020

2020	Alberto Fernández					
	Twitter		Instagram		Totales	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Consensualistas	38	35,5	15	45,5	53	37,9
Neutrales	56	52,3	13	39,4	69	49,3
Polarizantes	13	12,1	5	15,2	18	12,9
Totales	107	100	33	100	140	100

Fuente: elaboración propia.

Horacio Rodríguez Larreta publicó con mayor asiduidad en ambas redes sociales que Alberto Fernández. En este primer período de análisis, realizó un total de 336 publicaciones en Twitter e Instagram. La primera red social mencionada agrupó un total de 283 contenidos, mientras que Instagram reunió 53 posteos.

Respecto al estilo que animó su comunicación, a diferencia del presidente Fernández, el jefe del Gobierno porteño mantuvo el carácter ordenado y estructurado que define su estrategia de comunicación gubernamental. Desde su arribo al poder en 2015, la comunicación en redes y medios tradicionales del dirigente de Juntos por el Cambio tendió a mostrar una gestión eficiente centrada en

los problemas municipales, con una fuerte impronta de cercanía con los vecinos y atención constante de las consultas ciudadanas.

Los contenidos neutrales congregaron la mayor cantidad de posteos en ambas redes. En este sentido, el 83 % de lo publicado en Twitter se refirió a la promoción de medidas de cuidado frente al covid-19, mientras que en Instagram este tipo de contenidos aglutinó el 79,2 %, como bien se muestra en la tabla 2.

Al igual que hemos observado en el caso de Alberto Fernández, se divisa el reducido protagonismo que tuvo el contenido polarizante en las redes sociales del jefe del Gobierno porteño. En Twitter, este tipo de contenidos solo reunió al 3,2 % de publicaciones, mientras que en Instagram fue el 1,9 %. Entretanto, el contenido de tipo consensualista agrupó una mayor cantidad de publicaciones, siendo representativo del 13,8 % de los contenidos en Twitter y del 18,9 % de los posteos de Instagram (véase tabla 2).

TABLA 2. Tipo de contenidos publicados por Horacio Rodríguez Larreta en Instagram y Twitter durante 2020

2020	Horacio Rodríguez Larreta					
	Twitter		Instagram		Totales	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Consensualistas	39	13,8	10	18,9	49	14,6
Neutrales	235	83,0	42	79,2	277	82,4
Polarizantes	9	3,2	1	1,9	10	3,0
Totales	283	100	53	100	336	100

Fuente: elaboración propia.

Tal como exponen los datos, ambos dirigentes le confirieron gran importancia a la comunicación de las medidas de prevención y cuidado frente al virus, las cuales fueron protagonistas absolutas de las publicaciones aquí analizadas bajo la categoría de contenidos neutrales. Lo anterior cobra particular relevancia si se tiene en cuenta que, en situaciones de crisis, los mensajes dirigidos a la población deben dotar de sentido lo que acontece y ofrecer información eficaz para poder responder de forma adecuada. Asimismo, tienen que transmitir datos sobre la evolución en torno a la crisis y las medidas adoptadas, por lo que la transparencia deviene en pieza esencial para esta tarea (Costa Sánchez y López García, 2020) y el diálogo, un aspecto clave para garantizar la credibilidad de la información proporcionada

en relación a los riesgos (Yang, 2018, citado en Costa Sánchez y López García, 2020, p. 5).

Para evitar la proliferación del virus en los inicios de la pandemia, Alberto Fernández instó a la ciudadanía a quedarse en casa como principal medida de contención de la pandemia. En esta línea, el 22 de marzo de 2020 publicó en Instagram un vídeo en el que mostraba la potencial cadena de contagio que podría producirse de no existir la cuarentena: «Cada persona que se queda en su casa, además de no contagiarse, es una persona que ayuda a que el virus no se propague. Sé responsable. Cuidándote vos cuidás a todos. Quedate en casa. #CuidarteEsCuidarnos».

Uno de los intercambios más renombrados en las redes durante este primer período fue aquel que se dio el 29 de marzo en Twitter con la cuenta de Alejandro Wiebe, conocido popularmente como «Marley», un famoso conductor de la televisión argentina, en la que exponía a través de un vídeo a su hijo llamando por teléfono al presidente para preguntarle si podía consumir más chocolates. Fernández respondió a este vídeo con el siguiente tweet: «Hola Mirko!!! Decile a @marley_ok que te autorizo a comer hasta tres pastillas de menta y dos chocolates por día. A eso podés sumarle una golosina más. Lo único que no podés hacer es salir de tu casa. Cuídense con Marley!!! Si ustedes no salen y se cuidan, nos cuidan a todos».

Además de destacar la importancia de cumplir con el aislamiento y utilizar los recursos de interacción que ofrecen las redes sociales para reforzar este pedido, Fernández puso en valor continuamente la labor de cada uno de los trabajadores esenciales con contenidos de tinte emotivo y épico. Asimismo, reforzaba esta idea a partir de definir al cumplimiento de las medidas restrictivas como la forma que tenía la ciudadanía de agradecer a quienes hacían frente a la pandemia: «Hay muchas personas trabajando en tareas esenciales para cuidarnos a todos y a todas. La mejor forma de agradecerles es quedarnos en casa» (Twitter, 27 de marzo de 2020).

Por último, Fernández destacó continuamente el esfuerzo que estaba realizando el Estado nacional para prepararse y hacer frente a la llegada del virus. En ese sentido, fueron frecuentes durante este período los contenidos en donde el primer mandatario subrayaba la inversión en infraestructura para la construcción de hospitales modulares o bien destacaba el apoyo de organismos internacionales para fortalecer el sistema de protección social.

Horacio Rodríguez Larreta utilizó profusamente Twitter para comunicar las medidas de cuidado. Al igual que Fernández, empleó ambas redes para resaltar la importancia de quedarse en casa y cumplir con las medidas dispuestas por el Gobierno nacional. Asimismo, diariamente transmitió a los

ciudadanos diferentes mensajes de índole concientizadora que abordaron tópicos tales como: los síntomas a tener en cuenta, el protocolo para evitar el contagio y el operativo especialmente dispuesto por el Gobierno porteño para controlar a quienes llegaban a la ciudad desde el exterior del país.

En la misma línea que Fernández, Rodríguez Larreta comunicó sobre diferentes actividades del Gobierno, con especial énfasis en los recorridos que realizaban sus funcionarios para poner en marcha obras o ejecutar políticas públicas destinadas a mejorar la capacidad de respuesta de la ciudad ante la llegada del virus. En esta línea se enmarcan aquellos contenidos referidos al mejoramiento del SAME para reforzar el sistema de detección temprana del virus, la inversión en equipamientos e insumos para el sistema público de salud, las medidas sobre trámites y gestiones públicas, el cuidado de adultos mayores a través de un plan de voluntariado destinado a brindarles la ayuda necesaria para garantizar su aislamiento¹, entre otros.

Un aspecto a resaltar de la comunicación de Rodríguez Larreta durante esta etapa es su constante uso de las transmisiones en vivo para responder preguntas sobre las medidas de prevención. Estas emisiones, en su mayoría realizadas junto al ministro de Salud, Fernán Quirós, terminaron por convertirse en un informe diario del avance de casos y de las políticas públicas llevadas adelante por la ciudad². Por esta razón, a las conferencias de prensa fueron sumándose otros miembros del poder ejecutivo, como Soledad Acuña, quien comunicaba sobre los impactos de las medidas sanitarias en el sector educativo.

Respecto a este punto, Fernández se distanció de Rodríguez Larreta y prefirió las conferencias de prensa a los intercambios en vivo con sus seguidores. En este sentido, estas herramientas constitu-

yeron un elemento clave de la comunicación de la presidencia de la nación y, siguiendo a Slimovich (2021), deben ser entendidas como «acontecimientos político-mediáticos» que conjugan las lógicas de lo político con las de la trasmisión televisiva y el discurso informativo y generan gran expectativa en la ciudadanía logrando alcanzar enorme repercusión en medios tradicionales y redes sociales³.

En este primer período de análisis, tal como mencionamos anteriormente, la coordinación de acciones entre el Gobierno nacional y los Gobiernos provinciales devino central. El presidente presentó el diálogo como uno de los valores centrales y la unión como el principal recurso para enfrentar la pandemia. Este clima de consenso se reflejó con claridad en las redes de los dos gobernantes hasta tal punto que el 18 de marzo de 2020 ambos dirigentes publicaron en Instagram la misma fotografía (véanse imágenes 1 y 2), en la que se los podía visualizar coordinando las medidas a tomar.

Un detalle a destacar es que el pie que acompaña la foto es también muy similar en los dos casos. En este sentido, Fernández acompañó la foto con el siguiente texto: «Me reuní con Horacio Rodríguez Larreta en mi despacho para analizar las últimas acciones que estamos tomando en conjunto para mitigar la propagación del coronavirus covid-19. En la adversidad debemos estar más unidos que nunca».

Por su parte, Rodríguez Larreta publicó: «Nos reunimos con el presidente @alferdezok para repasar todas las medidas que venimos trabajando en conjunto para seguir evitando la propagación del coronavirus»

Como bien se observa, ambos pie de foto intentaron enfatizar la coordinación de actividades entre los distintos niveles de gobierno. Sin embargo, Fernández fue más allá y remarcó la importancia de la unidad ante la adversidad que representaba la pandemia. Al hablar de la idea de consenso, podemos pensarlo en dos niveles. En primer lugar, el consenso relacionado a las «reglas del juego», es decir, a las reglas que garantizan el funcionamiento del sistema político, y en segundo término, el consenso sobre ciertos fines o instrumentos en particular. En esta primera etapa de gestión de la pandemia, ambos líderes políticos dieron muestras de ponderar el consenso en los dos niveles mencionados, priorizando la búsqueda de acuerdos políticos y la conformación de una contrafuerza frente a posibles divisiones de creencias e intereses. Con respecto a esto, es importante destacar que el

¹ El programa #MayoresCuidados fue un programa de voluntariado organizado desde el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires durante el ASPO. Estaba orientado a acompañar a los adultos mayores, brindando asistencia telefónica y contactándolos con voluntarios dispuestos a realizarles sus compras en farmacias y comercios de proximidad, entre otras necesidades. Este programa cobró notoriedad durante la primera parte del aislamiento. Por ejemplo, muchos de los contenidos publicados por Rodríguez Larreta en sus redes sociales referían a este tema. Además, en otros puntos del país se replicó la idea llevando adelante programas similares. Para más información, véase <https://www.buenosaires.gob.ar/jefaturadegabinete/noticias/coronavirus-mayores-cuidados-ya-se-encuentra-abierta-la-inscripcion-para-adultos>

² Para marzo de 2021, el Gobierno porteño ya había realizado 134 conferencias de prensa desde el inicio de la pandemia, un promedio de casi tres por semana. Para más información, véase <https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/la-apuesta-de-la-ciudad-por-una-comunicacion-transparente-desde-que-estallo-la-pandemia>

³ Desde la instauración del ASPO en Argentina –el 19 de marzo de 2020– hasta junio de ese año, el presidente Fernández realizó media docena de conferencias de prensa, cadena nacional o anuncios (Slimovich, 2021).



Imagen 1. Ejemplo de consenso: publicación de Alberto Fernández en Instagram, 18 de marzo de 2020.



Imagen 2. Ejemplo de consenso: publicación de Horacio Rodríguez Larreta en Instagram, 18 de marzo de 2020.

consenso suele ser menos visible en la superficie que el disenso, ya que este último causa mayores niveles de noticiabilidad (Riorda, 2011).

No obstante el predominio en ambos casos de contenidos de tipo consensualista y neutral, es preciso llamar la atención respecto de las bases de estos discursos, sus similitudes y diferencias. En este

sentido, los ejemplos recuperados hasta aquí permiten observar cómo Alberto Fernández sustentó sus alocuciones consensualistas en un discurso de tipo nacionalista y colectivo que apelaba a la unión de todos los argentinos para hacer frente a la pandemia. Tomando los aportes de García Beaudoux y D'Adamo (2016), podemos identificar en este relato

político las siguientes características: un discurso épico basado en la centralidad de la unidad frente a la adversidad; un componente de conexión que demuestra la capacidad de relacionarse con otros para vencer alguna frontera común, remarcando el trabajo colectivo; y un componente de resiliencia, entendida como la capacidad de sobreponerse a traumas o adversidades y salir fortalecido de ellas. Contrariamente, en Horacio Rodríguez Larreta, el contenido consensualista apareció bajo la forma de un mensaje protocolar cuyo eje estaba puesto en el desarrollo de un trabajo coordinado eficaz que garantizara el éxito de las medidas adoptadas en conjunto para la contención del virus. La comunicación de Rodríguez Larreta suele centrarse en sus atributos como buen gestor, eficiente y comprometido con su trabajo (Ariza y March, 2021), pero aquí esto se vinculaba con un trabajo conjunto al Gobierno nacional⁴. Asimismo, en el caso del jefe del Gobierno porteño, si bien existió la apelación a la unión colectiva para hacer frente al virus, fueron frecuentes las interpelaciones de carácter individual dirigidas al ciudadano. Respecto de los contenidos de tipo neutral, en ambos casos, los mismos adoptaron un formato y lenguaje de tipo pedagógico en donde se buscaba instruir a la ciudadanía sobre las disposiciones de cuidado, así como también promover cambios de hábitos, e informar sobre las medidas desplegadas por el Gobierno para contener la situación. También existió en la base de estos discursos neutrales un componente «experto», asociado a la consulta permanente con científicos y representantes de la salud.

Como bien exponen las tablas 1 y 2, durante este primer período, los contenidos polarizantes fueron escasos y los temas sobre los que polarizaron los dos dirigentes fueron distintos.

Alberto Fernández, por un lado, mantuvo durante toda esta etapa referencias en su discurso al par de oposición salud-economía⁵. Esta dicotomía correspondía, por un lado, a la necesidad de tomar medidas efectivas para proteger la salud

⁴El discurso de Rodríguez Larreta en su gestión al frente de CABA está atravesado por la referencia al «hacer». En ese sentido, Kessler (2019, p. 7) señala: «El oficialismo logra así ubicarse como un Gobierno que está trabajando por y para la gente, es decir, logra instalar, entre otras cosas, la idea de que se está haciendo, que si aún algo falta por satisfacer es solo una cuestión de tiempo y no de mala voluntad».

⁵De acuerdo con Aruguete y Calvo (2020), la pregunta por la salud es también una pregunta por las preferencias políticas. Entre las conclusiones de su estudio, afirman que «existen diferencias partidarias estadísticamente significativas en las percepciones de riesgo sanitario y laboral de los ciudadanos: quienes están alineados con el Gobierno nacional perciben mayores riesgos sanitarios y menores riesgos laborales que aquellos que se identifican con la oposición» (2020, p. 284).

–y la vida– de los ciudadanos y, por el otro, a que estas mismas medidas tuvieran consecuencias en la ya muy golpeada economía argentina (por ejemplo, el cierre de bares y restaurantes o las prohibiciones de circulación).

Durante esta etapa, fueron frecuentes las referencias de Fernández a esta cuestión en publicaciones como el tweet del 26 de marzo de 2020: «Durante una videoconferencia con líderes del G20 propuse la creación de un Fondo Mundial de Emergencia Humanitaria para enfrentar, mejor equipados de insumos, la pandemia del coronavirus covid-19. Ante el dilema de preservar la economía o la vida, no dudamos: elegimos la vida»; o el tweet del 12 de abril de 2020: «Me entrevistó @Fontevicchia y hablamos de muchos temas, pero en especial de cómo estamos afrontando la pandemia del coronavirus y del falso dilema entre la salud y la economía. Pueden leer la entrevista completa en @perfilcom». En esta entrevista, Alberto Fernández habla más en detalle sobre este dilema, dando declaraciones que tuvieron cierto revuelo mediático en el momento de su publicación: «Prefiero tener el 10 % más de pobres y no cien mil muertos en la Argentina. De la muerte no se vuelve. En cambio, de los problemas económicos sí. [...] Todo eso se puede recuperar, lo que no puedo recuperar es una vida. No dudé, porque además es una falsa dicotomía, un dilema falso» (entrevista en *Diario Perfil*, 12 de abril de 2020).

En contenidos como el citado, Fernández marca una línea entre quienes «entienden que la vida y la salud van primero» y aquellos que «priorizan la economía incluso en circunstancias adversas como la pandemia de covid-19». En esta línea de defensa de la salud sobre cualquier otra variable, el presidente también se enfrentó a los empresarios con motivo del aumento de los precios de los alimentos e insumos necesarios para enfrentar el coronavirus. Nuevamente vemos aquí cómo antagoniza con quienes buscan solo el rédito económico sin importar las circunstancias.

El jefe del Gobierno porteño, por su parte, presentó una posición polarizante frente a un tema que levantó polémica entre diferentes sectores de la sociedad y movilizó a los dirigentes del espacio opositor de Juntos por el Cambio: la excarcelación en abril de 2020 de aquellas personas privadas de su libertad con factores de riesgo como una medida de resguardo sanitario ante la situación de hacinamiento presente en algunos establecimientos carcelarios⁶.

⁶Human Rights Watch News (1 de mayo de 2020): «Debate sobre la liberación de presos en Argentina», recuperado de <https://www.hrw.org/es/news/2020/05/01/debate-sobre-la-liberacion-de-presos-en-argentina>

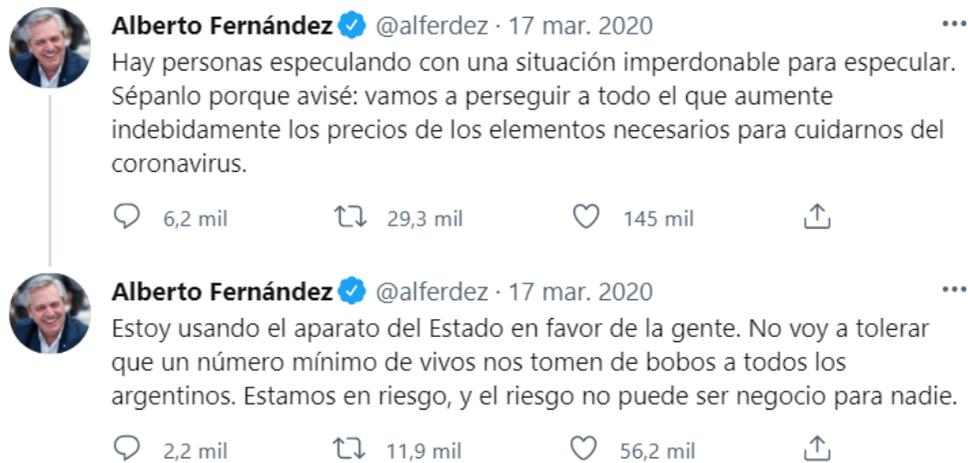


Imagen 3. Ejemplo de polarización: publicación de Alberto Fernández en Twitter, 17 de marzo de 2020.



Imagen 4. Ejemplo de polarización: publicación de Horacio Rodríguez Larreta en Twitter, 30 de abril de 2020.

Haciéndose eco de esta situación, el 30 de abril de 2020, Horacio Rodríguez Larreta publicó en su cuenta de Twitter: «Es indignante que los presos salgan a la calle mientras la gente está encerrada por la cuarentena [...]. Aunque entendemos perfectamente que hay que tener cuidado y evitar más contagios, esto no significa dejar a un delincuente

en libertad. Por eso creemos que la solución a esta demanda tiene que ser sanitaria».

Hacia julio del 2020 el clima de consensos hasta entonces imperante comenzó a resquebrajarse con el surgimiento de las primeras críticas a las restricciones impuestas por el Gobierno nacional. En un marco en donde los principales referentes de la

oposición empezaron a advertir el impacto de las medidas de control de la población sobre la actividad económica, tuvieron lugar diferentes marchas y protestas⁷, las cuales fueron convocadas e impulsadas por el sector de Juntos por el Cambio liderado por Patricia Bullrich⁸.

Estas acciones despertaron opiniones encontradas al interior y por fuera del principal espacio opositor en tanto que las mismas se desarrollaron en el marco de un contexto de alza de casos en el AMBA. No obstante estos cuestionamientos, Horacio Rodríguez Larreta prefirió no pronunciarse al respecto, privilegiando el diálogo hasta entonces cultivado con el Gobierno nacional.

En agosto de 2020, estas marchas produjeron fricciones de envergadura entre Fernández y Rodríguez Larreta. Ante esta situación, el jefe del Gobierno porteño volvió a diferenciarse de sus aliados políticos⁹ e intentó mantener una posición intermedia que le permitiera no romper con el núcleo de simpatizantes de su partido y a su vez evitar el quiebre del diálogo con el presidente y el gobernador de la provincia de Buenos Aires.

La concordia entre el Gobierno nacional y el de la Ciudad de Buenos Aires se quebró en septiembre de 2020, momento en que el presidente habilitó por decreto al Congreso nacional a avanzar con un recorte de casi dos puntos de coparticipación nacional que le correspondía percibir al Gobierno porteño. En diciembre de 2020, luego de la aprobación de ambas cámaras, la quita de fondos se hizo efectiva y Rodríguez Larreta acudió a la justicia para evitar la puesta en práctica de la medida.

Hacia el año 2021, un año después de la llegada del virus a Argentina y en medio de un clima político de tensión creciente, Fernández y Rodríguez Larreta siguieron adelante con una estrategia comunicacional enfocada en las políticas públicas

⁷ Se produjeron movilizaciones al obelisco y en distintos puntos del país los días 9 de julio, 17 de agosto, 18 de septiembre y 8 de noviembre. Estas movilizaciones combinaron una crítica hacia las medidas establecidas por el Gobierno nacional y rechazos hacia la reforma judicial.

⁸ Patricia Bullrich es una referente política de Juntos por el Cambio. Fue ministra de Seguridad de la nación con el Gobierno de Mauricio Macri y actualmente es la presidenta del PRO. Dentro de JxC han existido tensiones en numerosas ocasiones entre el sector que comparte con Macri, reconocido por ser más duro y confrontativo con el Gobierno nacional, y el de Rodríguez Larreta, más dialoguista. Véase en *El Cronista* (13 de junio de 2021) «Halcones y palomas: quién es quién en la interna de Juntos por el Cambio», recuperado de <https://www.cronista.com/economia-politica/jxc-halcones-y-palomas-quien-es-quien-en-la-interna-de-juntos-por-el-cambio/>

⁹ *Diario Letra P* (14 de agosto de 2020), «Fricciones Fernández-Larreta por la marcha anticuarentena del lunes». recuperado de <https://www.lettrap.com.ar/nota/2020-8-15-12-19-0-fricciones-fernandez--larreta-por-la-marcha-anticuarentena-convocada-para-el-lunes>

implementadas para enfrentar el coronavirus. Entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021, Fernández realizó un total de 186 publicaciones en ambas redes sociales, 175 de ellas se realizaron en Twitter y solo 11 en Instagram. Lo anterior exhibe la preferencia del presidente por Twitter. Sobre esto cabe mencionar que Alberto Fernández es desde hace varios años un asiduo usuario de Twitter, mientras que su desembarco en Instagram fue posterior (Anunziata, Ariza, March y Torres, 2021). Nuevamente, el contenido de tipo neutral adquirió centralidad en ambas redes sociales (41,9 %), caracterizando al 41,7 % de los contenidos de Twitter y al 45,5 % de los de Instagram.

El contenido polarizante fue aquel que tuvo mayor crecimiento con respecto al mismo período del año 2020. En 2021, el mismo representó el 41,1 % de las publicaciones de Twitter, a solo 0,6 puntos porcentuales de diferencia de los contenidos neutrales. En Instagram, en cambio, el contenido consensualista ocupó el segundo lugar, con el 36,4 % de las publicaciones.

TABLA 3. Tipo de contenidos publicados por Alberto Fernández en Instagram y Twitter durante 2021

2021	Alberto Fernández					
	Twitter		Instagram		Totales	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Consensualistas	30	17,1	4	36,4	34	18,3
Neutrales	73	41,7	5	45,5	78	41,9
Polarizantes	72	41,1	2	18,2	74	39,8
Totales	175	100	11	100	186	100

Fuente: elaboración propia.

Durante el año 2021, Rodríguez Larreta realizó una menor cantidad de publicaciones relacionadas con la pandemia de covid-19. Entre el 1 de marzo y el 30 de abril, publicó 183 contenidos en Twitter e Instagram. La comunicación de las medidas de cuidado que categorizamos como contenidos neutrales continuó siendo uno de los temas principales de su comunicación, concentrando el 54,6 % del total de contenidos (véase tabla 4 en p. 102). En Twitter, los contenidos neutrales fueron representativos del 48,9 % de las publicaciones, mientras que en Instagram caracterizaron al 74 % de los posteos.

Respecto a los contenidos polarizantes, representaron el 20,8 % del total de las publicaciones

del período, evidenciándose un claro aumento con respecto al año 2020, en donde este tipo de contenidos solo había concentrado el 3 %. En Twitter, este tipo de publicaciones nucleó el 24,1 % del total, mientras que en Instagram representó el 12 %.

El contenido consensualista se incrementó en relación a los porcentajes del año 2020: el 24 % del total de publicaciones se refirió al consenso mientras que el año anterior esta cifra había sido del 14,6 %.

Durante este segundo período de análisis, las publicaciones de consenso no solo estuvieron referidas a la coordinación de actividades para evitar la propagación del virus entre nación y ciudad, sino principalmente a las acciones desplegadas en el marco del plan de vacunación. La llegada de vacunas al país, que comenzó en diciembre de 2020¹⁰, supuso la necesidad de un trabajo articulado entre los diferentes niveles de gobierno. Lo anterior se observa con claridad en la siguiente publicación de Alberto Fernández (imagen 5), la cual destaca la unidad como condición de posibilidad para el cuidado de toda la sociedad. Esta idea, a su vez, toma fuerza acompañada del eslogan del Gobierno nacional «Argentina unida».

TABLA 4. Tipo de contenidos publicados por Horacio Rodríguez Larreta en Instagram y Twitter durante 2021

2021	Horacio Rodríguez Larreta					
	Twitter		Instagram		Totales	
	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Consensualistas	36	27,1	8	16	44	24,0
Neutrales	65	48,9	37	74	100	54,6
Polarizantes	32	24,1	6	12	38	20,8
Totales	133	100	50	100	183	100

Fuente: elaboración propia.

Marzo de 2021 marcó un año de la llegada del virus al país y fue el momento del primer discurso presidencial de Alberto Fernández con ocasión de la apertura de sesiones ordinarias del Congreso nacional. En esta oportunidad, el discurso presidencial giró en



Imagen 5. Ejemplo de consenso: publicación de Alberto Fernández en Instagram, 19 de marzo de 2021.

¹⁰ [Argentina.gob.ar](https://www.argentina.gob.ar/noticias/llegaron-al-pais-las-primeras-vacunas-sputnik-v) (24 de diciembre 2020): «Llegaron al país las primeras dosis de la Sputnik V», recuperado de <https://www.argentina.gob.ar/noticias/llegaron-al-pais-las-primeras-vacunas-sputnik-v>

torno a la pandemia con especial foco en la necesidad de que la sociedad toda, y en particular el arco político, se uniera para hacer frente a los desafíos abiertos por esta. Este llamado a la unidad para enfrentar la crisis también se entrelazó y presentó conjuntamente con otras consignas, como la que se expone en la imagen 5, en la que se exhorta a la ciudadanía a unirse y trabajar en conjunto para «reconstruir el país», en clara alusión a la gestión nacional precedente de Mauricio Macri.

Rodríguez Larreta también recuperó la importancia de la unidad y el diálogo en su discurso de apertura de sesiones ordinarias de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, tras haber realizado un recuento de las medidas tomadas durante el año precedente para enfrentar la pandemia en la ciudad. Como podemos observar en la imagen 6, el jefe del Gobierno porteño eligió resaltar el rol central de la unidad recurriendo a la mención de la famosa «grieta» como «un negocio de la política y no suma nada, sino que resta». Ubicándose en un lugar componedor y dialoguista, aseguraba que estaba siempre dispuesto a dejar a un lado las disputas sin sentido y trabajar juntos por un futuro mejor, especialmente en ese contexto particular.

Esta línea argumental también fue retomada en diferentes contenidos replicados en su cuenta

de Twitter ese mismo día: «Como dirigente estoy convencido de que la política tiene que estar a la altura de ese esfuerzo. Quienes ejercemos la función pública tenemos que *tender puentes más allá de cualquier discrepancia*, porque nada es más importante que mejorar la vida de las personas. Es nuestro deber».

Durante esta segunda etapa, se mantuvieron las bases de los discursos consensualistas y neutrales, tal como fuera señalado anteriormente. Cabe resaltar que en el caso del discurso neutral el foco estuvo puesto esta vez en la campaña de vacunación, manteniéndose el formato y lenguaje pedagógico combinado con el componente «experto» asociado a los científicos y especialistas de la salud.

Más allá de estas publicaciones en las que se hacía referencia al consenso y la unidad, durante este período ninguno de los líderes volvió a publicar fotos que los retrataran juntos, aunque sí existieron contenidos en los cuales se mencionaban mutuamente. Sobre esto, cabe resaltar que el formato de conferencia de prensa conjunta entre los mandatarios, muy utilizado durante la primera etapa de nuestro análisis, no se repitió durante el 2021. Es decir, el distanciamiento entre los dirigentes se produjo en paralelo a un cambio en la forma de anunciar las medidas vinculadas a la pandemia del covid-19, a partir del cual se abandonó el formato



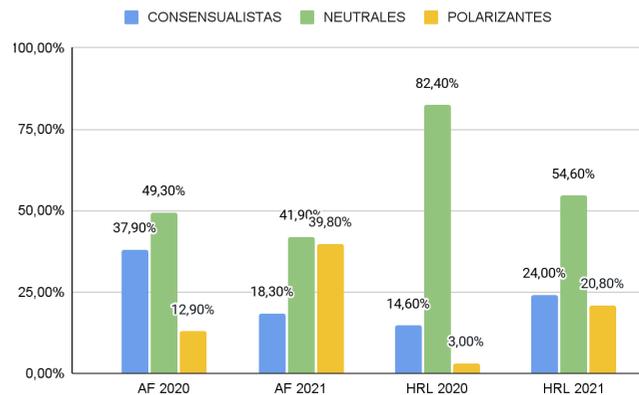
Imagen 6. Ejemplo de consenso: publicación de Horacio Rodríguez Larreta en Instagram, 1 de marzo de 2021.

vigente en los comienzos en pos de otro tipo de materiales informativos que asumían un carácter impersonal o bien ya no eran protagonizados por el presidente, sino por sus funcionarios.

Tal como se mencionara, durante esta etapa se comprobó un aumento en la publicación de los contenidos polarizantes de ambos líderes políticos con respecto al período anterior. En el caso de Alberto Fernández, durante 2020 estos contenidos alcanzaron un 12,9 % del total de publicaciones, mientras que en 2021 treparon casi a un 40 %. El aumento de contenido polarizante es aún más notorio en el caso de Rodríguez Larreta, pasando de un 3 % en 2020 a un 20,8 % en 2021. Como podemos observar en el gráfico 1, luego de una primera etapa de gestión de la pandemia en 2020 caracterizada por la prioridad de contenidos neutrales y de consenso, estos porcentajes nos demuestran que en 2021 asistimos a la modificación de los discursos políticos digitales de los mandatarios a partir de la cual se dio mayor participación a los contenidos polarizantes en ambos casos.

La imagen 7 presenta un ejemplo de polarización en una publicación de Alberto Fernández en Twitter, replicando sus declaraciones con motivo del Congreso del Partido Justicialista. Allí podemos observar la

GRÁFICO 1. Publicaciones de Alberto Fernández (AF) y Horacio Rodríguez Larreta (HRL) según año y tipo de contenidos (en porcentajes)



Fuente: elaboración propia.

oposición discursiva entre quienes «reconstruyen el país en unidad» –identificados con el Gobierno nacional– y aquellos que «destruyeron el país y piden autocrítica por Zoom y desde la cama» –representados en la oposición de Juntos por el Cambio y su líder, el expresidente Mauricio Macri–. Recordemos que



Imagen 7. Ejemplo de polarización: publicación de Alberto Fernández en Twitter, 23 de marzo de 2021.

la polarización supone la percepción de la política como un enfrentamiento antagónico entre un *ellos* y un *nosotros*, simplificando la complejidad de las relaciones políticas y sociales a una sola dimensión, como se puede observar en el *tweet* citado (imagen 7).

Tal como se señaló, los contenidos polarizantes se hicieron más usuales en las publicaciones de Alberto Fernández durante marzo y abril de 2021. Sin embargo, es importante señalar que los momentos más polémicos de su discurso aparecen en su cuenta oficial de Twitter, pero no como publicaciones propias, sino principalmente a través de retuits de otros usuarios, tales como políticos de su propio espacio o periodistas de medios afines¹¹. De esta manera, la confrontación propia de estos discursos aparece solo de forma mitigada (Slimovich, 2021).

En el caso de Rodríguez Larreta, este segundo período de análisis también presentó mayor presencia de contenidos polarizantes. Riorda (2021) señala que el jefe del Gobierno porteño se caracteriza por evitar explícitamente la polémica, con excepción de situaciones particulares. En ellas decide poner en juego su variable diferencial y cercana al núcleo de valores propios de su electorado.

La controversia respecto de la suspensión de las clases presenciales suscitada en abril de 2021 marcó un punto de inflexión en la relación entre el presidente y el jefe del Gobierno porteño. En este sentido, mientras que la gestión encabezada por Fernández apostaba a la suspensión de las clases presenciales por un período limitado de tiempo para frenar los contagios que trajo consigo la «segunda ola» de covid-19, el ejecutivo porteño se negó a esta perspectiva planteando que las medidas a adoptar frente al alza de casos no debían alcanzar a la educación, ya que era preciso garantizar el acceso de los niños y jóvenes a las clases presenciales por su larga interrupción durante el 2020.

Tras el anuncio de la efectiva suspensión de la presencialidad educativa, Rodríguez Larreta marcó la diferencia y realizó la presentación de un recurso de inconstitucionalidad ante la Corte Suprema. No obstante esto, vale destacar que, en la confe-

rencia de prensa en donde anunció su proceder, el jefe del Gobierno porteño volvió a reivindicar el diálogo hasta entonces mantenido con Alberto Fernández¹² al tiempo que sostuvo que, si bien era necesario retomar el camino del consenso, había rumbos de acción que no podía dejar pasar.

La polémica desatada en torno a la presencialidad escolar se reflejó en las redes sociales de Rodríguez Larreta bajo la forma de contenidos contestatarios de carácter polarizante. En la imagen 8 (véase p. 106) se observa una publicación de Twitter sobre dicha situación, donde se resalta que el ejecutivo porteño no fue consultado sobre ninguna de las medidas relacionadas a la suspensión de las clases y que fue el Gobierno nacional el que definió la medida unidireccionalmente, rompiendo el canal del diálogo vigente hasta el momento.

En este ejemplo también podemos observar lo que mencionamos en la publicación de Alberto Fernández: la intensificación de sentimientos de pertenencia y de rechazo al otro. En esta oportunidad, el nosotros se configura como aquellos que creen «en el diálogo, en la cooperación de buena fe y en la planificación conjunta» frente a quienes «toman decisiones cruciales sin consultar ni coordinar con otros». Asimismo, a partir de este conflicto, los referentes del espacio de Juntos por el Cambio –y en particular el Gobierno liderado por Rodríguez Larreta– se posicionaron discursivamente como los únicos defensores de la educación, en contraposición al Gobierno nacional y sus apoyos, quienes al proponer la suspensión de la presencialidad aparecían en una posición en la que, desde este enfoque, se restaba importancia a la educación y el futuro de los niños, niñas y adolescentes del país.

Por ejemplo, en una publicación en Twitter del 16 de abril de 2021, Rodríguez Larreta se expresaba de la siguiente manera: «Como sociedad, tenemos que defender la educación de los chicos y las chicas: *defender la presencialidad es defender el futuro*. Y porque, como dije ayer, el aula más peligrosa es siempre el aula cerrada».

Llegado este punto, es preciso destacar algunos aspectos en relación a la estrategia comunicativa de Rodríguez Larreta frente a temas polémicos. En este sentido, sobre aquellos que no tiene capacidad de respuesta propia suele tercerizar la responsabilidad en el Gobierno nacional (Riorda, 2021). La cuestión de la responsabilidad sobre la vacunación es un ejemplo de esto, como vemos en este *tweet* del 16 de abril de 2021: «El primero tiene que ver con las

¹¹ Por ejemplo, en el contexto de la judicialización del conflicto sobre la presencialidad escolar en CABA al que hemos hecho mención, el 20 de abril de 2021 Alberto Fernández retuiteó la siguiente publicación de Juan Manzur, gobernador de Tucumán: «La presión que está sufriendo nuestro sistema de salud no deja espacios para las especulaciones políticas. La oposición nacional debe entender que la judicialización de decisiones administrativas fundamentales para el cuidado de la salud nos pone en riesgo a todos». Ese mismo día, Fernández también compartió un *tweet* de la legisladora de CABA Victoria Montenegro: «Gracias al compromiso del Gobierno nacional, hoy Pami abrió tres centros de vacunación en la ciudad. Ante tanta especulación política y electoral del Gobierno porteño, nosotros seguimos enfocados en lo que importa: VACUNAR. Gracias @alferdez @luanavolnovich». Ambos son ejemplos de contenidos polarizantes.

¹² Diario *Perfil* (16 de abril de 2021), «Rodríguez Larreta: “Voy a hacer todo lo posible para que los chicos estén el lunes en clases”», recuperado de <https://www.perfil.com/noticias/politica/tras-el-amparo-ante-la-corte-y-la-reunion-con-alberto-fernandez-habla-rodriguez-larreta.phtml>



Imagen 8. Ejemplo de polarización: publicación de Horacio Rodríguez Larreta en Twitter, 15 de abril de 2021.

vacunas: el Gobierno nacional no cumplió con las vacunas que prometió. Dijeron que en diciembre iba a haber veinte millones y hoy solo hay siete millones en el país. Si hubiesen cumplido, hoy la situación sería muy distinta». En cambio, cuando se trata de temas sobre los que sí puede controlar la sensación de la opinión pública, la responsabilidad es asumida e incluso destacada, adoptando un mecanismo de acción que reconoce la propia labor y apela a la autonomía (Riorda, 2021), como bien se advierte en el caso de la educación.

Para concluir, es interesante preguntarse por las razones de este notable aumento en la cantidad de contenidos polarizantes durante el segundo período. En este sentido, es posible ensayar algunas posibilidades. Como primera alternativa, es preciso destacar que, conforme avanzó la pandemia, los niveles de valoración de la gestión del Gobierno nacional frente a la emergencia sanitaria se desplomaron de los números altísimos que se registraban en 2020 a niveles de desaprobación a partir de febrero de 2021 (Zuban Córdoba, 2020 y 2021; ESPOP, 2021)¹³. Esta situación, que reflejaba una

sensación de hartazgo de la sociedad, puso al Gobierno nacional frente a la necesidad de despertar apoyos y reforzar la propia identidad partidaria. En esta particular coyuntura, el discurso polarizante se transformó en una herramienta atractiva para estos fines, dado que permitía la intensificación de sentimientos de pertenencia.

En el caso de Rodríguez Larreta, desde el comienzo de la pandemia las encuestas mostraron un aumento en su imagen positiva a nivel nacional (Zuban Córdoba, 2020 y 2021)¹⁴. Esta circunstancia, combinada con la caída en la aprobación del Gobierno de Fernández, hizo que la polarización también resultara útil al jefe del Gobierno porteño para afianzar la frontera con la gestión del Frente de Todos y reforzar su identidad partidaria.

Un segundo posible abordaje se vincula con el hecho de que, en un contexto político caracterizado por la polarización creciente, un discurso consensual o neutral aparece como una situación de excepción, la cual no puede mantenerse en el tiempo. En este sentido, Schuliaquer y Vommaro (2020) afirman que en los últimos años en Argentina

¹³ Los informes de la consultora Zuban Córdoba y Asociados señalan un nivel de aprobación de la gestión del Gobierno nacional cercano a un 97 % en marzo de 2020 y de un 88 % en abril de ese mismo año, mientras que en febrero de 2021 se alcanzó un 51 % de desaprobación. Por su parte, la Universidad de San Andrés, a

través de su Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública, destacaba un pico de 67 % de aprobación en abril de 2020 que decae al 28 % en marzo de 2021.

¹⁴ En abril de 2020 su imagen positiva nacional se encontraba en un 57,8 %, y entre el 60 y el 65 % en los meses siguientes.

la polarización entre Gobierno y oposición fue habilitada –y profundizada– por el clivaje kirchnerismo-antikirchnerismo¹⁵. Frente a la adversidad de la pandemia, el consenso era la respuesta esperable, pero este discurso no tenía la fuerza para perpetuarse a raíz de las tensiones internas de ambos frentes gobernantes y la opinión de algunos sectores que no veían con buenos ojos la actitud consensualista con los adversarios y limitaban este tipo de discursos.

Por último, el 2021 fue un año electoral, lo cual nos permite entrever cierta influencia de elecciones de medio término en la comunicación política de ambos líderes. En ese sentido, la gestión de la pandemia se convirtió en una herramienta para exhibir las políticas llevadas adelante en estos últimos dos años, con lo cual, a lo largo de este segundo período, el discurso polarizante se transformó en un importante activo, dado que, como señala Waisbord (2020), la comunicación polarizada rinde frutos en términos de audiencias, publicidad o relevancia. De esta manera, se podía mostrar al electorado lo realizado y echar culpas a los adversarios como aquellos responsables de que no se hubiera logrado más.

5. Conclusiones

El objetivo de este artículo fue analizar y comparar los discursos de Alberto Fernández y Horacio Rodríguez Larreta en Twitter e Instagram en dos momentos: entre el 1 de marzo y el 30 de abril de 2020 y el 1 de marzo y el 30 de abril de 2021. Para esto, clasificamos los contenidos en neutrales, polarizantes o consensualistas.

Durante el primer período del análisis, los contenidos neutrales adquirieron mayor relevancia en ambos líderes. Entre ellos podemos mencionar las publicaciones relacionadas a la promoción de me-

didias de prevención y cuidado, así como las decisiones tomadas por el Gobierno para afrontar la situación. Al analizar las bases de este discurso neutral, observamos que en ambos casos respondían a un formato y lenguaje de tipo pedagógico que buscaba instruir a la ciudadanía y que era acompañado de un componente «experto», relacionado a la consulta permanente con científicos y representantes de la salud. Con respecto a los contenidos consensuales, los mismos se ubicaron en un segundo lugar, representados en publicaciones que ponían su foco en la coordinación de actividades entre nación y ciudad y en la importancia de valores como la unidad o el trabajo en equipo. Las bases de estos discursos mostraron diferencias entre ambos líderes. En el caso de Alberto Fernández, su discurso adoptó un tinte nacionalista y colectivo, destacando el poder de la unión de los argentinos para enfrentar la pandemia. En ese sentido, podemos resaltar algunos componentes de este relato político (García Beaudoux y D'Adamo, 2016): epicidad (la unidad frente a la adversidad), conexión (importancia del trabajo colectivo) y resiliencia (salir fortalecidos de las dificultades). Por el contrario, en Rodríguez Larreta el contenido consensualista se encarnó en un mensaje protocolar centrado en la importancia del trabajo coordinado y eficaz para garantizar el éxito de las medidas conjuntas. Si bien existieron en su discurso las apelaciones colectivas, fueron frecuentes las interpelaciones individuales a los ciudadanos. Durante la primera etapa de análisis los dos mandatarios privilegiaron presentar una imagen de armonía y coordinación, haciendo a un lado la polarización, que quedó relegada en el plano de los contenidos.

En el segundo período de análisis, del 1 de marzo al 30 de abril de 2021, ambos líderes siguieron adelante con una estrategia comunicacional enfocada en las políticas públicas implementadas para enfrentar el coronavirus. De esta manera, los contenidos neutrales y consensualistas mantuvieron su importancia. Si bien las bases de estos discursos no se modificaron, es preciso señalar que el discurso neutral estuvo enfocado en la campaña de vacunación. La nota saliente de este período estuvo dada por el aumento exponencial de contenidos polarizantes. En el caso de Fernández, encontramos un incremento de 26,9 puntos porcentuales con respecto al período anterior, mientras que en Rodríguez Larreta la diferencia fue de 17,8 puntos porcentuales. Durante esta etapa fueron frecuentes los discursos que apelaban a presentar a ambos líderes como los defensores de la salud y bienestar de la población, en contraposición con sus adversarios políticos, a quienes se atribuían características opuestas que, al tiempo que buscaban descalificarlos, se proponían enaltecer lo hecho y reforzar la identidad partidaria.

Por último, nos preguntamos por las razones de

¹⁵ Existe un aspecto interesante más a resaltar dentro de la coalición del Frente de Todos. El estilo discursivo de la vicepresidenta Cristina Fernández de Kirchner está tradicionalmente asociado a un discurso polarizante. Sin embargo, Secul Giusti (2019) señala que desde la derrota en las elecciones legislativas de 2017 Cristina Fernández llevó adelante una estrategia personal de repliegue y silencio, que se intensificó en la campaña electoral de 2019, ubicándose en un espacio secundario acorde a su rol como candidata a vicepresidenta. Este silencio también se mantuvo durante el período analizado en este trabajo. No obstante esto, la gestión de la pandemia apareció como una oportunidad para Alberto Fernández de priorizar contenidos neutrales/consensuales para diferenciarse del discurso más polarizado asociado a Cristina Fernández y al kirchnerismo. En ese sentido, cobra relevancia una de las frases de campaña del Frente de Todos: «Volvíamos para ser mejores», que resumía la intención de cambiar algunos elementos que en el pasado no habían funcionado, como la constante confrontación discursiva. La diferenciación discursiva entre ambos líderes ya había sido señalada por Annunziata y Torres (2021) en relación a la campaña electoral de esta coalición, por lo que no presenta una novedad, pero sí una continuidad en sus estilos discursivos.

la transición del discurso consensualista de comienzos de 2020 al discurso polarizante que caracterizó al 2021, aventurando tres posibles abordajes o explicaciones para este fenómeno. En primer lugar, frente al aumento en la desaprobación de la gestión nacional la polarización apareció como una herramienta útil para ambas coaliciones. Por el lado de Alberto Fernández, le permitía despertar apoyos y reforzar su identidad partidaria, mientras que a Horacio Rodríguez Larreta lo habilitaba a distanciarse del Gobierno nacional y validar su accionar frente a los suyos. En segundo lugar, consideramos el discurso consensual como una situación de excepción imposible de sostenerse en el tiempo dentro de un contexto de polarización política como el que caracteriza al escenario político argentino. En tercer lugar, observamos la influencia del calendario electoral. En este sentido, es posible aventurar que, conforme el paso del tiempo, la gestión de la pandemia se transformó en un activo central para exhibir las políticas llevadas adelante por ambos líderes y el discurso polarizante generó importante rédito para ambos dirigentes en términos de relevancia, audiencia o publicidad (Waisbord, 2020).

Por otra parte, el análisis precedente nos permite confirmar nuestra hipótesis en tanto que es posible observar cómo, conforme avanzó la pandemia, el diálogo dejó de ocupar el centro de la escena para dar lugar a un escenario de creciente polarización que, por los motivos antes mencionados, pareció rendir sus frutos para ambos dirigentes.

Finalmente, la relación observada entre el aumento de los contenidos polarizantes y la vigencia de un proceso eleccionario en curso abre la puerta a nuevos interrogantes que ameritan una reflexión que trasciende los alcances de este artículo. En este sentido, es preciso desarrollar estudios a futuro que analicen el vínculo entre la polarización y la comunicación electoral digital.

Fuentes y bibliografía

- Abramowitz, A. I., y Saunders, K. L. (2008): «Is Polarization a Myth?», en *The Journal of Politics*, 70 (2), pp. 542-555.
- Annunziata, R.; Ariza, A.; March, V.; y Torres, S. (2021): «El mensaje electoral en las redes sociales: Alberto Fernández, Mauricio Macri y el retorno de la promesa», en *Más Poder Local*, 43, pp. 28-47.
- Annunziata, R., y Torres, S. (2021): «Promesas de unidad: la campaña en las redes sociales de Alberto Fernández», en R. Annunziata, A. Ariza y V. March (comps.): *Promesa y negatividad. El mensaje electoral en las redes sociales* (ISBN 978-987-88-1827-6). Buenos Aires: Secretaría de Proyección Institucional, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Ariza, A., y March, V. (2021): «La escucha como mensaje: apuntes sobre los mensajes electorales de Horacio Rodríguez Larreta y María Eugenia Vidal», en R. An-

- nunziata, A. Ariza y V. March (comps.): *Promesa y negatividad. El mensaje electoral en las redes sociales* (ISBN 978-987-88-1827-6). Buenos Aires: Secretaría de Proyección Institucional, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Aruguete, N. (2019): «¿Twitter acrecienta la polarización política?», en *Revista BPolitics*, núm. 2.
- Aruguete, N. (2020): «¿#Polarizar o #NoPolarizar?», en *El Atlas de la Revolución Digital, Le Monde Diplomatique*, pp. 86-89.
- Aruguete, N., y Calvo, E. (2020): «Coronavirus en Argentina: Polarización partidaria, encuadres mediáticos y temor al riesgo», en *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883), vol. 14, núm. 2, noviembre de 2020, pp. 281-310.
- Bardin, L. (1996): *Análisis de contenido*. Madrid: Akal Ediciones.
- Costa Sánchez, Carmen, y López García, Xosé (2020): «Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones», en *El Profesional de la Información*, vol. 29, núm. 3, e290304, disponible en <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>
- Crespo, I., y García Escribano, J. J. (2021): «La polarización afectiva: un fenómeno de moda», en *Más Poder Local*, 45, pp. 5-6.
- Crespo, I.; Garrido, A.; Martínez, M. A.; y Mora, A. (2021): «Polarización afectiva, partidismo negativo y brecha perceptiva. Una aproximación teórica», en *Más Poder Local*, 45, pp. 7-20.
- ESPOP (2021): informe mensual de marzo de 2021. Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública. Universidad de San Andrés, disponible en <https://udesa.edu.ar/espap>
- Fernández, J. L. (2020): «Un presidente entre la pandemia y el *postbroadcasting*», en *Questión*.
- Fiorina, M. P.; Abrams, S. J.; y Pope, J. C. (2005): *Culture War? The Myth of a Polarized America*. Nueva York: Pearson Longman.
- Fletcher, R.; Cornia, A.; Nielsen, R. K. (2019): «How Polarized are Online and Offline News Audiences? A Comparative Analysis of Twelve Countries», en *The International Journal of Press/Politics*, 25 (2), pp. 169-195.
- Fontevicchia, Jorge (12 de abril de 2020): «Alberto Fernández: "Soy más hijo de la cultura hippie que de las veinte verdades peronistas"» (entrevista), en *Perfil*, disponible en <https://www.perfil.com/noticias/periodismopuro/alberto-fernandez-soy-mas-hijo-de-la-cultura-hippie-que-de-las-veinte-verdades-peronistas.phtml>
- García Beaudoux, V.; Berrocal-Gonzalo, S.; y D'Adamo, O. (2020): «Atributos de liderazgo en Instagram durante las elecciones presidenciales en Argentina 2019», en *index.comunicación*, 10 (1), pp. 173-194.
- García Beaudoux, V., y D'Adamo, O. (2016): «Comunicación política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión», en *Comunicación y Hombre* (ISSN: 1885-365X), núm. 12, junio de 2016, pp. 23-39. Pozuelo de Alarcón (España): Universidad Francisco de Vitoria.
- Iyengar, S., y Westwood, S. J. (2015): «Fear and Loathing across Party Lines: New Evidence on Group Polarization», en *American Journal of Political Science*, 59 (3), pp. 690-707.
- Kesler, Axel (2019): «La política de la proximidad: cons-

- trucción de hegemonía del PRO en CABA» (ponencia), en *XIII Jornadas de Sociología*. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Lupu, N. (2015): «Party Polarization and Mass Partisanship. A Comparative Perspective», en *Political Behavior*, 37, pp. 331-356.
- Pérez, G. (1994): *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes, II: Técnicas de análisis de datos*. Madrid: Ed. La Muralla.
- Pidal, S., y Signorelli, P. (2020): *La comunicación de crisis y riesgo en tiempos de pandemia: el análisis del discurso político de Alberto Fernández durante la crisis sanitaria del covid-19 en sus primeras tres fases de aislamiento social preventivo y obligatorio*. Repositorio Institucional de la Universidad Argentina de la Empresa (UADE), disponible en <https://repositorio.uade.edu.ar/xmlui/handle/123456789/11172>
- Riorda, M. (2011): «La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental», en *Politai*, 2 (3), pp. 96-111, recuperado de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Riorda, M. (2021): «Cuatro modelos comunicativos de Gobiernos en pandemia», en *Perfil*, disponible en <https://www.perfil.com/noticias/columnistas/cuatro-modelos-comunicativos-de-gobiernos-en-pandemia-por-mario-riorda.phtml>
- Romero Rodríguez, L. M.; Gadea, W.; y Aguaded, I. (2015): «De la demonización a la polarización: un análisis desde el discurso digital del Gobierno y la oposición venezolana», en *Argos*, 32 (62), disponible en http://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S0254-16372015000100006&scrypt=sci_arttext&tlng=p
- Sani, G., y Sartori, G. (1980): «Polarización, fragmentación y competición en las democracias occidentales», en *Revista de Derecho Político* (7).
- Schuliaquer, I. (2018): *La negociación de las escenas mediáticas. Los Gobiernos de izquierda y los grandes grupos mediáticos nacionales en América del Sur* (tesis de doctorado), Universidad de Buenos Aires y Université Sorbonne-Nouvelle.
- Schuliaquer, I., y Vommaro, G. (2020): «Introducción. La polarización política, los medios y las redes. Coordinadas de una agenda en construcción», en *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883), vol. 14, núm. 2, noviembre de 2020, pp. 235-247.
- Secul Giusti, C. (2019): «Silencio y acción: Cristina Fernández en la campaña presidencial de 2019», en *Hologramática*, año XVI, vol. 2, núm. 31, pp. 55-62.
- Selva Ruiz, D., y Caro Castaño, L. (2017): «Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la "vieja" y "nueva" política», en *El Profesional de la Información*, 26 (5), pp. 903-915.
- Slimovich, A. (2017): «La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales», en *Dixit* (26), pp. 24-43.
- Slimovich, A. (2021): «Pandemia global y política mediatizada. La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre de 2020», en *Comunicación y Hombre* (17), pp. 85-102.
- Waisbord, S. (2018): «Truth is What Happens to News: On Journalism, Fake News, and Post-Truth», en *Journalism Studies*, 19 (13), pp. 1866-1878.
- Waisbord, S. (2020): «¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva», en *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883), vol. 14, núm. 2, noviembre de 2020, pp. 249-279.
- Zuban Córdoba y Asociados (2020): informes nacionales de marzo y abril de 2020, disponibles en <https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>
- Zuban Córdoba y Asociados (2021): informe nacional de abril de 2021, disponible en <https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>

EL DISCURSO POLÉMICO DE MAURICIO MACRI EN FACEBOOK DURANTE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN ARGENTINA, 2020

The Controversial Discourse of Mauricio Macri in Facebook
during Coronavirus Pandemic in Argentina, 2020

Emmanuel A. Pérez Zamora
Universidad Nacional de Rosario (UNR),
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (Argentina)
<https://orcid.org/0000-0002-1142-1682>

Durante el año 2020 en Argentina se llevaron a cabo una serie de manifestaciones en contra de las decisiones políticas tomadas por el presidente de la nación, Alberto Fernández, producto de los efectos de la pandemia global desatada por el virus del covid-19. En relación con lo anterior, las denominadas «marchas anticuarentena», organizadas a través de las redes sociales bajo *hashtags* como #19SPorLaRepública o #8N, condensaron tanto a ciudadanos como espacios políticos opositores, entre los que resalta la figura del líder de Juntos por el Cambio, Mauricio Macri, quien, en sintonía con las marchas y las políticas llevadas a cabo por Alberto Fernández, rompió el silencio a meses de finalizar su mandato presidencial. Desde las teorías de la enunciación y aplicando las herramientas metodológicas del análisis del discurso, este artículo tiene por objetivo analizar el discurso polémico de Mauricio Macri en el marco de la pandemia de covid-19 en Argentina en 2020 a partir de sus posteos en la red social Facebook. Se concluye en los diversos modos de polemizar con el Gobierno de Alberto Fernández en función de la transformación del estilo de Mauricio Macri durante el desarrollo de la pandemia del covid-19 en el año 2020.

Palabras clave

Discurso político, polémica, Mauricio Macri, Facebook, covid-19

During the year 2020 in Argentina a series of demonstrations against the political decisions taken by the president of the nation Alberto Fernández was carried out as a result of the effects of the global pandemic unleashed by the virus of the covid-19. In relation to the above, the so-called “anti-quarantine” marches organized through social networks under hashtags as #19SPorLaRepública or #8N condensed both citizens and opposition political spaces among which highlights the leader’s Juntos por el Cambio, Mauricio Macri, who in tune with the marches and policies carried out by Alberto Fernández, broke the silence months after the end of his presidential term. From the theories of enunciation and applying the methodological tools of discourse analysis, this article aims to analyze the controversial discourse of Mauricio Macri in the framework of the covid-19 pandemic in Argentina 2020 from his Facebook posts. It concludes in the various ways of arguing with the Alberto Fernández government based on the transformation of Mauricio Macri’s style during the development of the covid-19 pandemic in 2020.

Keywords

Political discourse, controversy, Mauricio Macri, Facebook, coronavirus pandemic

Cómo citar este artículo: Pérez Zamora, E. A. (2024). El discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook durante la pandemia de covid-19 en Argentina, 2020. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 110-122. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20201>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

El 11 de marzo de 2020 el director general de la Organización Mundial de la Salud (OMS), Tedros Adhanom Ghebreyesus, anunció que el covid-19 podía caracterizarse como una pandemia a nivel mundial a causa de la velocidad de propagación y la tasa de contagios. Esto conllevó a que el día 20 de marzo en Argentina, al igual que en otros países del mundo, se decretara una cuarentena obligatoria, lo que produjo una serie de polémicas, disputas y movilizaciones con el correr del tiempo. A pocos meses de dejar el cargo de presidente de la nación, Mauricio Macri vuelve a la escena política a raíz de las presiones para dar su opinión acerca de las medidas adoptadas por el Gobierno de Alberto Fernández en cuanto que líder de la coalición opositora Juntos por el Cambio, y la plataforma elegida fue Facebook. Por ese entonces, el interrogante era qué rol iba a tener Mauricio Macri como figura de Juntos por el Cambio durante la nueva gestión presidencial de Alberto Fernández y Cristina Fernández de Kirchner.

El objetivo de nuestra investigación es analizar el discurso polémico de Mauricio Macri en el marco de la pandemia de covid-19 en Argentina a partir de los posteos realizados en su página oficial de Facebook. Desde el aparato conceptual y analítico que nos ofrecen la sociosemiótica y las teorías de la enunciación, llevamos a cabo un análisis de los modos que adopta el discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook durante la pandemia en 2020. En efecto, las problemáticas transversales en este trabajo aluden a de qué modo configura el discurso polémico Mauricio Macri, con quiénes polemiza, a quiénes persuade, cómo construye el nosotros en relación a la polémica.

Este *paper* se estructura del siguiente modo: en primer lugar, presentamos algunas nociones teóricas acerca del vínculo entre discurso polémico y esfera pública-digital en relación a la pandemia de covid-19 en Argentina; en segundo lugar, damos cuenta tanto de las herramientas metodológicas en torno del análisis del discurso político de Mauricio Macri en Facebook como de los parámetros mediante los que se configura nuestra investigación; en tercer lugar, explicitamos los resultados analíticos de los nodos que seleccionamos a partir de los posteos en el Facebook de Mauricio Macri durante la pandemia de covid-19; por último, postulamos algunas reflexiones derivadas de la investigación que llevamos a cabo.

Una aproximación a la noción de discurso polémico en la hipermediatización contemporánea

La política contemporánea se encuentra atravesada por la interacción entre los medios de comunicación masiva y los medios con base en Internet que dan

lugar a lo que Carlón (2015) denomina sociedad hipermediatizada. De este modo, las prácticas político-discursivas y la esfera pública se encuentran influenciadas por las redes sociales en Internet en cuanto que soportes significantes que se caracterizan por ser instantáneos, dinamizadores de redes, generadores de nuevas visibilidades, tendencias, reacciones y tienen la capacidad de tercerizar a los medios masivos de comunicación (Carlón, 2012; Pérez Zamora, 2018a; Raimondo Anselmino, Reviglio y Diviani, 2016; Slimovich, 2012; Thompson, 2011; Van Dijck, 2013; Verón, 1998; Zeifer, 2015). En este sentido, nos encontramos ante una expansión de discursividades político-digitales como resultado de la convivencia entre los discursos de los políticos en las redes sociales y «[...] los discursos políticos de los ciudadanos que, por primera vez en la historia de la mediatización, acceden al espacio público sin los periodistas como intermediarios» (Slimovich, 2018). Desde un enfoque postestructuralista, podemos entender el discurso como una práctica significativa que no se limita exclusivamente al ámbito del habla o la escritura, ya que no existe la posibilidad de separar la significación de la acción, lo que hace que toda realidad sea discursiva (Lacan, 1989; Laclau, 1993, 2005, 2014). Dentro de esta línea teórica, el concepto de hegemonía es central para el análisis de la discursividad política-digital de Juntos por el Cambio, ya que es lo que le permite a una particularidad como Juntos por el Cambio generalizar las relaciones de representación social (Butler, Laclau y Žizek, 2003). En este sentido, toda relación hegemónica posee una serie de atributos que, siguiendo a Butler, Laclau y Žizek (2003), podemos resumir en cuatro dimensiones: 1) desigualdad de poder e imposibilidad de un poder absoluto; 2) capacidad de una particularidad de generar efectos universalizantes en el espacio social a partir de una operación metonímica; 3) producción social de significantes vacíos que permitan a la particularidad asumir la representación de lo universal; 4) generalización de las relaciones de representación para lograr establecer un orden social. De este modo, las relaciones hegemónicas poseen una estrecha relación con la construcción de la identidad política, ya que tanto las facciones que componen el espacio político de Juntos por el Cambio como aquellos que adhieren a este, si bien pueden considerarse como identidades particulares, se articulan y resultan equivalentes bajo los límites de exclusión que establece un significativo vacío (Laclau, 2005, 1996). Por lo tanto, con la presencia de un significativo vacío irrumpen la contingencia y la historicidad que permite generar sedimentaciones parciales y establecer un antagonismo que contribuya a la construcción identitaria (Aboy Carlés, 2001; Aboy Carlés y Canelo, 2011; Laclau, 1996). En sintonía con lo anterior, tomamos la definición de identidad

política que brinda Aboy Carlés (2001) en cuanto que «[...] conjunto de prácticas sedimentadas, configuradoras de sentido, que establecen, a través de un mismo proceso de diferenciación externa y homogeneización interna, solidaridades estables, capaces de definir, a través de unidades de nominación, orientaciones gregarias de la acción en relación con la definición de asuntos públicos» (p. 54). Esto nos permite no solo tener en cuenta la tensión entre las alteridades que compiten en la esfera pública digital y la tradición histórica de Juntos por el Cambio como unidad de referencia, sino también los modos en que se configura la memoria discursiva a partir de los relatos sobre el pasado y de las fórmulas o consignas, ya que toda identidad política «[...] se constituye en referencia a un sistema temporal en el que la interpretación del pasado y la construcción del futuro deseado se conjugan para dotar de sentido la acción presente» (p. 68). Ahora bien, es en este punto que nos resulta indispensable la articulación de esta perspectiva con la teoría de los discursos sociales y el enfoque polifónico-argumentativo como vías de acceso a la descripción del sentido y a la materialidad lingüística en la que se enmarca todo proceso de disputa política (Montero, 2012). En tanto nuestro proyecto indaga acerca del discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook, se vuelve necesaria una caracterización del discurso político a partir de los tres tipos de destinatarios que estipula Verón (1987) y de la multifuncionalidad como elemento que determina su especificidad e implica las estrategias de refuerzo de creencia, persuasión y polémica (García Negroni, 1988). En este sentido, nos encontramos con un destinatario positivo o *prodestinatario* que conforma el *colectivo de identificación* y otro negativo o *contradestinatario* que ocupa el lugar de la *alteridad*, ambos receptores activos, al mismo tiempo, del discurso político. La relación del enunciadore con el prodestinatario tiene su base a partir de la *creencia presupuesta* que responde a «[...] un receptor que participa de las mismas ideas, que se adhiere a los mismos valores y persigue los mismos objetivos que el enunciadore: el destinatario positivo es, antes que nada, el partidario» (Verón, 1987, p. 4), mientras que el contradestinatario presenta una inversión de la creencia y forma parte de lo excluido, de modo que «[...] lo que es verdadero para el enunciadore es falso para el contradestinatario e inversamente» (ibídem, p. 4). Por último, el contexto democrático habilita el surgimiento de un tercer tipo de destinatario o *paradestinatario* compuesto por «[...] sectores de la ciudadanía que se mantienen en cierto modo "fuera del juego" y que, en los procesos electorales, son identificados habitualmente como "los indecisos"» (p. 5). De aquí parte, en relación con los otros dos destinatarios, su hipótesis de *suspensión de la creencia* en torno del *paradestinatario*, de modo que el discurso político

se torna persuasivo. Los aportes de García Negroni (1988, 2016) complejizan el campo de la recepción al interior del discurso político al desagregar la contradestinatación en: a) contradestinatarios en posición de no-persona; b) contradestinatarios directos en segunda persona; c) contradestinatarios encubiertos o indirectos a quienes se advierte, amenaza, cuestiona, refuta o descalifica mediante complejos ilocucionarios en los que «[...] un mismo contenido proporcional debe ser interpretado como distintas fuerzas ilocucionarias dirigidas a distintos destinatarios y tal interpretación es básica y constitutiva del sentido del discurso» (García Negroni, 1988, p. 88). De acuerdo con nuestros trabajos previos (Pérez Zamora, 2018a, 2018b), al esquema anterior se agrega la figura de la contradestinatación inclusiva que se construye a partir de la individualización e inclusión (en segunda persona del singular) del adversario como estrategia de persuasión hacia los paradestinatarios. Estos conceptos desde el enfoque de la polifonía enunciativa nos permiten reconocer los diálogos, las polémicas, las legitimaciones y las desacreditaciones explícitas e implícitas en la discursividad político-digital de Mauricio Macri, ya que la multifuncionalidad puede presentarse bajo dos modalidades: por un lado, la intradiscursividad en lo que respecta a las funciones de creencia y persuasión; por otro lado, la interdiscursividad en lo que refiere a la función polémica. Sin embargo, estos dos niveles no presentan una misma jerarquía, debido a que la primera se realiza en la totalidad discursiva mientras que la segunda es constitutiva de las funciones de creencia y persuasión.

En relación con lo anterior, observamos que la cuestión de la polémica está íntimamente asociada a las características que presenta el discurso político en cuanto que argumentación destinada al adversario que se ubica más allá de la frontera de exclusión identitaria (Laclau, 1996). De modo que podemos decir que, para que exista una actividad polémica intensa, es necesario que «[...] la cuestión en conflicto, aquello que está en juego y en disputa, sea de carácter público, de interés general, de alcance ciudadano» (Montero, 2016, p. 15), como es el caso de la pandemia del covid-19 en Argentina. Por otro lado, Ruth Amossy (2017) considera que la polémica es una modalidad argumentativa dentro de las disputas y conflictos políticos en donde se destacan los antagonismos y se destaca por generar una dicotomización, polarización y descalificación del otro. En efecto, si partimos de que lo conflictual es inherente a lo político (Mouffe, 2007), la polémica puede ser entendida como una «[...] manifestación discursiva bajo la forma de choque, de enfrentamiento brutal de opiniones contradictorias que circulan en la arena pública. En tanto que interacción verbal, ella aparece como un *modo particular de gestión del conflicto*» (Amossy, 2017, p. 52).

Algunos aspectos acerca de la metodología y técnicas de investigación

Las metodologías y técnicas de investigación que orientan este trabajo se inscriben en la disciplina del análisis del discurso que entiende al analista como un profesional capaz de articular un bricolaje de saberes y conocimientos que exceden lo estrictamente lingüístico (Narvaja de Arnoux, 2009). Esta perspectiva se complementa con lo explicitado por Sigal y Verón (1988), dado que el interés del analista del discurso radica en «[...] la descripción de la configuración compleja de condiciones que determinan el funcionamiento de un sistema de relaciones sociales en una situación dada» (p. 13). De este modo, la práctica del análisis de los discursos sociales se torna indispensable ya sea como vía de acceso a los universos imaginarios y simbólicos o para identificar la estructuración discursiva de los comportamientos sociales. En efecto, hacemos uso de la caja de herramientas que nos brinda tanto la corriente postestructuralista del discurso en lo que al campo del análisis político del discurso se refiere (Aboy Carlés, 2001; Butler, Laclau y Žižek, 2003; Laclau, 1993, 1996, 2002, 2005) como la teoría de los discursos sociales construida por Eliseo Verón (Verón, 1987, 1992, 1993, 1998, 2001, 2013) y el enfoque polifónico-argumentativo dentro de las teorías de la enunciación (Amossy, 1999, 2017; Bajtín, 1979; Ducrot, 1984; Ducrot y Anscombre, 1988; Garand, 1998; García Negroni, 1988, 2016; Maingueneau, 2004, 2010; Montero, 2012, 2016). La operatividad de estos enfoques nos permite aplicar las nociones acerca de los fundamentos teóricos para el estudio de las identidades políticas, los destinatarios del discurso, la dimensión emocional en las estrategias de refuerzo, persuasión y polémica, como también en la presentación de sí mismo, la temporalidad y las condiciones de circulación del soporte significativo. En relación con lo anterior, nuestro análisis no pretende indagar acerca de la mediatización, las imágenes o la circulación discursiva, sino que, por el contrario, se sitúa en la producción.

Dentro de la gama de redes sociales existentes en la actualidad, seleccionamos Facebook por dos motivos: por un lado, si tomamos la Encuesta Nacional de Consumos Culturales, esta red continúa siendo la más utilizada en Argentina con un 64,4 %; por otro lado, nuestra elección se sostiene en que Facebook fue la red elegida por Mauricio Macri para su reaparición pública en lo que refiere a la comunicación de temas de interés político luego de que dejara el cargo de presidente de la nación argentina el 10 de diciembre de 2019. Actualmente Mauricio Macri es el político argentino que más *me gusta* posee en esta red social con 4,4 millones, seguido de la actual vicepresidenta de la nación argentina, Cristina Fernández de Kirchner, con 2,5 millones. En la investi-

gación que proponemos analizamos los modos que adopta el discurso polémico de Mauricio Macri en Facebook durante la pandemia de covid-19 en Argentina. En relación con lo anterior, nuestra unidad de análisis son los posteos realizados por Mauricio Macri en su página oficial de Facebook¹ y el período abordado parte del 13 de marzo de 2020, en el que se lleva a cabo el primer posteo de Mauricio Macri en relación con la pandemia declarada por la OMS, hasta el 31 de diciembre de 2020, en el que se realiza la última publicación vinculada a la finalización del año. Durante el período seleccionado se contabilizan un total de 26 posteos; no obstante, para el objetivo de este artículo nos abocamos solamente a las publicaciones en las que podemos identificar características del discurso polémico. En este sentido, configuramos nuestro corpus de análisis en base a dos momentos durante la línea de tiempo seleccionada: un primer momento en el que por la pandemia se busca acompañar las medidas del Gobierno, pero luego muta a la pandemia como un modo de cercenar las libertades individuales; un segundo momento en el que se organiza una dicotomización del espacio social a partir del reconocimiento de las «marchas por la libertad» como la emergencia de un hecho nuevo. En la siguiente sección del trabajo indagamos acerca de las características de la polémica en la discursividad de Mauricio Macri.

Hacia un análisis de los resultados

El 10 de diciembre del año 2019, Mauricio Macri finaliza su mandato presidencial, en el que asume dos compromisos: por un lado, el 16 de septiembre de 2019 en el acto de presentación en el Regimiento de Granaderos a Caballo General San Martín, luego de la derrota en las primarias abiertas simultáneas y obligatorias (PASO), propone la idea-fuerza de que el cambio (cultural) recién comienza y es inevitable en cuanto que reconfiguración generacional a nivel del país; por otro lado, en su última cadena nacional del día 6 de diciembre de 2019 manifiesta la intención de ser parte de una oposición constructiva y responsable que no pone «palos en la rueda».

Los invito a seguir encarnando este cambio cultural juntos, poniendo el foco en lo que nos une, defendiendo los valores y todo lo que podemos construir².

Voy a seguir acompañándolos desde la oposición, siempre de manera constructiva y responsable. Hoy

¹ <https://www.facebook.com/mauriciomacri>

² <https://www.casarosada.gob.ar/slider-principal/46241-macri-los-invito-a-seguir-encarnando-este-cambio-cultural-juntos>

hay una alternativa sana de poder en la Argentina. Vamos a seguir juntos con una presencia sólida en el Congreso, para seguir trabajando por todo lo que falta. No tengo ninguna intención de poner trabas a propuestas sensatas y transparentes³.

En relación con lo anterior, Mauricio Macri no expresó opiniones políticas hasta el día en que el presidente Alberto Fernández anunció el inicio de la pandemia y la cuarentena en sintonía con las declaraciones de la Organización Mundial de la Salud. Es así que en los siguientes apartados analizamos el discurso polémico de Mauricio Macri durante la pandemia del covid-19 del año 2020 a partir de dos momentos clave: en primer lugar, el giro discursivo hacia la cuarentena como atentado contra libertades individuales y, en segundo lugar, el apoyo a las diversas marchas y manifestaciones que se generaron en contra de las restricciones propuestas por el Gobierno nacional.

De «acompañar las medidas del Gobierno» a la pandemia como «herramienta para afectar las libertades»

El 19 de marzo del año 2020 el presidente de la nación argentina, Alberto Fernández, dio comienzo al

aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), popularmente conocido como «cuarentena», con el objetivo de frenar el avance y la circulación del coronavirus en el país⁴, cuya modalidad consistía en prolongar la medida cada quince días evaluando el amesetamiento en la curva de contagios. Esos días se hablaba acerca de cuál sería la opinión y el posicionamiento del expresidente y principal referente de la oposición Mauricio Macri con respecto a las medidas adoptadas por el Gobierno nacional. En efecto, Mauricio Macri rompió su silencio con dos posteos (figuras 1 y 2) en su página oficial de Facebook que aludían al tema.

Es una situación tan extraordinaria que en la mayoría de los países los acontecimientos han demandado medidas excepcionales que requieren coordinación y recursos de parte de los Estados, así como solidaridad, compromiso y paciencia de parte de los ciudadanos. Por eso quiero invitar a todos a ser responsables y mantener la calma, así como a acompañar las medidas que tomó el Gobierno. Sé que las noticias que llegan del mundo por momentos pueden causar inquietud, pero no debemos caer en la zozobra.

Ante estas situaciones es fundamental reaccionar de manera racional, proporcional y equilibrada, y evitar que el miedo controle nuestras decisiones. (13 de marzo de 2020).

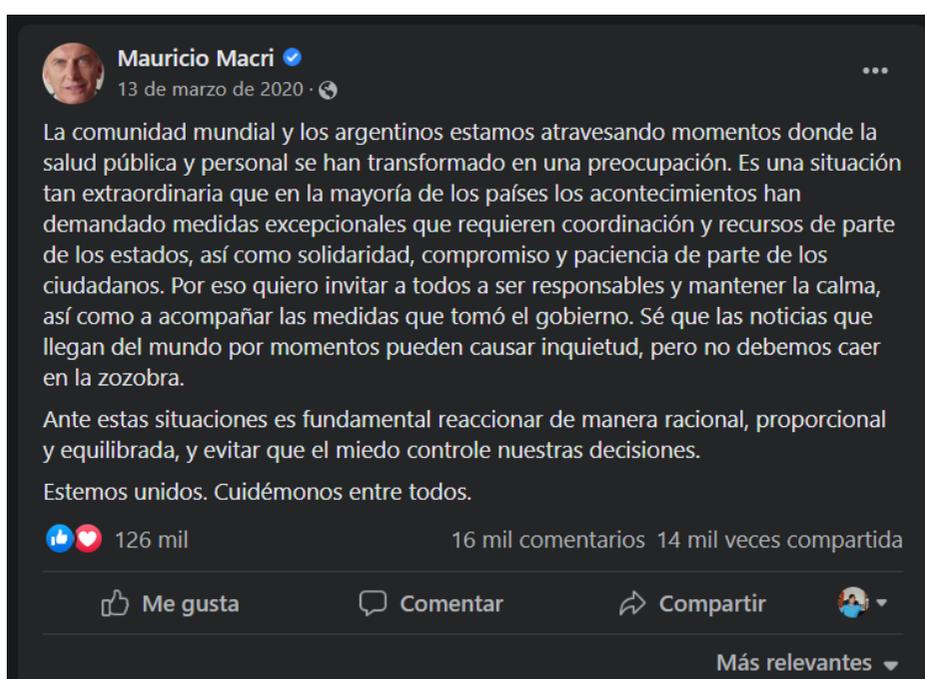


Figura 1. Posteo del 13 de marzo de 2020, que alude a la declaración de la pandemia por parte de la OMS. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.

³<https://www.caserosada.gob.ar/informacion/discursos/46592-men-saje-por-cadena-nacional-del-presidente-mauricio-macri>

⁴<https://www.infobae.com/politica/2020/03/20/alberto-fernandez-anuncio-que-la-cuarentena-obligatoria-comienza-esta-medianoche-y-se-extendera-hasta-el-31-de-marzo/>

Queridos argentinos:

Estamos viviendo una experiencia inédita, frente a la cual debemos estar unidos y cuidarnos los unos a los otros. Si nos quedamos en nuestras casas mientras dura el aislamiento preventivo, podremos aplanar el crecimiento de los casos de covid-19. Esto nos permitirá salvar nuestras vidas y las de los demás, proteger nuestro sistema de salud y retomar más rápido nuestra vida normal.

También debemos estar unidos para enfrentar las consecuencias económicas y sociales de esta pandemia en nuestra vida diaria, que están empezando a suceder y no sabemos todavía cuán profundas van a ser.

[...] mi mensaje es que nos mantengamos unidos, ahora más que nunca, y acompañemos las medidas que tomó el Gobierno. Seamos responsables y cuidémonos entre todos.

Si lo hacemos bien y logramos desacelerar el crecimiento de la epidemia, podremos retomar nuestra vida normal lo antes posible. Esto bajará la angustia y la preocupación de todos. (20 de marzo de 2020).

Ambas publicaciones responden a las declaraciones realizadas por la OMS y el inicio de la cuarentena anunciado por Alberto Fernández y coinciden en el carácter extraordinario e inédito de la situación mundial y nacional. Por otro lado, el carácter persuasivo («Queridos argentinos») y la apelación a la «unión», la «responsabilidad» y el «cuidado» se articulan en función de «acompañar las medidas que tomó el Gobierno» para retomar la vida normal ante una experiencia que genera consecuencias socioeconómicas, angustia y preocupación. Ahora bien, desde esta perspectiva las intervenciones de Mauricio Macri no revisten un carácter polémico de acuerdo con lo que mencionamos en los apartados de más arriba. En este sentido, podemos decir, siguiendo a Amossy (2017), que la polémica no es un intercambio en la búsqueda de un acuerdo o un consenso, sino que, por el contrario, es un discurso dialógico en cuanto que retoma y replica las diversas voces sobre un acontecimiento específico, es decir, que, a diferencia de lo dialogal, no implica la presencia del adversario. De acuerdo con la autora,

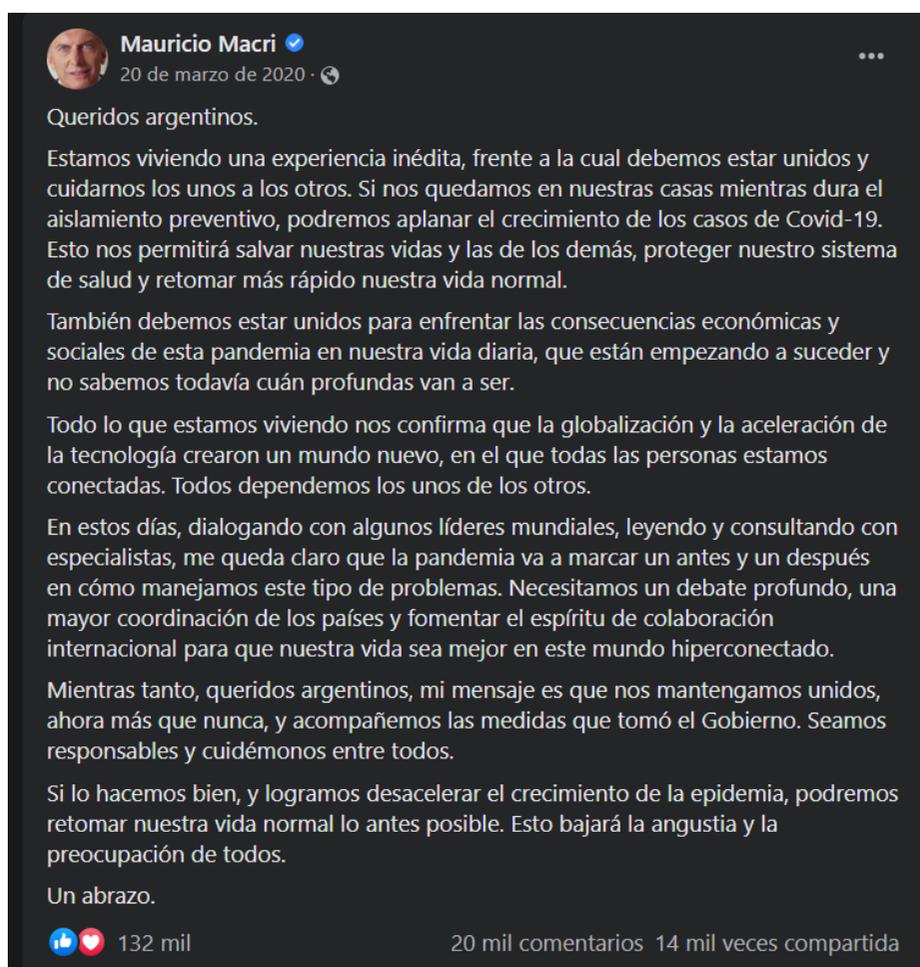


Figura 2. Posteo del 20 de marzo de 2020, que alude a la cuarentena anunciada por Alberto Fernández. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.



Figura 3. Posteo del Día de la Bandera, que alude a la marcha anticuarentena. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.



Figura 4. Posteo del 8 de julio de 2020, que alude a la extensión de las medidas de aislamiento por parte del presidente Alberto Fernández. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.

la pandemia del covid-19 en Argentina deviene en una polémica en cuanto que «[...] conjunto de intervenciones antagónicas sobre una cuestión dada en un momento dado» (p. 68) y por su carácter de interés público. Por lo tanto, es necesario preguntarnos en qué momento el discurso de Mauricio Macri toma un carácter polémico.

Con el correr de los meses y la prolongación de las medidas de aislamiento y restricción de actividades tomadas por el Gobierno nacional, se hizo sentir el malestar ciudadano, que derivó en una serie de «marchas anticuarentena», luego denominadas «marchas por la libertad». La primera marcha fue organizada a través de las redes sociales bajo

el hashtag #Caravana30M⁵ y luego se replicó a lo largo de todo el año 2020. De este modo, el 20 de junio de 2020 (Día Nacional de la Bandera), ante una nueva marcha, Mauricio Macri postea la foto de una de tantas banderas argentinas presentes en la marcha anticuarentena en apoyo a los reclamos de diversos sectores de la ciudadanía (figura 3), por lo que comienza a dibujar la polarización como una de las características del discurso polémico.

En efecto, al acercarse una nueva marcha organizada para el 9 de julio de 2020 (Día de la Independencia), Mauricio Macri realiza una serie de posteos (figuras 4, 5 y 6) el día 8 de julio y expresa:

No hay que confundir la pandemia con una herramienta para afectar nuestras libertades. (8 de julio de 2020).

Hemos visto un Gobierno que intentó en la pandemia avanzar sobre la libertad de expresión, la justicia, la independencia de los poderes, la propiedad privada. Pero generó una reacción activa y fuerte de la sociedad, que se movilizó para expresarse en contra de estos avances. (8 de julio de 2020).

Estoy más cerca de los argentinos que nunca, dándole un espacio al Gobierno que fue elegido por el 48 % de los argentinos, solamente intentando levantar la mano y decir: «No avancen sobre nuestras libertades, hagan las cosas dentro de un marco institucional». (8 de julio de 2020).

Mi compromiso es absoluto, este es mi país y lo amo. Soy un ferviente defensor de las libertades y de la capacidad de elegir de la gente. Yo estoy en esta batalla. (8 de julio de 2020).

Como podemos observar, es a partir de estas intervenciones que comienza a gestarse el giro de Mauricio Macri hacia un discurso de características polémicas, dado que la pandemia se configura como el acontecimiento que el Gobierno nacional utiliza como «herramienta para afectar nuestras libertades» económicas, laborales, sociales, de movilidad, etcétera. De este modo, son estos «avances sobre las libertades» los que generan la movilización y reacción de la sociedad, por lo que Mauricio Macri se posiciona como un «defensor de las libertades» y un punto de apoyo con respecto a los reclamos del 52 % de la ciudadanía que no votó al Gobierno nacional a partir de una estrategia de desacreditación del adversario y la consecuente polarización de la escena política, dado que el objetivo del discurso polémico tiende a descansar en la tercera persona («los argentinos», «la gente», «la sociedad») en pos de generar una adhesión al propio punto de vista

⁵ https://www.clarin.com/politica/convocan-marcha-pais-cuarentena-reclaman-libertad-trabajar-movilizarse-0_t021LcAzA.html



Figura 5: Posteo del 8 de julio de 2020, que alude al cuestionamiento de los decretos de necesidad y urgencia esgrimidos por el presidente Alberto Fernández. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.



Figura 6. Posteo del 8 de julio de 2020 en apoyo a las «marchas por la libertad». Fuente: página oficial de Facebook.

por sobre el del adversario (Amossy, 2017). No obstante, otra de las estrategias de desacreditación y polarización que emplea Mauricio Macri hace referencia al valor de la palabra del presidente Alberto Fernández, como visualizamos en el posteo del 24 de agosto de 2020 (veáse figura 7) en p.118.

El valor de la palabra presidencial

Queridos argentinos:

Es cierto que hablé con el presidente Fernández el 19 de marzo, antes del anuncio del aislamiento social y obligatorio. Lo llamé yo, para ponerme a su

disposición y mostrarle mi apoyo en un momento de decisiones difíciles para el país y para todo el mundo. Es falsa la versión que el presidente ha dado sobre nuestra conversación. De ninguna manera dije las cosas que ha relatado en estos días.

Quiero recordarle al presidente que nada es más importante para un dirigente político –y sobre todo para un presidente– que su palabra. La credibilidad de la palabra presidencial debe ser cuidada como un tesoro.

La Argentina necesita consensos amplios y generosos para solucionar los problemas que acarrea desde hace décadas. Sobre todo después de la pandemia y la cuarentena, que los han vuelto más profundos y más visibles. Estoy dispuesto a hacer mi aporte, desde el lugar que sea, para avanzar en esta dirección.

Pero un primer requisito para progresar en estos consensos es que los dirigentes sean creíbles, que los interlocutores puedan confiar en la palabra del otro. Sin confianza es imposible llegar a acuerdos.

En estos meses decidí hacer pocas declaraciones públicas, por respeto al nuevo Gobierno y para darle tiempo a asentarse. Hoy, sin embargo, me veo obligado a aclarar la verdad de aquella conversación, porque valoro mi palabra. Siempre les dije la verdad a los argentinos, en los momentos buenos y en los momentos malos, y pienso continuar de la misma manera. (24 de agosto de 2020).

Este posteo plantea una serie de nodos relevantes en lo que hace al discurso polémico de Mauricio Macri. En primer lugar, se hace eco de la palabra presidencial con el objetivo de descalificar a Alberto Fernández. De esta manera, se emplea una estrategia que refuta «[...] las razones del adversario mostrando que su discurso es indigno de confianza y no merece que se adhiera a él» (Amossy, 2017, p. 57). En segundo lugar, la deslegitimación y la descalificación de Alberto Fernández generan una operación de reagrupamiento por identificación (Amossy, 2017) a partir del «nosotros» que

configura Mauricio Macri. En efecto, para llevar a cabo ambas estrategias se ponen en juego una serie de dicotomizaciones: «credibilidad de la palabra» / «falsa versión»; «aclarar la verdad» / «decir mentiras»; «confianza» / «desconfianza». En el apartado siguiente observamos cómo se profundiza la estrategia de establecer un juego de dicotomías a partir de la alusión a las «marchas por la libertad».

Las marchas por la libertad

Como explicitamos más arriba, durante la pandemia del covid-19 del año 2020 en Argentina se llevaron a cabo diversas manifestaciones y marchas «anticuarentena» bajo el reclamo de «libertad». En este sentido, días antes de la marcha #19SPorLaRepública en un posteo del 13 de septiembre de 2020 titulado «Para defender el presente y ganar el futuro» (figura 8), Mauricio Macri reconoce la emergencia de los ciudadanos movilizados:

Con el compromiso de siempre y la responsabilidad que me cabe, rompo el silencio para compartir con ustedes mi inquietud sobre la dolorosa y delicada circunstancia que atraviesa la República Argentina. (13 de septiembre de 2020).

El panorama dramático descrito tiene su contracara: en Argentina emergió algo nuevo. Ciudadanos movilizados y atentos que han ganado las calles. Desde la lucha contra la resolución 125, la exigencia de verdad sobre la muerte del fiscal Nisman, las marchas del SíSePuede o el más reciente 17A, la conciencia cívica se expresa.

Autoconvocada y vigorosa, se hace oír como en las grandes gestas. Nadie debería sorprenderse cuando el pueblo rechaza decididamente una y otra vez los decretos de necesidad y urgencia y las medidas abusivas de un poder inoperante frente a la compleja y delicada realidad que se vive en nuestro país. El pueblo expresa pacíficamente su inquietud y descontento en cada marcha, en cada cacerolazo, en cada protesta, en cada publicación que hace en su red social y en cada conversación

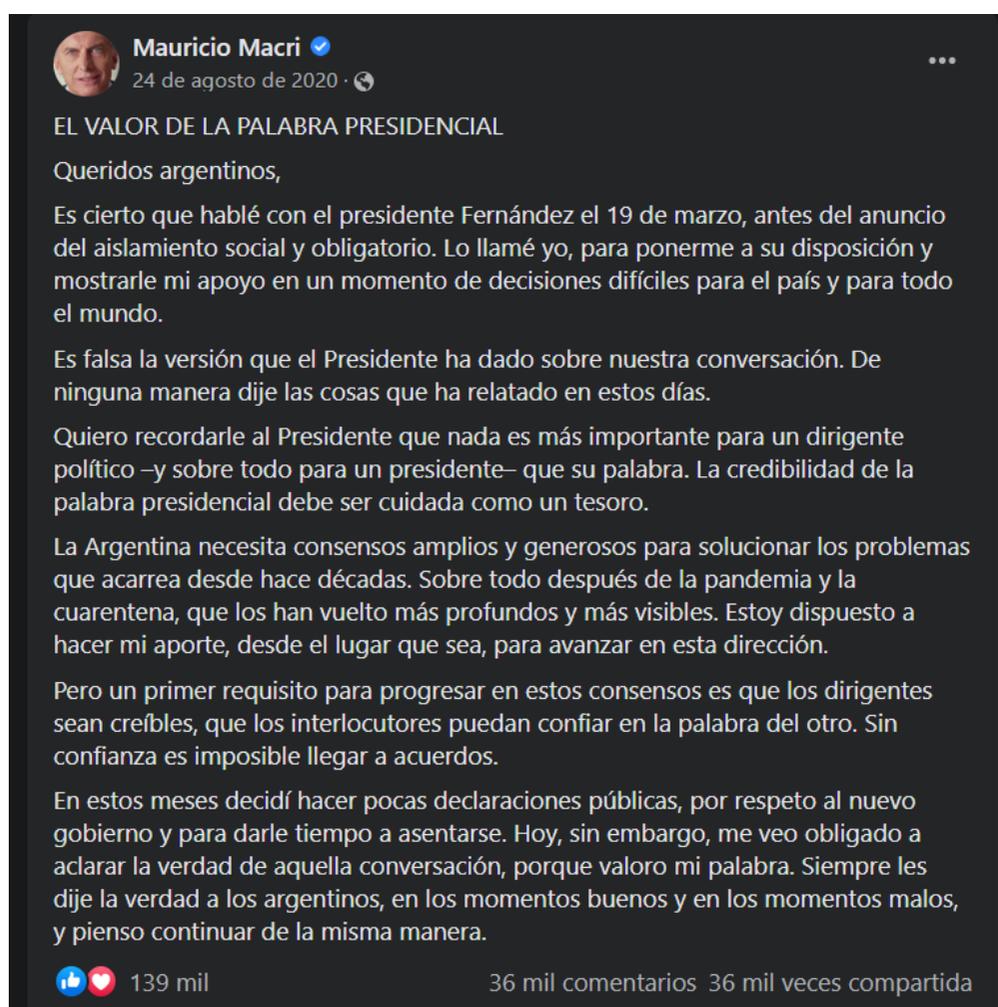


Figura 7. Posteo del 24 de agosto de 2020, que alude a las declaraciones de Alberto Fernández sobre la conversación entre ambos por la pandemia del covid-19. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.

que encuentre a un argentino hablando de su país con la emoción de querer vivir en la patria grande y libre que puede ser, si trabajamos todos juntos en esa dirección. Con una oposición unida que se erige en alternativa. (13 de septiembre de 2020).

Es pertinente destacar una vez más el posicionamiento que lleva a cabo Mauricio Macri como expresidente y referente opositor «responsable» y «comprometido» ante la situación dolorosa que vive el país. Por otro lado, se intenta no solo persuadir mediante el apoyo a los «ciudadanos movilizados» como un acontecimiento novedoso, sino que también se los instala dentro de una serie de acontecimientos históricos, como los cacerolazos, las protestas por la resolución 125, las marchas por el fiscal Alberto Nisman, etcétera. En efecto, este posteo que señalamos presenta tanto las tres funciones de la polémica (dicotomización, polarización y

desacreditación del adversario) como la situación conflictual que origina la polémica (Garand, 1998), es decir, la sucesiva prolongación de los decretos de necesidad y urgencia por parte del presidente Alberto Fernández a raíz de la pandemia. De este modo, Mauricio Macri configura una situación polarizada con el poder ejecutivo nacional para desacreditar las medidas adoptadas por el Gobierno.

Lo que se busca es el control social y evitar que los ciudadanos manifiesten su disconformidad con las medidas que se toman y que perjudican a amplios sectores de una sociedad exhausta de obedecer decretos que atentan contra su bienestar general.

No se puede producir ni trabajar para llevar el pan a la mesa de las familias argentinas, porque la idea es avasallar a la clase media para conseguir clientes dependientes del favor del Estado para poder sobrevivir. No se reconocen los derechos básicos de los ciudadanos para que cada uno proyecte

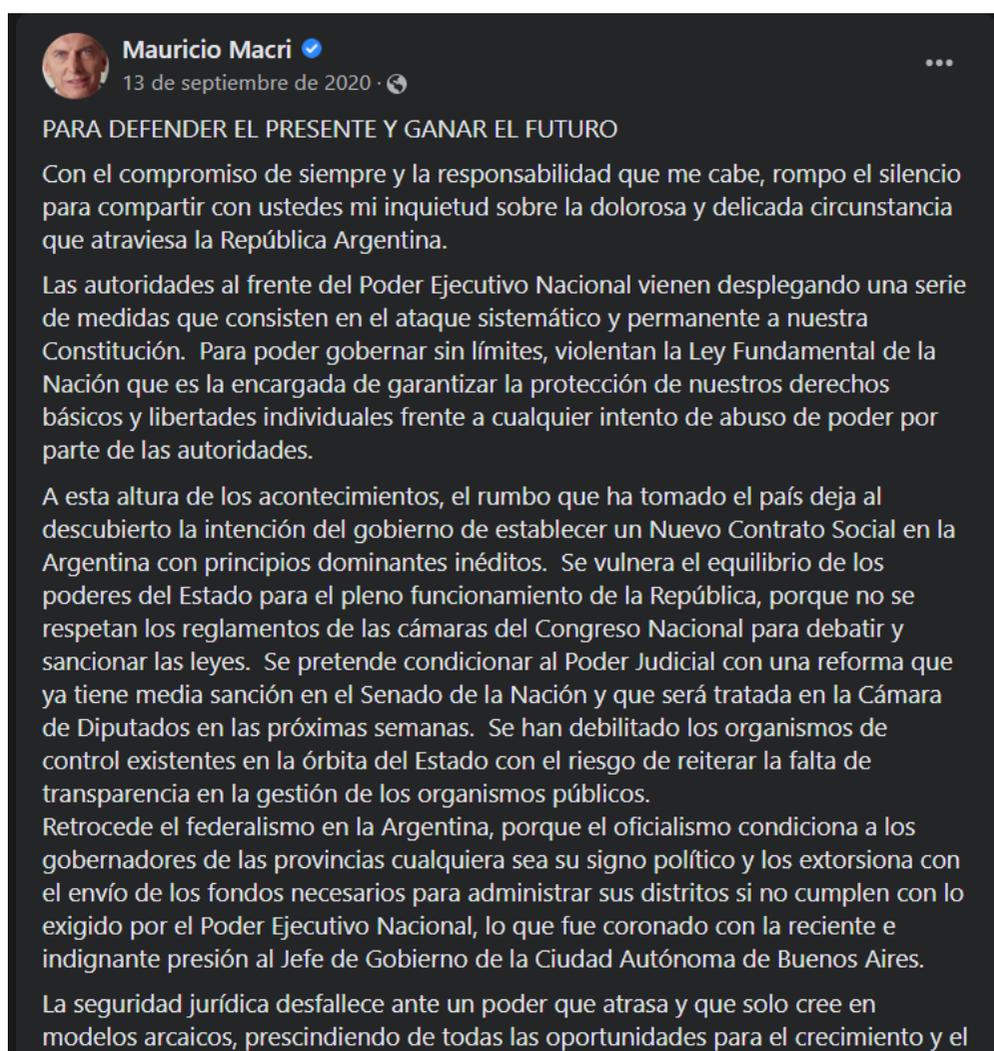


Figura 8. Posteo del 13 de septiembre de 2020, que alude a las políticas llevadas a cabo por Alberto Fernández en torno de la pandemia del covid-19. Fuente: página oficial de Facebook de Mauricio Macri.

su vida como quiera hacerlo, porque es el Estado el que aspira a decidir por nosotros. Pretende nivelar para abajo.

El Gobierno atenta contra las bases éticas y económicas de una sociedad que aspira a ser libre, que se caracterice por tener una organización social regida según el principio de justicia y no de aquel que resulte conveniente al poder de turno, y donde el rol de las instituciones sea el pilar fundamental para el avance de la Argentina hacia un país moderno y civilizado. (13 de septiembre de 2020).

La estrategia de desacreditación por parte de Mauricio Macri se da a partir de ciertos rasgos que atribuye al Gobierno nacional con respecto al manejo de la pandemia («se busca el control social», «evitar que los ciudadanos se manifiesten», «avasarillar a la clase media», «es el Estado el que aspira a decidir por nosotros», «atenta contra las bases éticas y económicas de una sociedad que aspira a ser libre»). De este modo, la oposición argumentativa que construye Mauricio Macri se basa en la diferenciación de puntos de vista y valores basados en la libertad económica y social («medidas que se toman y que perjudican a amplios sectores de una sociedad exhausta», «derechos básicos de los ciudadanos para que cada uno proyecte su vida como quiera hacerlo», «una organización social regida según el principio de justicia», «un país moderno y civilizado»). Esta configuración del «nosotros» que busca generar un efecto centrípeto de identificación se sostiene bajo la estrategia de establecer un juego de dicotomías entre el nosotros/ellos.

La humanidad ha tomado su lección en el siglo XX y la asume hoy como mandato: liberar al hombre del miedo y de la miseria, con una plena vigencia de los derechos humanos. Camino del cual no se puede apartar Argentina. Hay que dar una discusión profunda y responsable sobre cuáles son los principios que deben regir nuestro orden social: es la República o la republiqueta; es Democracia o demagogia; es elecciones libres o no habrá transparencia en los resultados; es seguridad o vivir con miedo; es el Estado de Derecho o es la jungla; es la propiedad o es la apropiación; es libertad de expresión o censura; es educación o adoctrinamiento. Es verdadero o es falso. Es luz o es oscuridad. (13 de septiembre de 2020).

La dicotomización que construye Mauricio Macri genera así un «nosotros» que busca establecer un orden social a partir de la «República», la «Democracia», las «elecciones libres», la «seguridad», el «Estado de Derecho», la defensa de la «propiedad», la «educación» y la «libertad de expresión» en cuanto que espacio de lo «verdadero» y la «luz». De modo que las prácticas con las que se nombra al adversario para desacreditarlo hacen alusión a la

«republiqueta», la «demagogia», la falta de «transparencia», el «vivir con miedo en la «jungla», la «apropiación», la «censura», el «adoctrinamiento», lo «falso» y la «oscuridad».

Reflexiones finales

En base al análisis realizado en la página oficial de Facebook de Mauricio Macri durante el año 2020, podemos concluir que durante la pandemia del covid-19 la discursividad del expresidente Mauricio Macri adopta una serie de estilos que podemos clasificar en tres momentos: a) el guardar silencio una vez finalizado su mandato presidencial; b) la proclama de apoyo y acompañamiento de las medidas adoptadas por el Gobierno de Alberto Fernández en torno de la pandemia del coronavirus; c) la configuración de un discurso polémico como modalidad argumentativa que busca gestionar el conflicto alrededor de una problemática de interés público como es el caso de la pandemia del covid-19. Hemos especificado que el quiebre que contribuye a adoptar una modalidad polémica en la discursividad macrista se origina a causa de las sucesivas «marchas anticuarentena» por parte de sectores de la ciudadanía que se manifestaban en contra tanto de la prolongación del decreto de necesidad y urgencia establecido por Alberto Fernández y avalado por los gobernadores como de las restricciones de actividades socioeconómicas. En efecto, luego de la interpretación realizada inferimos un conjunto de reflexiones que detallamos a continuación.

En primer lugar, el discurso de Mauricio Macri en Facebook no presenta rasgos polémicos durante los primeros tres meses de pandemia (marzo, abril, mayo). A diferencia del tercer momento que hemos explicitado más arriba, la figura de Mauricio Macri se posiciona como un expresidente y líder opositor que busca promover la responsabilidad, la unión y el cuidado de los argentinos a partir del acompañamiento y el apoyo de las medidas adoptadas por el Gobierno de Alberto Fernández.

En segundo lugar, el mes en el que la discursividad macrista hace un giro en pos de la configuración de un discurso polémico es en junio, a partir del apoyo a las «marchas anticuarentena», luego denominadas «marchas por la libertad». Esto permite afirmar que la crisis socioeconómica generada por las medidas adoptadas por el Gobierno de Alberto Fernández contribuye a que Mauricio Macri pueda emplear una serie de estrategias argumentativas para persuadir tanto a la ciudadanía que se manifiesta como a las familias afectadas por las restricciones y comenzar a polarizar con el Gobierno nacional.

En tercer lugar, las estrategias de desacreditación del adversario generan la configuración de un «nosotros»

a partir del posicionamiento de Mauricio Macri como dirigente opositor «responsable» y «comprometido» con las consecuencias de la pandemia del covid-19. Asimismo, se asume como defensor de las libertades individuales, la capacidad de elegir, la propiedad privada, la libre circulación, por lo que de esta manera la polarización de valores con respecto al Gobierno nacional lo ubica en las antípodas de la intervención y la regulación estatal. Es así que los argumentos de Mauricio Macri no toman la vía de la cuestión sanitaria que implica la circulación del covid-19, sino que aluden a las consecuencias socioeconómicas a raíz de las medidas adoptadas por Alberto Fernández en cuanto que la pandemia se ubica como aquella excusa que permite un mayor control de la sociedad y de los derechos individuales.

Por último, la descalificación hacia el Gobierno de Alberto Fernández se construye mediante un juego de dicotomías que escinden el espacio social en dos nodos irreconciliables. En efecto, Mauricio Macri se posiciona desde una serie de valores positivos e institucionales vinculados a la vida democrática, los derechos civiles estipulados en la Constitución nacional, el derecho al voto, la República, etcétera, que dejan al adversario en el lugar de lo negativo, lo anárquico, el caos, el arrasarlo con todo tipo de derecho o libertad individual y una serie de emociones asociadas a la oscuridad y el miedo que rozan lo «dictatorial». Esto permite afirmar la radicalización del discurso macrista hacia una modalidad polémica durante el desarrollo de la pandemia del coronavirus en el año 2020. No obstante, el análisis realizado deja abiertas las posibilidades de indagar en las continuidades y discontinuidades en la discursividad macrista durante el año 2021, dada la continuidad de la pandemia, el inicio y avance en la vacunación, el debate acerca del inicio del año escolar, la publicación de su libro *Primer tiempo* y el advenimiento de las elecciones legislativas nacionales.

Fuentes y bibliografía

- Aboy Carlés, G. (2001): *Las dos fronteras de la democracia argentina: la reformulación de las identidades políticas de Alfonsín a Menem*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.
- Aboy Carlés, G., y Canelo, P. (2011): «Dossier. Identidades, tradiciones y élites políticas», en *Papeles de Trabajo*, 5 (8), pp. 8-12.
- Amossy, R. (1999): *La noción de ethos de la retórica al análisis del discurso*, traducción de Juan Miguel Dóthas para el Seminario Introducción al Análisis del Discurso.
- Amossy, R. (2017): *Apología de la polémica*. Buenos Aires: Prometeo Editorial.
- Bajtín, M. (1979): *Estética de la creación verbal*. México D. F.: Siglo XXI.
- Butler, J.; Laclau, E.; y Žizek, S. (2003): *Contingencia, hegemonía y universalidad. Diálogos contemporáneos en la izquierda*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Carlón, M. (2012): «En el ojo de la convergencia. Los discursos de los usuarios de Facebook durante la transmisión televisiva de la votación de la ley de matrimonio igualitario», en M. Carlón y A. Fausto Neto (comps.): *La política de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Carlón, M. (2015): «Público, privado e íntimo: el caso Chicas Bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea», en P. César Castro (org.): *Dicotomía público/privado: ¿estamos no camino certo?* Maceió (Brasil): EDUFA.
- Ducrot, O. (1984): *El decir y lo dicho*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Ducrot, O., y Anscombe, J. C. (1988): *La argumentación en la lengua*. Barcelona: Editorial Gredos.
- Garand, D. (1998): «Propositions méthodologiques pour l'étude du polémique», en A. Hayward y D. Garand (eds.): *États du polémique*. Montreal: Nota Bene.
- García Negroni, M. M. (1988): «La destinación del discurso político: una categoría múltiple», en *Lenguaje en contexto*, 1 (1/2), pp. 85-111.
- García Negroni, M. M. (2016): «Discurso político, contradestinyación indirecta y puntos de vista evidenciales. La multidestinyación en el discurso político revisitado», en *Revista ALED*, 16 (1), pp. 37-59.
- Gindín, I. L., y Busso, M. (2018): «Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales», en *AdComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, pp. 25-43.
- Lacan, J. (1989): *Seminario Núm. 20 Aún*. Buenos Aires: Paidós.
- Laclau, E. (1993): «Discurso», en R. Goodin y P. Philip (eds.): *The Blackwell Companion to Contemporary Political Thought*. Melbourne (Australia): The Australian National University, pp. 7-18.
- Laclau, E. (1996): «¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?», en *Emancipación y diferencia*. Buenos Aires: Ariel, pp. 69-86.
- Laclau, E. (2002): «El análisis político del discurso: entre la teoría de la hegemonía y la retórica», en *DeSignis*, 2, pp. 359-365.
- Laclau, E. (2005): *La razón populista*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Laclau, E. (2014): *Los fundamentos retóricos de la sociedad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Maingueneau, D. (2004): *¿Situación de enunciación o situación de comunicación?* París: Université Paris XII, (2001), 3 (5), pp. 1-8.
- Maingueneau, D. (2010): *El enunciador encarnado. La problemática del ethos*. París: Université Paris XII, pp. 203-225.
- Montero, A. S. (2012): «Significantes vacíos y disputas por el sentido en el discurso político: un enfoque argumentativo», en *Identidades*, núm. 3 (2), pp. 1-25.
- Montero, A. S. (comp.), 2016: *El análisis del discurso polémico. Disputas, querellas y controversias*. Buenos Aires: Prometeo.
- Mouffe, Ch. (2007): *En torno a lo político*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

- Narvaja de Arnoux, E. (2009): *Análisis del discurso. Modos de abordar materiales de archivo*. Buenos Aires: Santiago Arcos.
- Pérez Zamora, E. (2018a): «Contradestinyación inclusiva. El discurso de Macri y de Scioli en Facebook», en *InMediaciones de la Comunicación*, 13 (1), pp. 137-157.
- Pérez Zamora, E. (2018b): *Facebook como campo de lucha discursiva: hacia un análisis de los discursos políticos en torno del ballottage presidencial del año 2015 en la República Argentina* (tesis de grado). Rosario (Argentina): Universidad Nacional de Rosario.
- Raimondo Anselmino, N.; Reviglio, C.; y Diviani, R. (2016): «Esfera pública y redes sociales en Internet: ¿Qué es lo nuevo en Facebook?», en *Revista Mediterránea de Comunicación*, 7, pp. 211-229.
- Sigal, S., y Verón, E. (1988): *Perón o muerte*. Buenos Aires: Hyspamerica.
- Slimovich, A. (2012): «El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri», en M. Carlón y A. Fausto Neto (comps.): *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía.
- Slimovich, A. (2014): «El discurso macrista en Twitter. Un análisis sobre la campaña para la reelección del jefe de Gobierno de Buenos Aires», en *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 2 (1), pp. 8-27.
- Slimovich, A. (2017): «La ruta digital a la presidencia argentina. Un análisis político e hipermediático de los discursos de Mauricio Macri en las redes sociales», en *Dixit*, 26 (1), pp. 24-43.
- Slimovich, A. (2018): «El macrismo y la oposición kirchnerista en las redes sociales en la campaña electoral de 2017», en *Revista Científica de la RedCom*, 3 (6), pp. 6-31.
- Thompson, J. (2011): «Los límites cambiantes de la vida pública y privada», en *Comunicación y Sociedad*, 15, pp. 11-42.
- Van Dijck, J. (2013): *La cultura de la conectividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Verón, E. (1987): «La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política», en VV. AA.: *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, pp. 11-26.
- Verón, E. (1992): «Mediatización, comunicación política y mutaciones de la democracia», en *Semiosfera*, 2, pp. 5-36.
- Verón, E. (1993): *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1998): «Mediatización de lo político. Estrategias, actores y construcción de colectivos», en G. Gauthier, A. Gosselim y J. Mouchon (comps.): *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (2001): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Verón, E. (2013): *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.
- Zeifer, B. (2015): «La actividad ciudadana en las redes sociales y la caducidad de los conceptos tradicionales», en *XI Jornadas de Sociología*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.

MODERNIDAD, DEMOCRACIA Y PANDEMIA ANTE LA EMERGENCIA DE LOS NUEVOS AUTORITARISMOS

Modernity, Democracy and Pandemic in the Emergence of
New Authoritarianisms

Juan Carlos Orejudo Pedrosa

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

<https://orcid.org/0000-0001-8866-0334>

Alan Gabriel Lozano Jiménez

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

<https://orcid.org/0009-0004-1373-6276>

Modernidad y democracia constituyen el horizonte ético y político de nuestro tiempo. La ética del discurso de Habermas y Apel, la teoría de la justicia de Rawls, reflejan el esfuerzo de fundamentación de nuestras normas con base en los valores democráticos. El presente trabajo asume una mirada crítica respecto a la situación de las democracias actuales, así como el impacto de la pandemia en la agudización de una crisis generalizada de los sistemas democráticos. Al analizar la situación de la democracia durante la pandemia del covid-19, se ha constatado el ascenso de elementos autoritarios: nuevos mecanismos de violencia, nuevas formas de control, coerción social, centralización del poder político y económico. La pandemia ha desvelado una crisis del sistema capitalista, dejando en evidencia la nula capacidad de protección del sistema democrático global. Partiendo de autores como Bauman, Hannah Arendt, Donatella di Cesare, Zizek y Byung-Chul Han, analizaremos la crisis de las democracias modernas y los elementos autoritarios de las mismas, partiendo del impacto de la pandemia en los sistemas de gobierno democráticos. Se analizarán, por último, los elementos que fomentan la tesis de las democracias autoritarias como sistemas inherentes a las dinámicas capitalistas globales.

Palabras clave

Modernidad, democracia, pandemia, libertad, autoritarismo, democracia autoritaria

Modernity and democracy constitute the ethical and political horizon of our time. Apel and Habermas' discourse ethics, Rawls' theory of justice, reflect the effort to sustain our rules based on democratic values. In this paper we will take a critical look at the situation of current democracies, as well as on the impact of the pandemic on the exacerbation of a generalized crisis of democratic systems. When analysing the situation of democracy during the covid-19 pandemic, the rise of authoritarian features has been observed: new mechanisms of violence, new forms of control, social coercion, centralization of political and economic power. The pandemic has shown a crisis in the capitalist system, revealing the null protection capacity of the global democratic system. Taking into account some authors such as Bauman, Hannah Arendt, Donatella di Cesare, Zizek and Byung-Chul Han, we will analyse the crisis of modern democracies and their authoritarian elements, from the impact of the pandemic on democratic government systems. Finally, we will analyse the elements that promote the thesis of authoritarian democracies as inherent forms to global capitalist dynamics.

Keywords

Modernity, democracy, pandemic, freedom, authoritarianism, authoritarian democracies

Cómo citar este artículo: Orejudo Pedrosa, J. C. y Lozano Jiménez, A. G. (2024). Modernidad, democracia y pandemia ante la emergencia de los nuevos autoritarismos. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 123-137. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20203>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

El debate entre Rawls y Habermas se produce en torno a la cuestión de una revitalización de la democracia en el mundo político contemporáneo. El liberalismo democrático que desarrolla Rawls en su obra *Liberalismo político* de 1993 tiene como base los principios del liberalismo: la protección de los derechos individuales en el marco de un Estado de derecho, el cual no interviene en la moral de los ciudadanos, siendo estos libres para perseguir su propio bien sin ninguna coacción externa. El punto de partida de nuestro análisis es el concepto de democracia moderna, que en la modernidad se ha desarrollado en dos vertientes, la liberal y la republicana, las cuales manifiestan grandes diferencias entre sí (Renaut, 2005, p. 59). El espacio público de deliberación y el espacio público de aparición representan un aspecto central de la democracia moderna que será objeto de análisis por parte de Habermas y de Hannah Arendt.

I

Habermas, en su obra *Historia y crítica de la opinión pública, la transformación estructural de la vida pública*, analiza el surgimiento de la opinión pública y del espacio público moderno, que, como sostiene acertadamente Jean Marc Ferry, «apunta [...] al concepto kantiano de “publicidad”» (Ferry, 2015, p. 16). Hannah Arendt, por su parte, realiza un impetuoso esfuerzo por recuperar el espacio de la vida pública y de la política entendida como participación activa de los ciudadanos en los asuntos de la polis. En palabras de Habermas en su obra *Perfiles filosófico-políticos*: «En el libro *The Human Condition*, que puede considerarse como su principal obra filosófica, Hannah Arendt había tratado de renovar a su manera la pretensión de la política clásica. [...] Hannah Arendt quiere averiguar qué es lo que podemos aprender todavía de la política de Aristóteles» (Habermas, 2000, p. 200). La libertad-participación de los antiguos se opone punto por punto a la libertad de los modernos centrada en los individuos, que se retiran a su vida privada donde pueden vivir libremente sin obstáculos ni coacción. Tanto Habermas como Arendt parten de un modelo comunicativo de acción, el cual hace referencia a la capacidad de los hombres de actuar conjuntamente y de manera concertada dando lugar a lo que podemos denominar una democracia participativa.

Como señala Habermas, «Hannah Arendt sitúa la praxis en el espacio fenomenológico en el que los agentes se presentan, se encuentran los unos con los otros, en el que son vistos y oídos y en el que se ven solicitados cada día. Como politóloga que era, estaba interesada ante todo por la cuestión nor-

mativa de cómo debía ser institucionalizado ese espacio como ámbito público» (Habermas, 2000, p. 358). ¿Qué significa lo público para Hannah Arendt, teniendo en cuenta que toma como modelo la polis griega?

La palabra «público» significa dos fenómenos estrechamente unidos, si bien no idénticos por completo. En primer lugar significa que todo lo que aparece en público puede verlo y oírlo todo el mundo y tiene la más amplia publicidad posible. Para nosotros, la apariencia –algo que ven y oyen otros al igual que nosotros– constituye la realidad. (Arendt, 2005, p. 71).

¿Qué significa «actuar» en el sentido político de Hannah Arendt? «Actuar significa ser capaz de tomar iniciativas y de hacer lo no anticipado. Precisamente este potencial innovador es el que torna vulnerable el ámbito de la praxis y lo hace depender de instituciones que lo protejan. Solo cuando estas instituciones nacen de la fuerza de las convicciones comunes de aquellos que actúan de común acuerdo adoptan la forma de una “constitución de la libertad”; y la libertad solo puede mantenerse cuando esas instituciones políticas prestan a su vez protección a esa fuente de intersubjetividad no menoscabada de la que brota el poder engendrado comunicativamente» (Habermas, 2000, p. 358). Hannah Arendt desarrolla una visión fenomenológica de la acción, que solo tiene sentido por sí misma en el momento de aparición en el espacio público, es decir, en el momento en el que los hombres se juntan para hablar y actuar de manera conjunta con total libertad, es decir, sin interferencia alguna de la violencia y de la coacción. Los hombres son libres en el momento en que aparecen en un espacio público donde pueden hablar y actuar libremente. En palabras de Habermas: «La acción comunicativa es el medio en el que se forma el mundo de la vida compartida intersubjetivamente» (Habermas, 2000, p. 209). El poder, como lo define Hannah Arendt, no lo posee nadie, sino que surge de la propia interacción simbólica entre los hombres que actúan y hablan conjuntamente.

El poder es lo que mantiene la existencia de la esfera pública, el potencial espacio de aparición entre los hombres que actúan y hablan [...]. El poder surge entre los hombres cuando actúan juntos y desaparece en el momento en que se dispersan. (Arendt, 2009, p. 226).

Charles Taylor retoma de manera apropiada la idea de «opinión pública» desarrollada por Habermas: «La opinión pública se considera elaborada por una discusión entre quienes la mantienen y en

la que diversos puntos de vista son en cierto modo confrontados y son capaces de llegar a una opinión común [...]. Compartimos una opinión pública común, si lo hacemos, porque la hemos desarrollado juntos» (Taylor, 1997, p. 339). En este sentido, como señala Taylor, la opinión pública se propone como «producto de la reflexión, emerge de la discusión y refleja un consenso activamente producido» (p. 339). Taylor anticipa algunas de la tesis de Habermas en torno a la democracia moderna, la cual se apoya en los derechos universales del hombre y, por otra parte, conecta con la crítica que Claude Lefort realiza al «humanismo cívico» de Hannah Arendt.

Resulta difícil ver a partir de qué fundamentos filosóficos se podría establecer que el reconocimiento mutuo de los hombres como semejantes debe pararse en las fronteras de la ciudad. (Lefort, 2006, p. 142).

El ideal de una sociedad justa basada en la libre discusión originada por la acción comunicativa entre hombres libres e iguales constituye el punto de partida de nuestra reflexión. La actual ciencia política no puede quedar al margen de los diferentes discursos a favor de una mayor integración de los individuos en la toma de decisiones políticas. La apuesta por una mayor integración política constituye el eje del pensamiento político contemporáneo.

Habermas reclama una postura que se acerca a la postura republicana, con la exigencia de unos mecanismos de comunicación y de diálogo entre los hombres, con el fin de llegar a acuerdos racionales sobre los fines colectivos, creando una mayor integración social con el fin de favorecer la participación de los ciudadanos en la esfera pública. El liberalismo político de Rawls, el cual se desmarca del humanismo cívico de Rousseau, defiende la neutralización de la esfera pública respecto a la elección de valores. El liberalismo político de Rawls, en base a su defensa de la libertad del individuo para fijar su fines y metas en la vida, se propone trazar de manera rigurosa una línea divisoria entre lo público y lo privado, y en definitiva, de pensar «el derecho sin la moral» (Renaut, 2005, p. 217).

El propósito de Rawls consiste en preservar el *equilibrio* y la *estabilidad* del sistema político y jurídico propuesto a pesar de las diferencias de los valores últimos y fines morales de los individuos. Para superar el conflicto insuperable de valores en el plano moral y religioso, Rawls propone, como veremos, el concepto de «consenso por superposición». En su obra, de 1993, *El liberalismo político*, Rawls propone el concepto de «consenso por superposición», con el fin de asegurar un fundamento racional a los valores compartidos por una sociedad igualitaria y democrática en aras de alcanzar un consenso

El ideal de una sociedad justa basada en la libre discusión originada por la acción comunicativa entre hombres libres e iguales constituye el punto de partida de nuestra reflexión

normativo sobre los principios de justicia. Rawls defiende una sociedad ordenada bajo las condiciones de cooperación racional entre los hombres que se rigen por principios equitativos sin dejar de lado la cuestión de la disensión producida por una sociedad esencialmente pluralista (Renaut, 2005, p. 230). Rawls va a fundamentar el consenso racional sobre la justicia en unas razones morales de carácter individual que se superponen, preservando su diferencia y confluyendo de manera unánime a la validez o justificación de los principios de justicia. En su obra titulada *Rawls y la igualdad democrática*, Bertrand Guillaume se cuestiona de manera acertada si es posible considerar la teoría del *consenso por superposición* de Rawls como una teoría *realista* en un sentido determinante e incuestionable.

Suponer como hace Rawls que su concepción de la justicia pueda ser aceptada por una gran mayoría de ciudadanos razonables cuyas doctrinas exhaustivas divergen les ha parecido a muchos como algo perfectamente irrealista. [...] Ciertos autores han propuesto para resolver el problema del liberalismo político y de su estabilidad proponiendo un consenso menos ambicioso: lo mejor que podemos esperar en las condiciones modernas del pluralismo, estiman estos autores, es un amplio acuerdo sobre los procedimientos democráticos de decisión y sobre las reglas que condicionan su funcionamiento. (Guillaume, 2016, p. 233).

El *consenso por superposición* corresponde concretamente a las razones marcadas por la subjetividad de las personas privadas que las defienden. Rawls establece los principios de consenso para una razón pública, de tal manera que tenemos unas razones diferentes para afirmar principios comunes. Las diferentes razones de los individuos, como seres inmersos en su vida privada, no deben penetrar, en su dimensión conflictiva, en el espacio público, garantizando de este modo «la neutralidad moral del espacio público» (Renaut, 2005, p. 233).

La neutralidad del Estado en relación a la elección de valores de los individuos favorece el pluralismo y la tolerancia (Renaut, 2005, p. 192). Los principios de justicia, haciendo abstracción de toda identidad personal y comunitaria, son considerados, para muchos autores, la causa de la alienación del hombre moderno desposeído de sus tradiciones y de sus sentimientos de pertenencia como miembros de una comunidad particular.

Por un lado, el hombre y por otro, el ciudadano. Esta división es precisamente la que Rousseau, Marx y otros han denunciado como alienación de la persona en la sociedad burguesa. [...] Es el dominio de lo que Rawls llama el «consenso por intersección» (*overlapping consensus*). Es únicamente en esta esfera en la que los societarios hacen abstracción de sus pertenencias y de las convicciones mejor enraizadas. El sistema político, por su parte, permanece neutro en relación a estas concepciones múltiples y a veces en conflicto de la vida buena. (Dupuy, 1998, pp. 146-147).

Rawls defiende a partir del concepto de «consenso por superposición» la neutralización moral del espacio público. Rawls presupone una suerte de denominador moralmente común que podemos aceptar políticamente, haciendo referencia a una razón pública, común a todos, que sea compatible con las razones privadas diferenciadas (Renaut, 2005, p. 227). El proyecto liberal del que parte Rawls presupone que existen diversas convicciones morales privadas razonables, las cuales son razonables en la medida en que son compatibles con las condiciones de coexistencia y con el proyecto de una cooperación social (Renaut, 2005, pp. 227-228). En estas circunstancias, es suficiente para el liberalismo de Rawls presuponer que somos racionales para inferir el acuerdo sobre las normas fundamentales de la vida en común. Las concepciones morales privadas se recubren o se superponen como si el acuerdo ya estuviera garantizado por medio de la razón.

La ética del discurso que propone Habermas conduce al consenso de las voluntades individuales por medio de la discusión pública en un espacio compartido entre los interlocutores, los cuales componen un mundo intersubjetivo denominado democracia. «Es en la medida en que el principio de discusión adquiere una forma jurídica que se transforma en democracia» (Bernardi, 1999, p. 190). La oposición que siente Habermas por el liberalismo político de Rawls se debe a que la defensa rawlsiana de una deliberación racional de los principios de justicia no se inscribe en una deliberación democrática que deje espacio al poder de participación ciudadana en la toma de decisiones políticas y de justificación de las normas jurídicas. Para Habermas, el Estado de derecho no puede le-

gitimarse plenamente sino por medio de procedimientos democráticos, es decir, por medio de una democracia deliberativa.

Ni cientificismo instrumental, ni decisionismo existencial [...] la *discusión* es [...] el principio mismo de la razón práctica. [...]. La verdadera discusión es la que solo conoce las razones (*Gründe*), o si uno prefiere, los únicos argumentos del discurso y no los falsos argumentos de la autoridad, de la intimidación, de la amenaza o de la coacción violenta. [...] En este sentido, la teoría política de Habermas se apoya en un modelo *democrático del consenso* [...] lo universal no es algo dado en la forma de un principio abstracto; sería más bien anticipado en cuanto que «universal concreto», en el horizonte de la *universalización*, único principio, afirma Habermas, en el cual se expresa la *razón práctica*. (Ferry, 1987, pp. 37-38).

La *democracia deliberativa* de Habermas es un intento por superar la dicotomía entre la democracia directa de los antiguos y la democracia representativa de los modernos (Cf. Manin, 2006). Habermas propone una revitalización de la democracia mediante una ética del discurso. Es preciso retroceder en el tiempo, a la época de Platón, con los sofistas, quienes a los ojos de Platón son los primeros defensores de la democracia como empleo de la elocuencia y de la persuasión para imponer el mejor argumento. *La ética del discurso* de Habermas consiste precisamente en la competición entre diferentes razonamientos que luchan entre sí de manera discursiva para llegar al mejor argumento. Habermas va a continuar, por otros medios, *la ética del discurso o la comunicación intersubjetiva*. Esta idea republicana considera inseparables la democracia y el Estado de derecho.

Una soberanía popular, por anónima que resulte, se repliega sobre los procedimientos democráticos y la implementación jurídica de sus exigentes presupuestos comunicativos solo para hacerse valer como poder generado comunicativamente. (Habermas, 1999a, p. 245).

La idea de *soberanía popular*, o de *pueblo soberano*, pasa actualmente a nuestros ojos por una definición bastante aceptable de la democracia moderna. *El contrato social* de Rousseau afirma en voz alta que no existe ningún poder legítimo que no emane directamente de la soberanía del pueblo (Bernardi, 1999, p. 34). La modernidad democrática establece que ningún poder puede ejercerse de manera legítima si no se obtiene la adhesión de aquellos sobre los que se ejerce el poder. En la teoría deliberativa de la democracia de Habermas es la publicidad crítica, y concretamente la opinión pública, el factor indispensable para una auténtica

democracia. La ética del discurso, en Habermas, viene a reforzar la esfera de la *opinión pública*, capaz de favorecer una *democracia radical*. «Se trata de un espacio público, construido lingüísticamente, en el seno del cual es posible encontrarse en libertad» (Renaut, 1999, pp. 217-218).

Habermas defiende el carácter dialógico de la razón, de tal modo que cualquier ser humano que posee la competencia comunicacional pertenece a una comunidad de interlocutores. La teoría de la acción comunicativa representa un tipo de racionalidad que conlleva una teoría consensuada de la verdad y de la validez de las normas en el plano de la razón práctica, es decir, la ética. La ética del discurso se basa en el hecho de que sus elementos de análisis, es decir, los argumentos, convierten en racional una discusión práctica. La ética en cuestión no hace referencia a cualquier tipo de comunicación o de diálogo, sino concretamente a un tipo de argumentación denominado *discusión*. Habermas se ha aproximado, hasta cierto punto, a unas posiciones cercanas al falibilismo de Popper para oponerse al principio de *un fundamento último de la razón* tal como la defiende Apel. Habermas abandona el trascendentalismo de Apel y elige «una reconstrucción falible y revisable de las bases universales del habla» (Renaut, 1999, p. 203).

Es debido a la pluralidad de los poderes de decisión que nace la deliberación (Bernardi, 2003, p. 51). La deliberación, a diferencia de la justicia como imparcialidad de Rawls, no hace abstracción de los intereses de los sujetos situados en una situación dada, los cuales entran en diálogo con el fin de alcanzar un consenso sobre los mejores argumentos en el plano de la orientación práctica de los sujetos racionales. Aquellos que deliberan están, de alguna manera, en asamblea consigo mismos para llegar a una decisión. La deliberación no consiste en determinar los fines de la acción humana, sino su comprensión (Bernardi, 2003, p. 52). Esencialmente, se delibera sobre los medios más apropiados para realizar los fines que hemos elegido. Esta deliberación, aplicada al problema que nos ocupa, desemboca en que todos los ciudadanos, considerándose como iguales, entienden participar igualmente en el poder de decisión. Deliberar consiste tanto en la decisión tomada como en el proceso que conduce a una toma de decisión. La necesidad de compartir, en el *espacio público*, la decisión es lo que da lugar a la deliberación. «La deliberación es la forma bajo la cual el poder de decisión se ejerce cuando es compartido» (Bernardi, 2003, p. 52).

Para Habermas, es el proceso democrático el que lleva toda la carga de la legitimación. Tomar una decisión consiste en dar a su voluntad la forma de una ley, es decir, de una voluntad que vale para otras voluntades (Bernardi, 2003, p. 11). La noción misma

de democracia implica la identidad de aquellos que deciden por medio de la discusión y de aquellos a quienes obligan (Bernardi, 2003, p. 10). Según Habermas, las prácticas que rigen a una sociedad son justas si sus principios son susceptibles de ser aceptados en una situación de discurso ideal.

Entre la decisión racional de la ciencia y la decisión irracional del poder totalitario, se sitúa la alternativa democrática de llegar a una decisión racional por medio del procedimiento de deliberación, a través del cual se llega a un acuerdo provisional sobre la verdad y los mejores argumentos al término de una discusión crítica entre ciudadanos libres e iguales. Para Habermas, la vida ética del hombre se desarrolla de manera colectiva a través de las formas democráticas de deliberación. La discusión que se produce en la esfera pública de manera democrática conduce a un tipo de racionalidad que no se denomina razón instrumental, sino acción comunicativa.

Algunos autores, como Sylvie Mesure y Alain Renaut, sostienen que no existe una distancia u oposición tan drástica entre Rawls y Habermas, en la medida en que ambos reconocen la importancia de los acuerdos racionales entre los individuos que componen una sociedad plural y democrática. Rawls mismo reconoce la importancia de los procesos de intersubjetividad que intervienen en las situaciones reales de discusión, especialmente en su obra *Justicia como equidad: una reformulación* (Mesure y Renaut, 1996, pp. 180-181). En esta obra, Rawls distingue claramente entre «humanismo cívico», al que se opone contundentemente, y «republicanismo clásico», que aprueba dentro de los límites de su teoría de la justicia.

No confundamos el humanismo cívico [...] con la obviedad de que debemos vivir en sociedad para realizar nuestro bien. Antes bien, el humanismo cívico establece que el principal bien humano, cuando no el único, es la implicación en la vida política, a menudo bajo la forma que históricamente se ha asociado a la ciudad-Estado, con Atenas y Florencia como modelos. [...] El republicanismo clásico, por otro lado, es la concepción según la cual la seguridad de las libertades democráticas, incluidas las libertades de la vida no política (las libertades de los modernos), requiere de la activa participación de los ciudadanos, los cuales poseen las virtudes políticas necesarias para sostener un régimen constitucional. (Rawls, 2002, pp. 194-195).

II

Los discursos monológicos, de carácter autoritario, se hacen evidentes y manifiestos en las situaciones de excepción, como la pandemia del covid-19 (Žižek, 2020, pp. 77-78). El decisionismo político que deriva en diversas formas de autoritarismo,

en la actualidad, pone en riesgo el funcionamiento adecuado de las democracias representativas. Como veremos a continuación, la pandemia del covid-19 no solo hace imperiosa la búsqueda de la política (Bauman, 2019, pp. 17-66), sino también el esfuerzo por evacuar, en la medida de lo posible, la guerra de los dioses de Weber, que implica la guerra interminable entre los Estados, los cuales luchan desesperadamente en el plano económico, como señala con gran acierto Donatella di Cesare, por escapar a la asfixia capitalista (Di Cesare, 2020, p. 33).

La propia asfixia capitalista ha generado la interiorización de elementos autoritarios en las democracias modernas. La incompatibilidad del modelo capitalista con el sistema político democrático tiene como impacto democracias autoritarias. Los casos concretos de México y Estados Unidos son un ejemplo de ello. Por ende, nos proponemos adentrarnos en el análisis de las democracias de Estados Unidos y México con el fin de hacer una crítica a las falencias mostradas por el sistema electoral de ambos países, su nula capacidad de protección y los elementos autoritarios de estas.

Este análisis se presenta con el fin de mostrar las debilidades de este tipo de sistema de gobierno en el contexto de la pandemia en un país que se contradice y que muestra signos de agotamiento en su sistema político electoral y de una democracia que ha carecido de la capacidad de congeniar con el modelo económico vigente. El país más democrático del mundo (bajo el discurso) ha tenido un proceso electoral convulso y México ha tenido unas elecciones marcadas por una creciente violencia y la polarización, lo cual da pie a un análisis profundo para determinar los motivos por los cuales la democracia en ambos países se ha visto altamente golpeada en la pandemia.

El argumento con el que sustentamos la comparativa de ambas democracias recae en las similitudes entre sistemas políticos. México y Estados Unidos son estados federados, con un sistema político presidencial, y sus Constituciones son muy similares. Ambos se desarrollan históricamente a partir de una revolución de independencia: Estados Unidos respecto a Inglaterra y México respecto a España.

Conceptualmente, entendemos la democracia como el sistema político que aglutina valores en el ejercicio del gobierno, la democracia como generación de Estado y de formas de representación de grupos sociales. La democracia para nosotros es un vehículo de procreación de igualdad, libertad y justicia y el modo de contención de poderes que estén por encima del ciudadano, es el medio de integrar a todos los grupos en los procesos de defensa de sus derechos.

Por lo cual, la democracia se caracterizará por ser un sistema político que permitirá libertades,

La propia asfixia capitalista ha generado la interiorización de elementos autoritarios en las democracias modernas

una idea de igualdad que es intrínseca al ser humano, búsqueda del bienestar común y de la justicia; todo esto genera espacios de decisión que caracterizan la democracia moderna. Estos valores permiten una arena de juego sana y una competencia, por lo cual es necesario primero encontrar un punto de equilibrio entre los valores para posteriormente llevar el proceso a la praxis.

Para Robert Dahl, la democracia es entendida como el mejor sistema legible, como el más igualitario, como el que otorga más libertad y el que conduce al desarrollo humano. Aquel que mediante el voto protege los intereses de todo el grueso poblacional, llegando al consenso de una forma pacífica. Es, en sí, el medio más inclusivo y, si bien no es la única alternativa, es la mejor alternativa existente (Dahl, 1992).

Aunque Dahl también precisa algunas falencias de su modelo de poliarquía. Las preocupaciones por una tiranía de la mayoría y las presiones sociales, así como también la incompatibilidad entre el mundo real, el caos que reina en este y el empirismo de la teoría. «La teoría de la poliarquía, una ordenación inadecuada, incompleta y primitiva de la reserva común de conocimientos sobre la democracia, se formula con la convicción de que, en algún punto situado entre el caos y la tautología, algún día seremos capaces de elaborar una teoría satisfactoria sobre la igualdad política» (Dahl, 2014, p. 410).

Los procesos electorales en el mundo han sufrido serias modificaciones y adecuaciones, con el fin de continuar con una necesidad inherente de los sistemas de gobierno democráticos. Para los sistemas democráticos la participación ciudadana es vital para demostrar una buena salud del sistema político, si bien autores como Lipset o Shumpeter ven los procesos democráticos procedimentales y el votar como un vehículo de mediación de conflictos entre clases. «La democracia es una realidad concreta que se limita a proporcionar condiciones para el cambio regular de los Gobiernos y facilitar la participación de la población –su mayor parte– en la toma de decisiones a través de sus representantes» (Figueroa, 2018, p. 9).

Si bien hay otros que abundan más sobre el tipo de democracias de orden procedimental, autores como Macpherson o Held realizan modelos democráticos con el fin de explicar necesidades mucho

más allá de este conflicto de clases y conciben la democracia como el agente de desarrollo del individuo (Held, 1990). La democracia ya no solo es un agente de mediación, sino de desarrollo del colectivo inmerso en el Estado democrático (Macpherson, 1997), en el caso concreto de Estados Unidos.

Pero son característica principal de las democracias los procesos de elección. Encontramos también que la «noción de que la democracia es benéfica para el desarrollo económico fue sostenida generalmente sobre la base de argumentos generales, como, por ejemplo, una mejor distribución del ingreso, incremento de la demanda con los consiguientes estímulos a la inversión, etcétera» (Figueroa, 2018, p. 12).

Esta noción de democracia sujeta al mercado y que tiene una relación dialéctica para que el sistema funcione es propuesta por Víctor Figueroa en el texto antes citado. Figueroa nos muestra una realidad que se vive en Estados Unidos, de modo que, si entendemos la necesidad que conlleva tener desarrollo para una democracia sana, podríamos concluir que la democracia norteamericana muestra signos de ser sana; pero no es así.

A nivel global, el coronavirus modificó las elecciones; los procesos electorales pospuestos, cancelados (IDEA, 2020) o que modificaron su *modus operandi* son varios: «De 143 elecciones programadas en el calendario internacional, la pandemia del covid-19 ha obligado a que solo 28 comicios se realizaran en las fechas previamente establecidas, 102 elecciones fueron pospuestas indefinidamente y apenas 19 estén por realizarse, sin ajustes en sus calendarios, entre el 24 de abril al 31 de diciembre» (González, 2020).

En cuanto a las elecciones de Estados Unidos, se han mostrado datos alentadores en la participación ciudadana. Los motivos de la mayor participación de votantes van desde la poca aceptación de los modos de gestionar la pandemia por parte del Gobierno de Trump a la crisis económica, política y social que azota al gigante americano, el negacionismo y los discursos de odio racial, así como la poca confianza en que el presidente Trump pudiera revertir la situación, pues era el país más afectado en el mundo y con más contagios. La pandemia en Estados Unidos se propaga sin control: «De los más de 53 millones de contagios reportados a nivel global, más de 10,3 millones son de habitantes de Estados Unidos, casi un 20 % del total global en una nación cuya población representa el 4 % del planeta» (BBC, 14 de noviembre de 2020). Con estas cifras encontramos que el proceso de elección estadounidense se vio influenciado en gran medida por este contexto de desastre sanitario y que los escrutinios se vieron en la necesidad de modificarse y adecuarse.

Con estos números y la necesidad de una nueva forma de hacer política, las elecciones de Esta-

dos Unidos se vieron frente a uno de los retos más grandes en décadas. El coronavirus configuró una nueva realidad y la principal democracia del mundo tuvo que enfrentarse a nuevas formas de realizar campaña, a una nueva organización de comicios seguros, al cuidado de toda actividad relacionada con el proceso electoral, a un conteo y emisión de votos diferentes a los que se habían encontrado antes. El cómputo, los votos anticipados y el voto por correo fueron temas de debate en el país, pero nos muestran una nueva forma de democracia procedimental. Estados Unidos ha sido una guía para los procesos electorales venideros e invita a revisar aciertos y errores de las elecciones realizadas en dicho país.

El Gobierno de Trump se enfrentó a un proceso electoral con la intención de buscar una reelección. Como ya se mencionó con anterioridad, la nueva realidad invitó y obligó a una nueva forma de votar y de hacer política. En las elecciones encontramos récords de participación. Al día 4 de noviembre, Biden había recabado más de 69,77 millones de votos y Trump había logrado poco más de 67,16 millones de votos, lo que permitía saber que se estaba frente a dos hitos de la historia democrática estadounidense: el presidente más votado de su historia, Biden, y el expresidente que pierde con más votos, Trump. Todo el proceso electoral estuvo inmerso en la polarización desde sus inicios; mientras que Biden usó la pandemia como medio de ataque político, Trump la minimizó, lo que supuso una de las principales causas de que fallase su intento de reelección.

En consecuencia, la participación y cantidad de votos, así como los resultados electorales, han mostrado una democracia procedimental en Estados Unidos que se podría considerar sana. Pero tanto la llegada de Trump al poder en las elecciones pasadas como sus constantes modos de gobernar nos muestran los peligros de una democracia que poco a poco se ha desgastado y que en los últimos procesos electorales ha mostrado las fallas de un sistema poco justo.

Elecciones, libertad y juego limpio son la esencia de la democracia, el inexcusable *sine qua non*. Los Gobiernos creados por medio de elecciones pueden ser ineficientes, corruptos, de cortas miras, irresponsables, dominados por intereses concretos e incapaces de adoptar las políticas que exige el bien público. Estas cualidades los convierten en Gobiernos indeseables, pero no en Gobiernos no democráticos. (Huntington, 1991, p. 23; citado en Figueroa, 2018, p. 19).

En esta idea de Huntington fundamentamos la conclusión de las falacias de la democracia estadounidense. Si bien hay elecciones, se carece de

libertad y se ha dado a entender que el proceso electoral, inmerso en todo el contexto ya descrito, ha sido fraudulento. Trump ha demandado un fraude y lo ha hecho con total convicción, lo que no deja muy bien parado al sistema electoral estadounidense, y por otra parte muestra poca confianza en sus instituciones.

Donald Trump planteó demandas para anular el escrutinio de votos por correo o invalidar la certificación de papeletas por considerar que había habido fraude. Pensilvania, Michigan y Arizona han dado la espalda al presidente de Estados Unidos y han puesto fin a sus querellas haciendo cada día más inevitable lo inevitable. (Monge, 2020).

El no aceptar los resultados, un Gobierno irresponsable que ha gestionado la pandemia como un juego y la declaración de fraude demuestran nula confianza en su sistema y sus instituciones, y por ello lo convierten, según la descripción de Huntington, en un Gobierno no democrático. La elección histórica se terminó manchando gracias a una pataleta infantil y ha puesto en el punto de mira a la democracia estadounidense. Los reclamos de Trump han sido al mismo tiempo silenciados, cuestión que también da pie a la crítica. La bandera de la libertad que con tanto orgullo ondea la sociedad norteamericana ha sido manchada en todo un proceso inmerso en la polarización y lleno de be-moles. Si bien se puede analizar todo lo positivo que tienen la elección de Biden, la participación ciudadana, la de grupos minoritarios y la cantidad de personas que salieron a demostrar su inconformidad con un Gobierno que ya se ha descrito aquí como incapaz.

Está también el análisis de una problemática de fondo, la elección de personajes mediáticos como Donald Trump y la desconfianza en las instituciones estadounidenses a raíz de las acciones del presidente de turno, que dan muestra de que, si bien hay participación ciudadana, las demandas y reclamos de la gente no son solucionados por un sistema democrático sesgado. La poca libertad de expresión durante el Gobierno de Trump, las minorías oprimidas y la violencia, así como el racismo, la discriminación y el conflicto de clases que parte de la democracia liberal y capitalista están ahí. La actual elección puede ser vista como una victoria del sistema democrático estadounidense o como una llamada de atención a otros Gobiernos de tipo trumpista.

La victoria de Biden es, en sí, la victoria de la democracia de tipo liberal, pero no es la conquista de los derechos y libertades, y por tanto, no es una victoria más allá de las urnas. Al final, el coronavirus puede ser la crisis necesaria para la reconquista de

derechos y una mejor distribución de la riqueza. La pandemia y el mal manejo de la misma ya empiezan a configurar y a impactar en procesos electorales: Nueva Zelanda o Corea del Sur nos muestran que la gestión del coronavirus será un próximo agente para que los ciudadanos elijan gobernantes. Ahora, la pandemia ha infectado la democracia estadounidense. Que el votante haya salido a las urnas puede denotar participación ciudadana o hartazgo político, la situación da pie a muchos análisis, de tal modo que la conclusión nos muestra que el trumpismo y el sistema democrático estadounidense terminaron siendo contagiados por su misma inoperancia.

Aunado a ello, el ascenso de la violencia como forma de control nos muestra la otra cara de la democracia. El proceso electoral, así como los procesos de transición de un Gobierno a otro, no fueron pacíficos y, por tanto, la creciente violencia en Estados Unidos, así como el uso represivo de la fuerza, nos muestran la cara autoritaria del Gobierno estadounidense.

Una de las características de los autoritarismos es el uso represivo de las fuerzas del orden público. La policía o la milicia son aliados de estos Estados, generan violencia y formas de control mediante el miedo o el terror. La militarización es un fenómeno y una característica de los autoritarismos propios de América Latina, aunque no en exclusiva. La violencia y la militarización fungen como otras características del sistema autoritario.

En el caso de la militarización en América Latina, se argumenta que es uno de los fenómenos producidos por los «neoautoritarismos» o el capitalismo autoritario. «El argumento de la seguridad y defensa del hemisferio ha sido tradicionalmente utilizado como medio de presión política para negociar la integración y los tratados de libre comercio (TLC) con Estados Unidos» (Vega, 2009, p. 145). En la búsqueda de establecer y consolidar su influencia, el poder militar es usado desde una «imagen hobbesiana del poder, al instalar la protección, léase la seguridad interior y exterior del Estado, como valor central de la sociedad» (Vega, 2009, p. 145).

En esta instauración de un *establishment* americano, la militarización en el continente puede responder al mismo tiempo a otros objetivos: problemas de seguridad interna, establecimiento de un poder o control del poder en manos de unos cuantos mediante las vías armadas y las fuerzas militares.

Otros análisis indican que, a raíz de las tensiones de la Guerra Fría, América Latina vio necesario reforzar dichas fuerzas. Con la idea integral de búsqueda de seguridad nacional y la batalla de Occidente en contra del comunismo, representó un ascenso de la fuerza militar por encima de la democracia como agente de protección y legitimación.

La aplicación de esta visión de seguridad nacional propició la denominada reorganización de la sociedad, a la cual solo la podían conducir las fuerzas armadas, única parte del Estado que tenía la comprensión real del peligro que se enfrentaba y la voluntad de asumir los enormes costes de la guerra contrainsurgente. De esta manera, queda abierta la puerta para la toma del poder por parte de los militares y de su ejercicio con una extrema dureza. (Vergara, 2012, p. 12).

Con esto en mente, encontramos un contexto confuso donde la milicia se encuentra en una encrucijada con una serie de cambios: la instauración de las democracias y la caída de los Gobiernos autoritarios de corte burocrático-militar, así como el fin de la Guerra Fría, que dejan una era de paz temporal. La militarización en América Latina y en el mundo global responde a un contexto específico: la guerra contra el narcotráfico y el terrorismo. Estos han generado una nueva ola de militarización que lleva a que la milicia y la policía vuelvan a ganar un poder que ha desembocado en ataques violentos de parte de las fuerzas del Estado a los ciudadanos. Esto se fundamenta en las problemáticas antes descritas, como el terrorismo o el narcotráfico.

El caso de George Floyd muestra esta creciente violencia policial y el uso de la fuerza militar en contra de civiles

Por lo cual, la militarización adquiere una connotación negativa. La presencia del ejército en las calles representa una vuelta a los autoritarismos, lo cual no era algo común en los regímenes democráticos. Las tareas de las fuerzas armadas en los regímenes democráticos modernos, *where governments have militarized public safety and recast the role of the armed forces for domestic law enforcement purposes*, «los Gobiernos han militarizado la seguridad pública y han reformulado el papel de las fuerzas armadas con fines de aplicación de la ley» (Flores-Macías y Zarkin, 2019, p. 2). Con esta reformulación, la línea entre militares y fuerza policiaca se ha ido difuminando (Flores-Macías y Zarkin, 2019) y con ello los regímenes democráticos se acercan más a los autoritarismos militares-burocráticos latinoamericanos de mediados del siglo XX.

La militarización, según Kraska (2007), se puede entender de la siguiente manera: *The process where by civilian police increasingly draw from, and*

pattern themselves around, the tenets of militarism and the military model, «proceso en el que la policía civil se modela siguiendo los principios del militarismo y del modelo militar» (citado en Flores-Macías y Zarkin, 2019, p. 3).

El problema en ciernes es que los niveles de militarización de algunos Estados democráticos van creciendo, lo que genera que algunos puedan convertirse o llegar a la forma más extrema de militarización. *In the most extreme form of militarization –constabularization– military-style training and capacity will make security personnel more prone to treating suspected criminals as a threat to their survival and reacting violently –even in situations that do not require the lethal use of force*, «es la forma más extrema de militarización, el entrenamiento, el estilo militar y la capacidad harán que el personal de seguridad sea más propenso a tratar a los presuntos delincuentes como una amenaza a su supervivencia, y que reaccionen violentamente, incluso en situaciones que no requieren el uso de fuerza letal» (Flores-Macías y Zarkin, 2019, p. 5). Un entrenamiento militar, el ver a los civiles como potenciales criminales y el uso de la fuerza letal para situaciones que no merecen tales niveles de violencia generan un clima autoritario. Aunados a otras crisis adicionales, observamos rasgos cada vez más autoritarios en democracias consolidadas o democracias en plena consolidación, lo que supone un retroceso democrático y un peligro para los ciudadanos.

El caso de George Floyd muestra esta creciente violencia policial y el uso de la fuerza militar en contra de civiles. Estados Unidos muestra cifras terribles en el tema del abuso policial, para ello juega un papel muy importante la raza, lo cual nos muestra también el creciente repudio racial y los elementos de ultraderecha en el sistema político americano. «Cada año mueren más de mil personas por la acción –justificada o no– de la policía» (BBC, 3 de junio de 2020).

En varias ciudades de Estados Unidos encontramos este uso excesivo de la fuerza. «Los agentes de policía participan en tiroteos injustificados, palizas graves, ahogamientos fatales y tratamientos físicos innecesariamente duros» (Human Rights Watch, 1998). Todo este clima de violencia policial y los estudios sobre la misma nos arrojan un panorama desalentador y elementos para poder hablar de una violencia sistémica y racial, enfocada en migrantes o personas pertenecientes a minorías raciales.

Adicional a ello, el último indicio de una violencia sistémica en el gigante americano, de una crisis institucional y de la poca capacidad de la democracia para generar consenso y protección. Un ejemplo de ello fue el asalto al Capitolio, la incitación a pasar por encima de las instituciones democráticas, a despecho de la voluntad del presidente

Trump. Todo ello nos muestra un sistema político que ha generado una polarización excesiva y, sobre todo, el atropello de la confiabilidad democrática. «La presidencia de Donald J. Trump, desde el inicio enraizada en el enojo, la polarización y la promoción de las conspiraciones, llega a su fin con una turba violenta que irrumpió en el Capitolio instigada por un líder derrotado que intenta aferrarse al poder como si Estados Unidos fuera otro país autoritario» (Baker, 2021).

La violencia en este caso sirvió como forma de debilitar, polarizar y controlar sectores poblacionales. En la violencia se sustenta el terror de los totalitarismos, para los autoritarismos.

Discurso del odio y de incitación a la violencia, elementos que le permitan ver los aspectos autoritarios y, también, los rasgos fascistas del presidente que aún no controlaba a las instituciones del Estado para, en sus palabras, «despertar odios atávicos». La polarización a través de la retórica a la que recurren todos los fascistas para imponer la apolítica (indiferencia hacia la política en sus sociedades es una característica del fascismo de cualquier época y lugar). (Sagal, 2014, p. 29).

Con el uso de la violencia se reconfigura la autoridad a través del miedo y, por tanto, se generan enemigos comunes que pueden cohesionar o mitificar al Gobierno. De tal forma que se puede controlar a una población y al mismo tiempo generar la poca participación política del resto.

La turba incitada por Trump desde medios electrónicos como Facebook o Twitter dejó como resultado «cinco muertos y múltiples heridos, y hasta este fin de semana se habían realizado más de 100 detenciones» (BBC, 16 de enero de 2021). Al mismo tiempo, dejó en evidencia lo endeble del sistema político americano, también el daño que Gobiernos ultraconservadores de derecha pueden hacerle a un país, generando la desconfianza en las instituciones democráticas.

Para Žižek (2009), la violencia en la modernidad sufre un fenómeno que conlleva a «cambiar de tema» con la finalidad de ignorar el problema, lo cual también pone de manifiesto que «la violencia subjetiva es, simplemente, la más visible» (Žižek, 2009, p. 22). Consideramos importante recalcar el papel de la configuración de la violencia en el capitalismo moderno, que según Žižek hace que la violencia como tal adquiera niveles y formas diferentes y nuevas formas de ejercicio. Dicha idea marxista del impacto de la economía en el accionar humano genera una violencia sistémica propiciada por el materialismo histórico como motor de los problemas sociales. El tema del Capitolio solo fue dejado de lado. Se buscó mecanismos para callar

al expresidente Trump y se le vetó de las redes sociales. Pero el gran problema sigue en ciernes, el alzamiento violento de grupos específicos, el creciente problema de la violencia policial, el odio racial y, sobre todo, la crisis de desigualdad del capitalismo depredador.

Por último, es importante analizar la reconfiguración de la soberanía de un país, así como los canales digitales como generadores de violencia y, por tanto, los canales por los cuales Trump generó tal polarización tanto en su mandato como en los días finales de su Gobierno: los medios electrónicos. El tema electoral ya se ha tocado en el presente, pero no los efectos de las votaciones y de la democracia digital, desde la desconfianza hasta que las empresas privadas dueñas de los medios pueden interferir, ya sea en la opinión o en la libertad de expresión.

Otra de las principales maneras autoritarias que han surgido con la pandemia y con el creciente uso de las tecnologías de la información es la vigilancia digital. Esto ha generado una pérdida de libertad, así como el control de empresas transaccionales o Estados autoritarios de la vida de los individuos. Este tipo de dominación moderna, mediante datos, redes sociales, motores de búsqueda y bombardeo de publicidad, sería el espacio perfecto para la instauración de regímenes autocráticos. Una sociedad como la que describe Orwell se puede vislumbrar en la vigilancia actual, el sueño de cualquier dictador del siglo pasado se encuentra a un clic de distancia. Es conveniente recalcar que este control tan marcado de la información trasgrede la esfera de lo privado. El Gobierno chino y algunos pares asiáticos, así como grandes países capitalistas como Estados Unidos, han aprovechado una ventana de oportunidad cultural que ofrecen sus ciudadanos, fundamentada en la obediencia y en la colectividad, como en el caso de Asia, o en el hiperconsumo, como es el caso de Estados Unidos, para instaurar estas formas de control.

La vigilancia moderna también reestructura una nueva concepción del soberano, aquel que decide el estado de excepción (Márquez, 2009). «A la vista de la epidemia quizá deberíamos redefinir incluso la soberanía. Es soberano quien dispone de datos. Cuando Europa proclama el estado de alarma o cierra fronteras sigue aferrada a viejos modelos de soberanía» (Han, 2021). La reconfiguración del soberano y la creación de un enemigo en la pandemia nos generan un estado de guerra, catalizador de grandes autocracias en épocas pasadas. La pandemia ha generado una nueva forma de vigilancia digital, agresiva y bien organizada, que cumple con el objetivo de contener una pandemia, pero que seduce al autócrata en otros usos. Las redes sociales se han configurado como los nuevos soberanos,

controlan el consumo, acallan la opinión, configuran nuevos canales de debate y al mismo tiempo posicionan las ideas de un grupo oligarca.

La vigilancia, en la idea líquida de Bauman, responde al control del consumo, al autoritarismo capitalista, con el concepto de vigilancia líquida se pretende explicar «lo que está ocurriendo en el mundo del control monitorizado, el seguimiento, el rastreamiento, la clasificación» (Bauman y Lyon, 2013, p. 5). Esto responde a una sociedad que catalogan como postpanóptica, que funciona como un gran ojo que todo lo ve, que todo lo mercantiliza y que busca la protección de un grupo dominante.

El modelo panóptico se considera desde la perspectiva del consumidor. Es esta la última estancia del *continuum* de la vigilancia. En el *marketing* a partir de bases de datos, el objetivo es hacer creer a los clientes potenciales que son importantes cuando lo importante es clasificarlos y, por supuesto, sacarles más dinero en las futuras compras. Aquí, la individualización se convierte claramente en un bien; si existe un poder panóptico, este está al servicio de los comerciantes, que intentan adormecer y engañar al incauto. (Bauman y Lyon, 2013, p. 39).

Lo preocupante de la situación recae en que la vigilancia líquida y la teoría panóptica aunada a la posmodernidad y las nuevas tecnologías generen un control total de la información y de las dinámicas del consumo. Más aún, reforzando la tesis de Byung-Chul Han en torno a la autoexplotación, lo cual va unido al mecanismo de autosometimiento y a las ideas de Zygmunt Bauman sobre la individualización y el consumo, los datos que las grandes corporaciones necesitan se los entregamos nosotros.

En resumidas cuentas, al igual que los caracoles transportan sus casas, también los empleados del nuevo mundo moderno líquido deben crear y cargar con sus propios panópticos individuales. Se ha cargado sobre los empleados y sobre cualquier otro tipo de subordinados la responsabilidad total e incondicional de mantener y asegurar el funcionamiento del dispositivo panóptico sin interrupciones (dejar el móvil o el iPhone en casa cuando nos vamos a dar una vuelta, y con ello dejar de estar constantemente y a la entera disposición de nuestro superior, constituye una falta grave). (Bauman y Lyon, 2013, p. 42).

Tomando en cuenta la vigilancia como una herramienta del Estado autoritario, como instrumento del tirano en la constitución de un régimen de control suministrado por el mismo individuo para que lo establezca sin la menor resistencia, no solo hay que centrarse en el tirano, sino también en «el espíritu que mueve a la vigilancia, las ideologías que la promueven, las circunstancias que la hacen po-

sible y la gente normal que la acepta, la cuestiona o que decide que, si no puede ganarle, se unirá a ella» (Bauman y Lyon, 2013, p. 12). Y es que en el hambre de modernidad y en la convulsa idea del progreso los Estados han entregado todo, hasta su privacidad. Los autoritarismos posmodernos son antiéticos, las democracias modernas abandonaron la libertad en pro del control.

Estados Unidos entró en las dinámicas autoritarias posmodernas mediante mecanismos violentos como la policía, la desconfianza de las instituciones democráticas, así como nuevas formas de control que han reconfigurado su soberanía y su libertad. Con ello encontramos que la democracia estadounidense ha entregado su libertad en pro del control capital y del consumo.

El caso mexicano se puede analizar desde una óptica muy similar, estamos ante una crisis de confianza en las instituciones, en ascenso de la militarización y la violencia, y comicios electorales delegitimados o con elementos violentos en ellos. La crisis democrática actual y la pandemia han generado violencia, terrorismo y el terror.

Para Donatella di Cesare, uno de los lados oscuros y violentos de la democracia salió a flote con la pandemia. «El que veía en el *ethos* democrático la garantía contra todo abuso o violación» (Di Cesare, 2019) ha estado errado, ya que el terrorismo y la violencia son una cara no visible, pero parte del discurso democrático. «Podemos pensar que la democracia es el Gobierno que dice: “No necesito el terror para gobernar”. Pero el terror queda inscrito en la democracia. La democracia tiene este lado oscuro y violento que puede salir a la luz» (Di Cesare, 2019).

El lado violento de la democracia mexicana es visible cada proceso electoral, el sistema político mexicano categorizado como democrático ha interiorizado las formas violentas de control y al mismo tiempo ha generado un ambiente de violencia estructural que se da día con día en el país. México ha transitado hacia un proceso de desdemocratización. La violencia, la militarización, la desconfianza en las instituciones democráticas y la polarización, así como la poca capacidad del Estado para generar bienestar, pueden ser categorizadas como formas de acercarse a los autoritarismos en nuestro país.

La crisis de la democracia en México se puede analizar desde el grado de capacidad del Estado para el cumplimiento de demandas de los grupos sociales, lo que Tilly denomina «capacidad estatal» (Bizberg, 2015, p. 123). La «capacidad estatal» o las demandas de la sociedad condicionan el desarrollo de la democracia y los niveles de la misma. México enfrenta un período de posdemocracia y de desdemocratización, generando una ausencia de elementos democráticos; ambos procesos se han ido configurando en plena pandemia. Esto ha generado el

despojo de elementos considerados democráticos, como son la igualdad, la libertad y la justicia. Al mismo tiempo que se cancelan ciertas conductas democráticas en el país a raíz del coronavirus, el sistema degrada los valores democráticos.

En el fondo, sin embargo, son dos procesos diferentes que pueden, incluso, conjugarse provocando daños devastadores en lo que a la pérdida de libertad se refiere. La desdemocratización contempla la cancelación efectiva de ciertas prerrogativas democráticas, normalmente por un breve período de tiempo o para afrontar sucesos excepcionales (de terrorismo, catástrofes naturales, etcétera). La posdemocracia, por el contrario, es un proceso solapado, presentado como «natural», que garantiza las libertades formales, pero las degrada o las despoja de su verdadero contenido democrático. (Bauman y Bordoní, 2016, p. 133).

El primer elemento que nos puede apoyar para explicar la creciente presencia de elementos autoritarios, así como la generación de una democracia deficiente en el país, es la polarización y desconfianza en las instituciones democráticas mexicanas. En la democracia mexicana, las viejas prácticas del antiguo régimen prevalecen en los procesos democráticos actuales. La transición democrática y la democracia en México no terminan de constituirse, sobre todo con la intervención del ejecutivo en procesos electorales y en la escalada de conflictos entre el organismo encargado de gestionar las elecciones y el presidente Andrés Manuel López Obrador.

A lo largo del proceso electoral, hemos podido constatar la escalada de declaraciones en contra del organismo encargado de observar y organizar las elecciones en México. El caso Salgado Macedonia como candidato a gobernador de Guerrero y la resolución de quitarle la candidatura se constituyó como un problema y la intervención del ejecutivo genera un clima de desconfianza y de deslegitimación al INE.

De hecho han sido sobre todo el presidente mexicano y la cúpula de su partido quienes han construido una trinchera ideológica en torno a un caso que tiene que ver con la aplicación de la legislación. Córdova se empleó en explicarlo y recordó que «respetar la ley representa el piso mínimo de funcionamiento de una democracia constitucional». (Manetto, 2021).

El conflicto entre ejecutivo y el organismo autónomo ha seguido, en los canales de comunicación que ha instaurado el actual Gobierno mexicano, y se han encontrado varias frases dichas por el propio mandatario. Se ha acusado al organismo de generar una democracia simulada en el país: «Dicen que

traemos una campaña en contra de la autoridad electoral y que queremos someter a la autoridad electoral, no, no somos iguales, nada más que ya basta de estar simulando de que son demócratas cuando siempre han estado al servicio de la antidemocracia, siempre» (Infobae, 2021). También ha señalado en otras ocasiones «que su triunfo en las elecciones fue porque era imposible parar la ola a su favor, pero el INE “permitió fraudes”» (Forbes, 2020).

Esta serie de declaraciones generan la deslegitimación y la desconfianza en el sistema político mexicano, así como en las instituciones encargadas de dar legalidad y certeza jurídica a los procesos de elección en México. Aunado a la intervención, las irregularidades y la corrupción y compra de votos, en el sistema mexicano, históricamente, ha presentado una serie de problemas para generar elecciones limpias y confiables.

En la democracia mexicana, las viejas prácticas del antiguo régimen prevalecen en los procesos democráticos actuales

El segundo punto a tratar es la violencia y la presencia militar, donde encontramos que el Estado ha perdido la capacidad, a raíz de la guerra contra el narco planteada en el sexenio del presidente Felipe Calderón. Toda esta violencia desencadenó un incremento de índices de homicidios y todo tipo de crímenes violentos. Esta violencia tuvo como efecto la creciente desaprobación y la creación de movimientos que tuvieron como fin la búsqueda y la exigencia de derechos por parte de los manifestantes que exigían justicia para ellos y sus familias. «Se demanda en democracia aquello que se exigía a los militares en el poder en el ocaso del autoritarismo en el Cono Sur: respeto a los derechos humanos, paradero de los desaparecidos, conocimiento preciso de las muertes de las víctimas» (Bizberg, 2015, p. 133).

Por otro lado, el clima de violencia en el país genera deficiencia en la democracia mexicana. Las cifras de asesinatos en México en el primer semestre de 2018 a 2020 son de 17.772, 17.776 y 17.123, respectivamente. Solo en 2020, con armas de fuego murieron 12.398 personas (INEGI, 2021), aproximadamente el 72 % de asesinatos en México, producto de la violencia, la militarización y la poca producción del sistema para generar progreso y oportunidades para todos.

Los índices de violencia y la falta de capacidad estatal para generar un espacio de seguridad tanto económica como política y social generan en México un clima autoritario, donde los procesos de violencia se normalizan cada vez más. Es común observar casos como el asesinato en manos de la policía del civil de Jalisco por no portar cubrebocas o el abuso policial a la migrante que acabó con la vida de esta en Tulum. La esfera de la violencia en México ha ido interiorizándose hasta constituirse como un común denominador, penetrando en todas las áreas de la vida del mexicano.

La explosión de la violencia que produjo la «guerra contra las drogas» incrementó considerablemente la inseguridad en el país y la debilidad del Gobierno en varias regiones, como ha sucedido tan palpable y trágicamente en Iguala con el asesinato de seis normalistas y la desaparición y posterior asesinato de otros 43 estudiantes de la Normal Rural de Ayotzinapa, con la complicidad entre el Gobierno, las fuerzas policíacas y el crimen organizado. (Bizberg, 2015, p. 137).

Por último, la violencia en los procesos electorales del 6 de junio de 2021, el asesinato de candidatos previo a los procesos electorales, así como la quema de boletas, la presencia de tiroteos, de grupos armados, el abandono de cuerpos mutilados, disturbios. «Balaceras en Puebla y Oaxaca, restos humanos abandonados en Tijuana y una masacre en Chiapas horas antes de abrir las casillas ensombrecen los comicios» (Ferri, 2021). Todo ello genera el terror inherente de la democracia y la violencia intrínseca en la misma, la «demoprotección» y el «demopoder» no están presentes en la democracia mexicana.

La «demoprotección», entendida como la protección de un pueblo contra la tiranía, y el «demopoder», que significa el establecimiento del poder popular (Sartori, 2014). Mientras que la «demoprotección» en la idea de Sartori (2014) se encarga de ser el medio de protección que tiene el pueblo en contra de los poderes autocráticos, también se encarga del cuidado de los valores democráticos, para con esto poder llegar a la instauración de un «demopoder» que se logra bajo la aceptación popular y el voto.

La «demoprotección» se refiere a «los medios legales y estructurales para limitar y controlar el ejercicio del poder» (Sartori, 2014, p. 522). Esto apoya la protección de los ciudadanos en contra de poderes autocráticos y al mismo tiempo instaura libertad y defensa. Sartori lo define como la forma para «cualquier cultura con independencia de las configuraciones socioeconómicas subyacentes» (Sartori, 2014, p. 522). El «demopoder» «remite a elementos del contenido político, de los *inputs* y *outputs* concretos que se procesan por y dentro

del sistema político» (Sartori, 2014, p. 522). Concretamente, es la parte de la organización estatal.

El Estado mexicano, desde la implantación de la idea de democracia como mecanismo de generar protección e instaurar poder, se ha visto rebasado. Porque en la violencia sistémica generada por el necrocapitalismo y por el mismo Estado no hay cabida para una protección efectiva. Al mismo tiempo, desde el discurso político, las instituciones que genera el demopoder en México no son confiables, los comicios no son seguros y los resultados no son aceptados.

Conclusiones

Los casos mexicano y estadounidense nos dan una muestra del modo en que en la modernidad las democracias globales han interiorizado formas autoritarias, como lo son la violencia y la polarización, así como la falta de mecanismos de legalidad y confianza en los procesos electorales. Las formas autoritarias en las democracias del continente son muchas y variadas. La represión política y la violenta en Colombia, la personalización y centralización del poder en El Salvador, la creciente presencia de gobernantes o partidos de ultraderecha como Bolsonaro en Brasil, el aumento de partidarios de este tipo de partidos en Italia, España o Alemania, la perpetuación del poder de Putin en Rusia, el control de la información y de la vida diaria en China. Los casos particulares analizados aquí dan pie para reflexionar y analizar de manera más profunda los elementos autoritarios y las formas de gobernabilidad represiva que se viven en el continente americano y que han tenido un ascenso muy marcado durante la pandemia.

Fuentes y bibliografía

- Agamben, Giorgio, (2004): *Estado de excepción. Homo sacer II, 1*. Valencia: Pre-Textos.
- Apel, Karl Otto (1990): *Penser avec Habermas contre Habermas*. París: L'Éclat.
- Arendt, Hannah (1972): *Du mensonge a la violence*. París: Calmann-Lévy.
- Arendt, Hannah (2004): *Los orígenes del totalitarismo*. Madrid: Taurus.
- Arendt, Hannah (2005): *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
- Arendt, Hannah (2006): *Sobre la violencia*. Madrid: Taurus.
- Arendt, Hannah (2015): *Crisis de la república*. Madrid: Trotta.
- Baker, P. (6 de enero de 2021): «Disturbios y violencia en el Capitolio: el fin de la era Trump», en *The New York Times*.
- Bauman, Zygmunt (2019): *En busca de la política*. México: FCE.
- Bauman, Zygmunt, y Bordoni, C. (2016): *Estado de crisis*. Madrid: Ediciones Paidós.

- Bauman, Zygmunt, y Lyon, D. (2013): *Vigilancia líquida*. Madrid: Paidós.
- BBC (3 de junio de 2020): «Muerte de George Floyd: los números que muestran que la violencia policial en Estados Unidos es un “problema de salud pública”», en *BBC News Mundo*.
- BBC (14 de noviembre de 2020): «Coronavirus en Estados Unidos: 5 cifras que muestran cómo la pandemia de coronavirus está fuera de control en el país», en *BBC News Mundo*, obtenido en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-54912864>
- BBC (16 de enero de 2021): «Asalto al Capitolio: las pistas sobre cómo el ataque no fue tan espontáneo (y las sospechas de que hubo ayuda desde dentro)», en *BBC News Mundo*, en <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-55671725>
- Bernardi, Bruno (1999): *La démocratie*. París: Flammarion.
- Bernardi, Bruno (2003): *Qu'est-ce que une décision politique?* París: Vrin.
- Bizberg, I. (2015): «México: una transición fallida», en *Desacatos*, 48, pp. 122-139.
- Bobbio, Norberto (2018): *Estado, gobierno y sociedad*. México: FCE.
- Calasso, Roberto (2018): *La actualidad innombrable*. Barcelona: Anagrama.
- Dahl, R. A. (1992): *La democracia y sus críticos*. Buenos Aires: Paidós.
- Dahl, R. A. (2014): «Democracia y pluralismo: la poliarquía», en F. Vallesperín: *La democracia y sus textos*. Madrid: Alianza, pp. 395-410.
- Di Cesare, Donatella (9 de febrero de 2019): «Donatella di Cesare: “El terror es el rostro enigmático y violento de la globalización”» (P. Elorduy, entrevistador).
- Di Cesare, Donatella (2020): *¿Virus capitalista? La asfixia capitalista*. Madrid: Siglo XXI.
- Dupuy, Jean-Pierre (1998): *El sacrificio y la envidia. El liberalismo frente a la justicia social*. Barcelona: Gedisa.
- Ferri, P. (7 de junio de 2021): «La violencia no cesa durante la jornada electoral tras una campaña manchada de sangre», en *El País*, obtenido en <https://elpais.com/mexico/2021-06-07/la-violencia-no-cesa-durante-la-jornada-electoral-tras-una-campana-manchada-de-sangre.html>
- Ferry, Jean Marc (1987): *Habermas, l'éthique de la communication*. París: PUF.
- Ferry, Jean Marc, y otros (2015): *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Figuroa, V. M. (2018): «Desarrollo y democracia: teoría y actualidad en Estados Unidos (EU) de América», en *Revista Perspectivas Sociales*, enero-junio, vol. 20, núm. 1, pp. 7-36.
- Flores-Macías, G. A., y Zarkin, J. (2019): «The Militarization of Law Enforcement: Evidence from Latin America», en *Perspectives on Politics*, pp. 2-20.
- Forbes (22 de junio de 2020): «AMLO arremete contra el INE: es el más caro del mundo y no garantiza elecciones limpias», en *Forbes*, obtenido en <https://www.forbes.com.mx/politica-amlo-arremete-contra-el-ine-es-el-mas-car-del-mundo-y-no-garantiza-elecciones-limpias/>
- González, C. H. (27 de abril de 2020): «Elecciones en tiempos de pandemia», en *Animal Político*, obtenido en <https://www.animalpolitico.com/analisis/invitaciones/elecciones-en-tiempos-de-pandemia>
- Guillarme, Bertrand (2016): *Rawls et l'égalité démocratique*. París: Garnier.
- Habermas, Jürgen (1982): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Habermas, Jürgen (1993): *Teoría y praxis*. México: REI.
- Habermas, Jürgen (1999a): *La inclusión del otro. Estudios de teoría política*. Barcelona: Paidós.
- Habermas, Jürgen (1999b): *Fragments filosóficos-teológicos*. Madrid: Trotta.
- Habermas, Jürgen (1999c): *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. Madrid: Cátedra.
- Habermas, Jürgen (2000): *Perfiles filosóficos-políticos*. Madrid: Taurus.
- Habermas, Jürgen (2002): *Acción comunicativa y razón sin trascendencia*. Barcelona: Paidós.
- Habermas, Jürgen (2003): *La ética del discurso y la cuestión de la verdad*. Barcelona: Paidós.
- Habermas, Jürgen (2005): *Facticidad y validez*. Madrid: Trotta.
- Habermas, Jürgen (2006): *Entre naturalismo y religión*. Barcelona: Paidós.
- Habermas, Jürgen (2007): *Verdad y justificación*. Madrid: Trotta.
- Habermas, Jürgen (2008): *Más allá del Estado nacional*. Madrid: Trotta.
- Habermas, Jürgen, y Rawls, John (2000): *Debate sobre el liberalismo político*. Barcelona: Paidós.
- Han, B. C. (2010): *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- Han, B. C. (2013): *Topología de la violencia*. Barcelona: Herder.
- Han, B. C. (20 de marzo de 2021): «La emergencia viral y el mundo de mañana», en *El País*.
- Held, D. (1990): *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza.
- Human Rights Watch (1998): «Inmune a la justicia. Brutalidad y responsabilidad policiales en Estados Unidos», en *Hrw.org*, obtenido en https://www.hrw.org/legacy/spanish/informes/1998/eeuu_policia.html
- IDEA (11 de noviembre de 2020): *Panorama global del impacto del covid-19 en las elecciones*, obtenido en <https://www.idea.int/es/news-media/multimedia-reports/panorama-global-del-impacto-del-covid-19-en-las-elecciones>
- INEGI (26 de enero de 2021): «Datos preliminares revelan que de enero a junio de 2020 se registraron 17.123 homicidios», en *Inegi*, obtenido en https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2021/EstSociodemo/Defcioneshomicidio_En-Jun2020.pdf
- Infobae (12 de abril de 2021): «“Ya basta de estar simulando”: AMLO acusó al INE de estar al servicio de la antidemocracia», en *Infobae*, obtenido en <https://www.infobae.com/america/mexico/2021/04/12/ya-basta-de-estar-simulando-amlo-acuso-al-ine-de-estar-al-servicio-de-la-antidemocracia/>
- Lefort, Claude (1983): *L'invention démocratique: les limites de la domination totalitaire*. París: Fayard.
- Lefort, Claude (2006): «Hannah Arendt y la cuestión de lo político», en Fina Birulés (comp.): *Hannah Arendt. El orgullo de pensar*. Barcelona: Gedisa.
- Legros, Robert (1999): *L'avènement de la démocratie*. París: Grasset.
- Macpherson, C. B. (1997): *La democracia liberal y su época*. Madrid: De Bolsillo.

- Manetto, F. (14 de abril de 2021): «López Obrador escala su campaña contra el INE y lo acusa de "atentado a la democracia"», en *El País*, obtenido en <https://elpais.com/mexico/2021-04-14/lopez-obrador-escala-su-campana-contra-el-ine-y-lo-acusa-de-atentar-contra-la-democracia.html>
- Manin, Bernard (2006): *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.
- Márquez, W. A. (2009): «La dictadura como encarnación de lo político. Anotaciones en torno a Carl Schmitt», en *Estudios Políticos*, núm. 34, pp. 47-62.
- Mesure, Sylvie, y Renaut, Alain (1996): *La guerre des Dieux. Essai sur la querelle des valeurs*. París: Grasset.
- Mesure, Sylvie, y Renaut, Alain (1999): *Alter ego. Les paradoxes de l'identité démocratique*. París: Flammarion.
- Monge, Y. (14 de noviembre de 2020): «Los tribunales de tres Estados rechazan las demandas de fraude electoral de Trump», en *El País*, obtenido en <https://elpais.com/internacional/elecciones-usa/2020-11-14/los-tribunales-de-tres-estados-rechazan-las-demandas-de-fraude-electoral-de-trump.html>
- Rawls, J. (1995): *Teoría de la justicia*. México: FCE.
- Rawls, J. (1996): *El liberalismo político*. Barcelona: Crítica.
- Rawls, J. (2002): *La justicia como equidad: una reformulación*. Barcelona: Paidós.
- Renaut, Alain (dir.), 1999: *Histoire de la philosophie politique, 5. Les philosophies politiques contemporaines*. París: Calmann-Lévy.
- Renaut, Alain (2005): *Qu'est-ce qu'un peuple libre? Libéralisme ou républicanisme*. París: Grasset.
- Sagal, A. (2014): *Totalitarismo, dictadura y autoritarismo. Definiciones y redefiniciones. Gobierno y gestión pública*, pp. 1-37.
- Sartori, G. (2014): «Hasta dónde puede ir un Gobierno democrático», en F. Vallesperín: *La democracia en sus textos*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 521-531.
- Sennett, Richard (2011): *El declive del hombre público*. Barcelona: Anagrama.
- Taylor, Charles (1997): *Argumentos filosóficos. Ensayos sobre el conocimiento, el lenguaje y la modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Todorov, Tzvetan (2000): *Mémoire du mal, tentation de bien: enquête sur le siècle*. París: Robert Laffont.
- Todorov, Tzvetan (2012): *Les ennemis intimes de la démocratie*. París: Robert Laffont.
- Vega, H. (2009): *La fortaleza americana. Militarización de la política en la región andina*. Santiago de Chile: Clacso.
- Vergara, J. C. (2012): «La seguridad y las fuerzas armadas en América y el Caribe. Nuevos desafíos para la construcción de una democracia», en D. Á. Veloso: *El papel de las fuerzas armadas en América Latina: seguridad interna*. Buenos Aires: CLACSO, pp. 11-63.
- Žižek, S. (2009): *Sobre la violencia*. Buenos Aires: Paidós.
- Žižek, S. (2020): *Pandemia, la covid-19 estremece el mundo*. Barcelona: Anagrama.

LOS HASHTAGS COMO HERRAMIENTAS EN MATERIA DE GÉNERO EN EL MARCO DE LA EMERGENCIA SANITARIA POR COVID-19 EN ARGENTINA

Hashtags as Gender Tools in the Context of the Covid-19
Health Emergency in Argentina

Tatiana Marisel Pizarro

Instituto de Investigaciones Socioeconómicas, CONICET, Universidad Nacional de San Juan (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0002-3701-5156>

El propósito de este artículo es el de indagar sobre las discursividades presentes en las campañas #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes creadas por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de Argentina durante los primeros cuarenta días del aislamiento social preventivo y obligatorio iniciado el 20 de marzo de 2020. Específicamente se pone el foco en lo relacionado a las propuestas de visibilización de la violencia por motivos de género y los prejuicios en materia de cuidado. Para lograr este objetivo, se observa la repercusión de estas campañas en Twitter e Instagram. La elección para el análisis de estas campañas radica en que los *hashtags* #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes fueron utilizados por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de un modo indistinto para denunciar simultáneamente el aumento de femicidios ocurridos durante el aislamiento social preventivo y obligatorio en Argentina y la injusta distribución de tareas domésticas y de cuidado al interior de los hogares. En este sentido, se realiza un análisis comparativo entre ambas campañas y las enunciaciones divergentes emitidas de manera indiscriminada sobre ambas temáticas. Para esto, la observación se hace desde el campo de la sociosemiótica con el fin de realizar una lectura de los mensajes institucionales descritos que permita identificar la dimensión significativa que se le otorgó a la violencia por motivos de género y a la distribución del cuidado en esta situación histórica tan singular.

Palabras clave

Institucionalidad del género, redes sociales, mujeres, cuidado, violencia por motivos de género

The purpose of this article is to investigate the discursives present in the #CuarentenaConDerechos and #CuarentenaEnRedes campaigns created by the Ministry of Women, Gender and Diversity of Argentina, during the first forty days of social isolation preventive and mandatory started on 20 March 2020. Specifically, the focus will be on proposals to raise awareness of gender violence and care bias. To achieve this goal, the impact of these campaigns on Twitter and Instagram will be observed. The choice for the analysis of these campaigns is that the *hashtags* #CuarentenaConDerechos and #CuarentenaEnRedes were used by the Ministry of Women, Genders and Diversity in an indistinct way to denounce simultaneously the increase of femicides that occurred during the social isolation preventive and mandatory in Argentina and the unjust distribution of domestic and care tasks inside the homes. In this sense, a comparative analysis was made between both campaigns and the divergent statements issued indiscriminately on both topics. For this, the observation was made from the socio-semiotics to make a reading of the institutional messages described to identify the significant dimension that was granted to gender-based violence and the distribution of care in this unique historical situation.

Keywords

Gender institutionality, social networks, women, care, gender violence

Cómo citar este artículo: Pizarro, T. M. (2024). Los *hashtags* como herramientas en materia de género en el marco de la emergencia sanitaria por covid-19 en Argentina. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 138-150. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20204>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

El 10 de diciembre de 2019, asumió en Argentina la fórmula presidencial compuesta por Alberto Fernández y Cristina Fernández. Con la llegada de este nuevo Gobierno se estableció una variedad de cambios en el organigrama estatal, entre ellos se vislumbró el surgimiento de una nueva institucionalidad de género mediante la creación de la Dirección de Economía, Igualdad y Género, la Dirección de Cuidados Integrales y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad.

Tres meses más tarde, el 12 de marzo de 2020, a través del decreto núm. 260, se declaró en Argentina por el período de un año la emergencia pública en materia sanitaria¹. De esta manera, se instauró así en todo el territorio argentino el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO). Fue así como se prohibió la circulación de las personas con el fin de evitar la propagación y contagio del virus covid-19. Esta decisión tuvo como consecuencia una fuerte contracción económica en Argentina –como en otras partes del mundo que implementaron la cuarentena–, por lo que la nueva gestión gubernamental tuvo que establecer medidas de emergencia que apuntasen a la protección de todos los sectores de la población, pero principalmente a los más vulnerables socioeconómicamente.

Ante esta situación excepcional, resulta de gran interés observar el modo en que este nuevo organigrama estatal actuó con una supuesta mirada inclusiva; especialmente durante la pandemia del covid-19. Para esto, se pretende indagar sobre las discursividades presentes en las campañas #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes en Twitter e Instagram, creadas por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de Argentina durante los primeros cuarenta días del aislamiento social preventivo y obligatorio iniciado el 20 de marzo de 2020. En particular, el foco analítico estará puesto en lo relacionado a las propuestas de visibilización de la violencia por motivos de género y los prejuicios en materia de tareas de cuidado.

La elección para el análisis de estas campañas radica en que los *hashtags* #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes fueron utilizados por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad de un modo indistinto para denunciar simultáneamente el aumento de feminicidios ocurridos durante el aisla-

miento social preventivo y obligatorio en Argentina y la injusta distribución de tareas domésticas y de cuidado al interior de los hogares.

En otras palabras, el objetivo de este artículo es el de observar el modo en que la nueva institucionalidad de género ha actuado en relación con las nuevas políticas de emergencia vinculadas directamente a las mujeres durante la primera ola de covid-19 en Argentina. Esto a sabiendas de las distintas decisiones sanitarias puestas en acción por los países ante la pandemia de covid-19, que profundizó las desigualdades producidas por el mercado como factor regulador de la vida, principalmente en lo referido a las mujeres en el ámbito laboral y en aumento del trabajo reproductivo en el ámbito privado del hogar.

El artículo se encuentra dividido en tres secciones. En la primera se presenta el marco teórico y contextualización de las inequidades por motivos de género que originaron la creación de la Dirección de Economía, Igualdad y Género, la Dirección de Cuidados Integrales y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad. En la segunda parte se realiza una descripción de las campañas creadas por esta nueva institucionalidad de género durante la primera ola de covid-19. En la tercera sección se presentan las discusiones pertinentes al enfoque analítico y, finalmente, se exponen las reflexiones finales.

1. El impacto diferencial en la realidad de las mujeres durante la pandemia por covid-19

«Saldremos mejores de esta pandemia», se decía apenas inició esta realidad pandémica en marzo de 2020. Lo cierto es que, a pesar de las esperanzas de dejar por tierra el *sálvese quien pueda* y el enaltecimiento de la construcción colectiva del *nadie se salva solo*, a medida que pasaron los meses los movimientos anticuarentena y antivacunas tomaron protagonismo en la agenda política y mediática.

Previo a esta realidad, en el período correspondiente a la gestión gubernamental de Mauricio Macri (2015-2019), se ahondaron las desigualdades socioeconómicas² de los habitantes de Argentina. Esto a pesar de los discursos de la, por entonces, cúpula gubernamental, que enaltecían las cualidades individuales para el crecimiento personal y justificaban la potencial ausencia por parte del Estado.

¹ La Ley 27.541 establece en el artículo 1: «Declárase la emergencia pública en materia económica, financiera, fiscal, administrativa, previsional, tarifaria, energética, sanitaria y social, y deléganse en el poder ejecutivo nacional las facultades comprendidas en la presente ley en los términos del artículo 76 de la Constitución nacional, con arreglo a las bases de delegación establecidas en el artículo 2.º, hasta el 31 de diciembre de 2020».

² El decil de menores ingresos aumenta de un 16,3 en 2015 a un 18 en 2018. Además, el coeficiente de Gini incrementa en este período, correspondiendo a un 0,4005 en 2015 y un 0,422 en 2018 (Busso y Pérez, 2019).

Es importante, entonces, definir el rol que tiene –y adopta– el Estado. Al hablar de la forma que toma el Estado, no solo se hace alusión a las instituciones que lo constituyen, sino también a las acciones conjuntas que conforman y delimitan la función del mismo (Bonnet y Piva, 2010).

Ante las diversas realidades vividas durante la pandemia de covid-19, la posibilidad de realizar trabajo remoto –tal como se recomendaba– varió de acuerdo con las particularidades de cada profesión –algunas pudieron amoldarse a esta nueva forma, a otras les resultó impracticable–. En este escenario, en el núcleo familiar entraron en juego la tirantez por los límites de la *justa* distribución de las tareas reproductivas, de cuidado y domésticas junto a la latente feminización de muchas de estas.

Es preciso señalar como un factor de empobrecimiento en las mujeres el momento en el que deciden ponerle fin a una relación con rasgos violentos

En lo referido a los aspectos culturales, es preciso poner atención en los distintos roles que ocupan las mujeres en el ámbito productivo, lo que ayudará a comprender –o por lo menos brindará indicios– sobre las distinciones existentes en relación con el papel que se les brinda a ellas en la sociedad (Boserup, 1993).

Ante el estudio de las desigualdades sociales suele observarse que, por lo general, se realizan los análisis desde una «perspectiva única, con notables dificultades para entender o conceptualizar las diferencias internas en cada una de las categorías construidas» (Tortosa, 1999, p. 11). De hecho, suele hablarse del *gender blind*; es decir, se toman en consideración diversas variables sin transversalizarlas con las potenciales distinciones de género, lo que puede atribuirse a que muchos análisis se han realizado sin observar las realidades vividas por las mujeres ante la situación específica estudiada (Giddens, 1989).

En este aspecto, es imprescindible tener en cuenta que «el grado de estratificación de los sexos no es uniforme en la totalidad de una sociedad compleja, sino que varía por clase social y posiblemente por raza/etnia o religión» (Saltzman, 1989, p. 37).

En este punto es en el que se observa la necesidad de señalar las particularidades de género en los procesos de empobrecimiento, específicamente en los relacionados con las mujeres, lo que permitiría se-

ñalar «la pertinencia de considerar los distintos ejes de desigualdad en el análisis de la heterogeneidad de la población femenina» (Oliveira, 2000, p. 138).

Al aludir a los procesos de empobrecimiento, se hace referencia a aquellos que «impiden que las personas se realicen plenamente como seres humanos en todas sus dimensiones posibles y potenciales» (Mateo, 2001, p. 44). Ante esta noción, a los propósitos de este artículo, es preciso dimensionar aquello relacionado con los procesos de empobrecimiento vividos por las mujeres.

Es común que estas realidades, en el caso de las mujeres, estén vinculadas a una violencia económica. Entiéndase esta como una distribución desigual de ingresos o gastos y una clara limitación de recursos para con las mujeres miembros de un grupo familiar. Otro punto distintivo en este tipo de violencia es el control del desarrollo, participación y permanencia de la mujer en el mercado laboral –intervención en la toma de decisiones en lo relativo a su desempeño y constancia en esta esfera–. Asimismo, es preciso señalar como un factor de empobrecimiento en las mujeres el momento en el que deciden ponerle fin a una relación con rasgos violentos. Al disolver este vínculo, la mujer se enfrenta a la posibilidad de acrecentar su situación de empobrecimiento o menoscabar su nivel de vida, ya caracterizado por la precariedad. Ante esta situación, muchas mujeres han visto en el Estado la posibilidad de soslayar este nuevo proceso de empobrecimiento provocado por la ruptura del vínculo económico-afectivo (Seith, 2001).

El cuidado –individual y colectivo– se ha transformado en un paradigma imprescindible para el sostenimiento de la vida de la sociedad durante –y después de– la pandemia del covid-19. Esto involucró por parte del Estado el reconocimiento de la necesidad del cuidado y de brindar valor a las tareas que por siglos las mujeres desarrollaron desde el anonimato y la invisibilización. Más aún ante la nueva institucionalización del género establecida durante el Gobierno de Alberto Fernández y Cristina Fernández con la creación de la Dirección de Economía, Igualdad y Género, la Dirección de Cuidados Integrales y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad.

La pandemia puso bajo la lupa la importancia del cuidado –a la infancia, a la población en riesgo, a la salud, etcétera–. Este nuevo organigrama estatal con presunta perspectiva de género subraya la tarea del cuidado que se realiza en el interior de los hogares, pero también el que se desarrolla a nivel comunitario –comedores, merenderos, etcétera–, más aún en contextos de pobreza y desigualdad crecientes. De hecho, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación otorgó a más de cincuenta mil trabajadores/as comunitarios/as un incentivo

adicional³ en reconocimiento a la labor social realizada en centros barriales, comedores y merenderos durante la emergencia sanitaria por el covid-19. Esta medida fue adoptada en el marco de la aprobación del proyecto de la Ley Ramona⁴. Con la pandemia se dejó de manifiesto el activismo, militancia y compromiso comunitario de las mujeres frente a la reproducción de la vida. Fueron y son ellas las que se encargaron de cuidar a los/as/es niños/as/es, gestionaron recursos para los merenderos y comedores, entre otras tantas tareas que fueron necesarias para el bienestar comunal.

Según la Encuesta de Percepción y Actitudes de la Población e Impacto de la Pandemia de covid-19 (Unicef, 2020), a partir de la implementación del ASPO el 51 % de las mujeres percibe una sobrecarga relacionada con las tareas domésticas, reproductivas y de cuidado debido al incremento de las tareas de limpieza (35 %), atención de niños/as (28 %) y apoyo en las tareas escolares (22 %). Y así es como las mujeres se enfrentan a la falta de la intangibilidad del tiempo, de la percepción de la ausencia de horas que les permitan conciliar el trabajo remunerado con el no remunerado y reproductivo, mientras que el tiempo de ocio se deja de lado.

Medir la pobreza temporal es demostrar la existencia de limitaciones en la cotidianeidad debido a la imposición de tareas domésticas, reproductivas o de cuidado, principalmente en las mujeres. Son ellas las que asumen una carga mayor de este tipo de labores y se enfrentan a restricciones no solo de uso del tiempo, sino a la posibilidad de desarrollarse con mayor holgura en trabajos productivos, lograr una mejor educación y obtener empleos mejor pagados y que no rocen la precariedad. En este marco, se puede ver que no se hace referencia al tiempo libre, sino a la distribución del tiempo para aquellas tareas que son remuneradas y las que no lo son, pero que se desarrollan en el ámbito privado, familiar y personal. Son estas tareas las que en la cotidianeidad de las mujeres se vuelven restrictivas y con una obligatoriedad casi similar a aquellas labores que sí son remuneradas.

De acuerdo con la Encuesta de Uso del Tiempo en Contexto Covid-19⁵, las mujeres en relación

³Para saber más de la Ley Ramona, consultar <https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2020/PDF2020/TP2020/2379-D-2020.pdf>

⁴Proyecto presentado luego de la muerte de Ramona Medina por covid-19, quien era trabajadora comunitaria de la Villa 31 y vocera de la organización barrial La Poderosa. A través de esta denunció la falta de agua en el complejo habitacional y dejó en manifiesto un aparente abandono por parte del Estado al no garantizarles este derecho humano.

⁵Encuesta realizada por la consultora Grow, Género y Trabajo. Se trató de una encuesta *online* para conocer los cambios en la distribución de las tareas al interior de los hogares en el contexto de

con los varones dedican dos horas más que ellos al cuidado de niños/as, destinan una hora más al apoyo en sus tareas escolares y brindan una hora más que los hombres a limpiar o desinfectar y cocinar. En contrapartida, en el contexto mencionado, se observó que los varones duermen una hora más por día, le dedican una hora y media más al trabajo remunerado y destinan una hora más a las actividades que involucran el ocio y entretenimiento (Grow, 2020). La cuarentena como medida de precaución ante el covid-19 convergió en una pobreza de tiempo latente en las mujeres, pero hay una tipología de pobreza más profunda, más estructural.

Con la nueva institucionalidad de género que reconoce la importancia de los cuidados, el Estado vio en estas mujeres el rol de promotoras comunitarias por la tarea colectiva realizada. Un nuevo rol, una nueva identificación simbólica, pero, tal como lo es desde siempre, una tarea no remunerada o, en el mejor de los casos, mal remunerada –ahora, con la Ley Ramona, a las promotoras comunitarias les corresponde un incentivo de cinco mil pesos.

Por otro lado, en relación con lo concerniente al aumento de denuncias por violencia por motivos de género y la consecución de feminicidios, el Estado continuó trabajando en la misma línea de acción: fortalecimiento de la Línea 144, campañas de concientización y creación de refugios de contención. En relación con este aspecto, los programas y medidas adoptadas en este período y frente a los distintos desafíos que se han tenido que afrontar, las medidas adoptadas han permitido visibilizar la problemática de la violencia por motivos de género y la creciente feminización de la pobreza, mas no se han presentado soluciones para las mujeres víctimas de esta.

2. La institucionalidad del género en redes

Previo a esta emergencia sanitaria, durante la gestión de Alberto Fernández y Cristina Fernández, se creó una nueva institucionalidad del género comprendida por la Dirección de Economía, Igualdad y Género –perteneciente al Ministerio de Economía de la nación–, la Dirección de Cuidados Integrales –perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social de la nación– y el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad. De este modo, a partir de la creación de estas nuevas instituciones, se esperó una ruptura con la invisibilización de aspectos concernientes al género en el diseño, gestión e implementación de políticas públicas y económicas. Es decir, esta

la pandemia por covid-19. El período que duró la encuesta fue desde el 1 al 25 de mayo de 2020. Para más información, consultar <http://www.generoytrabajo.com/covid19/encuesta/tiempo.html>

institucionalidad del género contribuiría a crear «un camino a mejorar las condiciones económicas de la sociedad en su conjunto. A su vez, implica considerar la participación de las mujeres en el mercado laboral atendiendo de manera ineludible a la economía del cuidado; generar mecanismos de incentivos que contribuyan a romper paredes y techos de cristal para cerrar brechas de ingresos, tiempos y derechos. Estos aceleradores demandan políticas públicas y herramientas de diseño, medición e impacto de nuevo tipo, que constituyen un desafío para el Estado argentino» (Dirección Nacional de Economía, Igualdad y Género, 2020, p. 19). Para respaldar este reto, el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad convocó la primera Mesa Interministerial de Políticas de Cuidados, en la que la Dirección de Economía, Igualdad y Género tiene como función colaborar con el diseño de un presupuesto que detalle los recursos necesarios para la provisión de cuidados y, a su vez, mostrar el coste que representa para la sociedad carecer de ellos. Este tipo de espacios deliberativos y de desarrollo de medidas da cuenta de un potencial compromiso que el Estado adquiere en materia de cuidado al intentar dar respuesta, a través de la formulación de diversas medidas, a las demandas de las mujeres que necesitan integrarse al mercado de trabajo remunerado. En otras palabras, permitiría que las mujeres pudiesen participar en sectores en donde son minorías o que tienen peores condiciones de empleo o remuneración, convirtiendo estas políticas en herramientas contra los procesos de empobrecimiento de las mujeres.

El interés de construir al objeto de estudio radica en observar el modo en que el Ministerio de Mujeres, Género y Diversidad publicó distintas campañas en Twitter e Instagram que pretendían la concientización contra la violencia por motivos de género y relacionados a la inequitativa distribución del cuidado. Ante esto, se considera necesario hacer hincapié en el modo en que se ha dado la mediatización en un contexto tan adverso y excepcional como la pandemia por covid-19.

Es propicio mencionar que, a los efectos de este escrito, se entiende la mediatización en términos veronianos al plantearla como «secuencia de fenómenos mediáticos históricos que resultan de determinadas materializaciones de la semiosis, obtenidas por procedimientos técnicos» (Verón, en V. García-Beaudoux, y A. Slimovich, 2021b, p. 13). Tal como es planteado por Verón (1984), la era de los medios masivos puede ser planteada con la presencia de dos tipos de sociedades: la mediática y aquella que es mediatizada. Respecto a la primera, a la que denomina *mediática*, en la que los medios son los que establecen una estrategia de representación; mientras que en relación con la segunda, aparece una sociedad que Verón nombra *mediatiza-*

da, en la que los medios se ubican enunciativamente como aquellos que erigen las realidades.

Ahora bien, es preciso –y oportuno– ver el modo en que se produce esa transición de la sociedad mediática a aquella que es mediatizada a través del uso de redes, al observar cómo es producido el sentido en esta virtualidad. En este aspecto, resulta interesante observar el modo en que lo político se ha movido al espectro digital, ya que es notorio ver cómo los discursos de las diferentes instituciones pertenecientes al organigrama estatal se difunden en las redes sociales, lo que permitiría el acceso por parte de los/as ciudadanos/as a estos discursos políticos sin la existencia de intermediarios –algo resaltable en la mediatización–. Es así como cobra importancia el rol de los/as internautas que «se encuentran empoderados en su capacidad de producción y consumo informativo, cuestionando el lugar tradicional de los medios en la construcción de agenda» (Mitchelstein, Leiva, Giuliano y Boczkowski, 2018, p. 4).

En este aspecto, interesa el modo en que las redes sociales adoptaron –o se les brindó– el rol de productoras de sentido. En sí, las redes sociales se guían con una funcionalidad distinta, ya que adquieren/poseen influencia característica en procesos (socio)políticos, culturales, económicos, etcétera. Con relación a esto, la mediatización se presenta con instrumentos distintos de acuerdo con el aspecto que influye, lo que permite modificar los vínculos de los distintos agentes con los espacios en los que se presenten, lo que tiene resultados específicos en determinados públicos.

Es clave traer a colación a autores como Castells (2009), que explicitan que la política emplea la comunicación como una herramienta influenciadora de los/as ciudadanos/as. En coincidencia con lo planteado por Carlón (2015), se observa el modo en que la realidad transcurre en una *sociedad hipermediatizada*, en la que los discursos políticos se anclan en las redes sociales, al varar mensajes a través de *hashtags* que luego serán los que se traspolarán a los medios masivos. A su vez, la digitalización puede ser observada como una especie de mediatización profunda (Hepp, 2020) desarrollada por la digitalización constante. Ante esto, es preciso distinguir el momento en el que los discursos políticos se expanden, así como también cuándo surgen los internautas como roles intermediarios que desarrollarán la discusión política en la virtualidad –de ahí los nuevos *trolls* y *bots*.

Se considera, en función a los propósitos de este artículo, que es propicio observar el modo en que aparecen y se propagan los distintos discursos políticos en las redes sociales. En este sentido, vemos una especie de evolución y aceleración de los tiempos mediáticos a través de aquellas aplicaciones que ofrecen microblogueos a través de

teléfonos inteligentes. De este modo, observamos ciertas materializaciones de la semiosis, logradas mediante procedimientos técnicos que aún resultan ser novedosos.

A su vez, con el uso de *hashtags* como herramientas hipermediatizadoras, se puede vislumbrar el modo en que las redes sociales se sitúan en el espacio público con mayor extensión que lo que lo pudieran hacer los medios masivos.

En este sentido, nos interesa observar cómo se emplearon los *hashtags* #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes en los posteos de las cuentas de Twitter e Instagram del Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad, y ver la participación de los y las internautas en estos. A su vez, comparando ambas plataformas, nos parece relevante observar cuáles fueron las características de aquellos posteos que obtuvieron mayor cantidad de *repercusión* ante los usuarios de estas redes sociales.

2.1. Metodología

Este análisis lo abordamos desde el campo de la sociosemiótica en relación con la dimensión significativa (Verón, 1984). Debido a que nuestro objeto de estudio son los discursos de carácter político en Twitter e Instagram –las que identificamos como redes sociales mediáticas–, optamos por hacer nuestro abordaje desde el análisis que hace la semiótica de los medios masivos y en referencia a lo teórico comprenderá algunos conceptos propios de las teorías de la mediatización de lo político.

Nuestra unidad de análisis está formada por aquellas publicaciones realizadas en Twitter e Instagram con los *hashtags* #CuarentenaEnRedes y #CuarentenaConDerechos, realizadas durante el primer trimestre de su presencia en los perfiles de las redes sociales del Ministerio de Géneros, Mujeres y Diversidades. El análisis se basa en una comparación entre el uso –réplica e interacción– de ambos *hashtags* en estas plataformas. En este aspecto, aclaramos que en el análisis tomamos en cuenta los posteos y no las *stories* o contenido de carácter efímero –duración de veinticuatro horas–. Hacemos esta salvedad debido a que Instagram aumentó la cantidad de usuarios y las distintas instituciones estatales cuentan con una cuenta en esta red. Según Statista (2022), en 2021 WhatsApp era la red social más utilizada por los/as argentinos/as, seguida por Instagram con una participación de más del 85 % de los/as usuarios/as de Internet.

Se seleccionó Twitter e Instagram debido a que, en Argentina, en ambas aplicaciones se produce la mayor cantidad de debates políticos. Esto es clave, ya que funcionarios/as, políticos/as, instituciones, etcétera, son percibidos como actores individuales que se transmutan en colectivos. De hecho, en Insta-

gram distintos movimientos sociales tienen cuentas con gran cantidad de adeptos/as y de flujos de interacción, que los/as usuarios/as consideran un modo de activismo o de participación por una causa (Tarullo y García, 2020).

Metodológicamente, se realizó una navegación digital en la que visualizamos los posteos del Ministerio de Géneros, Mujeres y Diversidades con los *hashtags* mencionados y los intercambios con los/as distintos/as usuarios/as de la plataforma. Por lo general, metodológicamente, los estudios que se realizan sobre redes sociales son de carácter cuantitativo (Tarullo y García, 2020; Selva-Ruiz y Caro-Castaño, 2017; Sampietro, Sánchez Castillo, 2020; Páez Moreno y Solano Valderrama, 2021). En este aspecto, nos guiamos por la línea de estudio realizada por Ana Slimovich (2012, 2020, 2021a), quien observa las redes sociales y su vinculación con la política desde la sociosemiótica.

El primer paso para conformar el corpus se basó en la selección de entradas –las que se discriminaron manualmente–. El segundo paso consistió en hacer una comparación respecto a la interacción que estas publicaciones tuvieron tanto en Twitter como en Instagram. Para esto, analizamos las publicaciones con los *hashtags* mencionados y también aquellas que se realizaban fuera de estas plataformas –informes, estudios, etcétera–. De esta manera, pudimos observar el modo en que el discurso político se constituye en torno a la tendencia que establece un *hashtag*.

Cabe mencionar que no fue necesario tomar una muestra representativa de las publicaciones, ya que estas no eran demasiadas y analizar las publicaciones con #CuarentenaEnRedes y #CuarentenaConDerechos evitaba los márgenes de error característicos de las técnicas de muestreo (Sautu, Boniolo, Dalle y Elbert, 2005).

De este modo, observamos cómo surgen las discursividades desde esta institución política en Instagram, así como su circulación hipermediática (repercusión en los/as internautas, respuestas, etcétera).

2.2. Los *hashtags* como formas de mediatizar lo político

Los *hashtags* –etiquetas– suelen emplearse tanto en Twitter como en Instagram para transformar ciertas temáticas en TT (*trending topic*: temas de tendencia en un momento en particular). No toda etiqueta es TT, esto dependerá de la frecuencia y del contexto de su uso. En cada posteo, el empleo de las etiquetas delimita el tema del que se habla, lo que permite que los/as distintos/as internautas interactúen entre sí sobre eso en particular (Page, 2012). En este sentido, Zappavigna (2011) explica que los *hashtags* cumplen la función de marcas de afiliación ambiental, que son claves para la creación y

cimentación de comunidades. De hecho, las etiquetas no solo permiten nuevas intervenciones –y conexiones–, sino que encuadran los intercambios de los/as internautas a partir de las interpretaciones y actitudes que se le dan a esa palabra en particular (Van Gorp, 2007). En tal sentido, es clave tener en consideración en Twitter la posibilidad del retuit, que permite compartir la publicación o citarla. Suele emplearse tanto como muestra de sintonía con lo que se expresa en el posteo o, por el contrario, como expresión de rechazo al mismo. Esta dinámica incentiva el debate y la búsqueda de opiniones similares, lo que crea una especie de caja de resonancia del tema. Otro aspecto a tener en cuenta es la brevedad y velocidad con la que se rige esta red, en la que juega también el egocentrismo del autor/a del tuit que busca ser reposteadado.

Esto no se puede realizar en Instagram, salvo que se use una app distinta que permita el *repost* de las publicaciones, y en esta plataforma el acto de compartir está más relacionado a tener afinidad ante determinado tema o postura, pero también rige lo visual, lo estético. De hecho, lo que rige en esta red es la simplicidad de la imagen, que muchas veces apunta a ser instrumental, accesible a todo el público (Bennett, 2016).

En este apartado, nos centraremos en los *micro-silogismos* (Slimovich, 2012) que encontramos en las campañas #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes divulgadas en Twitter e Instagram. Optamos por abordar este tipo de mensajes que tienen una línea difusa entre aquello que es político y lo que es informativo.

Ambas campañas forman parte del documento *Recomendaciones para los Gobiernos provinciales y municipales en materia de políticas de género y diversidad en el contexto de la emergencia sanitaria por el covid-19*, creado por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad (2020).

Antes de presentar lo observado, nos parece clave resaltar esta fase de mediatización de lo político contemporánea. En esta se perciben las relaciones entre los/as líderes políticos/as y los/as ciudadanos/as basadas en las relaciones directas y sin intermediarios, pero sumándose enunciadores/as políticos/as.

2.2.1. #CuarentenaEnRedes

Si bien los mensajes recabados en ambas campañas son breves, estos tienen entre sus propósitos cumplir con lo planteado en los documentos oficiales redactados por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad.

Lanzamos la campaña #CuarentenaEnRedes, mediante la cual se busca concientizar a las personas de la importancia de ser empáticos y solidarios siempre, pero sobre todo en este contexto de

emergencia y crisis sanitaria. El aislamiento social puede aumentar los casos de violencias por motivos de género y se vuelve un tiempo clave para construir lazos comunitarios y ser solidarios. Es momento de ser protagonistas, estar para los otros y no mirar para otro lado. Por ello, si advertís que una persona se encuentra en situación de violencia por motivos de género, no la dejes sola. Hacedle saber que cuenta con vos aun sin pertenecer a su círculo de confianza (2020, p. 3).

Resaltamos que los mensajes difundidos en redes han sido generados ante lo imprevisto de la propagación del covid-19 y del ASPO como medida precautoria.



Figura 1. Fuente: cuenta @mingenerosar. Presentación de la campaña #CuarentenaEnRedes.



Figura 2. Fuente: @MinGenerosAR. Presentación de #CuarentenaEnRedes en Twitter.

Solidaridad y redes en tiempos de cuarentena



Figura 3. Fuente: cuenta @mingenerosar.

Tal como se observa (figuras 1 y 2), el primer posteo que tuvo #CuarentenaEnRedes en las cuentas de Twitter e Instagram del Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad replicó el mismo contenido, sin tener en consideración las lógicas de cada una de las apps. Se observa que los textos difundidos tanto en Instagram como en Twitter son los mismos. Ante esto, distinguimos que los discursos emitidos fueron construidos bajo la misma lógica en ambas apps: la misma plantilla, el mismo texto y la publicación simultánea.

Por ejemplo: en la cuenta de Instagram (figura 3), el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad publica una plantilla blanca con un mensaje en letras azules y el sello institucional. El mensaje escrito por sí solo no dice mucho, por lo que requiere un texto que lo apoye; en este caso, el epígrafe de la imagen. En este ejemplo, la repercusión del mensaje solo estuvo dada por la cantidad de «me gusta» que la publicación recibió.

En la cuenta de Twitter (figura 4), el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, mediante un *hilo*, buscó presentar discursos de concientización que involucrasen a la violencia de género y recomendaciones de acción ante este flagelo.

En cuanto a la repercusión que tuvieron estos discursos, se observa que quienes realizan retuits son aquellos/as internautas que tienen afinidad por la enunciación política de la cuenta. Ante esto, se observa entonces la presencia de la caracterización de Slimovich (2012, pp. 145-152) de los usuarios de

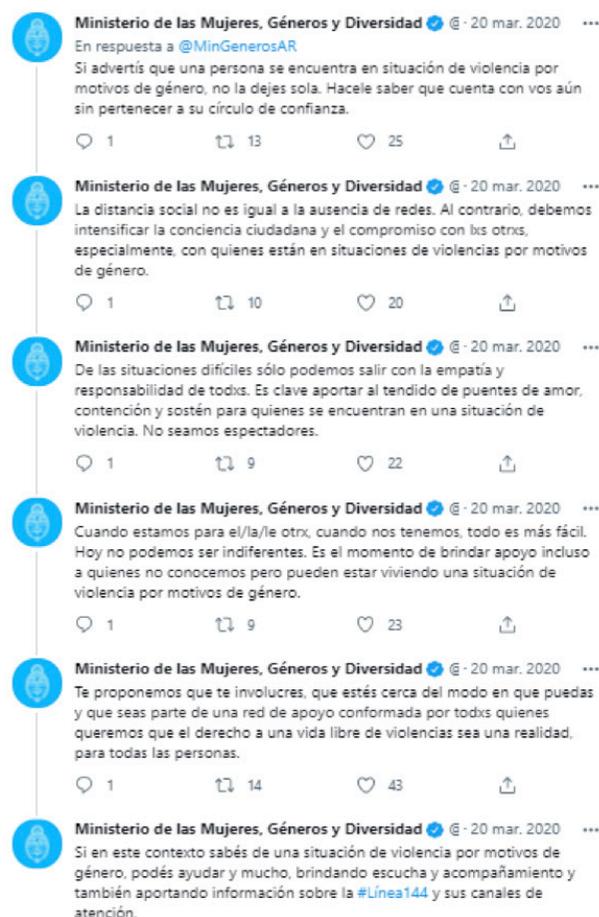
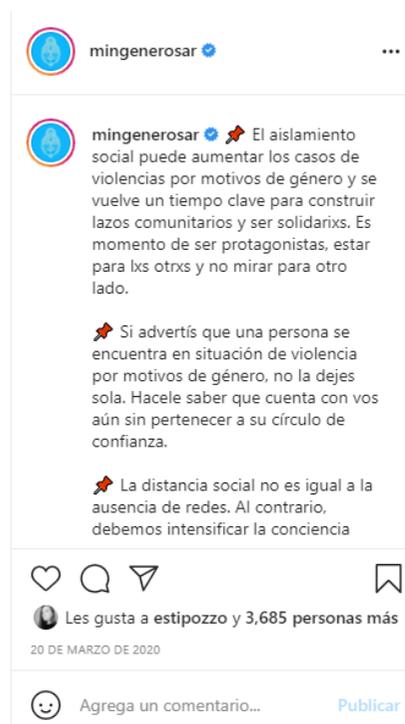


Figura 4. Fuente: cuenta @mingenerosar.

las redes al distinguir a «internautas ciudadanos» –quienes comparten estos mensajes en sus redes sin tener alguna afiliación política clara–, «internautas seguidores» –relacionados/as con la figura del prodestinatario veroniano– e «internautas opositores» –semejantes a la figura del contradestinatario de Verón–. La distinción entre los distintos internautas también recae en los discursos que emiten al (re)compartir los posts originales, en los que se observa en esta acción una vinculación entre lo político y las argumentaciones que devienen de lo lógico o lo pasional (Barthes, 1985).

Como se puede observar en la figura 5, aquellos/as internautas que se postulan a favor de la creación de una institución de características ministeriales con perspectiva de género se posicionaron a favor de la campaña al responder mediante *microargumentos lógicos* (Slimovich, 2012, p. 152) a aquellos/as que se encontraban en contra de la misma. A su vez, se puede observar la presencia de internautas ciudadanos, que no muestran una afiliación política, cuyos discursos buscan generar empatía y brindan recomendaciones para la efectividad de la campaña relacionada con la violencia por motivos de género.



Figura 5. Fuente: cuentas @btruden, @Variniam76, @Silvadaa, @Nazareno977.

Tal como se observa en la figura 5, las respuestas obtenidas a la campaña estuvieron más relacionadas con mostrarse a favor o en contra de las medidas establecidas por el Gobierno que pensar, visibilizar y concientizar(se) sobre el objetivo principal que tuvo #CuarentenaEnRedes. En este sentido, se ven enfrentamientos discursivos que no están vinculados a mostrar oposición o afiliación ante un líder

o postura política, sino más bien a estar a favor o en contra de la cuarentena impuesta como medida gubernamental ante la pandemia por covid-19.

La campaña #CuarentenaEnRedes se resumió en las imágenes aquí recopiladas. En los contextos actuales, es necesario resaltar este aspecto, ya que una de las características de la nueva ecología mediática es «la multiplicación de actores, textos, tecnologías, prácticas y de las relaciones que mantienen entre sí» (Scolari, 2020, p. 3). En este sentido, es un ecosistema más complejo en el cual el coronavirus puede generar efectos en las diferentes escalas y niveles (Slimovich, 2020, p. 93).

2.2.2. #CuarentenaConDerechos

Contrariamente a lo que pudiese presumirse, la campaña #CuarentenaConDerechos tuvo mayor difusión en las plataformas. Esta afirmación deviene del orden de importancia que podría tener un tema sobre otro: la violencia por motivos de género y la visibilización de los cuidados. Cabe aclarar que esta campaña fue creada como parte de las recomendaciones y acciones en materia de cuidados durante el aislamiento social preventivo y obligatorio.

Trabajamos recomendaciones para promover la corresponsabilidad y una distribución más justa de las tareas de cuidado al interior de los hogares, por una #CuarentenaConDerechos para todos, todas y todes y se lanzó una campaña de comunicación sobre el tema. Asimismo, realizamos una campaña para garantizar el ejercicio del derecho a las licencias establecidas por el Gobierno nacional para las trabajadoras de casas particulares. En el marco del Día de las Trabajadoras de Casas Particulares realizamos una campaña de comunicación para reforzar sus derechos en el contexto de la emergencia. (Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad, 2020, p. 4).

Con relación a esto, un dato importante a destacar es que, con la creación de la Dirección de Cuidados Integrales, se otorgó relevancia a aspectos que antes eran invisibilizados, como la injusta distribución social del cuidado y las tareas reproductivas realizadas al interior de los hogares –y naturalizadas como femeninas–. En este aspecto, observamos las discursividades que van adquiriendo importancia en el orden de lo político (figura 6) que es lo que pretendía el Gobierno de Alberto Fernández con el surgimiento de una marcada institucionalidad de género. De hecho, tal como se puede observar en las figuras 6 y 7, las discursividades digitales no emulan al discurso periodístico o informativo, sino que tienen un tono personal que promueve a respuestas con microargumentaciones pasionales (Slimovich, 2012, p. 152) de cercanía.



Figura 6. Fuente: cuenta @mingenerosar. Primer posteo en Instagram con #CuarentenaConDerechos.



Figura 7. Fuente: cuenta @mingenerosar. Primer posteo con #CuarentenaConDerechos.



Figura 8. Fuente: cuentas @NqnPedroMG y @AmbrogiCarina.

vuelve sobre lo dicho en el discurso principal, por lo que se presenta una especie de *microargumentación metadiscursiva* (Slimovich, 2021a).

En Instagram, el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad realizó cinco posteos con #CuarentenaConDerechos, mientras que en Twitter fueron trece. La diferencia y la repercusión ante los discursos era notoria. De hecho, tal como se puede observar en la figura 8, distintos internautas señalan esta situación.

En líneas generales, se puede afirmar que #CuarentenaConDerechos tuvo un tratamiento distinto en Twitter que en Instagram, de modo que los/as internautas no solo percibieron esta diferencia, sino que señalaron la heterogeneidad temática y la divergencia vincular que se intentaba tener con los usuarios de las distintas aplicaciones. En este aspecto, se observa que se interpela directamente al señalar como un error en la estrategia comunicacional en lo relativo a esta campaña. En este caso, es preciso aclarar

En ambas redes sociales, el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad difunde contenidos que apuntan a las *microargumentaciones pasionales* (Slimovich, 2012) que intrínsecamente caracterizaron las publicaciones de este espacio institucional. Tanto en Instagram como en Twitter, se observa que las imágenes compartidas –con texto en su interior– están reforzadas por un epígrafe o *hilo* que

que no se puede distinguir qué tipo de usuario/a es quien interpela, ya que se puede percibir la retroalimentación como una *crítica constructiva* o negativa.

Es previsible que, ante un acontecimiento con tanta carga de información como lo es una pandemia, surja una gran cantidad de información y que esta repercuta de diversos modos en las redes sociales como en cualquier otro medio tradicional, y que la ciudadanía reaccione a este cúmulo informacional con expectativa.

Por otra parte, a pesar de que el objetivo de la campaña #CuarentenaConDerechos fue visibilizar las tareas reproductivas y de cuidado, se observa la presencia de internautas que manifiestan situaciones de fondo que no pueden ser solucionadas porque son opositores/as de la cuarentena y replican en estos posteos institucionales su postura ante la medida gubernamental (figura 9).



Figura 9. Fuente: cuentas @MinGenerosAR y @MaraBelenCabre2.

Este tipo de internauta emplea argumentos vinculados a quienes «sí pueden (quedarse en casa)», al contrario de los que no pueden hacerlo. Se observa entonces que se producen *microargumentaciones pasionales* (Slimovich, 2012) como respuestas breves «condensadas de sentido que generan operaciones figurales en relación a la continuidad de la cuarentena los internautas» (Slimovich, 2020, p. 96). Lo que plantea la internauta al hacer esta distinción entre aquellos que sí pueden quedarse en casa y los que no es clave en el contexto actual.

De acuerdo con la Encuesta Permanente de Hogares (EPH), durante el tercer trimestre de 2019 el teletrabajo tenía un potencial para su realización de un 34 % en el caso de los hombres y un 24 % en el de las mujeres. Este dato puede tener relación con un reclamo de vieja data: el 70 % de los puestos directivos son ocupados por varones, cantidad que difiere con las mujeres, quienes desempeñan trabajos relacionados con los servicios sociales y que son difíciles de realizar a distancia mediante el teletrabajo (Albrieu, 2020). En Argentina, el 14 de agosto de 2020 se promulgó la Ley 27.555. Esta modifica la Ley de Contrato de Trabajo con la finalidad de regular aquellos derechos y obligaciones de los/as empleadores/as y de aquellos/as trabajadores/as que desarrollan este tipo de trabajo remunerado a distancia. A los fines de este artículo, es importante mencionar el sesgo por género presente en este tipo de labor. En 2017, la Encuesta de Indicadores Laborales marcó el contraste entre un 33 % de teletrabajadores varones frente a un 29 % de teletrabajadoras. Todos estos datos se reportaron ante el Sistema Previsional Integrado de Argentina (Albrieu, 2020).

Ante este contexto de contracciones económicas producto de la pandemia, las mujeres representan un grupo con alto riesgo de ser afectado por las medidas de emergencia sanitaria, lo que también se traduciría en una gran probabilidad de perder el trabajo remunerado, muchas veces precarizado e informal (CEPAL y OIT, 2020).

Como se mencionó, la difusión de estas campañas fue en el marco del aislamiento social preventivo y obligatorio del primer semestre del 2020, las cuales aún se encuentran vigentes –con una difusión aleatoria–. Es preciso mencionar que en lo relativo a #CuarentenaEnRedes y #CuarentenaConDerechos no tuvieron una recepción masiva en los usuarios de las redes, por lo que no se puede especificar si tuvo el efecto concientizador deseado. Más en una realidad en la que cada treinta y cuatro horas hay un feminicidio y en la que aumentaron un 39 % las denuncias por violencia por motivos de género (Página 12, 2020). Según la Encuesta de Percepción y Actitudes de la Población e Impacto de la Pandemia de covid-19 realizada por Unicef (2020), un 2,4 % de las mujeres que participaron en la toma de datos dijeron que se habían sentido agredidas verbalmente –esto representa aproximadamente 142.000 hogares–. A este índice se le agrega el hecho de que en casi 7.800 hogares las mujeres declararon que sufren o sufrieron violencia física; de este total, un 72 % fue ejercida por parte de la pareja y el 28 % restante por los/as hijos/as. Otro dato para subrayar es que, de esos 7.800 hogares, un 86 % de las mujeres no denunciaron, solo un 14 % lo hicieron.

Estos apenas son datos exploratorios que permiten presentar un escenario de la complejidad de lo que aconteció en el ámbito privado del hogar, donde la nueva institucionalidad de género, en un afán de *tapar el sol con un dedo*, intentó tener un efecto de concientización ante situaciones que son invisibilizadas en la cotidianeidad de un mundo normal y se acrecientan ante lo inexplorado de una pandemia a principios del siglo XXI. Las violencias, las inequidades, las incertidumbres, lo cruel y lo ignoto es lo que ha sido representado durante todo el 2020 y parte del 2021, especialmente para las mujeres.

Reflexiones finales

En este artículo se expusieron distintas reflexiones en relación con las campañas #CuarentenaConDerechos y #CuarentenaEnRedes, como discursividades políticas desarrolladas durante la pandemia de covid-19, remarcando la perspectiva de género que desde el Gobierno pretendieron dar a los mensajes. Una vez realizado el análisis de las publicaciones difundidas en el marco de estas campañas por el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad en Twitter e Instagram, se puede aducir que estas no tuvieron la repercusión que pudo preverse. Solo fueron *hashtags* que se perdieron en la vorágine virtual. No obstante, se evidencia que hubo una serie de operaciones productoras de sentido relacionadas al flagelo del aumento de casos de violencia por motivos de género y una concientización sobre la desigual distribución de trabajo reproductivo y de cuidado.

Se observó una propensión a una especie de división de bandos (a favor/contra) que tuvo la cuarentena como eje junto a las medidas adoptadas por el Gobierno en este contexto. Los mensajes no tenían características partidarias, sino que se esbozaban en torno a esta medida.

Por otro lado, es preciso resaltar que ninguno de los *hashtags* se transformó en *trending topic*; de hecho, cada mensaje oficial se compartió no más de doscientas veces –excepcionalmente–, lo que a los fines de este artículo no permite obtener una conclusión más acabada del tema. Se percibió que, a medida que avanzaba la cuarentena en Argentina, la presencia de los internautas pasionales era más común, así como también predominaban por parte de ellos/as las microargumentaciones que intentaban interpelar a aquellos/as personas que cumplían el rol de paradestinatarios.

A pesar de la poca presencia en redes de las campañas, es importante realizar este tipo de observaciones, ya que las políticas que está desarrollando esta nueva institucionalidad de género están sufriendo una constante modificación y reformulación a medida que evoluciona la pandemia

de covid-19, lo que crea desafíos y una constante incertidumbre sobre el avance de esta y sus potenciales consecuencias.

Fuentes y bibliografía

- Albrieu, R. (2020): *Evaluando las oportunidades y los límites del teletrabajo en Argentina en tiempos del covid-19*. Buenos Aires (Argentina): CIPPEC.
- Argentina Unida (2020): *Plan nacional de acción contra las violencias por motivo de género (2020-2022)*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires (Argentina): Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad.
- Barthes, R. (1985): *La aventura semiológica*. Barcelona (España): Paidós.
- Bennett, W. (2016): *The Politics of Illusions*. Nueva York: Pearson.
- Bonnet, A., y Piva, A. (2010): «El Estado kirchnerista. Un análisis de los cambios en la forma de Estado a partir de la crisis de 2001», en VI Jornadas de Sociología. La Plata: Universidad Nacional de La Plata (UNLP), Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología.
- Boserup, E. (1993): *La mujer y el desarrollo económico*. Madrid (España): Minerva Ediciones.
- Busso, M., y Pérez, P. (2019): «El velo meritocrático: inequidades en la inserción laboral de jóvenes durante el Gobierno de Cambiemos», en *RevIISE*, vol. 13, pp. 133-145.
- Carlón, Mario (2015): «Público, privado e íntimo: el caso Chicas Bondi y el conflicto entre derecho a la imagen y libertad de expresión en la circulación contemporánea», en P. César Castro (org.): *Dicotomía público/privado: estamos no caminho certo?* Maceió (Brasil): EDUFA, pp. 211-232.
- Castells, M. (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CEPAL (21 de abril de 2020): *Dimensionar los efectos del covid-19 para pensar en la reactivación*, informe especial covid-19 núm. 2. Santiago de Chile.
- CEPAL y OIT (2020): *El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (covid-19). Coyuntura laboral en América Latina y el Caribe*, #22, Santiago de Chile.
- Dirección Nacional de Economía, Igualdad y Género (2020): *Las brechas de género en la Argentina. Estado de situación y desafíos*. Ministerio de Economía Argentina, disponible en <https://www.argentina.gob.ar/noticias/la-direccion-de-economia-igualdad-y-genero-presento-el-informe-las-brechas-de-genero-en-la>
- García Beaudoux, Virginia, y Slimovich, Ana (2021): «Información dura-pública y blanda-privada publicada por candidatos y candidatas en Instagram durante la campaña electoral en Argentina 2019», en *Perspectivas de la Comunicación*. Temuco.
- Giddens, A. (1989 [ed. de 1997]): *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Grow, Género y Trabajo (2020): Encuesta de Uso del Tiempo en Contexto de Covid-19, recuperado el 17 febrero de 2021 en <http://www.generoytrabajo.com/covid19/encuesta/tiempo.html>

- Hepp, A. (2020): «De la mediatización a la mediatización profunda», en *Revista Designis*, núm. 37. Mediatizaciones. Federación Latinoamericana de Semiótica (FELS).
- Mateo, M. Á. (2001): «Desigualdad, pobreza y exclusión: conceptos, medidas y alternativas metodológicas», en J. M. Tortosa (coord.): *Pobreza y perspectiva de género*. Barcelona (España): Icaria, pp. 33-63.
- Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad (2020): *Recomendaciones para Gobiernos provinciales y municipales en materia de políticas de género y diversidad en el contexto de la emergencia sanitaria por el covid-19*, consultado en <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/recomendacionesgobiernosproymun.pdf>
- Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad (2021): *Medidas en el marco de la emergencia sanitaria*, disponible en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/medidas_durante_la_emergencia_sanitaria_mmgdyd.pdf
- Mitchelstein, E.; Leiva, S.; Giuliano, C.; y Boczkowski, P. J. (2018): «La política da que hablar: *Engagement* en redes sociales de sitios de noticias», en *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC)*, 23, pp. 157-173, disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/60913/4564456547638>
- Oliveira, O. (2000): «Transformaciones socioeconómicas, familia y condición social», en María de la Paz López y Vania Salles (comps.): *Familia, género y pobreza*. GIMTRAP y Miguel Ángel Porrúa, pp. 135-172.
- Páez Moreno, A., y Solano Valderrama, C. A. (2021): «Tendencias en la opinión pública en torno al hashtag #Coronavirus», en *Question/Cuestión*, 3 (68).
- Page, R. (2012): «The Linguistics of Self-Branding and Micro-Celebrity in Twitter: The Role of Hashtags», en *Discourse & Communication*, 6 (2), pp. 181-201, disponible en <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1750481312437441>
- Página 12 (28 de abril de 2020): «Violencia de género: en la cuarentena hubo más de 10.000 llamados a la línea 144», consultado en <https://www.pagina12.com.ar/262506-violencia-de-genero-en-la-cuarentena-hubo-mas-de-10-mil-llam>
- Saltzman, J. (1989): *Equidad y género. Una teoría integrada de estabilidad y cambio*. Madrid: Cátedra. Universidad de València. Instituto de la Mujer.
- Sampietro, A., y Sánchez Castillo, S. (2020): «La promoción de la imagen política en Instagram: un estudio del perfil personal de Santiago Abascal (Vox) en 2018», en *Communication & Society*, vol. 33, núm. 1, pp. 169-184.
- Sautu, R; Boniolo, P.; Dalle, P.; y Elbert, R. (2005): *Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: Clacso.
- Scolari, C. A. (2020): *Las leyes de la interfaz*. Barcelona (España): Gedisa.
- Seith, C. (2001): «Security Matters. Domestic Violence and Public Social Services», en *Violence Against Women*, vol. 7, núm. 7, pp. 799-820.
- Selva-Ruiz, D., y Caro-Castaño, L. (2017): «Uso de Instagram como medio de comunicación política por parte de los diputados españoles: la estrategia de humanización en la "vieja" y la "nueva" política», en *El Profesional de la Información*, v. 26, n. 5, pp. 903-915.
- Slimovich, Ana (2012): «El Facebook de los gobernantes. El caso de Cristina Fernández de Kirchner y de Mauricio Macri», en Mario Carlón y Antonio Fausto Neto (comps.): *Las políticas de los internautas. Nuevas formas de participación*. Buenos Aires: La Crujía, pp. 137-154.
- Slimovich, Ana (2020): «Pandemia global y política mediatizada. La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020», en *Comunicación y Hombre*, núm. 17, pp. 85-102. Doi: <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.647.85-102>
- Slimovich, Ana (2021a): «El Instagram de Alberto Fernández en tiempos de pandemia por covid-19», en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, año 24, núm. 136 (ISSN 1668-0227), pp. 91-111.
- Slimovich, A. (2021b): «La mediatización política durante la pandemia por covid-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri», en *Dixit*, 34, pp. 1-14, <https://doi.org/10.22235/d34.2273>
- Statista (ed.), 2022: *Panorama mundial de las redes sociales*. Statista, <https://bit.ly/3RKyLsA>
- Tarullo, Raquel, y García, Mariana (2020): «Hashtivism feminista en Instagram: #NiñasNoMadres de @actrices argentinas», en *Dígitos*, vol. 6, núm. 1.
- Tortosa, José María (1999): *Pobreza y perspectiva de género*. Barcelona (España): Icaria.
- Unicef (2020): Encuesta de Percepción y Actitudes de la Población. Impacto de la Pandemia y las Medidas Adoptadas por el Gobierno sobre la Vida Cotidiana, disponible en <https://www.unicef.org/argentina/comunicados-prensa/covid-19-unicef-encuesta-percepcion-poblacion>
- Van Gorp, B. (2007): «The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back», en *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 60-78, <https://academic.oup.com/joc/article-abstract/57/1/60/4102708?redirectedFrom=fulltext>
- Verón, Eliseo (2001 [1984]): *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires (Argentina): Norma.
- Zappavigna, M. (2011): «Ambient Affiliation: A linguistic perspective on Twitter», en *Journal of New Media and Society*, 13 (5).

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) COMO SERVICIOS PÚBLICOS ESENCIALES EN ARGENTINA

EL ROL DEL ESTADO EN LA AMPLIACIÓN DE LA CIUDADANÍA

Information and Communication Technologies
as Essential Public Services in Argentina.
The Role of the State in the Expansion of Citizenship

Lucas J. Fullana

Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de Lomas de Zamora (Argentina)

En el siguiente artículo nos proponemos analizar cómo se originó y desarrolló la prestación básica universal y obligatoria, una política pública creada por el Estado argentino para garantizar el acceso a los servicios de las tecnologías de la información y la comunicación, decretado dentro de los servicios públicos esenciales. En el contexto de la pandemia por el covid-19, tomamos este caso para estudiar cómo se formulan las políticas públicas, la ampliación de la ciudadanía política y social, el rol regulador del Estado en función de sus características y definiciones dentro de determinado contexto histórico, político y económico, y las respuestas que esto genera en las fuerzas del mercado y con las cuales el Estado muchas veces entra en contradicción y tensión.

Palabras clave

Estado, covid-19, políticas públicas, tecnologías de la información y la comunicación, ciudadanía

In the following article we propose to analyze how the Universal and Compulsory Basic Benefit was originated and developed, a public policy created by the Argentine State to guarantee access to Information and Communication Technologies services, decreed within essential public services. In the context of the covid-19 pandemic, we take this case to study how public policies are formulated, the expansion of political and social citizenship, the regulatory role of the State based on its characteristics and definitions within a certain historical, political and economic context, and the responses that this generates in the market forces and with which the State often comes into contradiction and tension.

Keywords

State, covid-19, public policies, information and communication technologies, citizenship

Cómo citar este artículo: Fullana, L. J. (2024). Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como servicios públicos esenciales en Argentina. El rol del Estado en la ampliación de la ciudadanía. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 151-161. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20205>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

Durante el año 2020, parte del año 2021 e incluso en la actualidad, la pandemia del covid-19 modificó diferentes ámbitos de nuestra vida diaria. Todo lo que constituía cierta normalidad en nuestra cotidianidad se vio modificado y hasta en algunos casos directamente interrumpido en pocos días. Desde que en diciembre del año 2019 en la ciudad de Wuhan (China) se detectaron los primeros casos de un nuevo coronavirus de rápida propagación y alta contagiosidad hasta que la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que el brote del covid-19 significaba una emergencia sanitaria de importancia internacional el 30 de enero y finalmente la declaración de pandemia, que refiere a una epidemia que se propaga en todo el mundo, el 11 de marzo del año 2020 por la misma OMS, la velocidad de las transformaciones que hemos vivido, y en algunos casos sufrido, alteraron todas nuestras rutinas.

En Argentina, al día siguiente mediante el decreto núm. 260/20 se dio inicio a la emergencia en materia sanitaria para decretar el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO) una semana más tarde. Desde el 19 de marzo del año 2020, en nuestro país hemos atravesado diferentes etapas de aislamiento y distanciamiento (ASPO y DISPO), con regulaciones más o menos flexibles, con permisos y regulaciones para todas y cada una de las actividades y acciones que llevábamos a cabo: reuniones sociales, traslados, vacaciones, atención sanitaria, operaciones bancarias, transacciones comerciales y principalmente todo lo referido al trabajo y a la educación.

Dada la gravedad y lo sorpresivo de la situación, con escenas de hospitales saturados y situaciones dramáticas no vistas en Europa desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, hace setenta y cinco años, en un primer momento la atención se puso sobre los aspectos sanitarios. Las principales acciones de los Estados a través de sus políticas públicas tendieron a reforzar los sistemas sanitarios y a universalizar la atención de todas las personas que lo necesitaban (Naciones Unidas, 2020), incluyendo nuevos hospitales y centros de atención, equipamiento de mediana y alta complejidad, materiales descartables y todo lo relacionado con los centros de testeos y aislamiento.

En un segundo momento, comenzaron a verse otras consecuencias de la crisis sanitaria, principalmente las relacionadas con la economía, la caída del empleo y el aumento de la pobreza. Según un informe del Banco Mundial (2020), el producto interior bruto (PIB) mundial va a verse reducido en un 5,2 %, una cifra que no se veía desde mediados de la década de 1940 y con tal cantidad de países que atraviesan la crisis económica simultáneamen-

te como no ocurría desde la crisis económica de 1870, hace ciento cincuenta años.

A su vez, otros problemas sociales, económicos y sanitarios comenzaron a tener lugar: falencias de tipo psicológicas, educativas, familiares y hasta recreativas también eran consecuencia de la pandemia por el covid-19 y las diferentes medidas que se fueron tomando en todos los países para atravesar la crisis. Estas problemáticas se agravaron en aquellas regiones donde el sistema sanitario y de seguridad social no eran tan fuerte para enfrentar las diversas crisis, como desarrolla en un análisis de las respuestas estatales el Banco Interamericano de Desarrollo (2020) para nuestra región de América Latina y el Caribe, donde los Estados intentaron llevar a cabo acciones a través de diferentes políticas públicas para atender las demandas de su población.

Esta nueva realidad global hizo que cobre un rol central el acceso o no a los servicios de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) de calidad y a un precio razonable. Si bien ya era una problemática instalada en la agenda pública, la virtualización de todas las áreas de la vida hizo que tome un lugar central como no tenía antes. En sus diferentes informes, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ya venía insistiendo sobre la necesidad de garantizar una «canasta básica digital» (2020a) para universalizar el acceso a las TIC y acortar las enormes brechas y desigualdades que se dan en toda la región (2020b).

Frente a esto, el Estado argentino ejecutó diferentes políticas públicas decretando los servicios de las TIC como servicios públicos esenciales. Con esta medida, se decidió congelar los precios de dichos servicios en un primer momento mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) núm. 690/2020, para luego crear una prestación básica universal (PBU) que cada compañía de telecomunicaciones debería implementar.

¿Cómo nace una política pública? ¿Cómo afectan las nuevas demandas y necesidades ciudadanas en determinado contexto sociohistórico al surgimiento de nuevas agencias estatales? ¿Qué rol se propone ejercer el Estado cuando adopta decisiones de políticas públicas, provocando cambios en sus atribuciones y funcionamiento? ¿Qué relación se construye entre el Estado y la ciudadanía al ejecutar políticas públicas tendientes a satisfacer sus necesidades? ¿Cuáles son los poderes reales del Estado a la hora de llevar a cabo políticas públicas que afectan a intereses privados? ¿Qué consecuencias en su legitimidad puede traer la imposibilidad de gestionar y llevar a cabo políticas públicas?

El objetivo del siguiente artículo es comprender cómo y por qué las TIC se convirtieron en una necesidad ciudadana plausible de una política pública específica que tendiera a su satisfacción, y

las complejidades que en dicho proceso surgen o pueden surgir de su inaplicabilidad. Para ello nos proponemos analizar cómo se desarrolló esta política pública, sus impactos y consecuencias. Proponemos comenzar con la instalación del tema en la agenda pública desde la problematización social de una demanda que ya existía previamente. Tomamos el concepto de «ciclo vital» para estudiar su contexto de surgimiento y los diferentes nudos que se van ejecutando de manera relacional como respuesta del Estado para atender dicha cuestión; profundizamos sobre la definición del Estado y su rol regulador en la economía, describiendo la burocratización que esta política pública supone y los modelos de Estado que entran en juego sobre la capacidad del mismo de intervenir en el mercado para garantizar el acceso a las TIC; y la relación entre este y la ciudadanía social.

Finalmente reflexionamos sobre las formas de resolución de nuestra cuestión, pensando la crisis de legitimidad que podría significar que un grupo económico o un conglomerado de tales no cumplan con una política pública dictada por el propio Estado, poniendo en debate las capacidades estatales y la idea misma de democracia cuando las demandas sociales no son escuchadas o resueltas satisfactoriamente por la institución estatal.

La cuestión y el nudo en el acceso a las TIC

Siguiendo la definición de Oszlak y O'Donnell (1982), llamamos cuestión a las necesidades y demandas que son problematizadas socialmente, entendiendo que solo algunas de ellas adoptan este estatus al ingresar en la agenda de los problemas sociales para los cuales algún sector de la sociedad cree que se debe y puede hacer algo. No todas las necesidades y demandas constituyen una cuestión, pudiendo algunas de las mismas convertirse en tal en algún contexto específico, mientras que otras pueden dejar de ser consideradas en otro momento histórico.

En nuestro caso de estudio, la cuestión pasa a ser el acceso al servicio de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), entre las que encontramos servicio de televisión de pago, telefonía fija, telefonía celular e Internet fijo y móvil. Retomando lo que desarrollábamos en la introducción, el acceso a las TIC ya constituía una necesidad y demanda social, pero no se encontró problematizado socialmente hasta que la virtualización de todas las actividades sociales colocó la incapacidad de acceder a las TIC de manera regular y con cierto piso de calidad como un impedimento para desarrollar otras actividades esenciales. Nuestra cuestión principal incluye la posibilidad de desarrollar otras

secundarias que no se habían problematizado con anterioridad, como el teletrabajo y la educación a distancia. Por eso, nos parece no solo interesante y necesario este análisis, sino representativo de un debate de época que, aunque se venía desarrollando desde principios del siglo XXI, el contexto de la emergencia y el desarrollo de la pandemia pusieron en primer plano.

A partir de que una problemática social se constituye en cuestiones y el Estado lleva a cabo diferentes políticas públicas para su tratamiento e intento de resolución. Definimos una política pública como el «conjunto de acciones y omisiones que manifiestan una determinada modalidad de intervención del Estado en relación con una cuestión que concita la atención, interés o movilización de otros sectores de la sociedad civil» (Oszlak y O'Donnell, 1982, p. 113). La política pública nos indica la direccionalidad que busca otorgarle el Estado a la cuestión, la normatividad que afecta el desarrollo que venía teniendo hasta el momento la demanda social y busca resolverla: la prestación básica universal creada por el DNU núm. 620/20 se pone en marcha para garantizar el acceso a los servicios de las tecnologías de la información y la comunicación, principalmente para los sectores más vulnerables de la sociedad, que hasta ese momento no podían acceder a ellos debido a sus elevados costos.

Desde la problematización hasta la resolución de la demanda social, la cuestión atraviesa lo que Oszlak y O'Donnell denominan su «ciclo vital». En cuanto al contexto de su aparición, como venimos viendo, le corresponde una pandemia global inédita que hizo de la virtualidad una necesidad insoslayable, contexto sin el cual es imposible comprender cómo la demanda por el acceso a las TIC se convierte en cuestión. Según el mismo análisis que venimos trabajando, el contexto «consiste en aquel conjunto de factores extrínsecos al objeto más específico de investigación (políticas públicas) que es indispensable para la comprensión, descripción y explicación de aquel objeto y sus efectos sobre otras variables» (Oszlak y O'Donnell, 1982, p. 121).

La problematización sobre el servicio de acceso a Internet constituye un caso paradójico sobre el cual pensar las nuevas formas de comunicación en el siglo XXI (Lago Martínez, 2019). Aunque la idea de la virtualidad de las relaciones está instalada en la ciudadanía, la falta de acceso a dichos servicios nunca se constituyó en una demanda social puntual, como si lo fueron otras (por ejemplo, en el debate sobre la Ley de Medios surgió ya una cuestión sobre la necesidad de instalar cierta pluralidad de voces en la radio y la televisión). Por otro lado, las denuncias sobre problemas en el servicio de comunicación (televisión, Internet y telefonía móvil) se encuentran al tope de las demandas ciudadanas,

como lo muestran las denuncias generadas en defensa al consumidor en CABA durante el año 2020. De esta manera vemos que la problematización social se dio históricamente sobre las falencias del servicio, en sus cortes e interrupciones, pero no se había generado hasta el momento una cuestión social clara y visible sobre la falta de acceso al mismo.

En el contexto histórico del covid-19, el Estado nacional decidió implementar en diferentes etapas y con diversa intensidad momentos de aislamiento y distanciamiento social preventivo y obligatorio (ASPO y DISPO). Estas decisiones hicieron que la virtualidad tomara un rol central en la vida social, principalmente en dos aspectos: educativo, en un año escolar completo que se desarrolló a través de la virtualidad; laboral, donde el trabajo remoto, con diferentes intensidades según el sector (por ejemplo, se desarrolló un aumento del teletrabajo superior al promedio en servicios, compra-venta, publicidad y administración pública), se instaló con fuerza y obligó al empleado a desarrollar sus actividades través de Internet. Esta nueva realidad puso en agenda la problemática social que imponía la falta de acceso al servicio, de la mano de las denuncias provenientes de una activa participación de organismos de la sociedad civil, como los sindicatos, las ONG y los movimientos sociales (Garretón, 2001; De Souza Santos, 2001).

Según la evaluación llevada a cabo por el Ministerio de Educación de la nación en junio de 2020, solo el 46 % de las y los estudiantes vivían en hogares con acceso fijo a una buena calidad de señal de Internet, con fuertes desigualdades entre las regiones del país (piso del 30 % en el NEA, máximo de 51 % en región Centro). A pesar de los avances en políticas educativas que se desarrollaron con el cambio de siglo, estas no fueron capaces de erradicar las grandes desigualdades en la escuela obligatoria que se arrastraban por décadas (Gluz y Feldfeber, 2019), las que se veían con mayor nivel en aquellas regiones donde las vulnerabilidades sociales, económicas e incluso de género eran más profundas (Gluz, Ochoa, Sambrana y Espínola, 2020). En este contexto, el cierre de escuelas significó en muchos casos la imposibilidad de mantener la regularidad escolar, ya que no tener acceso a las TIC o a un dispositivo electrónico significó mantenerse durante un año sin contacto con sus docentes y pares (Bordoli, 2021). Además, en muchos contextos la escuela no era solamente el lugar donde se brindaba educación, sino que también funcionaba como comedor y lugar de contención de otras problemáticas sociales y familiares, por lo que el cierre de estos espacios sociales impactó profunda y negativamente sobre las tareas de cuidado, crecimiento y desarrollo. A su vez, la falta de conectividad y acceso a las TIC se veía agravada cuando el nivel educativo de las y

los adultos y responsables del hogar no permitía el apoyo y acompañamiento en las tareas ante la falta de la fuente de información que significa Internet (Cariaga y Ferreira, 2020).

En cuanto al teletrabajo, un informe de Albrieu (2020) para el Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC) a comienzos del aislamiento nos muestra que en Argentina casi un tercio de los trabajos solamente poseía el potencial para realizarse a través del teletrabajo (entre el 27 y el 29 %). Esto se debe a los altos índices de informalidad que existen en la economía argentina, como también a la gran cantidad de trabajo que requiere mano de obra intensiva para su realización. Pero lo más llamativo es que, según el mismo informe, este número desciende por debajo de un trabajo cada cinco cuando entran en juego la conectividad y el acceso a una computadora: solamente un 18 % de los trabajos podían desarrollarse a distancia tomando estas tres variables.

Por otro lado entendemos, siguiendo el mismo análisis (Oslack y O'Donnell, 1982), el DNU núm. 690/2020 como un punto o «nudo» en una secuencia de interacciones entre políticas públicas y privadas en el marco de un determinado proceso social. Del mismo modo, sostenemos que las políticas públicas no constituyen respuestas aisladas por parte del Estado, sino que se desarrollan dentro de una serie de acciones gubernamentales que le dan sentido. Tanto el ámbito laboral como el educativo tuvieron sus propias políticas públicas enfocadas en dichos sectores, principalmente la Ley núm. 27.555 de teletrabajo y la plataforma educativa de acceso gratuito Juana Manso en el ámbito escolar dentro del plan federal del mismo nombre. Como mencionamos en una nota publicada en la revista *Oleada* (Fullana, 2020), la conectividad y el acceso a las TIC en el sistema educativo deben abordarse en tres dimensiones: acceso a las redes de comunicación (principalmente Internet) en hogares, acceso a dispositivos electrónicos aptos para el estudio como computadoras portátiles, conectividad dentro y entre escuelas. Cada nudo y cada cuestión se desarrollan en un entramado más complejo donde las demandas y las posibles soluciones no pueden individualizarse, sino que entran en juego y relación con otros nudos y cuestiones, haciendo más complejo el análisis.

Por el lado de los dispositivos, el Gobierno relanzó un programa de conectividad dentro del Plan Federal Juana Manso. Dicho plan retoma lo que había sido el Plan Conectar Igualdad, lanzado por el Decreto núm. 459/10 a mediados del año 2010, y que tenía como objetivo la distribución de cinco millones de *netbooks* durante los siguientes cuatro años. Entre los años 2010 y 2015, dicho plan distribuyó más de cinco millones y medio de *netbooks*

entre estudiantes de escuelas públicas de todo el país. Pero entre los años 2016 y 2019 dicho plan fue seriamente interrumpido y apenas se distribuyeron algo más de 820.000 *netbooks* en cuatro años. Cuando comenzó la educación virtual, la ausencia de *netbooks* se notó especialmente en los sectores más vulnerables. Con el Plan de Conectividad Juana Manso, el Gobierno nacional planifica la distribución de 633.000 *netbooks* de producción nacional durante el año 2021, lo que supone un fuerte incremento en relación a los cuatro años anteriores, pero apenas se supera la mitad del promedio 2010-2015, cuando se entregaron algo más de 1.100.000 *netbooks* de promedio por año, y se alcanza aproximadamente un tercio de las distribuidas en el año de mayor inversión del Conectar Igualdad (el año 2013, en el que se distribuyeron 1.600.000 *netbooks*). Aunque el plan federal también abarca la problemática de la conectividad, disponiendo la creación y distribución a lo largo del territorio nacional de nodos de conectividad y la creación de una plataforma federal educativa propia del Estado y del Ministerio de Educación de la nación de acceso gratuito, la misma no llega a garantizarse plenamente si el Estado no interviene en el mercado privado de las telecomunicaciones.

Analizando ahora el «ciclo vital» hasta llegar a la creación de la PBU, vamos viendo cómo, desde el comienzo de la pandemia y las diferentes etapas de cuarentena en nuestro país, la cuestión y los intentos de resolución a través de políticas públicas se fueron encadenando. Cuando comenzó el ASPO en marzo de 2020, el Gobierno logró retrotraer los últimos aumentos que se habían generado y congelar los precios de los servicios en principio hasta el 31 de agosto de 2020 mediante el DNU núm. 311/2020. Llegando a la fecha límite, las negociaciones entre el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y las prestadoras del servicio, que ya habían anticipado aumentos del 11 % en promedio para septiembre, se encontraban en un punto muerto. En este contexto, el presidente de la nación, Alberto Fernández, publica mediante Twitter la decisión política de declarar las TIC como servicios públicos esenciales.

La estructura burocrática en la implementación de las políticas públicas

En la implementación de esta política pública, como de cualquiera otra en general, es fundamental estudiar y comprender cómo funciona el proceso burocrático del Estado, qué unidades administrativas entran en funcionamiento, cómo se relacionan y de qué manera entran en juego todos los niveles gubernamentales (Cao, Blutman Estévez e Iturburu,

Cuando comenzó la educación virtual, la ausencia de *netbooks* se notó especialmente en los sectores más vulnerables

2007). En nuestro caso, se generaron importantes transformaciones en cuanto a las «unidades» que deberían aplicar las nuevas regulaciones. Entendemos por burocracia al equipo administrativo encargado de llevar a cabo la implementación de un derecho creado o modificado por medio de un marco legal determinado establecido (Weber, 1992). En relación a los servicios que se regulan con el decreto, el Estado no cuenta con una unidad propia de servicio de Internet, tanto fijo como móvil, o de telefonía. Por otro lado, sí cuenta con un servicio estatal de acceso a la televisión satelital gratuito. Aunque no cuenta con unidades prestadoras de dichos servicios, diferentes unidades burocráticas intervienen en la aplicación e implementación de la política pública analizada en varias instancias de la misma. A su vez, vemos que durante estos procesos se genera una expansión y especialización en las áreas institucionales, producto también de la ampliación de las demandas sociales que el Estado debe absorber (Oszlak, 1978). Analizamos a continuación las tres principales intervinientes: AR-SAT, ENACOM y ANSES.

Cobra un rol central en la burocracia del Estado con respecto a las TIC la empresa del Estado nacional de telecomunicaciones AR-SAT, creada por el Estado argentino el 22 de mayo del año 2006 a través de la Ley núm. 26.092. Esta empresa se encarga de la inversión en la Red de Fibra Óptica (REFEFO), la que permite llevar la conectividad a través de Internet a todo el territorio nacional, la política satelital que permitirá con la planificación y el relanzamiento del ARSAT-SG1 llevar Internet satelital a 200.000 hogares rurales, la amplificación de la televisión digital (TDA) y la distribución de más de mil quinientos puntos de wifi con acceso gratuito a Internet de calidad. Para ello se amplió su presupuesto, asignándole a través del Plan Conectar 37.900 millones de pesos hasta 2023. En este sentido, vemos una ampliación presupuestaria en pos de fortalecer el trabajo de la unidad burocrática del Estado con mayor injerencia como prestadora de servicios de comunicación.

Otra unidad del Estado que interviene en la política pública analizada es el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), el ente autárquico y

descentralizado que debe garantizar y ejecutar las políticas que permitan el acceso de todos los argentinos a los servicios de las TIC. Es el ENACOM la autoridad de aplicación del DNU núm. 690/2020, y el que deberá regular y controlar los precios del mercado de las TIC, que ahora pasan a ser servicios públicos esenciales. La nueva capacidad de regulación se manifestó en la creación de la PBU, que establece que cada prestadora de servicios deberá garantizar planes mínimos con precios accesibles para un público destinatario definido. La PBU no es un programa ni plan dependiente de la ENACOM, sino que dicho ente se encarga de controlar y monitorear que cada prestadora otorgue dicha prestación. Pone a disposición la declaración jurada que se debe presentar, comunica la norma, controla los precios de los servicios y funciona como instancia final frente a incumplimientos de lo establecido.

Por último, indirectamente interviene la Administración Nacional de la Seguridad Social (ANSES). La ANSES es la unidad burocrática que se encarga de las prestaciones y servicios de la Seguridad Social en todo el país, un organismo descentralizado creado hace treinta años que tomó un nuevo rol con la estatización de las AFJP en el año 2010. Desde ese momento, su extensa base de datos se convirtió en una de las herramientas más importantes para dirigir las políticas públicas destinadas a los sectores más vulnerables. En el caso de la PBU, nuevamente su sistema informático es de vital importancia, ya que la mayoría de las y los ciudadanos que pueden acceder a dichos beneficios son destinatarios de otras políticas de la ANSES, como pueden ser la asignación por hijo y por embarazo, el progresar, las jubilaciones o pensiones.

Frente al anuncio del DNU, desde los titulares de sus propios medios de comunicación las empresas que se veían afectadas manifestaron su sorpresa, rechazo y dudas a la implementación de los controles propuestos. El principal argumento en contra del DNU es que la implementación de nuevos controles e intervenciones en el mercado de las TIC podría hacer que disminuyan las inversiones y la calidad del servicio. Entra en juego el papel de los medios de comunicación en las sociedades capitalistas y democráticas occidentales, tomando el rol que Althusser (1988) les atribuye como parte de los aparatos ideológicos del Estado, parte fundamental de la reproducción de la dominación capitalista.

En Argentina, el Estado burocrático autoritario (O'Donnell, 1975) que se instaló con el golpe de Estado de 1966 y con mayor fuerza y violencia a partir de la dictadura cívico-militar de 1976 inauguró un nuevo y fundamental rol de los medios de comunicación como garantes de la legitimidad de la nueva sociedad y el Estado neoliberal que se intentaba implantar. Como habían visto Horkheimer

y Adorno (1998) en su célebre capítulo «La industria cultural: la Ilustración como engaño de las masas» años antes en Europa, la industria cultural aglutinaba diferentes instancias de producción audiovisual que podían construir un mensaje y dispositivo armonizado en búsqueda de la construcción ideológica y cultural necesaria para sostener cierto tipo de dominación y explotación. Fue con las reformas de los años noventa, e incluso con contradicciones durante los primeros años del siglo XXI, que los medios de comunicación alcanzaron el tamaño y capacidad actual de moldear e intervenir en la formación y sostenimiento de las relaciones de dominación actuales, donde el rol interventor del Estado en la economía y el mercado es deslegitimado.

En el siguiente apartado nos proponemos pensar la actuación del Estado en la búsqueda de posibles resoluciones a la cuestión en estudio en dicho contexto, tomando posibles definiciones y características, según sus funciones y roles como regulador de la economía y la sociedad, y las tensiones y fuerzas que se le oponen en el desarrollo de las mismas.

Entre el Estado de bienestar y neoliberal

En esta cuestión que analizamos del acceso a los servicios de las TIC, ahora comprendidos dentro de los servicios públicos esenciales por el DNU núm. 690/2020, podemos ver un proceso social en el que varios nudos se fueron entretejiendo y llegaron al punto en el que nos encontramos. Lo que buscamos en este apartado es analizar cómo esos nudos se desarrollaron en dos modelos de Estado diferentes, con concepciones distintas sobre su rol en el mercado de las telecomunicaciones.

El Estado realiza diferentes funciones particulares con el objetivo de lograr la cohesión y unidad social. En su papel globalmente político, incluye funciones ideológicas y económicas sobre las que construye su función propiamente política dentro del campo de las luchas de clases (Poulantzas, 2007), como las que analizamos a continuación. La regulación de cualquier mercado, en este caso de las TIC, forma parte de las acciones particulares que el Estado lleva a cabo dentro de su función política global, en la cual va conformando su tipología según los objetivos y las herramientas y recursos que utiliza.

En nuestra región hemos visto durante los años noventa cómo los discursos neoliberales han sido hegemónicos en cuanto a las acciones y políticas públicas estatales (Torre, 1998). Las recetas neoliberales que propusieron achicar el Estado y desregular la economía en el contexto de la globalización produjeron un aumento de las desigualdades sociales y económicas (Cavallo, 2004; Oszlak, 1997),

mientras los Estados americanos veían menguar sus capacidades de resolver las problemáticas ciudadanas e intervenir en el conflicto. Pero a partir del cambio de siglo en nuestra región (Natanson, 2008; Dussel, 2009), y luego de la crisis económica mundial del 2008 en otras latitudes, la hegemonía neoliberal comienza a desarmarse y se desatan nuevos debates sobre el tipo de Estado que las sociedades necesitan para desarrollarse (Thwaites Rey, 2010).

El Estado que surge de las crisis del neoliberalismo retoma viejas ideas y atribuciones del Estado de bienestar (García, 2008; Frascini y Tereschuk, 2015), con eje en la función intervencionista y reguladora del mercado, como así también su rol de garante de un piso de derechos sociales, económicos y políticos. Nuestra cuestión tiene destinatarios claros en la fracción de la ciudadanía que presenta mayores índices de vulnerabilidad, en su mayoría compuesta por beneficiarios y beneficiarias de prestaciones sociales, desde asignaciones familiares a jubilaciones, incluyendo también trabajadores y trabajadoras de la economía popular o de sectores informales, monotributistas de las categorías más bajas y desempleados y desempleadas.

La clase social funciona como un diferenciador que explica de qué manera se distribuyen a lo largo de la sociedad los diferentes recursos de dominación, donde no entran en juego solamente aspectos económicos, sino también estatales y políticos (O'Donnell, 1978). Las desigualdades de base en torno al acceso o no a las TIC, como así también la imposibilidad de mantener la escolaridad o un trabajo estable, constituyen una problemática constante que no solo se sostiene, sino que incluso se amplía a lo largo de la vida de las personas (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2019) dentro de una institucionalidad más amplia donde, a pesar de expresar un poder social dominante, las relaciones políticas y económicas que materializa no dejan de ser contradictorias y conflictivas, ya que, aunque la prestación básica universal es presentada e interpretada como un avance ciudadano y popular, una ampliación de derechos para amplias capas sociales desprotegidas y expuestas en el contexto de la pandemia también está legitimando un sistema de dominación y explotación capitalista determinado (Thwaites Rey, 2005): las prestaciones continúan estando a cargo de empresas privadas, cuando no transnacionales; las reglas del mercado continúan garantizando una conectividad mejor en aquellas zonas donde el mercado ofrece mayores tasas de ganancia, mientras diferentes barrios populares no cuentan con la red de fibra óptica que garantiza la mejor conexión a la red; la PBU es un piso, un mínimo de conectividad que tampoco permite un uso adecuado e intensivo de las TIC. A pesar de los avances que presenta la

PBU, no podemos dejar de ver que el Estado es en última instancia el garante final de las relaciones de dominación capitalista (O'Donnell, 1978).

Podemos ver que entre los años 2003 y 2015 las principales políticas públicas en el sector de las TIC se orientaron a ampliar el rol del Estado en el mismo. La creación de la empresa AR-SAT, las unidades AFSCA y AFTIC, y las leyes de Argentina Digital y de Servicios de Comunicación Audiovisual son prueba de esto. El Estado de principios de siglo, al igual que en muchos otros países de la región, recuperaba el rol interventor, regulador y de garante de derechos que había tomado el típico Estado de bienestar (Ollier, 2014; Kulfas, 2019).

Con el cambio de Gobierno en diciembre de 2015, el Estado se corre del rol que intentó construir en los años anteriores. La fusión de AFSCA y AFTIC en el ENACOM en los primeros días de Gobierno son prueba de esto. El DNU núm. 267/2015 buscaba quitarle al Estado las capacidades de regulación e intervención en un mercado que el Estado creía que pertenecía a la lógica privada del mercado. Este modelo de no intervención podemos asimilarlo a las lógicas del Estado neoliberal (Basualdo y Arceo, 2006; Basualdo, 2010) que en nuestro país y en toda la región imperó durante la década de los noventa en la privatización de otros servicios públicos (teléfono, agua, luz, gas, entre otros).

La crítica neoliberal que marcaba Portantiero (1989) que el Estado de bienestar debió afrontar luego de la Segunda Guerra Mundial y con mayor énfasis desde los años setenta retomaba con los mismos argumentos: el Estado no debía intervenir de tal manera sobre el mercado ni debía ser garante de derechos sociales, ya que esto conducía a un agrandamiento de las atribuciones del Estado en función de ideas igualitarias y ampliaciones democráticas, supuestos negativos para el normal funcionamiento según las visiones tradicionales neoliberales (Malamud, 2016). Al igual que lo que pasaba durante las últimas décadas del siglo XX, con énfasis en los años de la década de los noventa, el Estado durante la administración de Mauricio Macri fue retrotrayendo sus «fronteras» de intervención en materia política, económica y social (Oszlak, 1999) durante los cuatro años que van del 2015 al 2019, desarmando los nudos y políticas públicas que habían otorgado al mismo herramientas y capacidades estatales de intervención en el mercado de las TIC.

Con el DNU núm. 690/2020 el Estado recupera su capacidad de intervención en el mercado, tomando atributos típicos del Estado de bienestar. Interviene y regula el mercado de servicios de las TIC, anunciando la PBU con prestaciones dirigidas a los sectores más vulnerables de la población, con precios establecidos desde el Estado a los prestadores

privados. A su vez aumenta el control sobre dicho mercado, regulando los aumentos del resto de los servicios y la implementación de la PBU en los casos que corresponda. También aumenta la inversión estatal en el sector a través del plan Conectar, como vimos en el apartado anterior, lo que aumenta las posibilidades del Estado de intervenir en la provisión del sistema de TDA, puntos wifi, acceso a la REFEFO e Internet satelital.

El Estado interventor se convierte en garante del buen funcionamiento y de las condiciones generales de acumulación del mercado de las comunicaciones, pero dejando en el sector privado y en la capacidad empresarial la necesidad de garantizar un buen servicio a través de la competencia. Estos atributos del Estado se inscriben en lo que Bresser-Pereira (2007) denomina Estado neodesarrollista, discutiendo con el Estado neoliberal sobre las posibilidades y recursos de intervención que posee el Estado, pero también con el viejo desarrollismo que ponía en el Estado la obligación de invertir directamente, como si lo hacía en torno a la década de los cincuenta en la región (Cardoso y Faletto, 1971; Faletto, 1990) y en nuestro país (Berrotarán, 2004). Se trata de un modelo mixto tanto en lo económico como en lo político, donde el Estado no absorbe demandas dentro de lo público, sino que en su rol regulador permite el pleno desarrollo de las fuerzas económicas para que puedan expresarse (Portantiero, 1989).

Cuando el Estado toma y ejerce su rol de regulador e interventor en el mercado, amplía sus fronteras y logra también otorgar y garantizar nuevos derechos sociales. El acceso a las tecnologías de la información y la comunicación es un caso para analizar cómo se constituye una demanda social en una política pública cuando el Estado amplía sus capacidades en la búsqueda para garantizar el pleno ejercicio de la ciudadanía social. Por ciudadanía social entendemos «el progreso en la dotación de recursos, oportunidades y competencias para proyectos individuales y colectivos que impliquen mejoras en la calidad de vida en dominios crecientemente más diversos» (Flisfich y Pinto, 2011, p. 65).

Cuando hablamos de ciudadanía partimos de la trilogía clásica de Marshall (1964), la cual incluye los derechos políticos, civiles y sociales. En nuestro caso, vemos que el acceso a las TIC, en el contexto del siglo XXI y en el marco de la pandemia del covid-19, influye fuertemente en la capacidad que tienen las y los ciudadanos de ejercer con plenitud estos tres tipos de derechos. En el siguiente recuadro sintetizamos esta información y la importancia de que el Estado aumente su capacidad estatal en la implementación de políticas públicas orientadas a garantizar el acceso a las TIC para, de esta manera, aumentar el nivel de ciudadanía de su pobla-

ción. El DNU núm. 690/2020 puede leerse desde esta lógica como una política pública orientada a aumentar la estatalidad democrática (Bertranou, 2015), la inclusión social y garantizar un mejor y más amplio sentido de la ciudadanía, lo que a su vez contribuye a mejorar las propias capacidades del Estado a través del fortalecimiento de la participación de su población.



Para el ejercicio de esta mayor capacidad estatal, se necesita una premisa básica previa: que el Estado tenga soberanía sobre un territorio y fundamentalmente que sea obedecido en sus decisiones en el dictado de leyes, ordenamientos o políticas públicas, así como también a la hora de juzgar y sancionar a quienes no las cumplen (Weber, 2009). Esta legitimidad de la que goza entra en juego en la evaluación sobre la capacidad de implementación de la política pública analizada, lo que desarrollamos en el siguiente apartado sobre «Resolución» a modo de conclusión de este análisis.

Resolución. Satisfacción de la cuestión o incapacidad del Estado

Finalmente, el «ciclo de vida» de toda cuestión que genera una política pública es la resolución de la misma. Volviendo al trabajo de Oszlak y O'Donnell (1982), la resolución constituye los diferentes caminos que pueden dar por finalizada su problematización, se haya o no solucionado de manera satisfactoria la demanda que desencadenó la misma. En nuestro análisis, la resolución de la cuestión sobre el acceso a las TIC puede ser producto de la posibilidad de implementar de manera certera la PBU que garantice un acceso universal a las nuevas tecnologías de la comunicación, o bien deberse a que la demanda sale del campo de las problematizaciones sociales, ya sea porque otra demanda

ocupa su lugar o porque el debate ha llegado a un nivel de saturación sin solución.

En cuanto al DNU núm. 690/2020, podemos analizarlo en dos variables: por un lado la implementación de la PBU; por otro lado, la respuesta de las prestadoras de servicios a aceptar o no dichas regulaciones, y la consecuente capacidad del Estado para ejecutar el poder de policía en los casos donde las empresas no aceptan las nuevas reglamentaciones. En cuanto a la PBU, comenzó a implementarse el 1 de enero de 2021 a través de las resoluciones núm. 1466/2020 y núm. 1467/2020 del ENACOM. Los servicios van desde los 350 pesos para telefonía móvil con 1 giga de Internet móvil, 380 pesos para telefonía fija, planes desde 685 y 800 pesos de Internet domiciliario dependiendo de la prestadora, y entre el 20 % y el 30 % de descuento en la televisión por suscripción dependiendo de la empresa. A su vez, la regulación del mercado impone límites al aumento de las tarifas de las TIC para el resto de los clientes: los aumentos deben ser entre el 5 % y el 8 %, dependiendo de si la empresa anunció aumentos durante 2020 y si tiene menos de 100.000 suscriptores. El impacto en cuanto a beneficiarios que accedieron a las diferentes PBU no ha sido cuantificado aún por el ente de aplicación, ya que es una medida de reciente implementación.

Lo que sí se puede observar de manera temprana son las dificultades por parte del Estado en la aplicación de la reglamentación del DNU núm. 690/2020 y de la PBU. Por definición, las políticas públicas que implementa el Estado son de carácter obligatorio. En este caso, lo que analizamos tiene como objetivo garantizar un derecho ciudadano a través de la tutela de un sector económico. En la disputa con dichos sectores, vemos que históricamente han sido intereses que se beneficiaron con un Estado débil, con poca intervención en el mercado e incapaz de implementar sus decisiones en la práctica. Partiendo desde los aportes de Faletto (1990) en su análisis de los Estados en América Latina, vemos que a lo largo de las décadas la tensión entre las capacidades de los Estados latinoamericanos y las fuerzas del mercado ha sido una constante. Muy difícilmente se alcanzan equilibrios entre Estado y mercado, ni siquiera cuando lo que se busca es la constitución de relaciones sociales plenamente capitalistas modernas. Las tensiones retornan una y otra vez cuando el rol planificador del Estado busca imponerse a los intereses empresariales estableciendo el marco normativo general en el que se desarrollen las fuerzas y relaciones productivas.

La lógica del mercado de las TIC, guiada por la maximización de las ganancias, se enfrenta con la lógica del acceso ciudadano a los derechos

que ya vimos que se vinculan con la posibilidad de contar con estos servicios (Dobratnich, 2021; Rivori, 2020). El Estado ciudadano entra en conflicto con las empresas privadas para garantizar el pleno ejercicio de los derechos sociales, mientras un nuevo sentido común presente en nuestra sociedad desde comienzos de siglo asigna a las instituciones públicas un rol de mayor intervención en los diferentes aspectos del mercado, con una nueva legitimidad para ampliar su influencia en la economía.

Evaluando la capacidad estatal para implementar una política pública que entra en tensión con los intereses privados vemos serias falencias. El grupo Clarín-Telecom, líder del sector que presta los cuatro servicios (Internet fijo, telefonía fija, Internet móvil, televisión por cable) alcanzados por el DNU a través de las empresas Fibertel, Personal y Cablevisión, no solo decidió aumentos del 20 % en enero 2021, cuatro veces más que lo autorizado por el ENACOM, sino que además se negó sistemáticamente a acatar las órdenes de devolver los cobros no autorizados a sus clientes. Luego de un fallo en primera instancia contrario a los intereses del grupo Clarín, el ENACOM intimó a la empresa a devolver el dinero mal cobrado y retrotraer los aumentos. Además, el ENACOM aprobó un nuevo régimen de sanciones para los casos descritos a principios de marzo, con multas, suspensiones de servicios, clausuras e inhabilitaciones de licencias. Sin embargo, la no adecuación de las tarifas a lo dispuesto por el Estado pone en discusión el rol y las capacidades del mismo a la hora de regular un mercado y de garantizar el ejercicio de los derechos ciudadanos. Actualmente (julio de 2021), el DNU núm. 690/2020 se encuentra judicializado. La Sala II de la Cámara Nacional en lo Contencioso Administrativo falló el 30 de abril pasado a favor del recurso de apelación presentado por el grupo Telecom. Frente a esta medida cautelar que beneficia a dicho grupo empresarial, junto con Direct TV y Telecentro, el titular del ENACOM, Claudio Ambrosini, comunicó que se está intentando llegar mediante un «recurso de queja» a que sea la propia Corte Suprema de Justicia la que defina sobre la constitucionalidad del decreto y las reglamentaciones suspendidas.

La pregunta final que nos hacemos es qué sucede cuando el Estado dispone una política pública y un grupo empresario decide no aceptarla, ya que afecta sus intereses privados. Esta incapacidad del Estado en la aplicación del DNU núm. 690/2020 puede conllevar a una crisis de su legitimidad y disminución en la creencia ciudadana de su rol social (Castaño, 2014; Iazzetta, 2007). Por otro lado, disminuye su poder a la hora de implementar otras (o incluso la misma desde otros grupos empresariales) políticas públicas.

Una primera conclusión a la que podemos arribar, en caso de que la principal prestadora de los servicios ahora esenciales no respete una política pública, es que si el Estado no logra ejercer su poder de policía y sus decisiones carecen del carácter de obligatoriedad al no ser cumplimentadas, la idea misma de democracia entra en crisis (Levitsky y Ziblatt, 2018). Al verse la ciudadanía imposibilitada de ejercer sus derechos civiles, políticos y sociales básicos frente a los intereses económicos privados, el Estado pierde legitimidad y autoridad a la hora de ejercer la soberanía. La categoría de democracia delegativa de O'Donnell (1994) hace mención a aquellas democracias de baja institucionalización y poca capacidad de respuesta a las problemáticas sociales. Aunque el sistema institucional en la Argentina se encuentra fuerte y lejos de derivas autoritarias, no podemos dejar de ver en la imposibilidad de ejercer su poder y soberanía estatal una debilidad que hace a la calidad de la vida democrática.

En todo el mundo, la pospandemia ha generado demandas por nuevas instituciones económicas y políticas que resuelvan las desigualdades pasadas y presentes, así como las nuevas desigualdades que la pandemia generó (Ramonet, 2020). En el caso que analizamos, en la implementación de la prestación básica universal, al Estado se le presenta un doble desafío: demostrar que la resolución de una cuestión social es debida a las acciones estatales y no a las fuerzas del mercado; proponer una ciudadanía activa con posibilidades de ejercer realmente sus derechos, una democracia fortificada y un sistema burocrático institucional eficiente a la altura de las nuevas demandas que están surgiendo de la pandemia del covid-19 (Juárez, 2010; Przeworski, 2021).

Fuentes y bibliografía

- Albrieu, Ramiro (abril de 2020): «Evaluando las oportunidades y los límites del teletrabajo en Argentina en tiempos del covid-19». Centro de Implementación de Políticas Públicas para la Equidad y el Crecimiento (CIPPEC), recuperado en <https://www.cippec.org/>
- Althusser, Louis (1988): «Ideología y aparatos ideológicos del Estado. Freud y Lacan». Buenos Aires (Argentina): Editorial Nueva Visión.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2020): *La política pública frente al covid-19. Recomendaciones para América Latina y el Caribe*, recuperado en <http://www.iadb.org/>
- Banco Mundial (junio de 2020): *Global Economic Prospects*, recuperado en <http://www.worldbank.org>
- Basualdo, Eduardo (2010): *Estudios de historia económica argentina: desde mediados del siglo XX a la actualidad*. Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI Editores.
- Basualdo, Eduardo, y Arceo, Enrique (comps.), 2006: *Neoliberalismo y sectores dominantes. Tendencias globales y experiencias nacionales*. Buenos Aires (Argentina): Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Berrotarán, Patricia (2004): «La planificación como instrumento: políticas y organización en el Estado peronista (1946-1949)», en P. Berrotarán, A. Jáuregui y M. Rougier: *Sueños de bienestar en la nueva Argentina. Estado y políticas públicas durante el peronismo 1946-1955*. Buenos Aires (Argentina): Imago Mundi.
- Bertranou, Julián (2015): «Estatidad efectiva. Reflexiones sobre el Estado a partir de los aportes de Guillermo O'Donnell», en *Desarrollo Económico. Revista de Ciencias Sociales*, vol. 33, núm. 130.
- Bordoli, Eloísa (abril de 2021): «Pandemia y educación. Tiempos de excepcionalidad, neoliberalismo y disputa de los docentes para garantizar el derecho a la educación», en *Estado y derecho a la educación en América Latina. Desafíos para la investigación educativa a partir de la pandemia*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Bresser-Pereira, Luiz Carlos (julio-agosto de 2007): «Estado y mercado en el nuevo desarrollismo», en *Revista Nueva Sociedad*, núm. 210, pp. 110-125.
- Cao, Horacio; Blutman, Gustavo; Estévez, Alejandro; e Iturburu, Mónica (2007): *Introducción a la administración pública argentina: nación, provincias y municipios*. Editorial Biblos.
- Cardoso, Fernando, y Faletto, Enzo (1971): *Teoría de la dependencia*, capítulo V. Siglo XXI Editores.
- Cariaga, María Eugenia, y Ferreira, Mercedes (2020): «La corresponsabilidad ante el covid-19 en los barrios populares. Relatos de Villa Itatí», en *Revista Debate Público. Reflexión de Trabajo Social*, año 10, núm. 20.
- Castaño, Sergio (2014): «La legitimidad política en el Estado democrático-representativo. Breve examen desde la tradición clásica», en *Revista Europea de Historia de las Ideas Políticas y de las Instituciones Públicas*. Málaga (España).
- Cavallo, Domingo (2004): *El Consenso de Washington y el liderazgo de los Estados Unidos*, clase núm. 5. Cambridge (Massachusetts): Harvard University.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020a): *Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del covid-19. Informe especial covid-19*, núm. 7, agosto de 2020, recuperado en <http://www.cepal.org>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2020b): *Pactos políticos y sociales para la igualdad y el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe en la recuperación poscovid-19. Informe especial covid-19*, núm. 8, octubre de 2020, recuperado en <http://www.cepal.org>
- De Souza Santos, Boaventura (2001): «Los nuevos movimientos sociales», en OSAL. CLACSO.
- Dobratnich, Gonzalo (2021): *Derecho y nuevas tecnologías*. Buenos Aires (Argentina): La Ley.
- Dussel, Enrique (2009): *Política de la liberación*, vol. II. Madrid: Trotta.
- Faletto, E. (1990): «La especificidad del Estado en América Latina», en *Revista CEPAL*, núm. 38. Santiago de Chile.
- Flisfich, Ángel, y Pinto, Álvaro (2011): «Transformaciones, logros y desafíos: democracia, ciudadanía y Estado»,

- en *El Estado de ciudadanía. Transformaciones, logros y desafíos del Estado en América Latina en el siglo XXI*. Buenos Aires: PNUD, Sudamericana.
- Fraschini, Mariano, y Tereschuk, Nicolás (2015): «El príncipe democrático sudamericano. Liderazgos presidenciales en el siglo XXI en la región», capítulo III. Villa María (Córdoba): Eduvim.
- Fullana, Lucas (agosto de 2020): «La cruel pedagogía del virus», en *Oleada*, recuperado en <https://oleada.com.ar/la-cruel-pedagogia-del-virus/>
- García, Marco Aurelio (septiembre-octubre de 2008): «Nuevos Gobiernos en América del Sur. Del destino a la construcción de un futuro», en *Nueva Sociedad*, núm. 217. Buenos Aires.
- Garretón, Manuel Antonio (2001): *Cambios sociales, actores y acción colectiva en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Gluz, Nora, y Feldfeber, Myriam (2019): «Las políticas educativas a partir del cambio de siglo: alcances y límites en la ampliación del derecho a la educación en la Argentina», en *Revista Estado y Políticas Públicas*, núm. 13, octubre de 2019-abril de 2020, pp. 19-38.
- Gluz, Nora; Ochoa, Marcelo; Sambrana, Alicia; y Espínola, Daiana (2020): «Desigualdad y municipios. El derecho a la educación en el conurbano bonaerense», en *Encuentro Educativo. Revista de Investigación del Instituto de Ciencias de la Educación*, vol. 1, núm. 1, pp. 215-240. Universidad Nacional de Cuyo.
- Horkheimer, M., y Adorno, T (1998): *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Editorial Trotta.
- Iazzetta, Osvaldo (2007): «Democracias en busca de Estado. Ensayos sobre América Latina». Rosario (Argentina): Homo Sapiens.
- Juárez, Rodrigo Santiago (2010): «Crisis de legitimidad de las instituciones democráticas», en *Revista de Derecho*, núm. 33. Barranquilla (Colombia).
- Kulfas, Matías (2019): *Los tres kirchnerismos. Una historia de la economía argentina 2003-2015*. Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI Editores.
- Lago Martínez, Silvia (coord.), 2019: *Políticas públicas e inclusión digital: un recorrido por los núcleos de acceso al conocimiento*. Buenos Aires (Argentina): Instituto de Investigación Gino Germani, Universidad de Buenos Aires.
- Levitsky, Steven, y Ziblatt, Daniel (2018): *¿Cómo mueren las democracias?* Barcelona (España): Editorial Ariel.
- Malamud, Andrés (2016): «¿Por qué retrocede la izquierda?». Buenos Aires (Argentina): Capital Intelectual.
- Marshall, T. H. (1964): *Citizenship and Social Class and Other Essays*. Cambridge (Reino Unido): Cambridge University Press.
- Ministerio de Educación de la Nación (julio de 2020): *Evaluación nacional del proceso de continuidad pedagógica*, recuperado en <https://www.argentina.gob.ar/>
- Naciones Unidas (octubre de 2020): *Informe de políticas: La covid-19 y la cobertura sanitaria universal*, recuperado en <https://www.un.org>
- Natanson, José (2008): «La nueva izquierda: triunfos y derrotas de los Gobiernos de Argentina, Brasil, Bolivia, Venezuela, Chile, Uruguay y Ecuador». Buenos Aires (Argentina): Editorial Sudamericana.
- O'Donnell, Guillermo (1975): *Reflexiones sobre las tendencias generales de cambio del Estado burocrático-autoritario*. CEDES, G. E., núm. 1. Buenos Aires (Argentina): CLACSO.
- O'Donnell, Guillermo (1978): «Apuntes para una teoría del Estado», en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 40, núm. 4, pp. 1157-1199.
- O'Donnell, Guillermo (1994): «Delegative Democracy», en *Journal of Democracy*, vol. 5, núm. 1, pp. 55-69.
- Ollier, María Matilde (2014): *Presidencia dominante y oposición fragmentada: una construcción política. Néstor y Cristina Kirchner (2003-2011)*, Documentos de Trabajo de la Escuela de Política y Gobierno. Universidad Nacional de San Martín.
- Oszlak, Óscar (1978): *Formación histórica del Estado en América Latina: elementos teórico-metodológicos para su estudio*. Estudios CEDES, vol. 1, núm. 3. Buenos Aires (Argentina).
- Oszlak, Óscar (1997): «Estado y sociedad ¿Nuevas reglas del juego?», en *Revista Reforma y Democracia*, núm. 9. Caracas: CLAD.
- Oszlak, Óscar (1999): «De menor a mejor: el desafío de la "segunda" reforma del Estado», en *Revista Nueva Sociedad*, núm. 160. Venezuela.
- Oszlak, Óscar, y O'Donnell, Guillermo (1982): «Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación», en *Revista Venezolana de Desarrollo Administrativo*, núm. 1. Caracas.
- Portantiero, Juan Carlos (1989): «La múltiple transformación del Estado latinoamericano», en *Revista Nueva Sociedad*, 104, pp. 158-168.
- Poulantzas, Nikos (2007): *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*. Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI Editores.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (2019): *Informe sobre desarrollo humano 2019 más allá del ingreso, más allá de los promedios, más allá del presente: desigualdades del desarrollo humano en el siglo XXI*, recuperado en <https://www.ar.undp.org>
- Przeworski, A. (2021): «Las crisis de la democracia. ¿A dónde pueden llevarnos el desgaste institucional y la polarización?». Buenos Aires (Argentina): Siglo XXI Editores.
- Ramonet, Ignacio (2020): «La pandemia y el sistema-mundo», en *Le Monde Diplomatique*, recuperado en <https://mondiplo.com/la-pandemia-y-el-sistema-mundo>
- Rivori, Ana (coord.), 2020: *Tecnologías digitales: desigualdades y desafíos en el contexto latinoamericano actual*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: CLACSO.
- Thwaites Rey, Mabel (2005): «El Estado: notas sobre su(s) significado(s)», en Mabel Thwaites Rey y Andrea Magdalena López (autoras y editoras): *Entre tecnócratas globalizados y políticos clientelistas. El derrotero del ajuste neoliberal en el Estado argentino*. Buenos Aires: Prometeo Editorial.
- Thwaites Rey, M. (abril de 2010): «Después de la globalización neoliberal: ¿qué Estado en América Latina?», en OSAL (*Observatorio Social de América Latina*), año XI, núm. 27. Buenos Aires (Argentina): CLACSO.
- Torre, Juan Carlos (1998): *El proceso político de las reformas económicas en América Latina*, introducción y capítulo II. Buenos Aires (Argentina): Paidós.
- Weber, Max (1992): *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Weber, Max (2009): *La política como vocación*. España: Alianza Editorial.

GRUPOS DE DISCUSIÓN EN TELEGRAM

UN ACERCAMIENTO A LOS *IRREDENTOS* ARGENTINOS EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Telegram Discussion Groups. An Approach to
the Argentinean *Irredentos* in Pandemic Times

Iván Facundo Rubinstein

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

<https://orcid.org/0000-0001-7069-0340>

Guido Alejo Sciurano

Instituto de Desarrollo Económico y Social (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0002-0781-7887>

El objetivo de este artículo es describir y analizar los argumentos en contra de la vacunación para covid-19 que esgrimieron grupos de personas en la red sociodigital Telegram entre el 28 de junio y el 1 de julio de 2021. Más concretamente, se propone identificar la pluralidad de argumentos de aquellas personas que se opusieron al sistema de vacunación, con sus matices y diferencias. Asimismo, se indaga en las lógicas de razonabilidad y legitimación que subyace a los mismos. Para llevar a cabo dicho análisis, se hizo uso de las herramientas metodológicas de la sociosemiótica y la sociolingüística; específicamente, se reconstruyó el modelo interpretativo de quienes se opusieron a la vacunación, a través del análisis de las marcas discursivas. Tal como se ha visto durante el transcurso del 2020 y 2021, no es posible tomar acciones efectivas contra la pandemia si no se cuenta con el consenso de todos los actores involucrados, incluyendo a quienes, por diversas razones, se resisten a encuadrar su modo de vida dentro de las recomendaciones estatales. El diálogo entre estos diversos sectores sociales es, por lo tanto, un paso imprescindible.

Palabras clave

Telegram, covid-19, democracia digital, comunicación política, sociosemiótica, antivacunas, *fake news*

The aim of this article is to describe and analyze the arguments against vaccination for covid-19 put forward by groups of people in the socio-digital network Telegram between June 28 and July 1 of 2021. More specifically, it is proposed to identify the plurality of arguments of those people who opposed the vaccination system, with its nuances and differences. Moreover, it investigates the logics of reasonableness and legitimacy that underline them. We use the methodological approaches of the sociosemiotics and sociolinguistics to describe the interpretative model of those who was against vaccination, through the analysis of the discursive marks. As we saw during 2020 and 2021, the effective actions against the pandemic would not be enough if we do not have the consensus with all the social actor, including those who are against the scientific discourses of the State.

Keywords

Telegram, covid-19, digital democracy, political communication, socio-semiotics, anti-vax groups, fake news

Cómo citar este artículo: Rubinstein, I. F. y Sciurano, G. A. (2024). Grupos de discusión en Telegram. Un acercamiento a los *irredentos* argentinos en tiempos de pandemia. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 162-176. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20206>. Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

La relación entre las autoridades que ocupan el poder público del Estado y las personas a las cuales representan constituye un foco de interés privilegiado de varias disciplinas de las ciencias sociales. El contexto de pandemia de covid-19 no ha hecho más que acentuar el foco de tensión que anida en tal relación, planteando desafíos, dilemas y preguntas: ¿cuál es el límite de las libertades individuales en un marco de emergencia sanitaria? ¿Hasta qué punto es legítima la imposición de medidas de cuidado? ¿Qué argumentos emplean quienes descreen y se oponen a esas medidas? ¿En qué términos discuten su legitimidad y legalidad?

Transitando la segunda mitad del año 2021 y habida cuenta de la disponibilidad de vacunas para gran parte de los países desarrollados del norte global y algunos países periféricos, las discusiones en torno a los niveles de inoculación y las distintas posturas societales no hicieron más que incrementarse. En Estados Unidos, por ejemplo, la presencia de un fuerte movimiento antivacunas se combinó con una tradición liberal, y el hecho de que la aprobación de las vacunas fuera de emergencia (el proceso no tuvo el tiempo habitual establecido por los protocolos sanitarios) dio como resultado una estrategia estatal basada en la implementación de incentivos positivos: ante el exceso de oferta de dosis se pusieron de forma gratuita, se facilitó el acceso físico a la vacuna, se agilizó el proceso para que llevara la menor cantidad de tiempo posible y la mayoría de los Gobiernos subnacionales ofrecieron recompensas a quienes decidieron vacunarse (desde comida rápida hasta la participación en sorteos con premios millonarios). Otros países, como Francia, se enfrentaron a los movimientos antivacunas con estrategias menos concesivas, como la implementación de certificados sanitarios que permitieron diferenciar el acceso de los ciudadanos a bienes y servicios dependiendo de si estaban vacunados o no; así, las personas no vacunadas fueron puestas frente a un abanico de incentivos negativos, como la prohibición de viajar en transporte público y asistir a eventos deportivos. Paralelamente, se desplegaron acciones institucionales para garantizar la obligatoriedad de las vacunas anticovid, como lo son las presiones a los organismos regulatorios internacionales con el fin de que otorguen la aprobación definitiva de las vacunas, lo que presumiblemente ayudaría a disipar las dudas de personas indecisas por falta de información.

Argentina no ha sido ajena a estos debates y tensiones, y ciertas características sumaron complejidad al escenario local: una historia reciente de dificultades en el abastecimiento de vacunas, la disputa simbólica a nivel de la sociedad referida a

la valoración de distintos proveedores, los niveles de polarización política y la multiplicidad de estrategias sanitarias subnacionales fueron algunas de las especificidades del caso.

Teniendo esto en cuenta, el presente trabajo se propone describir y analizar los argumentos desarrollados por grupos de personas que se opusieron a las políticas sanitarias gubernamentales. Partimos de la necesidad de entender, *desde dentro*, cuáles son las razones que esgrimieron estos grupos, que, para el caso argentino, han sido definidos como «irredentos» (Fernández, 2020): aquella población que, independientemente de su nivel socioeconómico o de escolarización, resistió a los argumentos enunciados desde el discurso científico estatal, así como a las restricciones sanitarias de los diferentes órdenes de Gobierno.

Las ciencias sociales no desatendieron el fenómeno de estos grupos de población. Por el contrario, han ofrecido una gama variada de respuestas e hipótesis para su análisis en tiempo real. Sin embargo, los abordajes se han caracterizado por subestimar o desestimar sistemáticamente la agencia social y la perspectiva de los propios sujetos involucrados, haciendo foco en variables externas a los individuos y sus interacciones: desde aquellos que focalizaron en los riesgos de lo que califican como *fake news* (Catalán, 2020; Van der Linden, Roozenbeeck y Compton, 2020; Apuke y Omar, 2021) o los efectos nocivos de lo que se ha denominado como «infodemia» (Morán, 2020; Cinelli *et al.*, 2020) hasta quienes centraron la discusión en torno a la eficacia de la comunicación pública y las políticas sanitarias en un esquema *top-down* (Da Silva y De Ulysséa, 2020; Hatcher, 2020; Newton, 2020). En el caso específico de Argentina, también se ha señalado la configuración de la política mediatizada a través de las diferentes plataformas mediáticas y redes sociodigitales (Slimovich, 2021).

Si bien todos estos abordajes resultan enriquecedores para entender en mayor profundidad la compleja situación de la pandemia por covid-19, aún resta explicar cuáles son las diferentes lógicas que caracterizan a quienes, por diversas razones, no se encuadran dentro de los límites sanitarios que impone el Estado o deciden ponerlos en cuestión en la arena pública. Lejos de asumir que se trata simplemente de *fake news*, acciones irracionales o negligentes que ponen en peligro la salud del resto de la población, nos interesa dar cuenta de los modelos interpretativos (Vasilachis, 2013) que movilizan a dichos grupos. Más aún, ¿se trata de un solo modelo interpretativo o detrás de estos grupos coexisten modelos plurales que impulsan una gama de creencias heterogéneas? Y de ser así, ¿cuál es la relación entre ellos: coexistencia, complementariedad u oposición?

En estos tiempos de polarización se refuerza la necesidad ética y política (también académica) de tender puentes recíprocos de entendimiento. Quizá la metáfora más adecuada es la planteada por la socióloga estadounidense Arlie R. Hochschild (2016), quien propone «trepar el muro de la empatía». Desde esta perspectiva, proponemos avanzar en un análisis que no se alimente ni abreve de estereotipos preconcebidos, para así comprender mejor las condiciones que moldean aquellos comportamientos y perspectivas que nos parecen inentendibles *a priori* (y que en consecuencia etiquetamos como irracionales). Esperamos así contribuir a los estudios en torno a la comunicación y la democracia, en el entendido de que el diálogo público es una dimensión toral para la construcción del bienestar de la población.

Tal como se ha visto durante el transcurso de los últimos años, no es posible tomar acciones efectivas contra la pandemia si no se cuenta con el consenso de los actores involucrados, incluyendo a quienes, por diversas razones, se resisten a encuadrar su modo de vida dentro de las recomendaciones estatales. El diálogo entre estos diversos sectores sociales es, por lo tanto, un paso imprescindible, y más aún ante el desafío que representarán durante las próximas décadas los problemas asociados a nuevas pandemias y los efectos del cambio climático.

Lo que viene a continuación se encuentra estructurado en cinco secciones. La primera de ellas detalla el contexto de virtualidad que caracteriza al grupo estudiado y al enfoque metodológico. Seguidamente se presentan las coordenadas metodológicas y sus implicaciones técnicas, reflexivas y expositivas. La tercera ofrece el análisis y la exposición de las categorías utilizadas para su abordaje. La cuarta sección expone una síntesis de hallazgos y su integración en el modelo interpretativo postulado para la interpretación del grupo estudiado. Finalmente, procedemos en las conclusiones a realizar una reflexión para investigaciones prospectivas.

Telegram y el contexto de la virtualidad

Durante el 2021 ocurrieron en Argentina una serie de marchas, quemas de cubrebocas y otras manifestaciones similares; todos estos eventos fueron esporádicos y geográficamente dispersos. La participación presencial en tales espacios hubiera sido difícil, dada su dispersión territorial y temporal; al mismo tiempo, hubiera significado un riesgo para la salud de los investigadores. En este sentido, con sus puntos a favor y en contra, la estrategia metodológica escogida nos permitió maximizar el volu-

men y frecuencia de exposición a las interacciones. Lejos de concebir la virtualidad como un espacio cerrado sobre sí mismo, entendemos que es posible interpretar lo que pasa en esos espacios a la luz de lo que ocurre en otras esferas de la vida social. Por tal motivo, tuvimos siempre en consideración la evolución paralela de las interacciones en el grupo de Telegram, las políticas públicas sanitarias aplicadas en los momentos en que esas interacciones se suscitaban y las distintas líneas editoriales de medios masivos de comunicación nacionales.

De entre las redes sociales digitales existentes, la elección de Telegram descansa en varias razones. En primer lugar, luego del cambio de políticas de privacidad de Whatsapp a comienzos del 2021, la aplicación de Telegram superó las quinientos millones de descargas en todo el mundo, posicionándose así como una aplicación de mensajería cifrada de alto consumo. En segundo lugar, a diferencia de su competidora, Telegram presenta funciones adicionales propias de otras redes sociodigitales como Facebook e Instagram, ya que permite crear y difundir grupos y contenidos (públicos o privados) y canales de difusión sin límite de suscriptores. Finalmente, es posible mantener el número telefónico en el anonimato. Todas estas características contribuyen a crear una plataforma idónea para el debate y la discusión; y consecuentemente, la organización política.

Desde sus inicios, Telegram ha sido estudiada como una plataforma que posibilita la comunicación anónima de los movimientos sociales que se oponen a las políticas llevadas a cabo por el Gobierno y buscan escapar a la esfera de influencia estatal, ya se encuadren en una lucha por ampliar la democracia institucional (Bykov, Medvedeva y Hradziushka, 2021) o por reivindicar los derechos de las minorías bajo regímenes autoritarios (Johns y Cheong, 2021). Dentro del campo de la comunicación política de las democracias occidentales, se ha señalado su potencial como canal de comunicación para los partidos políticos, tanto tradicionales como nóveles, durante las campañas electorales (Sierra, González y Rodríguez, 2022). Asimismo, se ha enfatizado en su uso para la difusión segura de información, en el caso de los periodistas (Sánchez y Martos, 2020), pero también en su potencial para fortalecer las redes de grupos de extrema derecha (Urman y Katz, 2020). En el caso específico de la pandemia por el covid-19, se ha descrito su uso por parte de los ayuntamientos españoles como una forma de acercarse a la ciudadanía y combatir las *fake news* (López, 2020).

Como es posible apreciar en el último caso, se trata de una visión que considera las *fake news* un efecto provocado por la ausencia de voces institucionales cuando se señala, citando una fuente,

que «la ciudadanía ha demostrado [...] que necesita combatir el auge de las *fake news* siguiendo fuentes de información fiable como lo han sido los canales de Telegram de las administraciones locales» (p. 119). Este argumento consiste en una abducción no sustentada en evidencia empírica, según la cual la desinformación se combate con la difusión *top-down* de comunicación institucional. Como hemos señalado, el punto no es descartar este tipo de abordajes, sino complementarlos con un análisis cualitativo que visibilice los diferentes argumentos y racionalidades esgrimidos por quienes se negaban a acatar las políticas sanitarias delineadas por los Estados. Para ello, en el siguiente apartado se presenta el enfoque metodológico seguido en el análisis.

Enfoque metodológico¹

Para este trabajo hemos adoptado un enfoque vinculado a técnicas interpretativas, junto a una preocupación por la reflexividad (tomando en sentido amplio a Guber, 2011), la cual redundará en investigaciones de tipo inductivo-iterativo cuyas hipótesis iniciales experimentan una metamorfosis al atravesar el trabajo de campo (O'Reilly, 2005). Desde esta perspectiva, el análisis se encuentra centrado en sistemas de producción, rastreo y recopilación de datos que están mediados digitalmente, lo cual incluye la observación de interacciones en tales espacios (Murthy, 2011).

Nuestro enfoque se centró en entender a un «otro» construido y autorrepresentado digitalmente (Marzioni, 2020). Como se ha explicado, se trata de personas que se posicionan contrarias a las políticas sanitarias del Estado y que se valen de la accesibilidad de las herramientas digitales para potenciar la comunicación horizontal y fomentar la participación en prácticas tanto *online* como *offline* (Rodríguez Cruz, 2021).

El punto de vista nativo que se rastrea y reconstruye a partir del estudio es el de aquellos/as autores/as de la plataforma, lo cual implica una serie de limitaciones a tener en cuenta. Estas refieren sobre todo a la imposibilidad de contar con datos sociodemográficos precisos. La edad de la población objetivo, la composición según género, la distribución geográfica exacta, el nivel educativo o socioeconómico se presentan aquí como variables difíciles (cuando no imposibles) de analizar. Se encuentran fuera de nuestro alcance por motivos técnicos y éticos. Sin embargo, como veremos a continuación, lo que nos mueve es una pregunta por

las lógicas discursivas, y el enfoque del análisis discursivo tiene bastante que decir sobre este tópico.

Al adentrarse en las plataformas digitales es posible detectar ciertas regularidades: podemos contar con el total de interacciones que se han llevado a cabo en dicho espacio; el tipo de mensaje suele ser preponderantemente textual (con acompañamiento de mensajes visuales o audiovisuales), quedando excluida la comunicación corporal o gestual; asimismo, se pierde el contexto material presente al momento en que cada persona produjo o consumió los mensajes en cuestión (Pink *et al.*, 2015; Bárcenas y Preza, 2019; Marzioni, 2020; Cesarino, 2021). A pesar de estas limitaciones, contar con la totalidad de los mensajes nos ha permitido poner en práctica un análisis discursivo desde el enfoque de la sociosemiótica, el cual nos permitió, tal como sostenía Eliseo Verón (1998), reconstruir procesos de producción de sentido al analizar los productos discursivos.

En este trabajo hemos optado por reconstruir los modelos interpretativos que se ponen en juego en el interior del grupo de Telegram. Entendemos por modelo interpretativo al conjunto de recursos lingüísticos y estrategias argumentativas empleados para representar a la realidad, a sus actores, sus relaciones mutuas y sus procesos (Vasilachis, 2013). Dichos modelos orientan las lecturas que los diferentes individuos hacen tanto de la realidad como de los discursos que sobre ella circulan (discursos que pueden ser de carácter periodístico, político-gubernamental, científico, etcétera). Por tal motivo, el análisis detenido de los discursos del grupo escogido permitió postular su modelo interpretativo; dicho ejercicio, si bien no resulta exhaustivo, creemos que puede ser un aporte para acercarnos a la comprensión de los «irredentos» tanto en Argentina como en otras partes del mundo.

Para postular los modelos interpretativos, se analizaron las marcas discursivas (Verón, 1998) presentes en las conversaciones de los miembros de un grupo de la red sociodigital Telegram cuyos miembros se encuadran en la definición de «irredentos». Asimismo, se analizó el tipo de consumo de contenido digital proveniente de otras plataformas (de noticias, videos, blogs, etcétera), para entender el modo de circulación de los diferentes discursos al interior de dicho grupo y su posible contribución al establecimiento de los modelos interpretativos. De esta forma, las preguntas que guiaron nuestra aproximación a los discursos de los «irredentos» fueron: ¿por qué se oponen a las políticas sanitarias? ¿Cuáles son sus argumentos? ¿De qué forma los construyen? ¿Cómo circulan? Y ¿en virtud de qué atributos dichos argumentos revisten un nivel aceptable de verosimilitud entre aquellos/as que los reproducen?

¹ El desarrollo que aquí realizamos sobre análisis de redes sociales digitales recupera la propuesta de Sciarano y Siede (2021).

La estrategia de indagación que hemos propuesto permite acceder a sentidos y valores generales que circulan en la sociedad argentina

Las marcas discursivas mediante las cuales se ha realizado el análisis presentan una naturaleza heterogénea: desde el uso de paratextos (videos e imágenes) e hipervínculos (principalmente a sitios de noticias) hasta el empleo de diferentes tipos de modalizadores para orientar una determinada lectura del mensaje (tales como el uso de comillas o signos de interrogación para resaltar el sarcasmo o la autoidentificación del enunciador con los lectores). El análisis de cada una de ellas no obedeció a un punto de partida preestablecido, sino que siguió un camino inductivo, partiendo del potencial heurístico de cada una de estas marcas (Vasilachis, 2013, p. 17).

Aunque nos faltó el cara a cara, la estrategia de indagación que hemos propuesto permite acceder a sentidos y valores generales que circulan en la sociedad argentina: no fueron pocas las manifestaciones callejeras y movilizaciones públicas de grupos con estos valores (antivacunas, «médicos por la verdad», autoconvocados para la quema de cubrebocas, «defensores de las libertades individuales», etcétera); sus discursos tampoco estuvieron ausentes de los medios de comunicación tradicionales con presencia nacional (televisión, radio y diarios). Podemos decir que coincidimos espacial y temporalmente con nuestros/as interlocutores/as en varias esferas (la digital, pero también la *offline*). Así, las narrativas e interacciones observables en Telegram, analizadas en marcos específicos y puestas en relación con otras esferas, permitieron trascender los obstáculos que implica observar una plataforma digital en particular (Bárceñas y Preza, 2019).

Para este trabajo hemos analizado los mensajes producidos en el grupo Profesionales por la Verdad entre los días 28 de junio y 1 de julio. La razón de dicho recorte temporal obedece a un fenómeno de política sanitaria por parte del Gobierno argentino: esa semana se decidió reducir el 70 % del cupo de personas que pueden ingresar al país, lo que implicó la suspensión de vuelos y que aquellos que se encontraban en el exterior debieran retrasar su regreso. Dicha medida estuvo fuertemente cuestionada por diferentes figuras de la política y el periodismo, al tiempo que ocupó un lugar central en la agenda

mediática. No obstante, como se verá a continuación, las temáticas tratadas en el grupo de Telegram no estuvieron construidas en torno a esta medida sanitaria, sino que siguieron un devenir paralelo. Si bien el grupo no es impermeable a los discursos periodísticos y políticos (incluso se retoman notas periodísticas de medios tradicionales), las lecturas de estos obedecen a la lógica interna propia del grupo.

Un acercamiento al grupo Profesionales por la Verdad

El grupo escogido es de carácter abierto, lo cual quiere decir que cualquier persona puede acceder a él a través de su enlace. Al momento de redacción², el grupo contaba con más de 950 miembros, la mayoría de ellos activos a lo largo de todo el día. Su objetivo, tal como señala en la sección de información, es el de «discutir temas relacionados con cómo oponer resistencias legales y culturales» a las medidas sanitarias delineadas por el Gobierno argentino para combatir la pandemia del covid-19. Fue creado en marzo del 2021 por un abogado argentino y se adscribe cercano a grupos como Abogados por la Verdad o Amparo Nacional.

Ahora bien, dado el amplio volumen de mensajes difundidos, cuyo promedio supera la centena por día, la organización del corpus se ha realizado de forma inductiva, yendo del examen detenido de los mensajes a las diferentes categorías analíticas y modelos disponibles (tanto en lo concerniente a las formas argumentativas como a los ejes temáticos y los distintos modos de circulación entre plataformas). En total se han analizado 187 mensajes³, de los cuales en este trabajo se mostrarán aquellos que se considera más representativo o que poseen valor heurístico en función de nuestro objetivo de investigación. Dado que lo que interesa es la comprensión de los argumentos y no su medición cuantitativa, el criterio escogido fue el de saturación: el punto en el que el análisis de los mensajes no arroja novedad cualitativa ni aporta un elemento novedoso para dar respuesta a la pregunta de investigación.

Con el objetivo de clarificar las racionalidades heterogéneas que se ponen en juego en las interacciones del día a día, hemos tomado como punto de partida para la organización de hallazgos la división retórica clásica entre *logos*, *ethos* y *pathos*, considerando las siguientes salvedades: no presuponemos que encontraremos discursos «puros» característicos de cada una de estas tres categorías; por el contrario,

² Lunes 19 de julio de 2021.

³ Distribuidos de la siguiente manera: 33 el día 28 de junio, 29 el día 29 de junio, 66 el día 30 de junio y 59 el día 1 de julio.

lo que se observa es su mixtura y transversalización a lo largo de los discursos analizados. Por tal motivo, a la hora de analizar un determinado discurso (o conjunto de ellos, en el caso de las interacciones) se consideró cuál era la dimensión predominante. Y dado que lo que interesa es comprender el conjunto de razones argumentadas por los «irredentos» que conforman el grupo analizado, no nos detendremos en la prevalencia de discursos lógicos o de discursos éticos, por ejemplo; lo que haremos será postular los diferentes modelos interpretativos que organizan las diferentes interpretaciones de «lo real» (en este caso, la referencia a la pandemia del coronavirus y las acciones de políticas públicas). La elección de la perspectiva retórica para el análisis de los discursos no es azarosa. La entendemos no como un saber puramente epistémico, sino ante todo como una *doxa*, una práctica argumentativa concreta mediante la cual las personas ponen el lenguaje al servicio de una determinada concepción de la realidad (Vitale, 2015).

Finalmente, una serie de aclaraciones en relación con la privacidad. Tal como hemos sostenido, el grupo es público; esto significa que no se requiere autorización para ingresar, su acceso es libre a través del enlace. Asimismo, Telegram asegura la privacidad de sus usuarios al no registrar sus números telefónicos: lo que aparece es tan solo el nombre público que elige cada uno, el cual puede ser su nombre completo o un acrónimo, siglas e incluso un nombre de fantasía. En los casos en que refiera a un mensaje en particular, lo hacemos de acuerdo con su nombre público, sin mencionar el apellido (en los casos en que hay apellido). Asimismo, se quitaron las imágenes de perfil. De esta forma, garantizamos el anonimato de todos quienes participan del grupo.

Logos: la argumentación racional

El primer caso inscrito en esta categoría lo encontramos en un usuario que reenvía un mensaje del canal @InfoVacunas. En dicho mensaje se difunde un *flyer* en el cual se «confirma» que las vacunas de Pfizer-BioNtech contienen grafeno. En dicha imagen se presentan dos fotografías tomadas por microscopios (ópticos y electrónicos) comparando imágenes de archivo del grafeno con el que se encontraría en la vacuna (imagen 1). En el mensaje en cuestión se explica que la investigación estuvo a cargo de Ricardo Martín (director de *La Quinta Columna*)⁴ y José Luis Sevillano (médico cirujano);

⁴Portal web de noticias que se describe como un sitio que proporciona «información alternativa pero contrastada con objeto de que seas participe de acontecimientos de vital importancia que suceden en la sociedad que te rodea y que la mayor parte de las veces no son objeto de difusión en la pantalla de tu televisión». Por razones de espacio omitimos el análisis semántico de

asimismo, se brindan dos enlaces, uno al programa de difusión de dicho informe y el otro a la lista de publicaciones de @InfoVacunas. El mensaje en cuestión fue visto por más de 55.000 personas.



Imagen 1. Difusión de evidencia sobre presencia de grafeno en vacunas. Fuente: dominio público.

En este punto debemos recordar que lo que estamos viendo en esta categoría no es la verdad o falsedad de las proposiciones, sino su forma. En otras palabras, la falsedad de la información (que posteriormente han difundido canales de noticias de varios países) no impide que analicemos el componente lógico-argumentativo del mensaje: la apelación a la evidencia empírica de carácter visual, es decir, la correspondencia entre los elementos constitutivos de la vacuna y del grafeno. Esto se inscribe en la búsqueda de evidencia empírica (entendida como objetiva) que permita establecer una correcta correspondencia entre una proposición y el estado del mundo real al que refiere; y en el caso del *flyer*, la evidencia empírica se establece gracias a la utilización de equipo científico destinado a esa misma finalidad. Su uso queda expresado en el empleo indicial de las imágenes tomadas con microscopio.

La argumentación lógico-racional también podemos observarla en las interacciones, ya sea para

su nombre del sitio web; basta mencionar que refiere a la expresión para designar, en tiempos bélicos, a la población supuestamente leal al bando contrario.

realizar una corrección o bien para contraargumentar los dichos de otra persona. El primer caso lo encontramos en la conversación entre los usuarios Caro Mncd y FEF. La primera sostiene: «No es lo que dice ahí. Prudencia», en relación con las opiniones que se venían vertiendo respecto a los riesgos de vacunación. Como puede verse en el intercambio entre ambos usuarios (imagen 2), además del llamado a la prudencia (es decir, no dejarse llevar por falsos alarmismos o noticias inverificables), Caro Mncd explica que lo que se afirma no es que las vacunas provoquen tumores, sino que pueden ocasionar un falso positivo en las pruebas diagnósticas: sus efectos pueden inducir a confundirlos con un tumor y esa es la razón de que se «recomiende» esperar mes y medio antes de realizarse estudios. Esta corrección, aceptada por parte de FEF, permite una relectura más exacta del mensaje anterior, tanto por parte del propio FEF como, en principio, del resto de las personas que siguen la conversación.

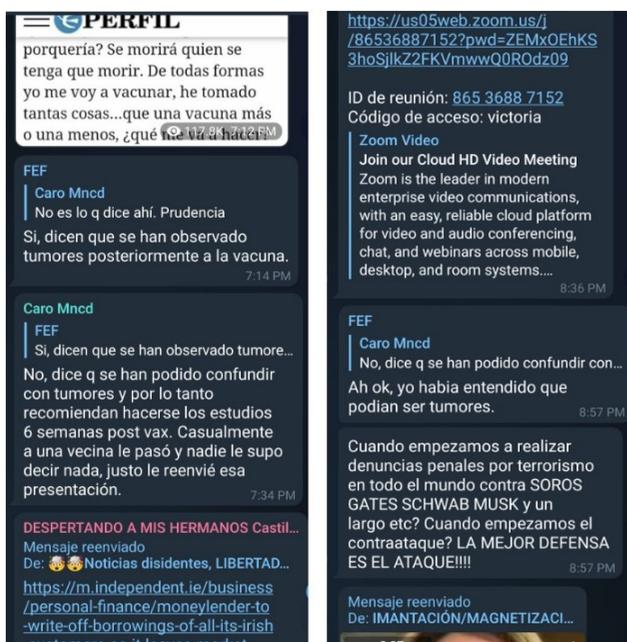


Imagen 2. Corrección de proposición 1. Fuente: dominio público.

En el segundo caso, Cristina responde a Eduardo, quien ha enunciado un mensaje que podría catalogarse como «alarmista» en el sentido de que asevera que se nos está inyectando grafeno y fumigando con virus (imagen 3). Ante esto, Cristina señala las grandes incongruencias (*sic*) de las publicaciones anteriores. Explica de qué están hechos los virus y por qué no es posible «fumigar» con ellos y por qué «no vienen a matarnos», dado que ni siquiera son seres vivos. Seguidamente explica por qué los PCR no son fiables (en la medida

en que no miden la carga viral) y cuáles son las causas de muertes por enfermedades preexistentes. Finalmente, cierra su mensaje con una proposición que han difundido incluso organizaciones internacionales, Gobiernos y centros médicos: «A veces, con el ánimo de ayudar, se cae en la desinformación». Puede verse claramente que la construcción argumental se realiza a partir de una racionalidad que, si bien no está alineada con aquella de la OMS o de diferentes Gobiernos, como el argentino, toma como premisas la investigación científica y la evidencia empírica –por ejemplo, la aseveración de Cristina de que mueren más personas en los hospitales que en sus hogares.

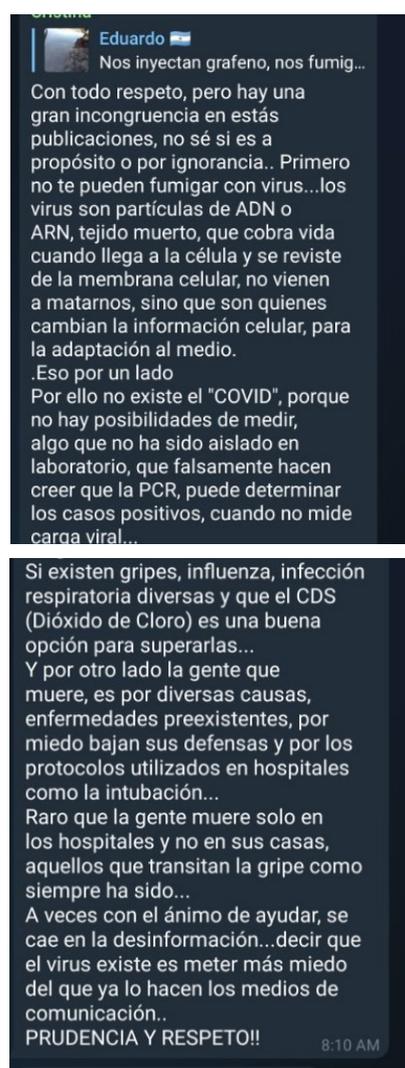


Imagen 3. Corrección de proposición 2. Fuente: dominio público.

Dentro de esta categoría podemos englobar no solo los discursos puestos a circular, sino también la propia denominación de los grupos. Como hemos mencionado, encontramos una estrecha

relación con el grupo Abogados por la Verdad, pero también existen grupos con denominación similar, como Médicos por la Verdad, Biólogos por la Verdad o Psicólogos por la Verdad (con sus diferentes variantes de acuerdo con los países). En todos los casos, la argumentación se esgrime desde los conocimientos expertos de cada uno de los campos (abogacía, medicina, biología, psicología). A su vez, el complemento «por la verdad» designa la búsqueda por posicionar un tipo de discurso que se presenta no solo como alternativo al «oficial», sino también verídico.

El lugar en cuanto que profesionales (abogados, médicos, biólogos, psicólogos) resulta importante no solo por el saber experto desde el cual estructuran sus argumentos, sino también por la calidad ética. Se presentan no solo como poseedores de la «verdad» –en contraste con las mentiras, falsedades o tergiversaciones que tendría el discurso oficial–, sino también como portadores de la información y herramientas adecuadas para sacarla a la luz. Es por ello por lo que la dimensión lógica se complementa con la moral, como veremos a continuación.

Ethos: la argumentación desde la moral del enunciador

Si bien por etimología el *ethos* refiere a la dimensión ética del orador, en este trabajo preferimos enfocarlo desde la moral, en el sentido de que remite

a una valoración individual por parte de una persona y no, como podría observarse en otros casos, a una estructura ética coherentemente integrada en un sistema de valores y actitudes.

Esta categoría puede apreciarse en las recomendaciones que realiza FEF, quien se presenta como abogado y desde dicha posición se pronuncia (imagen 4). Su opinión se basa parcialmente en el informe de *La Quinta Columna* en relación con la presencia de grafeno en las vacunas. En otras palabras, tomando como base las premisas argumentadas desde el discurso científico, FEF «recomienda» una serie de medidas de carácter jurídico: usar el informe para solicitar la suspensión temporal de la vacunación hasta que no se entreguen viales para realizar análisis «independientes»; que se inicien acciones legales para exigir la entrega de viales para su análisis (paso previo a la suspensión); que se realicen análisis de muestras de sangre de personas vacunadas. Asimismo, recomienda a los otros abogados que trabajen *pro bono* o con honorarios asequibles, ya que se trata de «salvar a la humanidad».

El carácter ético del enunciante (en este caso un abogado) resulta esencial para dar fuerza argumentativa a su mensaje. Esto es así, ya que, como bien sostiene el propio FEF, en Argentina se rechaza la vacunación con Pfizer para menores de edad, por lo que no es aplicable el informe. No obstante esta circunstancia, señala: «No podemos dejar de

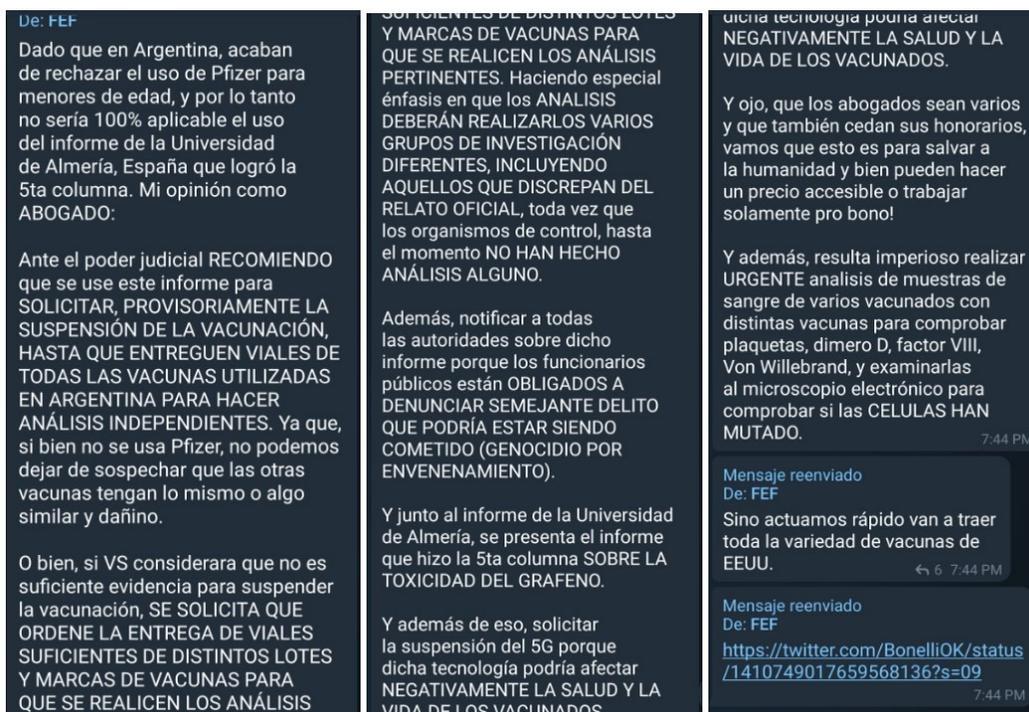


Imagen 4. La fuerza argumentativa del ethos de abogado. Fuente: dominio público.

sospechar que las otras vacunas tengan lo mismo o algo similar y dañino». Esta afirmación, que no se encuentra sustentada en premisas verificables, tiene la fuerza argumentativa de quien la está enunciando (lo cual podría encuadrarse dentro de la figura legal del principio precautorio). En este caso la persuasión no se encuentra sustentada en evidencia empírica, sino simplemente en la jerarquía de valores: en tanto que no se conoce la composición química de las vacunas, se busca suspender las políticas de vacunación.

Asimismo, es necesario considerar que dicho razonamiento se sustenta en la premura con la que los diferentes países e incluso la propia Organización Mundial de la Salud aprobaron de urgencia las distintas vacunas para combatir al Sars-Cov-2. En efecto, como se ha mencionado al comienzo del trabajo, los países comenzaron el proceso de vacunación sin seguir el tiempo establecido por los protocolos de las propias instituciones sanitarias, por lo que la desconfianza de diferentes sectores de la población no resulta gratuita. La idea central del argumento de FEF es ligeramente diferente de la del canal @InfoVacunas: en el primer caso se trata de un argumento que adopta la forma del discurso científico, sustentado en la evidencia empírica. Por el contrario, en el segundo caso estamos ante un problema de valores: ¿ponderamos la rápida vacunación de la población o esperamos hasta saber exactamente qué contiene cada una y si resulta nociva para la salud humana? Ante la ausencia de evidencia objetiva, lo que prima en el argumento de FEF, como hemos mencionado, es el principio precautorio.

En lo concerniente a la circulación de noticias publicadas por medios de comunicación, estas se encuadran también en el *ethos*, en una argumentación construida en base a la cita de autoridad. Tal es el caso del uso que se hace de una nota del diario británico *The Guardian*, en la cual se informa sobre la red de sobornos de la industria farmacéutica (imagen 5). El mensaje reenviado fue visto más de 95.000 veces y su fuente original es COVID-1984⁵. Además de contener el enlace a la nota periodística, se acompaña de un breve comentario en el que se sostiene que la investigación «destapa que las empresas farmacéuticas otorgan importantes cantidades de dinero en fondos ocultos para comprar a los parlamentos».

El comentario resulta pertinente en primer lugar porque la noticia se encuentra redactada en inglés, por lo que sirve como un resumen en español. Pero, más importante aún, puede entenderse como una apelación a la legitimidad del diario *The*

Guardian para sustentar las afirmaciones contrarias a las farmacéuticas y el sistema de vacunación que se esgrimen dentro del grupo. A diferencia de otras noticias difundidas, en este caso no se trata de blogs, videos de YouTube o páginas web de escasa presencia pública, sino de un periódico británico al que no se puede acusar de difundir *fake news* o noticias *clickbait*. Es por esto mismo que hemos considerado su inclusión en la categoría del *ethos*: porque su uso resulta en una apelación a la autoridad periodística del medio.



Imagen 5. Apelación a *The Guardian* como cita de autoridad. Fuente: dominio público.

Ahora bien, el uso del diario *The Guardian* como cita de autoridad no se limita solo al caso descrito. También hemos encontrado la difusión de una noticia en la cual se informa de que el presidente de Brasil, Jair Bolsonaro, ha destituido a un funcionario del Ministerio de Salud por un supuesto caso de soborno para implementar la vacunación.

⁵ En una clara referencia a la clásica novela distópica sobre control estatal *1984*, de George Orwell.

Asimismo, se ha utilizado hasta la propia Organización Mundial de la Salud: en un hipervínculo difundido, se explica que dicha institución «no recomienda» la vacunación a menores de edad, reforzando así los argumentos de quienes se oponen a las políticas destinadas a dicha población.

Los riesgos de vacunar a los menores de edad también se argumentan desde la jerarquía de valores. En un mensaje de Fátima, reenviado desde la cuenta Dignidad para Todos, ella pide no usar a los niños «como escudo: debemos proteger a nuestros hijos, no sacrificar su integridad física por los adultos». Esto se entiende al considerar el bajo riesgo que representa para dicha población el contraer covid-19, el cual no justifica que se los inocule con una vacuna aprobada de emergencia. Es importante este punto, porque no se discute la existencia o no del virus, sino que se parte de la constatación de los efectos adversos presentados en quienes se han vacunado (reportados en su primer momento por los medios periodísticos) para argumentar por qué no deben vacunarse los niños en estas condiciones.

El *ethos* también se usa para la vigilancia interna del grupo. Como puede observarse en la imagen 6, en el grupo circuló un mensaje reenviado

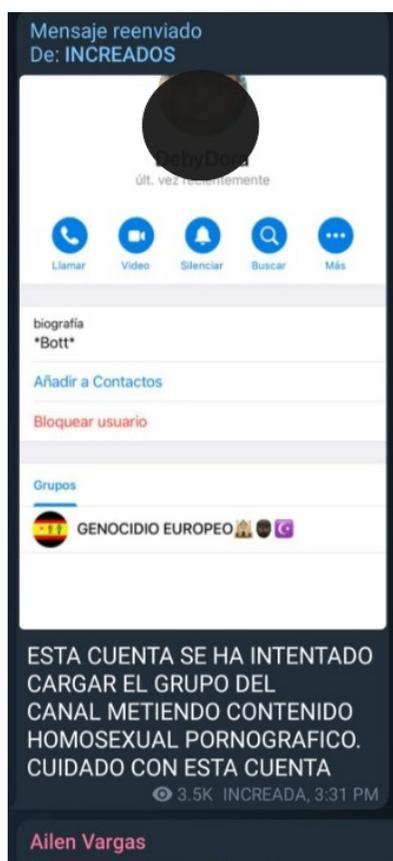


Imagen 6. Advertencia sobre difusión de pornografía homosexual. Fuente: dominio público.

de INCREADOS que alerta sobre una persona (más exactamente una «cuenta», como se la define) que estaría buscando «cargarse» el grupo. Dado que el grupo analizado es de carácter abierto —es decir, que cualquier persona puede unirse a través del enlace del mismo—, no resulta sorprendente la heterogeneidad de individuos. Y tampoco resultaría sorprendente que haya quienes busquen simplemente generar caos y discusión, tergiversando la finalidad originaria.

Consideramos este mensaje como perteneciente a la categoría ética, porque la advertencia no se construye desde lo racional, sino desde la moral. La forma mediante la cual dicha cuenta buscaría «cargarse» el grupo es mediante la difusión de contenido pornográfico de tipo homosexual (imagen 6): no se trata de información falsa, engañosa o fraudulenta, ni tampoco se trata de acoso a los miembros, sino de una actividad para la cual el grupo no fue creado. Ahora bien, llegados a este punto, podemos considerar si lo que se denuncia es la difusión de pornografía o la difusión de pornografía homosexual. No se denuncia la pornografía como un tipo de violencia sexual ni tampoco se le atribuye un carácter ilegal (como podría ser la pornografía infantil); no obstante, el carácter homosexual de la misma permite pensar en una visión con una fuerte impronta de moralidad conservadora. Lo cual es congruente con la presencia de discursos religiosos, tal como veremos más adelante (imagen 8).

Pathos: *el camino de las emociones*

Por último, debemos detener nuestra atención en la tercera categoría. Hemos constatado que la dimensión del *pathos* se encuentra presente en las dos categorías antes vistas; su presencia puede ser mayor o menor, pero no se han encontrado casos en donde la dimensión emocional y afectiva no juegue un papel, por más neutro que sea el tono del mensaje.

En este apartado ubicamos a aquellos mensajes que se construyen a partir del *pathos*, en los cuales dicha dimensión resulta el eje central que organiza la argumentación. Es el caso de la difusión de muertes y afectaciones negativas luego de aplicarse vacunas (imagen 7): en ningún caso se explica qué fue lo que desencadenó los eventos ni se emite una valoración jerárquicamente organizada. Tan solo se difunde los «hechos», acompañados de un comentario que resalta la conexión temporal entre la vacunación y el evento, acompañado de videos o fotografías, en un proceso argumental que remite a las prácticas del llamado periodismo amarillista o sensacionalista.

Podemos observar la difusión, por parte de Fantasma, de una serie de mensajes reenviados: dos de ellos se corresponden con muertes. En primer lugar, un militar paquistaní, el cual fallece cinco

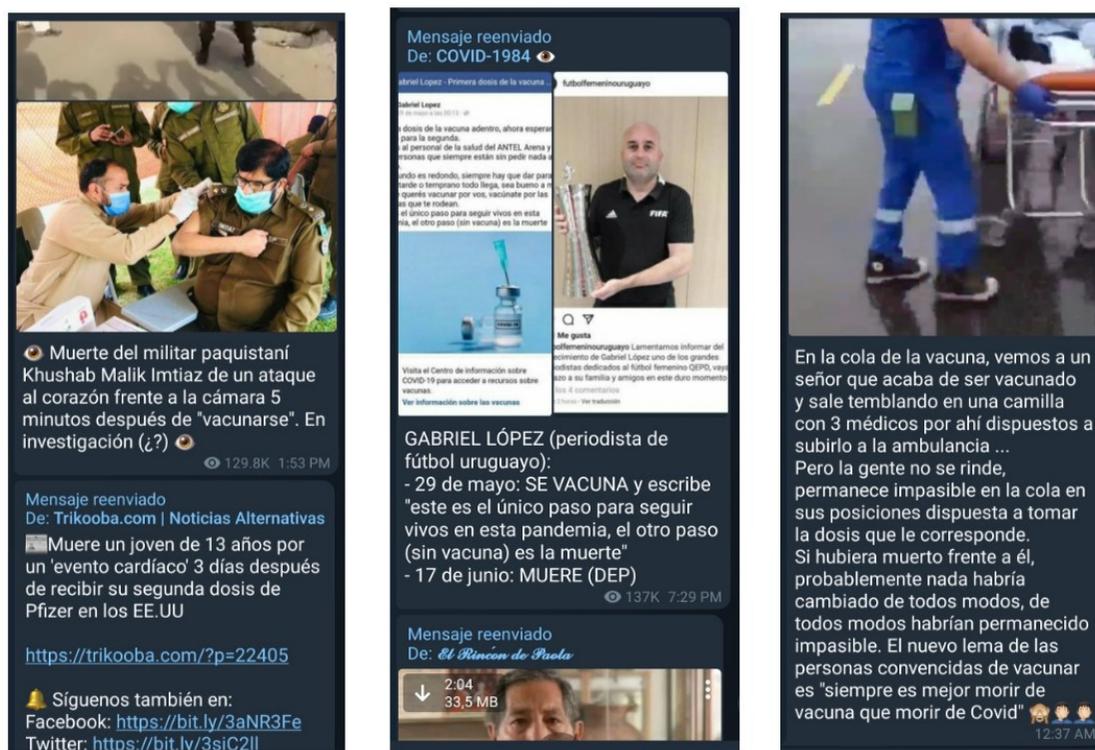


Imagen 7. Difusión de efectos nocivos luego de la vacunación. Fuente: dominio público.

minutos después de la vacunación —la cual se pone en tela de juicio mediante el uso de comillas—. También se pone en tela de juicio que se haga una investigación sobre el suceso al acompañar dicha proposición de signos de interrogación. El mensaje se acompaña de una fotografía del afectado, así como de un video, ambos subidos directamente a Telegram, y con una llegada a casi 130.000 personas. En segundo lugar, se difunde la noticia publicada por el sitio web Trikooba (que se autodefine como de «noticias alternativas»)⁶ sobre la muerte de un niño de trece años tres días después de recibir la segunda dosis de Pfizer, en Estados Unidos; en este caso no encontramos contenido multimedia, pero sí un enlace al sitio de noticias en cuestión.

El mismo usuario Fantasma difunde, en un día posterior, el mensaje reenviado por la cuenta COVID-1984 sobre la muerte de un periodista deportivo de Uruguay casi veinte días después de vacunarse. El mensaje se acompaña de capturas de pantalla de la noticia difundida por Facebook y un comentario sarcástico sobre la opinión del periodista, que muere luego de aseverar que la muerte era la opción a no vacunarse.

⁶ Podemos ver la importancia del adjetivo «alternativo» en relación con las noticias de Trikooba. A través de él se posiciona el sitio web como contrapuesto al discurso «oficial» y presumiblemente falso. Es una operación de figuración similar a la empleada en los nombres de los grupos «por la verdad».

Por su parte, Carla difunde no ya la muerte de una persona, pero sí su desmayo luego de recibir la vacuna. El mensaje se acompaña de un video en donde se ve a la persona en una camilla, llevada por tres médicos hacia una ambulancia, ante la mirada «impasible» de quienes esperan su turno. Asimismo, acompaña su mensaje con una reflexión: «Si hubiera muerto frente a él, probablemente nada habría cambiado». Esta argumentación se construye por una oposición marcada frente a quienes apoyan las vacunas, a quienes se ejemplifica mediante una *reductio ad absurdum*: la última oración de Carla lo esquematiza afirmando: «El nuevo lema de las personas convencidas de vacunar es "siempre es mejor morir de vacuna que morir de covid"». Vemos aquí la apelación a una diferente jerarquía de valores, pero no es de ella de donde toma fuerza la argumentación (como en la categoría del *ethos*), sino que la fuerza argumental radica en el video de la persona saliendo en camilla luego de haber recibido su dosis.

Finalmente, la dimensión afectiva es la que moviliza la difusión de una noticia ignorada por los grandes medios de comunicación (imagen 8). Nuevamente, lo que motoriza es el riesgo que corren los chicos, lo cual se manifiesta en la marcha de padres que denuncian mala praxis en el Hospital Eva Perón, en Merlo (provincia de Buenos Aires, Argentina). El mensaje va acompañado de un enlace a un video de YouTube que levanta una cápsula

informativa de un noticiero local: *El Canal de Merlo*. Tal como señala Animales, se trata de «gente humilde», motivo por el cual se siente «triste»; en el primer caso se trata de una caracterización que enfatiza el grado de vulnerabilidad de los afectados, mientras que con la autorrepresentación como sentimentalmente triste busca conmover a los demás usuarios y generar empatía con la «gente humilde». Asimismo, en los comentarios podemos ver cómo se aúna a la discusión tanto el descrédito de la clase política –ya que se menciona el apoyo a dos *outsiders* del campo político argentino: Biondini y Centurión– como la apelación religiosa –«Dios está con nosotros» y «Pidamos a Jesús que nos respalde», tal como afirma Bea–. Asimismo, esto queda evidenciado en la imagen de políticos argentinos de todo el espectro electoral usando el pañuelo verde, que representa la Campaña por la Interrupción Legal del Embarazo, fuertemente rechazada por la Iglesia.

Postulando el modelo interpretativo del grupo Profesionales por la Verdad

Llegados a este punto, estamos en condiciones de postular las características del modelo interpretati-

vo del grupo de Telegram Profesionales por la Verdad. No ignoramos el carácter provisorio de esta construcción analítica, siempre abierta a correcciones y modificaciones, pero creemos que dichas características son útiles en la medida en que pueden arrojar luz sobre otros grupos similares tanto en Argentina como en otros países. Por tal motivo, no lo consideramos como un punto de llegada, sino más bien como un punto de partida para los análisis de los «irredentos». Como hemos mencionado, dichos modelos proyectan sobre la realidad un marco de inteligibilidad. En otras palabras, ordena los «recortes» discursivos de la realidad.

Ahora bien, ¿de qué manera se realiza este «recorte»? ¿Qué características posee el grupo que hemos estudiado? En total hemos encontrado seis características entrelazadas del modelo interpretativo de quienes forman parte del grupo de Telegram, las cuales permiten responder a estas preguntas.

La primera de estas características es la constatación de que el grupo maneja su propia agenda, la cual no se ve influenciada en forma lineal por la agenda mediática (un fenómeno clásico en los estudios de comunicación desde el *two-step flow*). No obstante, ello tampoco quiere decir que el grupo sea «inmune» a otros ámbitos de la vida social. Lo que encontramos fue la existencia de límites porosos,

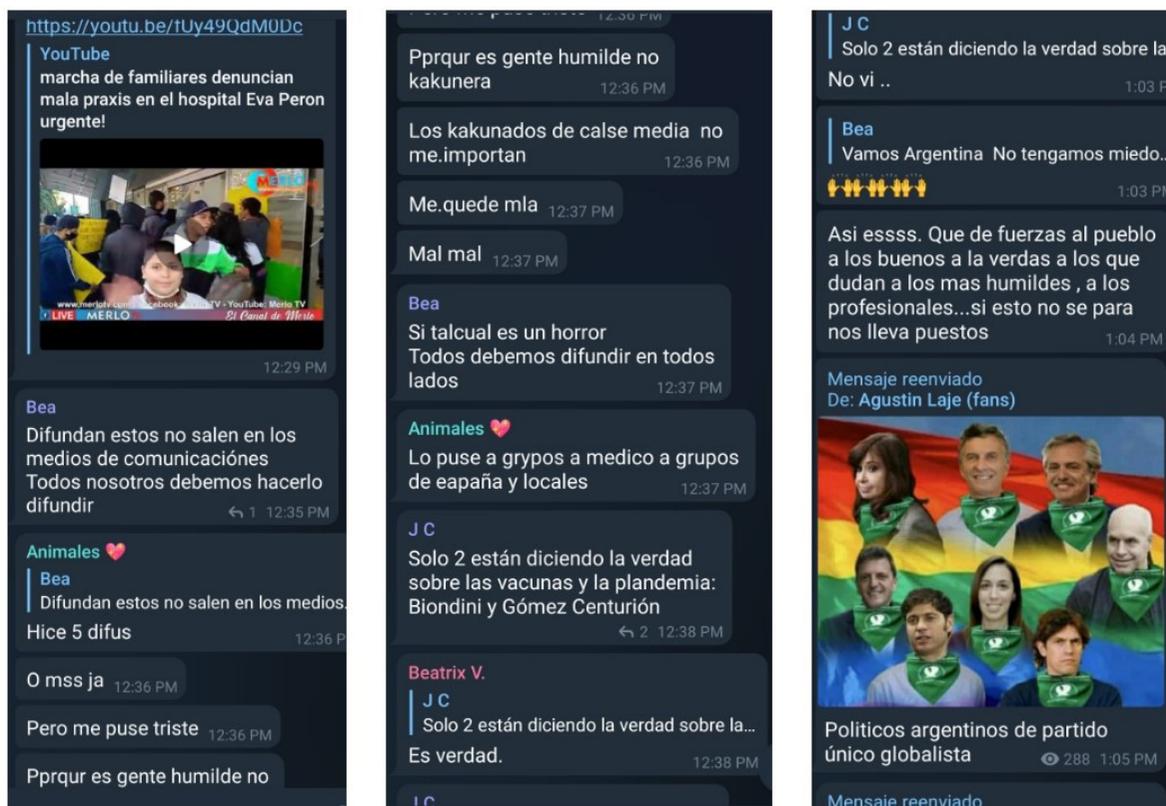


Imagen 8. Difusión de efectos nocivos luego de la vacunación (gente humilde). Fuente: dominio público.

en los cuales se filtra la información periodística y se la adecua su modelo interpretativo. En otras palabras, les otorga un sentido acorde a los valores y actitudes de sus miembros.

Como segunda característica hemos constatado que los miembros del grupo no son todos irracionales ni se trata (solo) de sujetos susceptibles de ser influenciados por teorías conspirativas. Por el contrario, lo que hemos constatado es la presencia de múltiples argumentos lógicos, aunque dicha lógica refiere a la forma de la construcción argumentativa, no necesariamente a su contenido. Esto quiere decir que, más allá de las propiedades de verdad o falsedad de las premisas, estas se encuentran estructuradas de acuerdo con la forma del pensamiento lógico.

En relación con lo anterior, la tercera característica la encontramos en la regulación; en el hecho de que el *logos* no solo orienta la construcción de argumentos, sino que también regula las interacciones y difusión de contenidos dentro del grupo. Esto lo hemos visto en las regulaciones del contenido y sus interpretaciones a través de correcciones y llamadas de atención de algunas personas hacia los otros. También lo podemos constatar en el consumo y uso (en forma de relectura) de las noticias difundidas por medios de comunicación tradicionales.

En cuarto lugar, señalamos la fuerte presencia de una dimensión moral que privilegia la formación profesional tradicional, sobre todo en las áreas de abogacía, medicina y biología. Asimismo, se privilegian ciertos actores sociales, como «la gente humilde» y los jóvenes, especialmente los niños. Y mientras en el caso anterior predomina el orden del saber, en la dimensión moral encontramos la presencia del orden del deber (Verón, 1987). El primero de ellos refiere tanto a la constatación descriptiva como a la enunciación de un silogismo, encubierto bajo la figura de una «verdad universal». Por su parte, el orden del deber es la enunciación de una necesidad deontológica que establece una acción prescriptiva.

Como quinta característica encontramos que la oposición a las vacunas no solo está sustentada en teorías conspirativas, sino también por un temor relativamente fundado en torno a los riesgos que implica el uso de una vacuna aprobada «de emergencia»: desde los riesgos no verificados (como la presencia de grafeno y las supuestas muertes inmediatas posteriores a la vacunación) hasta aquellos que se han verificado (como la probabilidad de efectos adversos de diferente gravedad, de acuerdo a factores no determinados). Asimismo, esta constatación sustenta una jerarquía de valores diferente a la de los Gobiernos cuando se trata de la vacunación de menores de edad: tal como se afirma, el riesgo de que los menores enfermen de gravedad es muy bajo, por lo que no resulta ético inocularlos con va-

cunas que no han pasado por los procedimientos establecidos por los protocolos sanitarios.

Por último, vemos el descrédito hacia la clase política y las instituciones, más allá del país. En efecto, no solo se desacreditan los políticos de todo el espectro electoral de Argentina, sino que también se han observado videos y noticias relacionadas con ataques públicos hacia las figuras de Boris Johnson, Jair Bolsonaro, Emmanuel Macrón o Pedro Sánchez. Lo mismo sucede con las instituciones, ya sea a nivel nacional (desde el Ministerio de Salud hasta las instituciones encargadas de aprobar el uso de las vacunas) o internacional (especialmente la Organización Mundial de la Salud, pero también la Fundación Bill Gates o el Fondo Monetario Internacional).

Finalmente, podemos señalar algunos otros usos del grupo que por razones de extensión no detallaremos en profundidad. Hemos visto cómo el *logos* orienta las correcciones de otros discursos pasibles de ser caracterizados como «irracionales»; no obstante, esto no sucede en todos los casos. Algunos mensajes difunden enlaces a videos o blogs sobre información o servicios «alternativos», tales como la «magnetización covid» o las curas a través de hierbas medicinales. Asimismo, se aprovecha el espacio para difundir comentarios sobre eventos recientes no directamente relacionados con la pandemia, tal como la represión por parte del Escuadrón Móvil Antidisturbios (ESMAD) de una manifestación pública en Colombia o los comentarios a las potencialidades negativas del «transhumanismo» y el Internet de las cosas. Asimismo, se difunden comentarios y críticas hacia los modelos neoextractivistas de Latinoamérica tanto en minería como la extensión de la frontera agropecuaria, las fumigaciones y la falta de reconocimiento a los pueblos originarios. Tampoco falta la difusión y promoción de encuentros presenciales y reuniones virtuales vía Zoom. Todos estos discursos, si bien no son integrados en la conversación orgánica del grupo, tampoco son rebatidos ni desde la racionalidad ni desde la moral. Simplemente son ignorados, aunque tampoco podemos excluir la posibilidad de su consumo individual.

A modo de conclusión

Como hemos mencionado al inicio, las preguntas que nos interesó formular en este trabajo nos llevaron a privilegiar el punto de vista de las propias personas involucradas en el fenómeno de estudio. En otras palabras, colocamos el lente de foco sobre la perspectiva de los sujetos sin presuponer el modo y grado en que estos son influenciados por variables exógenas. Desde nuestra perspectiva, no se trató (solamente/necesariamente) de personas negligentes

tes, irracionales o influenciadas por discursos falaces, sino que también ellas mismas se apropiaron y produjeron argumentos, los discutieron y fijaron umbrales de verosimilitud y legitimidad en función de criterios razonables (en cuanto que válidos en un espacio social). De esta forma, creemos que vale la pena estudiar los argumentos considerados razonables por estos grupos humanos en virtud de que, como pudo constatarse en el trabajo, no toda argumentación y discurso es validada acríticamente: hay una lógica detrás de la legitimación de argumentos; o mejor dicho, varias lógicas de legitimación.

A lo largo de este trabajo hemos visto que el grupo analizado no presenta una única racionalidad, sino que sus discursos están atravesados por distintos tipos de racionalidad (o de condiciones de producción, como señalaría Eliseo Verón). Algunas de ellas son complementarias, como la racionalidad lógica y la moral en relación con la necesidad de interrumpir la vacunación hasta que no se tengan las certezas y garantías de que no afectará negativamente a la salud. Otras son opuestas y suscitan correcciones y amonestaciones por parte de otros integrantes del grupo. Otras, por último, corren por caminos paralelos sin terminar de complementarse, pero sin oponerse del todo; tal es el caso de los discursos contrarios al neoextractivismo, al cual se lo vincula con la situación actual de la pandemia de covid-19. Estas diferentes racionalidades se entrelazan a través de diferentes operaciones discursivas y, salvo algunos casos puntuales, conviven virtualmente en el mismo espacio, alimentándose de (y alimentando a) el modelo interpretativo que orienta las principales lecturas de la realidad –lecturas que son, dicho de manera simplificada, contrarias a las medidas sanitarias del Gobierno, específicamente en materia de vacunación–. Son lecturas de oposición y resistencia. Son lecturas «irredentas» que no se pliegan al discurso oficial enunciado desde el Estado.

Como hemos mencionado al comienzo del trabajo, las políticas públicas requieren del consenso social para llegar a buen cauce. Para ser realmente efectivas requieren que la población se involucre en ellas, por lo que la legitimidad se convierte en un factor central. Y tal como hemos visto, también las diferentes racionalidades de los «irredentos» se asientan sobre una base previa de descrédito y falta de legitimidad de las instituciones y la clase política, más allá del espectro electoral al que se adscriben. Por lo tanto, no basta con enunciar verdades desde el espacio gubernamental, sino que es necesario el diálogo público. Es necesaria una conversación con los «irredentos», una discusión y negociación que facilite la eficacia de las políticas públicas.

Como esperamos haber podido demostrar, no se trata solamente de sujetos irracionales, sino

que tienen una lógica propia, la cual en su forma es similar a la que construye los discursos gubernamentales. Existen también valores compartidos, como la búsqueda del cuidado de los niños y de las «personas humildes», así como el bienestar general de la salud de la población. Los canales de comunicación existen, por más que sea difícil transitarlos. Pero es un camino que debe emprenderse en una democracia. Más aún, se convierte en un imperativo ante la creciente amenaza del cambio climático y la proliferación de escenarios de incertidumbre.

Fuentes y bibliografía

- Apuke, O., y Omar, B. (2021): «Fake News and Covid-19: Modelling the Predictors of Fake News Sharing among Social Media Users», en *Telematics and Informatics*, 56, 101475. Doi: 10.1016/j.tele.2020.101475.
- Bárceñas Barajas, K., y Preza Carreño, N. (2019): «Desafíos de la etnografía digital en el trabajo de campo *onlife*», en *Virtualis*, 10 (18), pp. 134-151.
- Bykov, I. A.; Medvedeva, M. V.; y Hradziushka, A. A. (2021): «Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus», en *Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)*, pp. 14-17. Doi: 10.1109/ComSDS52473.2021.9422858.
- Catalán-Matamoros, D. (2020): «La comunicación sobre la pandemia del covid-19 en la era digital: manipulación informativa, *fake news* y redes sociales», en *Revista Española de Comunicación en Salud*, 1, S5-S8. Doi: 10.20318/recs.2020.5531.
- Cesarino, L. (2021): «Antropologia digital não é etnografia: explicação cibernética e transdisciplinaridade», en *Civitas. Revista de Ciências Sociais*, 21 (2), pp. 304-315. Doi: 10.15448/1984-7289.2021.2.39872.
- Cinelli, M.; Quattrociochi, W.; Galeazzi, A.; Valensise, C. M.; Brugnoli, E.; Schimdt, A. L.; Zola, P.; Zollo, F.; y Scala, A. (2020): «The Covid-19 Social Media Infodemic», en *Scientific Reports*, 10, 16598. Doi: 10.1038/s41598-020-73510-5.
- Da Silva Lopes, I., y De Ulysséa Leal, D. (2020): «Entre a pandemia e o negacionismo: a comunicação de riscos da covid-19 pelo Ministério da Saúde do Brasil», en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 145, pp. 261-280.
- Fernández, J. L. (2020): «Un presidente entre la pandemia y el *postbroadcasting*», en *Questión. Periodismo/Comunicación*. Doi: 10.24215/16696581e301.
- Guber, R. (2011): *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Hatcher, W. (2020): «A Failure of Political Communication Not a Failure of Bureaucracy: The Danger of Presidential Misinformation during the Covid-19 Pandemic», en *American Review of Public Administration*, 50 (6-7), pp. 614-620.
- Hochschild, A. R. (2016): *Strangers in Their Own Land*. Nueva York: The New Press.
- Johns, A.; y Cheong, N. (2021): «The Affective Pressures of WhatsApp: from Safe Spaces to Conspiratorial

- Publics», en *Continuum*, 35 (5), pp. 732-746. Doi: 10.1080/10304312.2021.1983256.
- López Tárrega, A. B. (2020): «Comunicación de crisis y ayuntamientos: el papel de Telegram durante la crisis sanitaria de la covid-19», en *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 7 (14), pp. 104-126. Doi: 10.24137/raeic.7.14.5.
- Marzioni, S. C. (2020): «Explorando las valoraciones de las personas mayores respecto de las políticas sociales y los derechos ciudadanos en la esfera pública digital», en *Question/Cuestión*, 2 (66), e493, <https://doi.org/10.24215/16696581e493>
- Morán, P. (2020): «Social Media: A Pandemic Misinformation», en *The American Journal of Medicine*, 133 (11), pp. 1247-1248.
- Murthy, D. (2011): «Emergent Digital Ethnographic Methods Far Social Research», en Hesse-Biber (ed.): *Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. Nueva York: Oxford University Press.
- Newton, K. (2020): «Government Communications, Political Trust and Compliant Social Behaviour: The Politics of Covid-19 in Britain», en *The Political Quarterly*, 91 (3), pp. 502-513.
- O'Reilly, T. (2005): «What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software», en Kear Donelan y Ramage (eds.): *Online Communication and Collaboration*. Londres: Routledge, pp. 225-235.
- Pink, S.; Horst, H.; Postil, J.; Hjorthm L.; Lewis, T.; y Tacchi, J. (2015): *Digital Ethnography. Principles and Practice*. Londres: SAGE.
- Rodríguez Cruz, O. (2021): «Etnografía digital de los sitios web de 10 estados en México para erradicar la violencia contra las mujeres», en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 148, pp. 259-278, <https://doi.org/10.16921/chasqui.v1i148.4626>
- Sánchez González, H. M., y Martos Moreno, J. (2020): «Telegram como herramienta para periodistas: percepción y uso», en *Revista de Comunicación*, 19 (2), pp. 245-261. Doi: 10.26441/RC19.2-2020-A14.
- Sciurano, G. A., y Siede, L. V. (2021): «Muerte y clivaje político en la Argentina contemporánea: una etnografía digital de la opinión pública sobre el homicidio de Fernando Báez Sosa», en *Revista M. Estudos sobre a Morte, os Mortos e o Morrer*, 6 (12), pp. 398-415.
- Shotter, J. (2001). *Realidades conversacionales. La construcción de la vida a través del lenguaje*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Sierra, A.; González-Tosat, C.; y Rodríguez-Virgili, J. (2022): «El uso de Telegram por los partidos políticos españoles en las elecciones generales de 2019», en *Observatorio (OBS)*, 18 (1), pp. 138-159.
- Slimovich, A. (2021): «La mediatización política durante la pandemia por covid-19. La argumentación en las redes sociales de Alberto Fernández y Mauricio Macri», en *Dixit*, 34, pp. 1-14. Doi: 10.22235/d34.2273.
- Urman, A., y Katz, S. (2020): «What They Do in the Shadows: Examining the Farright Networks on Telegram», en *Information, Communication & Society*, 25 (7). Doi: 10.1080/1369118X.2020.1803946.
- Van der Linden, S.; Roozenbeek, J.; y Compton, J. (2020): «Inoculating against Fake News about Covid-19», en *Frontiers in Psychology*. Doi: 10.3389/fpsyg.2020.566790.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2013): *Discurso científico, político, jurídico y de resistencia. Análisis lingüístico e investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Verón, E. (1987): «La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política», en Verón, Arfuch, Chirico et. al.: *El discurso político. Lenguajes y acontecimientos*. Buenos Aires: Hachette, pp. 11-26.
- Verón, E. (1998): *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vitale, M. A. (2015): «Hacia una retórica crítica», en G. Ramírez Vidal y E. Linding Cisneros (eds.): *Convergencias teóricas. Usos y alcances de la retórica*. México: UNAM.

UN ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL MUNDO EDITORIAL EN ARGENTINA: REDES SOCIALES, DIGITALIZACIÓN Y ACTIVISMO DIGITAL

An Analysis of the Impact of Covid-19 in the Publishing World
in Argentina: Social Networks, Digitalization and Digital Activism

Daniela Szpilbarg

CIS-CONICET/IDES, Universidad de Buenos Aires (Argentina)

<https://orcid.org/0000-0003-1310-4514>

Desde marzo de 2020, los efectos de la cuarentena obligatoria promovida por los Gobiernos para enfrentar el contagio de la pandemia por covid-19 generaron un impacto inédito en las características que la industria global y nacional del libro tenía hasta el momento. El presente trabajo se enmarca en un proyecto radicado en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, llamado «La edición argentina, entre el Estado y el mercado», y tiene como objetivo reflexionar analíticamente sobre el momento actual del mundo del libro, considerando las transformaciones coyunturales sufridas por las editoriales en cuanto al impacto económico, la reprogramación en los planes editoriales, las iniciativas emprendidas por editores y editoras y el activismo digital puesto en práctica en este marco de situación. Para llevar adelante este objetivo, presentamos los resultados de una encuesta realizada a 131 editores y editoras de Argentina en mayo de 2020. Los resultados permiten describir la importancia del entorno digital, de las redes sociales y del activismo digital en esta nueva escena. Como ejemplo de las iniciativas digitales en el mundo del libro, describiremos los proyectos colectivos «¡Sálvese quien lea!» y Feria del Libro en Casa.

Palabras clave

Pandemia por covid-19, campo editorial, Argentina, redes sociales, activismo digital

Since March 2020, the effects of the mandatory quarantine promoted by governments to face the pandemic by covid-19, generated an unprecedented impact on the characteristics that the global and national book industry had so far. The present work is part of a project based in the Gino Germani Research Institute of the University of Buenos Aires called "The Argentine edition, between the State and the market", and its objective is to reflect analytically on the current moment in the publishing world, considering the conjunctural transformations suffered by publishers in terms of economic impact, reprogramming of publishing plans, the initiatives undertaken by publishers and digital activism put into practice in this context. To carry out this objective, we present the results of a survey carried out among 131 publishers in Argentina in May 2020. The results allow us to describe the importance of the digital environment, social networks and digital activism in this new scene. As an example of digital initiatives, we will describe the collective projects "¡Sálvese quien lea!" and Feria del Libro en Casa.

Keywords

Covid-19, publishing field, Argentina, social networks, digital activism

Cómo citar este artículo: Szpilbarg, D. (2024). Un análisis del impacto del covid-19 en el mundo editorial en Argentina: redes sociales, digitalización y activismo digital. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 177-186. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20207>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

Este trabajo se inscribe en una reflexión acerca del campo editorial contemporáneo en Argentina y particularmente acerca de los condicionamientos y posibilidades para las editoriales independientes. En trabajos anteriores (2014, 2017, 2019) he analizado la morfología editorial en Argentina desde finales de la década de 1990, y los factores emergentes de la edición llamada «independiente», las modalidades de empresas y editores que implicó la concentración y fusión de empresas editoriales y las dinámicas de concentración que se presentan en la traducción. En este marco, el eje concentración-independencia es una dimensión posible para pensar dinámicas contemporáneas, las cuales proponemos analizar a la luz de las acciones llevadas a cabo por el Estado y a la luz de los procesos sociopolíticos, económicos y, desde 2020, la consideración del aspecto sanitario que afectó el desarrollo de este campo.

Situándonos históricamente, la crisis generada en el período 2016-2019 fue suficientemente documentada en informes de la CAL (Cámara Argentina del Libro) y la Cámara Argentina de Publicaciones (CAP) que detallaban la caída de las ventas, número de ejemplares y el cierre de librerías en ese período. Por dar solamente algunos ejemplos, en el último informe publicado por la CAP se estima que solamente entre 2015 y 2016 se produjo una caída del 15 % en la producción tanto de títulos como de ejemplares totales, y de un 12 % en las ventas del mercado privado de las editoriales comerciales. Si incluimos la caída de las ventas al sector público (desde 2016 no hubo compras de literatura infantil para aulas y bibliotecas), hubo para el 2016 una caída total de ventas de libros del 25 % en ejemplares, por el importante peso que esas ventas públicas significaban (pasaron del 14 % al 1 % de las ventas totales). Por otra parte, al liberarse las restricciones a las importaciones de libros que rigieron entre 2010 y 2015 en Argentina, estas aumentaron notablemente, lo cual tuvo efectos también en el mercado y la visibilización de libros de editoriales nacionales, ya que la proporción mayor de este aumento, según la CAP, estuvo dada por las importaciones de libros con ISBN extranjero.

A lo largo del período 2016-2019, editoriales pequeñas y medianas hicieron reclamos a los funcionarios públicos del Ministerio de Cultura de la nación –cargo ocupado en ese momento por Pablo Avelluto– respecto de las compras del Estado o la disminución del dinero para compras de libros por parte de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP). Estos reclamos por parte de algunos editores pudieron verse en ciertos enfrentamientos –como en el que se cruzaron el presidente

de la Fundación El Libro, Martín Gremmelspacher, y Pablo Avelluto– en las sucesivas Ferias del Libro y en campañas colectivas de protesta, como el caso de SOS, emprendida por la CAL y la CAPLA en la Feria del Libro del año 2017, donde exhibieron afiches en los stands de las editoriales y visibilizaban un descenso de ventas y de producción del 25 %.

En este escenario previo, con el comienzo de 2020 y ante el avance mundial del covid-19 a mediados de marzo y la normativa de aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), llegó el repentino cierre de librerías, imprentas y la cancelación de ferias. La población se replegó, lo cual echó por tierra la esperanzada previsión de una recuperación económica en una economía del sector que sostenía números regresivos. En el mes de abril de 2020, según la CAL, no solamente se redujeron al 50 % las inscripciones de novedades, sino que muchos lanzamientos se registraron directamente como libros electrónicos. Asimismo, apenas comenzada la cuarentena en Argentina, Heber Ostroviesky y Alejandro Dujovne realizaron un informe titulado *El libro argentino frente a la cuarentena*, donde encuestaron librerías, imprentas y editoriales. Luego, la Cámara Argentina del Libro presentó el 5 de mayo el *Informe de producción 2020*, correspondiente al primer cuatrimestre de 2020, donde mostraban una caída del 50 % en el registro de novedades del mes de abril. También el CERLALC publicó en mayo un informe regional titulado *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del covid-19*.

La cancelación de la Feria del Libro de Buenos Aires fue otra noticia que, por su magnitud, profundizó la crisis del sector. ¿Cómo podía pensarse la continuidad del mundo del libro sin su ritual social anual, que representaba un importante ingreso económico muy significativo para pequeñas y medianas editoriales? Esta pérdida del evento económico más importante del año sumada a la cancelación de numerosas ferias locales, provinciales y barriales obligó, entonces, a que editores y editoras tuvieran que considerar cómo continuar sus actividades, dado que se suponía, al momento de la escritura de este trabajo, que la pandemia provocada por el covid-19 y las normativas de aislamiento preventivo durarían varios meses, lo que afectaría a proyectos de producción y actividades culturales claves para el sector y generaría un daño significativo al mundo del libro en Argentina. Esta caída involucró a todos los actores de la industria: imprentas, editoriales, librerías, autores, diseñadores, maquetadores, distribuidores, libreros y múltiples actores que componen el sector.

En cuanto a las librerías, eslabón muy perjudicado de la industria editorial, fueron golpeadas por su paralización desde el 20 de marzo. Para dar una muestra de esta importancia, los datos de la

CAP indican que el canal de las librerías representa el 80 % de las ventas de las editoriales. Mientras las autoridades nacionales estudiaban el levantamiento gradual de la medida del cierre de librerías, durante los últimos días de marzo y abril se plantearon varias alternativas para sostener la actividad de estos espacios culturales. Algunas librerías de la Ciudad de Buenos Aires propusieron a los lectores compras anticipadas que propiciaban sostener económicamente los emprendimientos y comercios mientras durara la emergencia. Paralelamente, se intensificó la difusión por redes ¿sociales?, así como la creación de herramientas de preventa o venta adelantada con clientes fidelizados a través de plataformas diseñadas con ese objetivo.

El sistema de compra futura de un *voucher* por el que la librería regala un porcentaje a cambio se pensó de modo similar a otras medidas impulsadas en Estados Unidos (*support your local bookshop*), Italia (*adotta una libreria*) y España, por las que se genera un ingreso para afrontar gastos fijos como alquileres, impuestos, sueldos y deudas con las editoriales o distribuidoras. Luego las librerías pudieron comenzar a hacer envíos, por lo que las ventas lentamente se reiniciaron, con un sistema de entrega puerta a puerta.

En cuanto a las ferias —tanto la Feria del Libro de Buenos Aires, que es un evento fundamental y ordenador del año entero, como también una cantidad de importantes ferias provinciales—, desempeñan un papel clave en el comercio del libro. Aunque variable según el caso que se mire, la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires representa un evento comercial de magnitud para los distintos tipos de editoriales. Las ferias anuales tienen un rol importante como «vía de acceso a la producción editorial contemporánea». Para las editoriales «micro» y «chicas», según Ostroviesky y Dujovne (2020), estas y otras ferias de distinto tamaño que tienen lugar en la Ciudad de Buenos Aires constituyen uno de sus principales canales de venta. En relación con esto, en el mencionado informe de Ostroviesky y Dujovne el 58 % de las editoriales consideran que el impacto de la cancelación de ferias redundaría en una caída «fuerte» o «muy fuerte», de entre el 20 % y el 90 % de la actividad.

Las cámaras también hicieron presencia a través de comunicados: la CAL (Cámara Argentina del Libro), que agrupa a editoriales, librerías, distribuidoras y pymes, envió una nota al ministro de Cultura, Tristán Bauer, para solicitarle medidas de apoyo al sector editorial en la que planteaban que estaban ante un contexto en el cual muchos editores y libreros no habían podido ni podrían depositar los cheques a sus proveedores (imprentas y trabajadores independientes) por falta de fondos. Martín Gremmelspacher (presidente de la institución)

solicitó desde un comienzo que se agilizaran los trámites Repro (Programa de Recuperación Productiva para empresas en crisis) para las editoriales, pymes y librerías, la puesta en marcha de líneas de crédito especiales y la suspensión temporal del pago de cargas patronales, así como la implementación del Programa Libro % de la CONABIP, que se efectuó durante el mes de mayo. A esto se sumó el manifiesto de la editorial Planeta titulado *Los libros son esenciales*, donde postulaba el pedido de que las imprentas quedaran exceptuadas y volvieran a funcionar.

Los meses de abril y mayo plantearon un escenario dinámico, donde la sucesiva renovación de la cuarentena para la población general y de naturaleza más estricta en la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires se combinó con distintas medidas de flexibilización de algunas ramas de actividad. Desde el 14 de abril, los libreros pudieron vender libros *online* y despachar envíos a cualquier localidad del país. Por medio de la decisión administrativa 490, que amplió el listado de actividades y servicios exceptuados durante la cuarentena, se cumplía una demanda del sector editorial que reclamaba que los libreros pudieran tramitar el Certificado Único Habilitante para Circulación-Emergencia Covid-19 (CUHC) y pudieran enviar libros y efectuar entregas.

Para llevar adelante el objetivo de este artículo, realizamos un estudio para caracterizar el estado de situación de las editoriales activas en Argentina a través de una encuesta a 130 editoriales, y que permitiera, además, establecer algunas hipótesis sobre el presente y el futuro del campo editorial argentino. La hipótesis que desarrollaremos en este trabajo es que, al momento de la pandemia, la política cultural pasó fuertemente al ámbito digital, tanto desde lo estatal como desde la sociedad civil, vinculado a las propuestas asociativas de las pequeñas editoriales y librerías, como la Feria del Libro en Casa y la campaña «¡Sálvese quien lea!», que analizaremos a continuación. Esto denota que estas acciones pueden ser leídas desde el ámbito del activismo digital.

Un panorama de los efectos del covid-19 en las editoriales

Para dar cuenta de los efectos de la pandemia sobre las editoriales, realizamos entre abril y mayo de 2020 un estudio acerca de la situación de las editoriales durante el aislamiento preventivo y obligatorio en Argentina. El objetivo de esta encuesta era conocer el escenario del mundo editorial desde la experiencia concreta que en ese momento atravesaban editores y editoras. Los objetivos particulares se orientaron a explorar, tomando como referencia el

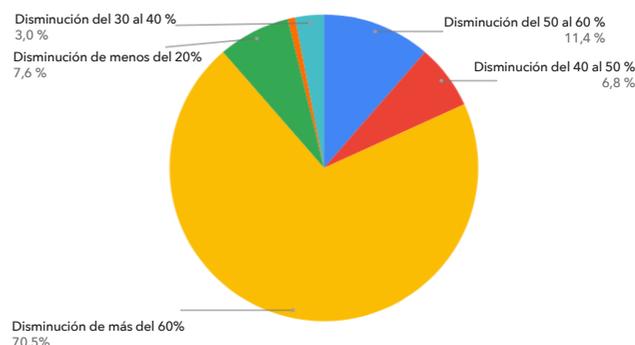
mes completo de abril en esta situación inédita y excepcional, cuatro dimensiones centrales: el impacto económico inmediato para las editoriales, el grado de digitalización y adaptación al entorno digital, las iniciativas individuales y colectivas emprendidas en esta situación, y finalmente la evaluación de políticas públicas y las demandas en este campo¹.

En cuanto a la percepción de los efectos de la cuarentena sobre sus editoriales, el 90 % de las editoriales consultadas consideró que esta situación es «Muy desfavorable» o «Desfavorable». Cabe destacar que esta evaluación fue similar en editoriales micro, pequeñas, medianas y grandes, con organización unipersonal o más de 15 integrantes, es decir, fue una respuesta transversal a todas las escalas editoriales, agremiadas o no agremiadas en cámaras. En cuanto a este punto, casi la mitad de las editoriales se encuentran agremiadas en la CAL y el resto pertenece a CALEDIN con un 5 % (Cámara de Libreros y Editores Independientes) y CALIPACER con un 2 % (Cámara de Librerías, Papelerías y Afines del Centro de la República). Un 7 % de la muestra son editoriales nucleadas en la REUN, y el resto de la muestra no se encuentra agremiada en ninguna cámara o red.

La situación afectó a editoriales de todos los rubros, tamaños y modos productivos, ya que tanto las ferias como las librerías son los canales principales de venta de las editoriales. En consecuencia, un 92,5 % de las editoriales manifestó que por la cuarentena y el cierre de librerías se vieron obligados a alterar el cronograma editorial. Otra cuestión central fue el balance respecto de la caída de las ventas en el mes de abril comparado con meses anteriores. En este sentido, para el 70 % de las edi-

toriales, las ventas cayeron más de un 60 % (caída fuerte). En suma, quienes declaran una caída de más del 50 % de las ventas suponen casi el 82 % de todos/as los/as consultados/as.

GRÁFICO 1. Disminución de ventas mensuales de abril de 2020 respecto al mes anterior



Digitalización y conversión digital: un momento de encrucijada

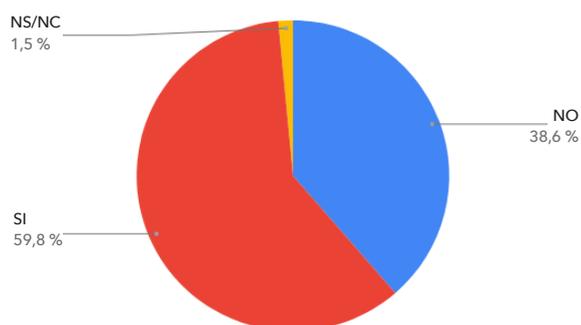
En el marco de la pandemia, los editores y editoras consultados tuvieron que tomar acciones concretas, entre las cuales se destacan nuevas prácticas vinculadas con la digitalización de libros o venta *online* de libros en papel. De la serie de preguntas vinculadas con la dimensión del entorno digital, se desprende que las acciones de conversión digital son las principales que editores y editoras emprendieron de manera predominante en el primer mes de cuarentena. Una premisa que se desprende de los datos y testimonios es que esta paralización de actividades tomó a las editoriales desprevenidos y con pocas herramientas, ya que el mayor porcentaje de ellas no tenía desarrollado su canal *online* de ventas ni su catálogo digitalizado y distribuido o comercializado por distribuidoras digitales, lo cual hizo muy difícil que en un breve lapso se pudiera completar esta instancia en su totalidad. Es factible suponer que, si esta misma encuesta se hubiese repetido en los meses siguientes, el avance de la digitalización de los contenidos de las editoriales consultadas hubiese mostrado niveles más amplios. Al mismo tiempo, es crucial comprender cómo esta situación, si bien es coyuntural, refleja y revela estructuras y desigualdades previas, según la escala de las distintas editoriales.

Para sumar a este escenario, hay que agregar que, ante las librerías cerradas todo el mes de abril, el antiguo «tránsito» por la librería se modificó hacia formas virtuales de conocer, elegir y acceder a los libros. Es probable que, en el caso de existir versión electrónica, algunas de esas prácticas sean

¹ El cuestionario constó de treinta preguntas cerradas y abiertas, y la muestra estuvo compuesta por 131 editoriales. Es una muestra representativa del universo de editoriales activas que existen en el país y de la distribución geográfica, tanto en relación con la cantidad como con la ubicación, que refleja la concentración geográfica del sector. El 42 % de las editoriales encuestadas se ubican en la Ciudad de Buenos Aires, seguidas por las editoriales ubicadas en la provincia de Buenos Aires (35 %) y las provincias de Córdoba (10 %), Santa Fe (7,6 %), Tucumán (0,8 %), Mendoza (1,5 %), San Luis (0,8 %), Entre Ríos (0,8 %), Neuquén (0,8 %), Río Negro (1,5 %), Misiones (0,8 %), La Pampa (0,8 %) y Corrientes (0,8 %). En cuanto a la antigüedad, hay proporción similar de editoriales que llevan funcionando entre tres y cinco años (19,5 %), entre cinco y diez años (23,3 %), entre diez y veinte años (25,6 %), y más de veinte años (20,3 %). El porcentaje menor lo ocupan editoriales recientes, con menos de tres años de existencia (11,3 %). En cuanto a la escala, la presencia más importante son las editoriales chicas (que publicaron entre cinco y diez novedades en 2019), que constituyen el 27 % de las respuestas, y los microsellos, de uno a cuatro títulos (43 %). Las editoriales restantes de la muestra se reparten en partes equivalentes entre editoriales medianas, de once a veinte títulos (8,3%); medianas grandes, de veintiuno a cuarenta títulos (9 %); y grandes, con más de cuarenta novedades (7 %). El 69 % de las editoriales consultadas participó en la edición 2019 de la Feria del Libro de Buenos Aires.

virtualizadas en recorridos del *ebook* (la «muestra gratuita» disponible en las plataformas de venta). Es en esa «muestra» en donde radica una parte importante tanto de la decisión del lector/a como de la comunicación de los catálogos que puedan hacer las editoriales, y por este motivo las editoriales que sí contaban con catálogos electrónicos invirtieron en comunicación de sus libros. En definitiva, tanto el cambio de hábitos cotidianos como las prácticas relacionadas con la lectura y el modo de consumir y acceder a los libros pusieron a las editoriales frente a una postergada pero necesaria digitalización.

GRÁFICO 2. Durante el período de aislamiento, ¿emprendió acciones tendientes a la venta de libros electrónicos o a potenciar sus canales *online*?



Así, podemos ver que los/as editores/as reaccionaron rápidamente a esta situación y casi el 60 % de los consultados (tanto en editoriales micro y pequeñas como medianas o grandes) afirma que durante el mes de abril emprendió acciones tendientes a avanzar en la venta de libros electrónicos o a potenciar el canal *online* a través de emprendimientos para venta directa o preventa de libros en papel, de modo que a mediados de abril se habilitó el despacho y entrega de libros a domicilio. En sus distintas escalas, editoriales pequeñas y grandes emprendieron la puesta a punto de tiendas *online* y algunas grandes se volcaron en la búsqueda de empleados para cubrir áreas de *marketing online*, campañas de prensa y comunicación digital².

Sin embargo, hay que destacar que en general es muy baja la proporción del catálogo que se encuentra digitalizado para comercializar: solamente un 14,8 % tiene el 60 % o más del catálogo en for-

² Las redes sociales más utilizadas eran hasta el momento Facebook (en un 87 % de los casos) e Instagram (un 80 %). Finalmente, Youtube es utilizada por el 10 % de las editoriales encuestadas con el fin de realizar actividades de difusión.

mato *ebook*, mientras que un 50 % no tiene ningún título disponible en formato digital. Finalmente, solo cinco editoriales (un 3,8 %) tienen su catálogo completo en *ebook*. Esto se debe, presumiblemente, a que las acciones para la transformación y venta en *ebook* son relativamente recientes y en muchos casos, como hemos dicho, motivadas por las condiciones causadas por el ASPO.

Entre las plataformas y distribuidoras digitales de venta que emplean las editoriales que venden *ebooks*, las más utilizadas son: sitios web y redes sociales propias (39 %), Bajalibros (15,3 %), Amazon (15 %) y en menor medida Apple (9 %), Google, Bookwire, Nkoda, Libranda y Tercer Escalón.

Ante la pregunta acerca de las principales acciones realizadas en este período en referencia a las herramientas y acciones en pos de mejorar el aspecto digital (en libro y ventas), podemos ver que las más seleccionadas fueron: comunicación digital de los libros de fondo (31 %), campañas de prensa por redes sociales (42 %), digitalizar parte del catálogo (36 %), publicar las novedades en *ebook* (18 %) e inaugurar la tienda digital *online* (12,8 %). Una acción muy repetida este primer mes fue realizar actividades de difusión de autores, entrevistas, podcasts, etcétera (35 %).

Las políticas públicas y el rol del Estado

Desde el comienzo de la cuarentena obligatoria y considerando solamente el mes de abril, las medidas oficiales en Argentina fueron transformándose de manera dinámica: primero se anunció la digitalización del Programa Libro % de la Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP), que garantizó 47.585.900 pesos para las adquisiciones de libros por parte de las bibliotecas. Al suspenderse la Feria del Libro –donde habitualmente se realizaban esas ventas–, las autoridades pusieron en marcha un sistema digital que posibilitara concretar esas compras directamente a las editoriales.

En segundo lugar, por medio de la decisión administrativa 490, se anunció una nueva excepción al aislamiento obligatorio y preventivo que permitía a los libreros vender libros *online* y despachar envíos a cualquier localidad del país desde el 14 de abril. El cuestionario administrado para considerar este tema solicitaba la evaluación acerca de las medidas implementadas en el primer momento, que incluían las compras digitales de la CONABIP y el permiso de despacho de libros. Las respuestas obtenidas en este grupo de preguntas resultan de gran interés para la evaluación e implementación de esas y otras eventuales medidas gubernamentales que editores y editoras desearían que los Gobiernos de distintos niveles de gestión

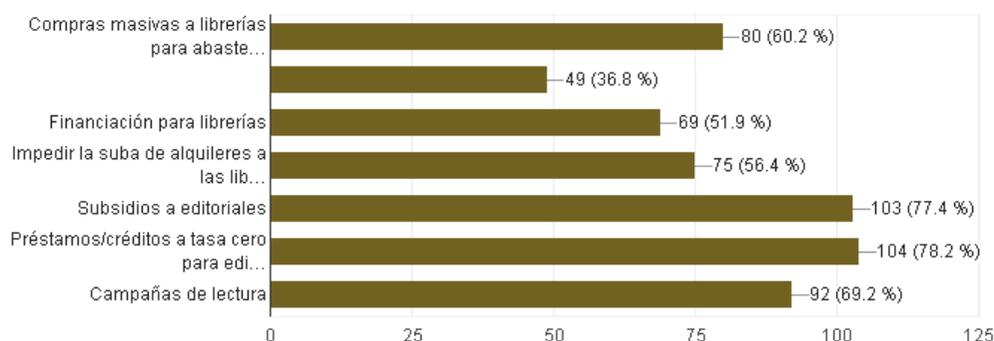
(provinciales, municipales y nacionales) implementen. Pero antes de detenernos en las posibles alternativas planteadas por editores/as, los datos expresan que un 68 % de los/as editores/as que respondieron la encuesta consideró «insuficientes» las medidas vigentes tomadas por el Estado en esa coyuntura. Entre otras cosas, porque no llegaban a paliar el impacto de lo que varios calificaban como «una catástrofe»; mientras que otros/as editores/as consideran que no se han implementado medidas específicamente pensadas para el sector, que ya se encontraba en crisis desde hace algunos años. Quienes reclaman acciones más urgentes son las pequeñas editoriales, principalmente porque no se reconocen incluidas de manera significativa en las compras de la CONABIP. El estudio implementado por el CERLALC, que implicaba a varios países de América Latina, mencionaba datos similares, sosteniendo que «a pesar de las respuestas que han venido desarrollándose por parte de algunos Gobiernos nacionales, se destaca el hecho de que la absoluta mayoría de agentes (un total de 92 %) no reconocen las medidas de apoyo que se han implementado en cada país». Se afirma en el informe que «es posible que en varios de los países participantes en el sondeo no hayan sido aplicadas estrategias de ningún tipo (o solo de tipo muy general) de las cuales no pudiesen beneficiarse de forma directa las empresas editoriales» (CERLALC, 2020, p. 19).

Es decir, la mayor parte de las editoriales encuestadas en Argentina argumentan que, si bien «valiosas», las medidas tomadas no atacaban el problema estructural que implicaba la suspensión de la cadena de pagos y el cierre de las imprentas. Además de eso, quienes valoraban las compras digitales de la CONABIP como una medida acertada argumentaban que: a) la cadena de pagos suspendida no se reemplaza con una sola compra al 50 % de los precios de enero, en un año que será

de enorme pérdida económica; y b) que las compras de las bibliotecas populares se concentrarán mayoritariamente en editoriales medianas y grandes, dejando a las editoriales más recientes en una situación desventajosa. Algunos/as editores/as afirmaban que la caída de ventas en general se ligaba a la caída de la actividad económica de un sector que ya venía en recesión desde hace más de tres años, por lo que la reactivación de la venta con entrega a domicilio por parte de las librerías es positiva, pero representa una parte menor del movimiento económico de la editorial, ya que el resto está ligado a actividades todavía restringidas, como las ferias o las ventas directas a escuelas, y por ende las medidas no permiten suplir las pérdidas. Sin embargo, es preciso agregar que muchos encuestados afirman que las medidas no llegan a paliar la crisis, pero que esto se da de la misma manera en todos los sectores económicos. En ese sentido, algunos destacan que son medidas «insuficientes», pero no ineficaces.

Se evidencia, a través de las respuestas, que las principales medidas de política pública que se deberían tomar se vinculan al modo tradicional de producción (en papel). Así, el principal reclamo se dirige a las compras públicas y entrega de líneas de créditos blandos, así como un apoyo directo del Estado a la producción mediante créditos a librerías, imprentas y editoriales que se traduzcan en apoyos para publicación, el desarrollo de sitios web y la traducción. Respecto de las medidas que debería tomar el Estado, tal como se observa en el gráfico 3, consideraron como las medidas más importantes los préstamos/créditos a tasa cero para editoriales (78,2 %), subsidios para editoriales (77,4 %), las campañas de lectura (69 %), compras masivas a librerías por parte del Estado para instituciones sociales y educativas (60,2 %) e impedir la subida de alquileres de librerías (56,4 %).

GRÁFICO 3. Medidas que debería tomar el Estado en la industria del libro



Cuando pedimos a los entrevistados que sugirieran medidas concretas necesarias a tomar por parte del Estado para buscar las grandes áreas de demandas del sector, las demandas centrales del sector se dirigieron a la necesidad de contar con créditos blandos para editoriales y librerías, realizar fuertes campañas de lectura, regular y subsidiar el coste del papel y optimizar la logística del correo o fletes para disminuir o desarancelar temporalmente los costes de envío de libros facilitando la circulación federal de los libros. Por último, dada la aceleración de la conversión de los catálogos o parte de ellos a formato electrónico, algunas medidas importantes que se derivan de las respuestas aluden a la necesidad de editores y editoras de capacitarse en *marketing* digital: las demandas al Estado se refieren en gran medida a financiación de equipamiento para la digitalización de fondos editoriales y para la generación de tiendas digitales y finalmente combinar compras estatales, provinciales o municipales de libros electrónicos y libros en papel. Se sostiene que las compras estatales a sellos diversos es una acción que podría contribuir a proteger la bibliodiversidad.

El activismo digital en el mundo del libro: los casos de la campaña «¡Sálvese quien lea!» y Feria del Libro en Casa

En este apartado proponemos integrar algunos aspectos teóricos sobre el activismo digital, y vincularlos con dos casos de acciones llevadas a cabo en los primeros meses de la pandemia. Tomamos en consideración que las redes sociales, a partir de Internet, permiten, como analizan distintos autores, formas novedosas de activismo (Burgos Pino, 2017; De Ugarte, 2007), generando formas diferenciales de acción política y de movilización. Sostendremos la hipótesis de que durante la pandemia, en el momento inicial del ASPO, ciertas editoriales independientes asumieron acciones que pueden ser interpretadas desde la óptica del ciberactivismo y que se reflejaron en campañas y acciones concretas por medio de las tecnologías de comunicación e información. Antes de presentar estos dos casos, nos detendremos a describir la reacción de editores y editoras al momento del comienzo del aislamiento.

Al preguntar a editores y editoras sobre su reacción ante la situación en el momento del comienzo del aislamiento, pudimos observar que más de la mitad de las editoriales encuestadas llevó adelante acciones tanto individuales como colectivas simultáneamente. Además de la venta de libros en formato electrónico, la suspensión de lanzamientos y el potenciamiento de los canales *online*, surgió

la necesidad de pensar el agrupamiento con otras editoriales y con librerías para diseñar estrategias conjuntas, como ferias virtuales, estrategias de venta futura, promociones de ventas *online* vía librerías y organización de concursos literarios. Esto demostró la importancia de pensarse como un campo agrupado entre librerías, editoriales y autores, que iniciaron campañas de promoción reuniéndose con otras editoriales u otros actores de la cadena del libro, específicamente las librerías.

En este sentido que mencionábamos del agrupamiento como una marca característica del campo de la edición en Argentina, es destacable que el 51 % de los editores y editoras de la muestra manifestó participar de algún colectivo con el cual, previamente a la cuarentena, realizaba alguna acción de difusión, cooperación, distribución o similar. En nuestro estudio se mencionan alrededor de veinticinco, entre los cuales están tanto cámaras (CAL, CALEDIN, CALIPACER) como ferias y otros agrupamientos colectivos, como Cardumen, Los Siete Logos, Capítulo (Córdoba), Libros Son (Córdoba), Todo Libro es Político, Cóctel, #188 Ruta Editorial, Editoriales Rosarinas, Colectiva de Escritoras Patagónicas, Feria Fluye, Feria del Libro Verde, FED, La Peregrina, El Sur también Publica, GESTARA, La Bastardilla, Feria Autónoma del Valle, Nueva Historieta Argentina, Federación Argentina de Trabajadores Autogestionados, Feria del Libro de la Costa y Punto de Encuentro.

Cabe destacar que son las editoriales recientes y de menor escala las que muestran mayor predisposición y adaptación para generar acciones innovadoras relacionadas con actuar de forma agrupada. Las editoriales de mayor antigüedad y escala, contrariamente, se inclinaron en ese momento crítico predominantemente por potenciar sus canales *online* y repensar las modalidades de venta.

No obstante, como decíamos, la cooperación y la asociación entre editoriales para un fin común es una impronta característica en el mundo del libro: se observa que casi el 44 % de encuestados manifestó que dentro de esa agrupación o de otras tomó la decisión de participar de estrategias colectivas. Esta impronta de organización y asociativismo colectivo es una característica del campo editorial en Argentina, pero muestra además el grado de importancia que supone, en este contexto, emprender acciones colectivas y buscar soluciones de manera conjunta y coordinada entre distintos eslabones de la cadena del libro (editoriales, librerías, lectores). Hipotéticamente, podemos encontrar el germen de esta característica asociativista en momentos centrales de la historia de la edición independiente, en los cuales la agrupación y las acciones colectivas fueron el modo en que el sector pudo visibilizarse y actuar contra fuerzas coercitivas y obstáculos provocados por la concentración

económica de empresas hacia finales de la década de 1990 y comienzos de la década del 2000 (Szpilbarg, 2019), o bien por un momento neoliberal de tan fuerte exclusión política y social que condicionaba la posibilidad de publicar libros.

En definitiva, las iniciativas fueron disímiles y se dirigían en distintas direcciones

Más allá de lo antedicho, hay que tener en cuenta que, cuando hablamos de medidas y acciones en el ámbito de la cultura, estas pueden ser llevadas adelante por el Estado, por los propios editores o por las autoridades de las cámaras y agremiaciones de pertenencia. En el marco del comienzo de la pandemia, se produjeron entre otras las siguientes acciones, que pudimos recuperar a partir de las encuestas realizadas: en Córdoba, se redactó una carta firmada por treinta y dos editoriales enviada a las autoridades de los tres niveles del Estado (municipios, provincia y nación) para visibilizar la situación, exigir políticas de ayuda y comentar propuestas. En paralelo, en Buenos Aires se realizó la campaña de venta futura «¡Sálvese quien lea!», que desarrollaremos en este apartado. Esta «articuló sellos editoriales y librerías pequeñas, apelando al apoyo de una comunidad lectora de editoriales independientes o “interdependientes”. Entre otras acciones, se realizaron por parte de las editoriales algunas actividades de difusión de autores *online*: talleres *online*, presentaciones en Youtube, lecturas de poetas, talleres sobre el catálogo (especialmente en editoriales de literatura para niños y niñas), liberación de PDF de libros y una serie de ferias de libro organizadas de forma virtual como Migra y la Feria del Libro en Casa». En paralelo, se dieron una serie de manifiestos de las cámaras de pertenencia.

En definitiva, las iniciativas fueron disímiles y se dirigían en distintas direcciones: el reclamo de medidas de política pública para el sector, la recuperación económica a través de acciones conjuntas entre editoriales o entre editoriales y librerías, la difusión de los catálogos para usos comunitarios en el entorno digital. En las acciones emprendidas se denota que se pusieron en marcha la conversión de fondos editoriales y novedades a versiones digitales, el reaseguro de que las librerías comiencen a contar con un canal de venta *online*, emprender acciones de difusión de textos y autores a través de redes sociales, desarrollar emprendimientos conjuntos que permitieran que las librerías puedan publicar la oferta de libros *online* y

entregar a domicilio, y por último algunas respuestas expresan la necesidad de capacitarse en tecnologías de edición de libros digitales, así como estrategias de *e-commerce* y conocimiento de sistemas y plataformas de distribución *online* de *ebooks*.

El caso de «Sálvese quien lea»

Esta campaña fue una de las primeras iniciativas de agrupación surgida entre editoriales de pequeña escala en la Ciudad de Buenos Aires. El agregado del nombre de la campaña «Del neoliberalismo nos curamos juntxs» muestra la connotación-asociación enunciativa del neoliberalismo como «enfermedad» y, por otro lado, el juego de palabras del título «Sálvese quien lea» también muestra la oposición a la expresión «Sálvese quien pueda», que había que entenderla en el contexto del comienzo de la pandemia. Cabe destacar que esta campaña surgió por parte de un grupo de editores, editoras y librerías que proyectaron una acción por medio de la utilización de redes sociales y las plataformas de difusión de cada editorial como un modo de potenciar públicos. Así se vislumbra cómo las redes sociales se convierten en «espacios» que permiten promover activismos y formas de acción colectiva³, ampliando de esta forma la posibilidad de participación ciudadana (Burgos Pino, 2017, p. 2), y en este caso en particular en lo concerniente al ecosistema de editoriales, librerías y lectores/as. Burgos Pino, en relación a esto, menciona:

Internet con sus entornos virtuales propicia la emergencia de nuevos tipos de activismos, entre ellos destacamos el ciberactivismo, considerado como una forma no convencional de participación política, cuyo uso de las tecnologías amplía los campos de acción, brindándoles a los ciudadanos, organizaciones o movimientos sociales las posibilidades de actuar y movilizarse en la esfera pública a través de distintas plataformas de comunicación. (2017, p. 2).

En la descripción de la campaña, se menciona el motivo por el cual se realiza esta (una crisis del sector

³Manuel Castells (2006) ha analizado lo que llama «la sociedad red», donde considera que Internet es un espacio pleno de herramientas para la movilización social. En este marco, es el medio que los ciudadanos usan para actuar, informar u organizar acciones de visibilización o protesta. En la escena pública, estas transformaciones y estos novedosos usos de Internet pudieron verse en distintas jornadas de lucha y protesta, como las revueltas en Seattle contra la Organización Mundial de Comercio en 1999 o la llamada Primavera Árabe. Lo que Castells y otros investigadores piensan es que estas manifestaciones traen nuevos significados en torno a la democracia.

agravada por la situación de la pandemia) y se pone el foco en el carácter «cooperativo» de los emprendimientos que participan. También se menciona la colaboración para la «supervivencia» de la cadena del libro que garantiza la existencia de bibliodiversidad, y por último mencionan que la bibliodiversidad es por fuera de los grandes grupos concentrados, lo que marca el posicionamiento de las editoriales y librerías que participan de esta iniciativa.

Las pequeñas y medianas editoriales y librerías perdimos la posibilidad de encontrarnos con nuestros lectorxs. Esta situación agrava la crisis del sector acumulada durante cuatro años y pone en riesgo la supervivencia de muchos espacios autogestivos. «¡Sálvese quien lea!» te trae más de ciento veinte títulos a precio promocional. Comprás un mínimo de tres títulos que se retiran en las librerías de esta red cuando termine la cuarentena, es decir, comprás ahora con descuento y retirás en mayo. Todas las librerías participantes son cooperativas, artesanales, o son librerías que trabajan y difunden material de editoriales interdependientes. (Página web de La Mariposa y la Iguana).

Entendemos esta campaña como una situación de ciberactivismo, comprendiendo, con De Ugarte (2007), que el ciberactivismo es una estrategia basada en la formación de «coaliciones temporales», movilizaciones temporales y «efímeras». Se trata de ver esta campaña como una forma de movilización y protesta simultáneamente, donde se utilizan las tecnologías de comunicación para exponer una posición de «ruptura» con los monopolios editoriales y, por otro lado, reivindicar ideas políticas —en este caso, un posicionamiento antineoliberal— para generar una identidad y comunidad con el público lector. Es interesante mencionar también, en el sentido de la construcción comunitaria, que el hecho de unirse distintos proyectos permite que los públicos de distintas editoriales confluyan y conozcan la oferta de materiales publicados. En definitiva, este caso nos permite ver parte del modo en que los editores utilizan los circuitos de comunicación para sus acciones comerciales, que tienen un carácter activista y político al mismo tiempo.

Feria del Libro en Casa

La Feria del Libro en Casa (FELCA) surgió como un modo de activar el circuito de circulación y comercialización de libros que quedó paralizado al comienzo de la cuarentena. Es interesante mencionar que la feria se llevó adelante por redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter. Matías Reck, quien tuvo la iniciativa de su creación, menciona que la idea surgió el día en que decretaron

la suspensión de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires. La particularidad es que, a partir de *renders*, reprodujeron de manera digital los stands de algunas editoriales y librerías que formaron parte de este proyecto, que también tenía una afinidad política de los catálogos. Las editoriales participantes fueron Eloísa Cartonera, La Mariposa y la Iguana, Milena Caserola, Hekht, Libretto, Anares, La Libre, Nebliplateada, entre otras.

Nos interesaba tener la experiencia de feria más allá de la plataforma. En este caso fue una plataforma virtual, pero la instancia de feria es el momento en que uno muestra el catálogo completo y puede interactuar con los lectores. Lo virtual fue la única forma de comunicarse. Fue una experiencia colectiva ver día a día las actividades que se iban organizando. (Entrevista realizada a Matías Reck).

Consideramos que las teorías de activismo digital son adecuadas para comprender estas iniciativas en el marco de las condiciones restrictivas de la pandemia y sus consecuencias económicas para los proyectos autogestionados. De este modo, el espacio digital con las redes sociales y las modalidades de venta *online* ofrecen a las editoriales, colectivos editoriales, cooperativas y grupos afines una modalidad flexible de comunicarse, organizarse, manifestar sus ideas políticas y comercializar y distribuir sus materiales.

Siguiendo a David de Ugarte, se produce una suerte de articulación entre ciudadanía, participación y tecnologías. Es fundamental recuperar la definición de David de Ugarte (2007) que define «ciberactivismo» como

toda estrategia que persigue el cambio de la agenda pública, la inclusión de un nuevo tema en el orden del día de la gran discusión social, mediante la difusión de un determinado mensaje y su propagación a través del «boca a boca» multiplicado por los medios de comunicación y publicación electrónica personal. (De Ugarte, 2007).

Desde esta perspectiva, en el presente trabajo quisimos explorar y problematizar que estas estrategias llevadas adelante por colectivos culturales en el marco de la pandemia por covid-19 enlazan la crisis de las industrias culturales, con la intencionalidad política de generar acciones que impliquen un activismo político-cultural tanto en relación con los modos de comercializar los libros como con el contenido que esos libros transmiten. Así, observamos que los modos de asociarse de estas editoriales tienen una impronta «activista» que hereda además modalidades autogestivas de organización de los primeros años post-2001.

Conclusiones

En este trabajo hemos descrito la situación de la zona «independiente» del mundo editorial argentino en los primeros meses tras el comienzo de la pandemia por covid-19. Es importante comprender que los primeros efectos observados en el campo dan cuenta de factores coyunturales que se sobrepresionan a desigualdades estructurales y condicionamientos del campo ya existentes, y que afectaron de modo diferencial a distintas escalas editoriales. La intención de este trabajo fue retratar el momento posterior al comienzo del aislamiento para observar no solamente los efectos inmediatos que esta crisis provocaba sobre los actores del campo, sino también poder observar los posicionamientos distintos en que los actores se ubican y configuran la morfología (editores, editoriales, librerías) y las estrategias llevadas adelante, ya que consideramos que la digitalización fue muy significativa tanto en relación con las modalidades de comunicación, difusión y comercialización como en relación a los modos de posicionarse políticamente las pequeñas editoriales.

Los resultados del informe realizado para este trabajo, con más de ciento treinta editores encuestados, permite no solo retratar el momento, sino también diagnosticar algunos aspectos que podrán desarrollarse a futuro como parte de nuevas investigaciones. En primer lugar, el bajo grado de adaptación al entorno digital de los contenidos editoriales, independientemente de su escala, que hay que destacar que rápidamente fueron entrando en dinámicas de digitalización en los meses posteriores a marzo de 2020, encontrando en este ámbito formas novedosas de organización, asociación y reivindicación de las problemáticas del sector. La impronta de asociación colectiva es un aspecto que queda de manifiesto en los resultados del informe y que muestra que, a menor escala de la editorial, más actividades y actitudes de asociación y cooperación pone en juego a la hora de pensar sus acciones editoriales.

En consecuencia, hemos descrito algunas iniciativas que podemos leer bajo el foco de activismo digital, en las cuales las editoriales y librerías independientes tomaron un posicionamiento político dentro del mundo del libro planteando una resistencia contra el neoliberalismo a partir del uso de plataformas y redes sociales para hacer campañas de «venta futura» destinadas a salvaguardar la situación de editoriales y librerías. Esto evidencia la relación tecnología-política, ya que estos editores, al tiempo que plantean demandas de gestión al Estado, realizan acciones conjuntas de cara a la situación crítica.

Es decir, que en este trabajo hemos podido encontrar dos casos en los cuales el ciberactivismo

emerge como una estrategia a través de la cual se visibilizan causas en el ámbito del campo editorial, que además, según establece De Ugarte, procuran generar cambios en la agenda social. Consideramos central esta parte de la definición del ciberactivismo, ya que se vincula con los fenómenos observados y analizados en este trabajo: se trata de establecer un debate que supera el límite de las redes sociales y tiene existencia más allá de las redes, con capacidad de impulsar debates y movilizaciones.

Más allá de lo dicho, la pandemia y el aislamiento consecuencia de ella pusieron de manifiesto la situación precaria a la que se enfrentan editoriales y librerías independientes. En definitiva, el informe realizado sobre las percepciones de editores y editoriales en los primeros meses de la pandemia nos permitió realizar un análisis del mundo editorial contemporáneo en Argentina, dando cuenta de factores actuales y pasados en distintos aspectos de las decisiones que toman editores y editoriales en su trabajo diario.

Fuentes y bibliografía

- Badenes, D., y Stedile Luna, V. (eds.), 2019: *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas 2001-2020*. Club Hem.
- Burgos Pino, E. (2017): «El ciberactivismo: perspectivas conceptuales y debates sobre la movilización social y política», en *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, <http://www.eumed.net/rev/cccss/2017/02/ciberactivismo.html>
- Castells, M. (ed.), 2006: *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial.
- De Diego, J. (ed.), 2014: *Editores y políticas editoriales en Argentina 1880-2010*. Fondo de Cultura Económica.
- De Ugarte, D. (2007): *El poder de las redes. Manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo*.
- Gigena, D. (2020): «Impulsan compras futuras y piden que se habiliten a las librerías como comercios de cercanía», en *La Nación*.
- Szpilbarg, D. (2019): *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento Ediciones.

Informes

- Cámara Argentina del Libro (2020): *Encuesta a librerías 2020*.
- CERLALC (2020): *El sector editorial iberoamericano y la emergencia del covid-19*.
- Ostroviesky, H., y Dujovne, A. (2020): *El libro argentino frente a la cuarentena: librerías, editoriales e imprentas y la necesidad de respuestas colectivas*.
- Szpilbarg, Daniela (2020): *Editoriales argentinas ante la pandemia por covid-19: efectos, balances y desafíos*.

LIBROS Y MEDIATIZACIÓN EN REDES SOCIALES: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EDITORIAL DURANTE LA PANDEMIA EN LA ARGENTINA

Books and Mediatization in Social Networks: Publishing
Communication Strategies during the Pandemic in Argentina

Ivana Mihal

Laboratorio de Investigación en Ciencias Humanas,
Universidad Nacional de San Martín, CONICET (Argentina)
<https://orcid.org/0000-0002-2314-8003>

Ezequiel Saferstein

Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales,
Universidad Nacional de San Martín, CONICET (Argentina)
<https://orcid.org/0000-0002-1816-4164>

El presente artículo explora las modalidades de circulación y difusión que implementaron las editoriales que funcionan en Argentina, prestando atención especialmente a cómo la mediatización en las redes sociales cobró un nuevo impulso a partir de la pandemia. Resulta productivo observar este fenómeno para reflexionar sobre la edición en dicho contexto como un campo de producción cuyas interrupciones obligaron a modificar no solo sus estrategias en términos de publicación, sino también de circulación, comunicación y difusión. El corpus a analizar comprende los resultados de un estudio y análisis de información desarrollados a partir de la difusión que los sellos realizaron durante los primeros meses —entre mediados de marzo de 2020 y la apertura parcial de librerías con las directivas del Gobierno nacional—, consistente en producciones que llevaron a cabo tanto las editoriales de diferente tipo como colectivos centrados en eventos tales como ferias del libro. El artículo se basa en un análisis socioantropológico vinculado con la etnografía digital.

Palabras clave

Industria editorial, desigualdades, pandemia, redes sociales, comunicación digital

This article explores the modalities of circulation and dissemination implemented by publishers operating in Argentina, paying particular attention to how mediatization in social networks gained new momentum after the pandemic. It is productive to observe this phenomenon in order to reflect on publishing in this context as a field of production and reproduction of old and new inequalities, not only in terms of publication but also in terms of book circulation, as well as communication and dissemination. The corpus to be analysed comprises the results of a survey and analysis of information developed from the dissemination that the publishing houses carried out during the first months, between mid-March 2020 and the partial opening of bookshops with the directives of the national government, consisting of productions that publishers of different types carried out, as well as collectives focused on events such as book fairs. The article is based on a socio-anthropological analysis linked to digital ethnography.

Keywords

Publishing industry, inequalities, pandemic, social networks, digital communication

Cómo citar este artículo: Mihal, I. y Saferstein, E. (2024). Libros y mediatización en redes sociales: estrategias de comunicación editorial durante la pandemia en la Argentina. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 187-201. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20208>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

Introducción

Temporalidades discontinuas, desaceleración de las instancias presenciales y redefinición de los procesos productivos caracterizaron el inicio de las consecuencias provocadas a raíz de la pandemia covid-19. Dentro de la región latinoamericana se generaron movimientos sociopolíticos y culturales con presencia y activismo desde redes sociales, sin que esto signifique una desarticulación con el espacio público. La pandemia trastocó la circulación regular de personas, productos y sentidos y ocasionó que desde distintos espacios de producción cultural se activaran nuevas modalidades de intervención, de producción y de difusión de productos. Uno de estos espacios es el sector editorial.

En Argentina, hacia fines de marzo de 2020 la sanción del Decreto de Necesidad y Urgencia (DECNU-2020-260-APN-PTE), que estableció aislamiento social preventivo y obligatorio, impactó sobre las empresas editoriales en distintos planos. Durante los primeros meses de aislamiento y restricciones estrictas, la suspensión de actividades laborales consideradas no esenciales obligó a interrumpir la producción material de libros, así como a suspender la posibilidad de comercialización en puntos de venta, lo que afectó también a las librerías. En el plano de la circulación y difusión, a pesar de que las empresas editoriales canalizaron sus esfuerzos por la vía digital casi exclusivamente, vieron trastocadas sus posibilidades de comunicar sus novedades y actividades por vías tradicionales, como son las ferias y las presentaciones de libros.

Durante las últimas décadas, el espacio de la edición de libros en la región latinoamericana había adoptado una configuración concentrada, con grandes grupos editoriales transnacionalizados que controlan la mayor parte de la producción y una serie de emprendimientos pequeños y medianos, frecuentemente autodenominados «independientes»¹, que la han dinamizado mediante catálogos novedosos, apuestas simbólicas y políticas. En el campo de estudios sobre la edición se suelen establecer diferenciaciones de las editoriales de acuerdo al tamaño y capitales de las mismas, en cuanto que sus rutinas tanto productivas como de comer-

cialización y difusión forman parte de las heterogeneidades y fuertes desigualdades constitutivas.

Según los estudios de Pierre Bourdieu (2009) sobre el espacio editorial, las editoriales se ubican en un espacio de posiciones dominantes y dominadas. Estas posiciones se dirimen, principalmente, según sus capitales económico y simbólico. Este último, el capital específico del campo, responde al prestigio, legitimidad y reconocimiento para los agentes del campo, adquirido a partir de sus prácticas reconocidas: catálogo constituido por autorías prestigiosas, prácticas donde el interés comercial aparece denegado, premios, entre otros.

A partir de la coyuntura reciente, este panorama se vio puesto en tensión. La pandemia puso a prueba la posibilidad de permanecer y reproducirse en el espacio editorial, dejando en evidencia desigualdades que emergen de la distribución de recursos materiales y simbólicos (Thompson, 2012; Dujovne, 2022). Una de las expresiones de este fenómeno es la cuestión de la comunicación y difusión, que puso a prueba las condiciones de producción, circulación y difusión de empresas de distinto tamaño. Algunos sellos, principalmente los pertenecientes a los grandes grupos, contaban con departamentos y recursos asociados a la virtualización, que fueron enfocados a la difusión de novedades desde las redes sociales. En cambio, otras que no contaban con esta posibilidad tuvieron que buscar la manera de innovar sus estrategias, adaptarse o perecer ante un contexto adverso y dinámico.

En momentos «prepandemia», cuando un libro se publicaba y salía a la calle no podía faltar la instancia de presentación, aquellos eventos organizados para las novedades más convocantes y por las que la editorial apuesta en su plan anual. Además, la mayoría de las editoriales grandes, medianas, pequeñas y microeditoriales solían combinar publicidad y anuncios de las novedades en sus redes con la modalidad tradicional de presentación de libros en espacios físicos, en donde quien escribió el libro dialoga junto a quien lo edita y quienes asisten al evento sobre el libro en cuestión. Esta modalidad se vio afectada durante la pandemia.

En gran medida, estas formas de presentación de novedades se combinaban con medios de comunicación gráficos, principalmente en diarios y suplementos culturales de tirada masiva. Con la expansión de las tecnologías digitales y de las redes sociales mediatizadas basadas en Internet y en telefonía –Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp–, se fueron transformando diversas facetas, como la difusión de novedades y las actividades centradas en libros editados (tales como discusiones y debates temáticos), tanto en cuanto a quiénes producen los contenidos y los activan en dichas redes en cuanto que agentes e intermediarios del campo

¹La variedad de editoriales que se denominan independientes abarca desde proyectos autogestivos que producen libros artesanales que no se inscriben en el ISBN, autopublicaciones, sellos de capitales nacionales que son de diferente tamaño y características que se nuclean con otros y buscan circuitos alternativos de ventas hasta otros cuyos capitales son nacionales y comercializan en espacios alternativos y comerciales, por citar la heterogeneidad de proyectos que se pueden mencionar con este término, como sostienen Badenes y Luna (Badenes, 2020, p. 32), «flexible» y en permanente construcción y por eso mismo «imperfecto».

Un aspecto importante para las empresas editoriales es la comunicación de sus productos, sus estrategias de prensa y marketing y su difusión

editorial. Nuevamente, durante la pandemia estas modalidades se intensificaron en gran medida, potenciadas por la vía digital.

La hipótesis que guía nuestro trabajo de investigación supone pensar la edición argentina y latinoamericana en el marco de la pandemia como un campo de producción que expresa viejas y nuevas desigualdades no solo en términos de producción, sino también en términos de circulación de los libros editados, así como en cuanto a su comunicación. El análisis de la comunicación digital de las editoriales en la producción académica constituye aún un área de vacancia. Los recientes antecedentes de investigación se concentran en la comunicación de las editoriales a través de redes sociales específicas, como Twitter (Mendoza, 2015), o de un conjunto de redes sociales y estrategias que conforman las políticas de comunicación tanto de editoriales particulares como de colectivos (Mihal, 2020; Millán, 2015); o su utilización para establecer en el mercado editoriales especializadas (Jarast, 2019) o para la difusión de catálogos o libros orientados a temáticas particulares (Mihal, 2019; Slimovich y Saferstein, 2019).

¿Cómo generar esas instancias de sociabilidad, de expresión de la posición de una editorial, de difusión de una novedad y de sus autorías en un contexto de aislamiento? ¿Cómo *medir* las estrategias de presentación de novedades desde el espacio virtual? El presente artículo explora las modalidades de circulación y difusión que implementaron las editoriales que funcionan en Argentina, prestando atención a cómo la mediatización en las redes sociales cobró un nuevo impulso a partir de la pandemia. En consecuencia, el objetivo de este trabajo consiste en analizar las estrategias de circulación de libros atendiendo a tres puntos esenciales: 1) la presentación y publicación de novedades por parte de editoriales de distinto tamaño y posición, 2) la venta de ejemplares a través de plataformas, librerías y puntos de comercialización, y 3) la modalidad de promoción, participación y organizativas de las ferias del libro de modo virtual.

Con este horizonte, el artículo se estructura de la siguiente manera. Primero, se recorren abordajes

conceptuales a la cuestión de la difusión de las editoriales, focalizando en las modalidades de circulación y la cuestión de las ferias y presentaciones. Segundo, se presenta la estrategia metodológica. Tercero, se introduce la problemática editorial en el contexto de la pandemia y cómo esta afectó al sector y las estrategias desplegadas por las empresas editoriales en las modalidades de difusión y circulación, teniendo en cuenta su actividad en la web y las estrategias de digitalización, así como su participación en ferias. Por último, se elaboran las conclusiones.

La difusión de las novedades y los espacios de circulación

El mercado editorial latinoamericano atraviesa una configuración que data desde fines de los años noventa, momento en el que las empresas editoriales y el sector en general son reestructurados por un proceso global. El negocio de tradición familiar, que componía un sector editorial compuesto principalmente por empresas nacionales, fue reemplazado por uno en el cual grupos transnacionales, como el español Planeta y el norteamericano y alemán Random House, adquirieron las principales casas editoriales latinoamericanas y las integraron en sus corporaciones. La lógica de la importación de títulos, de la renovación de las modalidades de producción y la imposición de nuevas formas de comercialización, difusión y circulación conformaron un sector concentrado en su producción, en su cadena de comercialización y en la oferta de libros, publicados principalmente por los grandes sellos.

Un aspecto importante para las empresas editoriales es la comunicación de sus productos, sus estrategias de prensa y *marketing* y su difusión en distintas instancias, como las ferias y presentaciones de libros. El área de prensa se encarga de la comunicación de los lanzamientos y novedades hacia periodistas de medios de comunicación –radio, televisión, prensa– y, desde los últimos años, hacia *influencers* y personajes de las redes sociales. También se encarga de la organización de las presentaciones de libros y rondas de quienes ocupan la función autoral tanto en las ferias nacionales e internacionales como en los distintos puntos de venta. El objetivo del área es, en suma, que los libros y sus eventos tengan resonancia. Es decir, que sean reseñados, publicitados e informados en el espacio virtual, digital y mediático y, consecuentemente, que llegue al público lector o comprador de libros (Saferstein, 2021). En este sentido, la descubribilidad en Internet para que cada libro se encuentre con dicho público lector y la visibilidad de su circulación son dos aspectos centrales en la comunicación digital de las editoriales (Mihal, 2020).

En las ferias, las editoriales dan a conocer sus productos, intercambian directamente con los diferentes públicos y promueven la circulación de las autorías que componen su catálogo. Las ferias posibilitan la exhibición de «novedades bibliográficas y tecnológicas», como advierte Gustavo Sorá (2016, p. 20), y permiten conocer las tendencias futuras, lo cual en un contexto incierto como el de la pandemia se volvió sumamente significativo. Lo mismo sucede con las presentaciones de libros. Según Claudio Benzecri (1999), las presentaciones permiten adentrarse en instancias poco institucionalizadas, pero muy relevantes para la práctica social literaria, especialmente en cuanto a la escenificación del capital social que esta acumula. Para Pablo Semán (2006, p. 97), estos eventos se pueden ver como «*performances* específicas en las que los autores subrayan su producción, orientan la lectura y reciben ecos sintomáticos de las apropiaciones que efectúan sus lectores».

Teniendo en cuenta la importancia de estas instancias menos o más institucionalizadas, cobra relevancia la pregunta acerca de cómo se transformó la comunicación y publicitación de los libros en el marco de la pandemia y el aislamiento obligatorio. En este contexto, la conformación de prácticas, estrategias y discursividades es inseparable de los modos de ser y aparecer en las redes sociales, con sus respectivas repercusiones en los medios masivos. Este entrelazamiento en distintas esferas ha provocado, según Ana Slimovich (2016, p. 91), un «ensanchamiento del espacio público» en tanto que amplía el universo de espacios y plataformas de intervención para las empresas de producción cultural o para otras instancias como la intervención política. En ese marco, los sellos editoriales y demás actores de la edición ocupan, intervienen e interactúan con sus interlocutores por la vía digital, algo que, como ya se mencionó, se intensifica en el marco de la pandemia.

Metodología

La indagación acerca de fenómenos sociales que transcurren en Internet como el que se presenta en este artículo ha demandado una serie de desafíos a la hora de establecer los modos de abordaje de nuestro objeto de análisis². Estos desafíos fueron principalmente temporales –dado que el seguimiento de la comunicación digital de las editoriales muchas veces no quedaba archivado en su web– y de utilización de las tecnologías digitales –las redes

sociales digitales y las plataformas implican seguimientos diferenciales que, por ejemplo, en el caso de Twitter suponen la conexión constante, por lo cual se ha preferido el análisis de WhatsApp, Instagram, YouTube y la web de las editoriales.

El corpus analizado comprende los resultados de un estudio y análisis de información a partir de la difusión que los sellos realizaron durante los primeros meses, entre mediados de marzo de 2020 y la apertura parcial de librerías habilitadas desde el permiso otorgado por el Gobierno nacional. Se han estudiado editoriales de muy distinto tamaño y posición en el campo, teniendo en cuenta la configuración desigual de este espacio, en el que conviven y compiten empresas divergentes en cuanto a propósitos y dimensiones relativas a la estructura, facturación, cantidad de personas empleadas, tiradas, catálogos, etcétera. Se trabajó con las estrategias de comunicación en redes y eventos de presentación de libros de editoriales grandes, como Planeta y Random House; medianas, entre las que se ubicó Siglo XXI Editores; pequeñas e «independientes», como Godot; y universitarias, con el caso de EDUVIM, sello de la Universidad Nacional de Villa María. Excepto este último, que se ubica en la provincia de Córdoba, los demás sellos tienen su sede en Ciudad Autónoma de Buenos Aires. La relevancia en el campo de estas editoriales es significativa, de acuerdo a que cada una de ellas es comercialmente activa y que a su vez presentan características representativas de la posición que ocupan en el mercado: las de los grandes grupos, las de las editoriales medianas y las universitarias.

El estudio abarcó las producciones y eventos que las editoriales llevaron a cabo en cuanto a su comunicación y difusión (cuentas institucionales, participación en las redes, presentaciones), así como instancias colectivas que derivaron en la organización de ferias de libros. De las ferias, dos son de carácter anual, entre las que se destaca la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (FILBA) y la Feria de Editorxs Independientes (FED), y se sumó la Feria del Libro en Casa (FELCA), organizada a partir de la pandemia, que agrupó a un conjunto de actores del universo «independiente» que suelen participar de diferentes espacios asociativos y comerciales.

El trabajo analítico con esta diversidad de editoriales tan desiguales frente a la competencia del mercado, más que a los fines comparativos de una editorial con otra, es afín a la intencionalidad de mostrar la diversidad de estrategias que existen y participan en el mercado editorial. Por ello, como anticipamos, las editoriales retratadas no aparecen como «singularidades representativas», sino como «piezas de un sistema» cuyo desarrollo analítico permite dar cuenta de los modos de acción y participación de agentes en un espacio social (Sorá, 2019, p. 11).

² Algunas cuestiones metodológicas que se retoman en este artículo fueron presentadas en el 4° *Pensar, fazer o livro e a edição*, octubre, disponible en https://www.youtube.com/watch?v=UcJwWCB0Bi8&ab_channel=PensarEdi%C3%A7%C3%A3o4

Este estudio se ha basado metodológicamente en una perspectiva socioantropológica que recupera herramientas etnográficas, como las observaciones participantes y la descripción densa de lo que acontece en Internet³. Sumergirse en el mundo digital de las editoriales y ferias del libro en tiempos del covid-19 no es solo dar cuenta de lo digital en sí mismo, sino más bien reponer algunos registros metodológicos y teóricos desarrollados en trabajos de investigación previos sobre sellos de distinta índole. Como afirman Pink, Horst, Postill, Hjorth, Lewis y Tacchi (2019), para entender cómo los medios digitales forman parte de las cotidianidades de las personas, también «nos podemos centrar específicamente en aquellos ámbitos de actividad en que se utilizan los medios digitales más que en las características o el uso de estos» (p. 26). El recorte de este trabajo apuntó a ambas cuestiones, en el sentido de que se ha centrado en lo desarrollado en comunicación digital durante la pandemia, como rutinas comunicativas que establecen las editoriales y algunos colectivos.

Para estudiar la construcción, avances o reorientación de los sellos en relación con la comunicación digital, se ha observado los siguientes factores:

- Tipo de actividad: presentación de novedad, conversación, comunicación, otra actividad.
- Agentes participantes: quiénes escriben, ilustran, editan, traducen, dirigen colecciones, etcétera.
- Presencia de integrantes de la editorial en las figuras de dirección editorial y dirección de colección en el evento.
- Auspicios/organización: en relación a si es la editorial la que organiza y si lo hace junto a otras instituciones, fundaciones, bajo la organización de las autoras y autores.
- Sincronía/asincronía: si es una actividad en vivo o si está grabada previamente, si se transmite en vivo y luego se mantiene disponible para el público (por ejemplo, en YouTube) o si no se mantiene.
- Plataforma: si es una actividad realizada en YouTube, Zoom u otra plataforma similar, si es un «vivo» de Instagram (Instagram Live), si es multiplataforma. Esto repercute en la duración del evento (los vivos de Instagram duran una hora como máximo), en su grabación y disponibilidad (estos últimos no siempre quedan guardados en las cuentas y no se pueden transferir a otras redes).
- Dinámica: cómo es la modalidad de la charla, si es una conversación entre autoras, autores y personas invitadas, participación de las direcciones editoriales, si hay posibilidad de interacción con el público o no.

³ Es usual que el análisis se denomine etnografía digital, sin embargo, ella implica un proceso de articulación teórica y con categorías nativas que en este trabajo solo se ha recortado a algunos aspectos metodológicos.

- Escenografía: cómo se prepara la escena, si se muestran espacios de trabajo o de la vida privada del agente, si aparecen bibliotecas de fondo o no, qué se intenta transmitir, cómo es el uso del espacio.

- El lugar del libro en el evento: si se muestra el libro en cuestión de manera física o si solamente se habla del mismo, si se hace mención a otros libros, colecciones de la editorial o de otras editoriales.

- Referencias al covid-19: es decir, si la actividad tiene a la pandemia como temática, sea porque es una novedad que aborda el tema o porque es una actividad sobre un libro vinculado a ella.

- Duración del evento.
- Modalidades de comunicación del evento.
- Público: cantidad, modalidades de intervención, posibilidades de interacción con los organizadores; según el tipo de plataforma elegida y la modalidad del evento, hay mayor o menor posibilidad de intervención del público asistente.

Por otro lado, en cuanto a las ferias del libro virtuales se apuntó a reconstruir qué es y qué significaciones están operando en las comunicaciones *online*, debido a que «visitar sitios en la red tiene como primer propósito vivir la experiencia del usuario...» (Hine, 2011, p. 60). Estas ferias, que se orientaron a públicos diversos y se desarrollaron en distintos formatos, se analizaron teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- Tipo de actividad: charlas en vivo, charlas simultáneas por varias redes, venta de libros, etcétera.
- Agentes participantes: quiénes escriben, ilustran, editan, traducen, dirigen colecciones, etcétera.
- Interpelación con el público.
- Medios de difusión.
- Canales de transmisión.
- Presencia del objeto libro en la puesta en escena.
- Objetivo: temático, presentación de novedad, nueva presentación de una edición.
- Referencias al covid-19.

Complementariamente, se observó cómo fue el proceso de adaptación de las redes sociales y la web de la editorial en un momento en que estas se volvieron el principal espacio de interacción y comunicación posible y ya no eran solo un complemento a las estrategias tradicionales mediadas o no por la virtualidad. Las publicidades, las presentaciones de libros y las comunicaciones tuvieron que virtualizarse y, en este sentido, se ha tenido en cuenta el despliegue de estas interfaces en las cuentas de los sellos y autores.

El sector editorial argentino durante la pandemia

Las consecuencias del covid-19 en el sector editorial han sido motivo de sondeo desde distintos sectores del mundo de la edición y la investigación.

Estas indagaciones apuntaron a explorar la situación de los actores del ecosistema del libro frente a las medidas del aislamiento social, preventivo y obligatorio establecido por medio del ya mencionado DNU-2020-260 del 12 de marzo de 2020.

Desde un análisis del propio sector, la Cámara Argentina del Libro (la cámara principal que representa a editoriales comerciales, universitarias y otras que no pertenecen a la Cámara Argentina de Publicaciones, que nuclea a los grandes grupos) publicó un informe correspondiente al primer cuatrimestre de 2020 (CAL, 2020) en el que señalaba una caída del 50 % en el registro de novedades durante el mes de abril. Asimismo, editoriales especializadas, como las editoriales universitarias agrupadas en la Red Nacional de Editoriales Universitarias (REUN), publicaron en mayo un registro de las medidas implementadas por los sellos de la Asociación de Editoriales Universitarias de América Latina y el Caribe (EULAC) en ese período. Este registro mostraba que solo un tercio de ellas (unas 15 en total de entre las 52 nucleadas en esta red) habían adoptado entre sus acciones poner en circulación algunos libros en acceso abierto para el público en general o bien para los públicos académicos vinculados con las universidades en que estos sellos se sitúan⁴.

Desde el ámbito académico, vale la pena citar tres estudios realizados al respecto. Uno de ellos fue un diagnóstico temprano realizado a partir de una encuesta respondida por 158 editoriales, 86 librerías (entre estas una plataforma de venta de libros electrónicos) y 13 talleres gráficos de Argentina, a solo unas semanas de decretado el aislamiento. Allí, Dujovne y Ostroviesky (2020) alertaban acerca de cómo el teletrabajo había impactado en las editoriales, en las librerías y en las imprentas. Si bien los autores destacan que, excepto en impresión y comercialización, fundamentalmente las editoriales no se vieron frenadas por la situación, las librerías, en cambio, sí se vieron afectadas, porque una parte importante de ellas no podía comerciar de manera digital. Sus dispositivos y el *stock* estaban en los propios locales, por lo cual realizaban «acciones de promoción a través de redes» y estaban iniciando o avanzando respecto a la comercialización digital. Finalmente, los talleres podían realizar tareas administrativas y de preimpresión, principalmente. Asimismo, destacaban que, en las editoriales, una parte importante del trabajo la llevaban a cabo personas contratadas de manera *free-lance* junto a empleados y empleadas *part-time* o *full-time*, cuyo «número aumenta a medida que se incrementa el número de novedades anuales de las editoriales y

su antigüedad. Las editoriales medianas y grandes con más años, con un catálogo más extenso y con un mayor número de novedades tienden a tener una estructura de costos fijos más elevada» (p. 9). Dichos datos permiten observar cómo las desigualdades en la estructura editorial han impactado en la presentación de novedades y cómo la comunicación digital no se utilizaba de manera homogénea antes de las medidas sanitarias.

El otro estudio consistió en un análisis realizado por Daniela Szpilbarg (2020) durante el mes de abril que procuraba producir datos para contribuir tanto a la producción como a la planificación de políticas públicas a favor de este sector. Sobre una muestra compuesta por 131 editoriales, daba cuenta de que un 92,5 % de estas manifestaba que, tanto por el aislamiento en sí mismo como por el cierre de librerías (y otros canales de comercialización, como las ferias), habían modificado su cronograma editorial.

En particular, este informe muestra que casi el 60 % de los sellos había emprendido acciones para comercializar libros electrónicos o potenciar los canales de venta *online* o preventa impresa durante el mismo mes de abril. Incluso se señala que en sus distintas escalas —editoriales pequeñas y grandes, aunque no megaeditoriales— comenzaron a cubrir las áreas de *marketing online*, la comunicación digital y campañas de prensa con empleados de otras áreas. Las redes sociales, lideradas por Facebook (87 %) e Instagram (80 %) y muy por debajo YouTube (10 %), se utilizaban para la difusión. Asimismo, en cuanto a las herramientas y acciones utilizadas para el mejoramiento de libros y ventas digitales, las editoriales nombraron las siguientes: «comunicación digital de los libros de fondo (31 %); campañas de prensa por redes sociales (42 %); digitalizar parte del catálogo (36 %); publicar las novedades en *ebook* (18 %); e inaugurar la tienda digital *online* (12,8 %). Una acción muy realizada en este primer mes fue “actividades de difusión de autores, entrevistas, podcasts, etcétera” (35 %)».

En tercer lugar, el informe reciente publicado por la CERLALC señala cómo la pandemia obligó a la innovación digital de manera transversal en editoriales de muy distinto volumen y estructura, tanto a las grandes multinacionales como a las medianas y pequeñas en el ámbito iberoamericano. Sin embargo, en lo que hace al sostenimiento de tales innovaciones en la producción, difusión y comercialización, los resultados son sumamente dispares y han tendido a ralentizarse en los años posteriores a la pandemia (Dujovne, 2022).

Si bien dichos trabajos dan cuenta de diferencias de base en cuanto al uso de la comunicación digital antes de la pandemia, el estudio de los usos de las redes sociales digitales por parte de

⁴Véase <https://eulac.org/2020/04/eulac-ante-la-pandemia/>

las editoriales y de las ferias del libro es relevante para examinar, por un lado, quiénes llevan adelante esta comunicación, en qué consiste y cómo se establecen los modos de circulación y difusión de las novedades. Por otro lado, como indagación más amplia, resulta relevante conocer y explicar las dinámicas de sociabilidad e interacción entre editoriales y agentes intervinientes en la producción y mediación de la lectura. En un contexto de reconfiguración de prácticas sociales a las que el proceso de producción, circulación y recepción de libros no está exento, surgen nuevas modalidades de interacción y vinculación que resulta relevante indagar teniendo en cuenta la estructura de posiciones y oposiciones de los distintos actores del mundo editorial.

La comunicación digital de las editoriales en pandemia

Las medidas de aislamiento obligatorio y, posteriormente, de apertura gradual y diferenciada llevaron a que las editoriales nacionales desarrollasen estrategias de comunicación y difusión de sus novedades y títulos de fondo de manera digital. Si bien muchas editoriales ya tenían desarrolladas este tipo de herramientas, la suspensión de la venta, promoción y comunicación en espacios físicos implicó que –de distinta forma– tuvieran que implementar medidas de adaptación a la situación atípica de urgencia y no planificada de antemano. El uso de las tecnologías para la producción, circulación y difusión se ha ido incrementando en todas las zonas del espacio editorial; sin embargo, la estrategia de comunicación de novedades por la web, las redes sociales y otras modalidades virtuales no era utilizada de manera transversal ni genéricamente por la totalidad de las editoriales, y menos aún pensada como una política de comunicación más amplia.

Los dos principales grupos editoriales que funcionan en Argentina y en el resto de América Latina, Penguin Random House y Planeta, fueron los que más variedad y cantidad de actividades especiales presentaron durante el período de tiempo en que las librerías permanecieron cerradas. El primero, mediante la programación de «Me gusta leer» (el nombre de la cuenta de redes sociales del grupo Penguin Random House), realizó por vía digital el lanzamiento de novedades editoriales (como el libro de Ludovica Squirru), sorteos de *ebooks* de diferentes géneros (Florenza Bonelli, Estanislao Bachrach, Angie Sammartino, Tomás Eloy Martínez, Inés Garland, María Sáenz Quesada, Rodolfo Fogwill, etcétera) y de audiolibros, podcast, conversaciones entre autorxs –como en la actividad «Ellas se leen», en la cual participaban escritoras

reconocidas–, entre otras. Las redes de la editorial más grande del mundo se renovaron, adaptaron y reconvirtieron en torno a la comunicación en el contexto de pandemia. Mediante la utilización del *hashtag* #YoMeQuedoEnCasaLeyendo, que imprimió todas las publicaciones y novedades de las cuentas de Facebook, Instagram y Twitter, Random House se «relanzó» como editorial para la difusión de libros y otros productos en pandemia.



Imagen 1. Fuente: captura de pantalla, 2 de mayo de 2020.

Las convocatorias fueron realizadas a través de las redes de las editoriales, de las autoras y autores y por *newsletters* enviados por correo electrónico. Asimismo, la gran mayoría de las presentaciones se llevaron a cabo a través de eventos en la modalidad de Instagram Live, de acceso ilimitado y una duración máxima de una hora. Las presentaciones realizadas fueron libros publicados en 2019 principalmente, teniendo en cuenta que el aislamiento obligatorio llevó a la interrupción de tareas laborales como la imprenta, lo cual requirió la reorganización de los planes editoriales.

Entre las presentaciones por la vía del Instagram, por ejemplo, se pueden citar la de Eduardo Sacheri sobre su libro *Lo mucho que te amé*, que se reprodujo en el Instagram del autor, o la de Sebastián Campanario acerca de *Revolución sénior*, publicado el año anterior y que se realizó entre las cuentas de Instagram de la editorial y el Instituto Baikal, al cual pertenece el autor. Estas transmisiones se diferenciaron entre sí en dos aspectos. Primero, en cuanto a la participación de la editorial en el evento, ya que, mientras el evento de Sacheri fue protagonizado desde la cuenta personal del autor, en el segundo caso, además de la participación de la cuenta, la actividad estuvo moderada por la editora del libro de Random House. Ella entrevistó al autor, recogió comentarios del público asistente y mostró el objeto libro en la cámara. Segundo, si bien el libro presentado no aborda el tema de la pandemia, sino la problemática de la tercera edad en la Argentina contemporánea, la conversación sobre el

mismo sí fue orientada hacia la temática que atravesaba el contexto. La conversación entre Campanario y la editora versó en torno al lugar de la tercera edad en la pandemia, a partir del tratamiento de los medios con respecto al comportamiento de las personas adultas mayores en el aislamiento, al lugar de los geriátricos como espacios de riesgo de la enfermedad y a las medidas gubernamentales respecto del confinamiento de esta población. En esta presentación, que contó con alrededor de noventa asistentes, la transmisión mostraba a cada participante con sus respectivas bibliotecas de fondo. Ambos mencionaron que se encontraban en el lugar de trabajo adaptado en su propio hogar.



Imágenes 2 y 3. Fuente: capturas de pantalla, 13 de mayo de 2020.

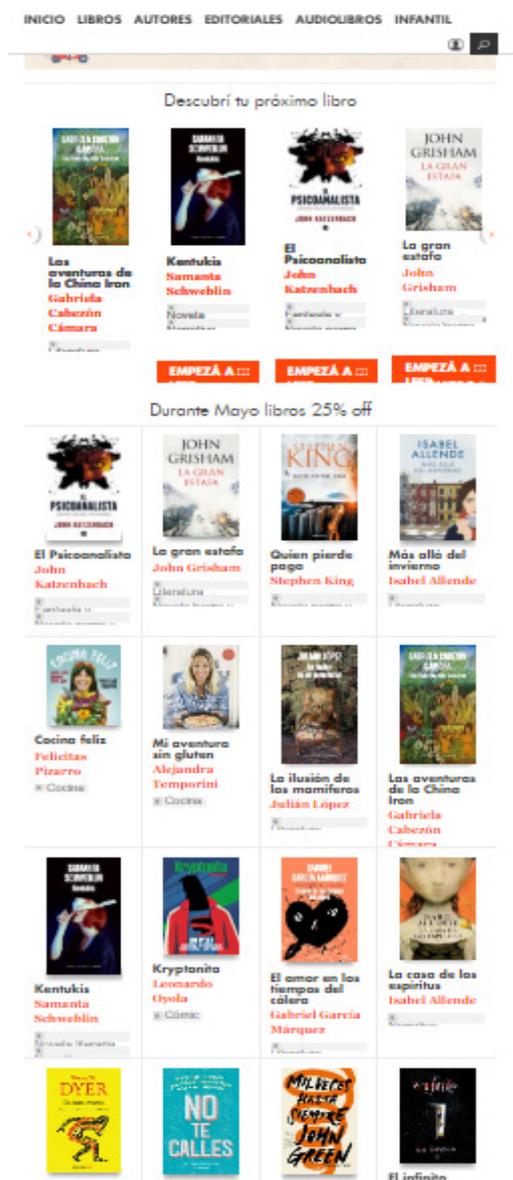
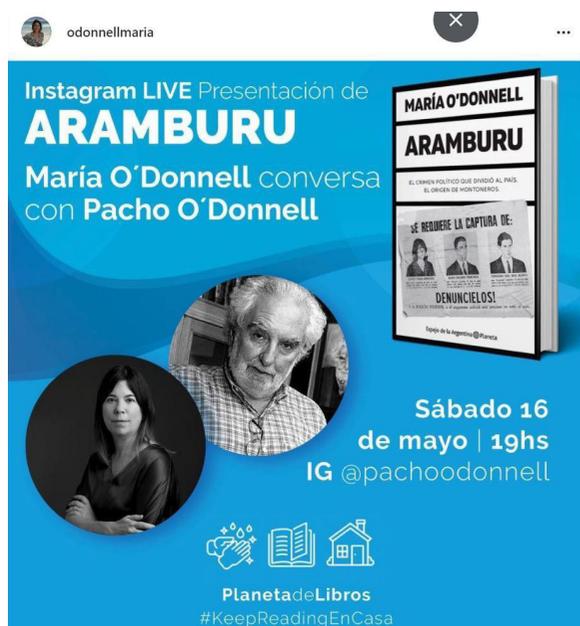


Imagen 4. Fuente: captura de pantalla, «Me gusta leer», 27 de mayo de 2020.

Cabe consignar que con la reapertura de comercios, entre ellos las librerías, la programación de Penguin Random House dejó de ser tan exhaustiva e incluso las imágenes de la web volvieron a mostrar principalmente los libros del catálogo.

Los libros de Planeta, por su parte, estuvieron presentes de maneras análogas a las de Penguin, pero con una participación menos activa de la editorial, que delegó en sus autores y autoras el lugar protagónico. La difusión del libro *Aramburu: el crimen político que dividió al país. El origen de Montoneros* (Planeta, 2020) resulta un ejemplo ilustrativo de esta afirmación. A diferencia de lo realizado por Random House, esta presentación realizada vía Instagram Live fue una conversación entre el historiador

Pacho O'Donnell y la periodista María O'Donnell transmitida por las respectivas cuentas personales de Instagram, sin participación activa de Planeta. La editorial solamente la difundió a través de una historia de esa red social y la motorización fue principalmente organizada por la autora y el historiador. El evento consistió en una conversación con motivo de la publicación del libro, que coincidentemente salió a la venta el día que reabrieron las librerías durante la cuarentena. La edición de títulos sobre la temática de los años setenta y el pasado reciente argentino es uno de los fenómenos editoriales más exitosos de los últimos años (Saferstein, 2021). Esto se vio reflejado en las aproximadamente ochocientas personas que presenciaron el evento, que sin embargo tuvo problemas en la transmisión a partir de las fallas de la conexión a Internet por parte de quienes comentaban la novedad.



Imágenes 5 y 6. Fuente: captura de pantalla, Instagram Live, 16 de mayo de 2020.

La mediana Siglo XXI Editores también organizó conversaciones con autorías de obras publicadas o reeditadas en 2019, principalmente en torno a libros de una colección particular: Ciencia que Ladra, de divulgación científica. Estos eventos⁵ contaron con la participación de Alberto Rojo, Luis Wall y Mariana Koppmann, entre otros autores y autoras, y la del director de la colección, Diego Golombek. Por ejemplo, la presentación de *Historias del inframundo biológico: más bacterias, las mismas plantas, mi exmujer, mi novio, el cocinero y más amantes* (2020), de Luis Wall, editado en 2020, se llevó a cabo por la plataforma Zoom, con transmisión en YouTube, contó con el auspicio de la editorial y también del Centro Cultural de la Ciencia, institución que aloja al director de la colección. La temática del coronavirus estuvo presente durante toda la presentación, con alusiones a la cuestión desde una perspectiva científica, biológica. Con 1.169 visitas en los días siguientes a la presentación, el evento posibilitó la interacción del público a partir de la realización de preguntas en el chat de la red YouTube.

La editorial universitaria EDUVIM, por su parte, para el 2020 tenía prevista la presentación de nuevos lanzamientos en la Feria Internacional del Libro que se fueron aplazando (Mihal, 2020). No obstante, la comercialización *online* continuó funcionando, aunque con algunos cambios en los modos de contactar a la editorial, Facebook y WhatsApp fueron los canales más frecuentemente utilizados para la compra de libros. Cabe consignar que este sello, al ser universitario, presenta particularidades relativas a su política comunicacional en relación con la Universidad Nacional de Villa María, pero específicamente en lo referente a la comunicación digital y a las redes sociales tiene autonomía para la definición de la difusión y presentación de novedades y para otras actividades.

En relación con esto último, organizó específicamente un ciclo que gravitó sobre la reflexión de la pandemia covid-19 y reunió tanto a escritoras y escritores como a directores y directoras de colecciones (Alejandro Parada, Diego Fonti, Teresa Andruetto, Maximiliano Alfonso, Marcela Croce, Carlos Seggiaro y Lila Schwarcz). En total se llevaron a cabo ocho encuentros, uno de los cuales incluyó como tema de debate la situación de las librerías en el contexto del cierre y reapertura gradual, y en su totalidad fueron moderados por el director general de la editorial. En este sentido, de las editoriales y casos analizados, la única que trascendió las presentaciones de libros y abordó una reflexión del sector sobre la coyuntura de la pandemia fue EDUVIM.

Sin embargo, con 249 reproducciones, las vistas de este ciclo han sido muy desiguales dentro del

⁵Disponibles en <https://www.youtube.com/watch?v=Coebk-H0LrY>



Imagen 7. Fuente: captura de pantalla, <https://www.youtube.com/watch?v=i1p6Tgy91TA>, 2 de mayo de 2020.

panorama de las actividades que realizan otros sellos con mayor captación del mercado como los ya expuestos, lo cual muestra la relevancia de las redes en cuanto que oportunidades para ampliar las ventas de la editorial. Tanto el ciclo llevado a cabo sobre el coronavirus como otros que se realizaron con posterioridad quedaron registrados en el canal de YouTube⁶ como un repositorio o archivo editorial. Para su convocatoria es el propio director editorial quien utiliza WhatsApp según la segmentación de públicos y envía el *link* de acceso, lo cual se replica en la web del sello (Mihal, 2020), y algunas fotos de este u otros eventos se suelen subir a Facebook.

Tres cuestiones importantes a resaltar en lo que respecta a este desarrollo. El conjunto de editoriales abordadas presenta características distintivas y diferenciables entre sí.

Primero, la desigualdad en relación con el volumen y estructura por parte de las grandes editoriales respecto de las otras no implicó automáticamente una monopolización absoluta de las estrategias implementadas. En este sentido, tanto Siglo XXI como EDUVIM organizaron agendas propias en torno a la comunicación digital. Sus redes fueron canales de promoción, difusión y también de venta directa.

Segundo, aun cuando Planeta y Penguin Random House pueden ser entendidas como grandes multinacionales cuyo potencial de reorientar la labor hacia la comunicación digital fue utilizado rápidamente, las prácticas y frecuencias respecto a las redes sociales no han sido homogéneas: Random House se destacó sobre Planeta en cuanto a la can-

tividad y variedad de acciones digitales sobre libros, autorías y temas, entre otros, a partir de una agenda diaria y semanal durante el período de cierre de las librerías. Ambas editoriales movilizan a sus propios autores y autoras hacia la generación de contenido y de sus propias estrategias de difusión, teniendo en cuenta el rol de las plataformas autorales en las redes, más allá de las cuentas de los sellos.

Tercero, editoriales de trayectoria especializada como Siglo XXI y EDUVIM, aun con una oferta de presentaciones y productos mucho menor en relación con Planeta y Penguin Random House, encontraron en la mediatización de las redes una oportunidad para generar espacios de sociabilidad a través de actividades que pareciera se han concentrado en revalorizar las colecciones de sus catálogos. Dicha revalorización ha otorgado un lugar destacado a otras figuras relevantes de la edición, como quienes editan y dirigen colecciones, y a tratar como una problemática social y editorial las consecuencias de la pandemia covid-19. Por el contrario, si bien la figura de quienes ocupan la función editorial estuvo presente en la coordinación de algunas actividades digitales de los grandes sellos, el papel que allí cumplieron fue más de moderación para los autores que un diálogo e incentivo acerca de los problemas de las editoriales, como sí ocurrió en los otros casos estudiados.

Las ferias de libros en pandemia

Los espacios de socialización y difusión que constituyen las ferias de libros durante este período tuvieron instancias sincrónicas o asincrónicas: la Feria Internacional del Libro (FILBA), la Feria de Editores (FED) y la Feria del Libro en Casa (FELCA). Cada una

⁶ Este ciclo está disponible en <https://www.youtube.com/@EDUVIMTV/videos>

de ellas dinamizó a públicos diferentes del mercado editorial, lo cual se basa en gran medida en sus orígenes y características, las editoriales que agrupa y el lugar del público en ellas. En lo que respecta a este trabajo, las formas de comunicar digitalmente estos eventos muestran diferenciaciones tanto en cuanto a los contenidos como a sus finalidades.

La Feria Internacional del Libro de Buenos Aires (FILBA) es la de mayor trayectoria en nuestro país, y comenzó en 1975. Es organizada anualmente por la Fundación El Libro, constituida por las dos cámaras de editores –la CAL y la CAP–, la Federación de Libreros, la Federación de la Industria Gráfica, el Sector del Libro de la Cámara Española de Comercio y la Sociedad Argentina de Escritores. Congrega a megaeditoriales, editoriales comerciales y stands colectivos de editoriales independientes, los cuales, según Szpilbarg (2019), pueden entenderse como ferias en el interior de la feria, dado que muchas de las editoriales y librerías de esos colectivos participan también en otras ferias. Suele recibir gran cantidad de afluencia de público general y escolar durante los meses de abril y mayo y tiene cobertura tanto en medios de comunicación tradicionales –televisión, gráficos, radios– como en el sitio web de la Fundación El Libro, e incluso en el canal de YouTube, en el cual es posible encontrar réplicas de algunos *spots* publicitarios.

En el 2020, la FILBA, que estaba programada de manera presencial para el período entre el 30 de abril y el 18 de mayo, tuvo que ser suspendida a pocos días de conocerse el DNU núm. 260 del 12 de marzo de 2020. Algunos medios gráficos manifestaron que una de las opciones era el aplazamiento y reprogramación de su fecha de inicio⁷ hasta que el 18 de marzo la Fundación El Libro comunicó oficialmente su suspensión. En lugar del evento presencial, durante las semanas programadas originalmente la web y redes de la Fundación El Libro se orientaron en dos sentidos complementarios que apuntaban a que el evento se mantuviera en la agenda: por un lado, la rememoración de actividades y por el otro, en un sentido político del sector.

Entre fines de abril y principios de mayo, la página web de la Fundación El Libro y su cuenta de YouTube postearon videos de actividades de la edición previa de la feria (2019) y de otras ediciones anteriores. La consigna fue «Disfrutá *online* de momentos inolvidables de la feria. Todos los días

⁷Nota 13 de marzo de 2020 en el diario *Página 12*: «Coronavirus: se suspende la Feria del Libro», disponible en <https://www.pagina12.com.ar/252522-coronavirus-se-suspende-la-feria-del-libro>, y nota 18 de marzo de 2020 en *Télam*: «Confirman la suspensión de la Feria del Libro de Buenos Aires», disponible en <https://www.telam.com.ar/notas/202003/441975-confirman-la-suspension-de-la-feria-del-libro-de-buenos-aires.html>

compartimos videos de actividades, presentaciones y grandes momentos de la Feria del Libro». Allí aparecieron escenas de discursos inaugurales de la feria, debates literarios, eventos de encuentros de jóvenes *booktubers* y presentaciones de libros, entre otros.

Al mismo tiempo, bajo el lema «La feria del libro no se rinde», circuló vía WhatsApp y las redes sociales un video de veintiocho segundos de duración protagonizado por agentes del mundo del libro en el cual se mostraba el predio en años anteriores, con públicos y autoras y autores. La finalidad era invitar a un programa en la televisión pública del cual participarían personalidades del ámbito académico y cultural argentino (Claudia Piñeiro, Alejandro Dolina, REP y Horacio González)⁸. WhatsApp sirvió tanto para difundir y convocar un programa televisivo como para interpelar con el uso de imágenes y textos orientados a la experiencia de la feria. Sin embargo, las discusiones sobre las consecuencias e impactos de la pandemia covid-19 en el mundo del libro y editorial transcurrieron principalmente en los medios gráficos y luego algunas fueron incorporadas a YouTube⁹.

La Feria del Libro en Casa (FELCA) es un caso que se distingue tanto de la FILBA como de la Feria de Editorxs (FED), dado que fue organizada para dar respuesta inmediata a las consecuencias del cierre de la comercialización de libros presencial (Frieria, 2020). En efecto, se llevó a cabo entre el 8 y el 18 de mayo, y el texto que la promovía identificaba las ferias en general como espacios de encuentro y, sin referirse expresamente a la pandemia, señalaba que «estamos viviendo una situación extraordinaria, y los encuentros se dan de pantalla a pantalla», apelando así a la congregación virtual. La FELCA tuvo carácter ocasional y fue organizada entre un conjunto de editoriales, talleres gráficos y de serigrafía y librerías que se autodenominan dentro del espectro de lo «independiente»¹⁰. Varios de ellos usualmente partici-

⁸Conducido por Cristina Bucci y Osvaldo Quiroga y emitido el 16 de mayo de 2020.

⁹Como la conferencia de prensa del sector editorial «La quita del ATP a la industria y comercio del sector constituye una decisión de extrema gravedad» del 6 de noviembre, en la cual diferentes agentes del campo editorial debatieron sobre la suspensión del Programa de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) y del fondo complementario que el Gobierno nacional implementó durante el 2020, disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=M2mt1NnsFRc>

¹⁰Las editoriales que participaron fueron Eloísa Cartonera, Hekht, Milena Caserola, Alcohol & Fotocopias, La Mariposa y la Iguana, Ed. Libretto, Piloto de Tormenta, Milena París, La Liebre, Milena Pergamino, Paisanita Editora, Libro de Anarres, Ediciones Nebililataada, Yerba Mala Cartonera, Librería Terrorismo, Librería Itinerante. En julio del mismo año se llevó a cabo una segunda edición, esta vez orientada a libros infantiles y juveniles.

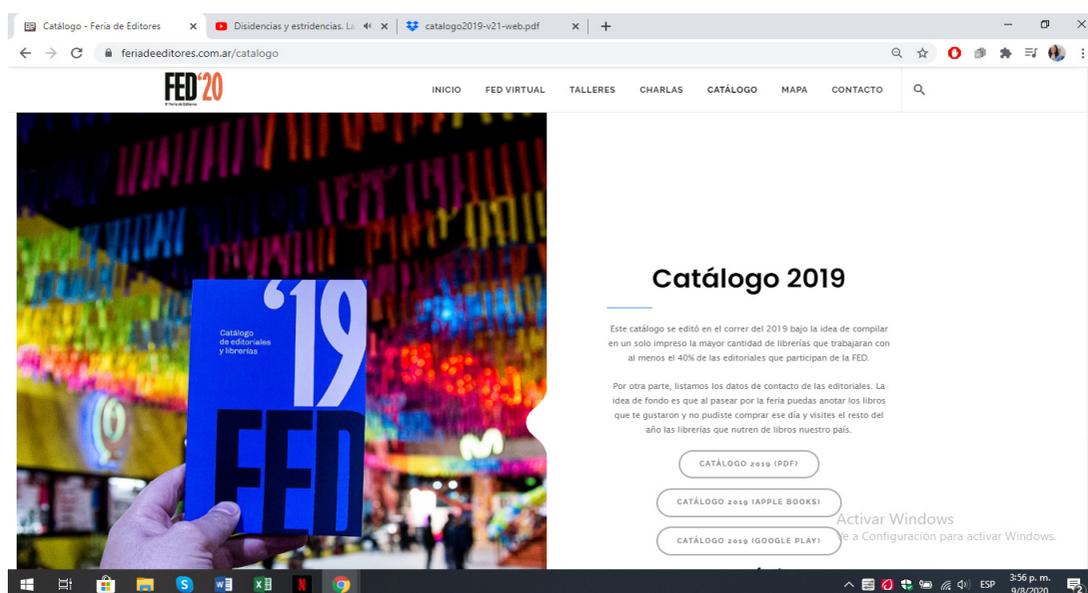


Imagen 8. Fuente: captura de pantalla, FED, 1 de agosto de 2020.

pan en estands colectivos –Sólidos Platónicos, La Coop, Los Siete Logos, Todo Libro es Político– en el marco de la FILBA.

Con la suspensión de la Feria Internacional del Libro de Buenos Aires, los canales de venta de la edición independiente se restringieron, por lo cual la FELCA apuntó primordialmente a la comercialización por vía digital. Esta finalidad se reforzó a través de su estructura en tres pasos o recorridos propuestos: 1) por promociones y estands de las editoriales y librerías participantes; 2) por combos de varios ejemplares de libros y otros objetos de cada editorial o por combos para la compra compartidos por varios sellos; y 3) cada uno de estos pasos se acompañó con una imagen y un *link* para ir al sitio web de las editoriales y librerías y sus catálogos.

La mediatización en redes sociales –Instagram, Twitter y Facebook– fue la principal estrategia utilizada para llevarla a cabo y el evento lo difundieron los propios organizadores por WhatsApp y en los *newsletters* de cada editorial. Asimismo, hubo actividades especiales, como por ejemplo el evento de cierre, vía plataforma Zoom con inscripción previa, en donde se presentó el informe realizado por Szpilberg (2020). Allí, la investigadora repasó el informe realizado dando cuenta del análisis de diferentes problemas que atravesaba el sector editorial. En este evento sincrónico participaron integrantes de editoriales independientes y universitarias, y de librerías, entre otros, quienes en los intercambios con la investigadora manifestaron las dificultades de producir para un mercado restringido y de ejecutar una política de comunicación y comercialización digital.

La Feria de Editorxs (FED), por último, es un evento que comenzó organizándose en la Radio La

Tribu en 2013 y con el paso del tiempo se fue desplazando a distintos espacios hasta funcionar en el Centro Cultural Konex. Estas transformaciones se dieron la mano con el aumento de sellos y nacionalidades de los mismos (Szpilberg, 2019). Asimismo, si bien el público es mucho más reducido que el de la FILBA, no se llevan a cabo programaciones para visitas escolares, y convoca a públicos que concurren a encontrar producciones nacionales y, en menor medida, de sellos de otros países, que se encuadran dentro de la edición independiente (Badenes y Stedile Luna, 2019).

En el 2020 se cumplía su novena edición, programada para el 7, 8 y 9 de agosto en el predio del Konex. En el marco de las discusiones que se dieron en el sector acerca de cómo afrontar la pandemia, los organizadores de la FED decidieron y comunicaron la información acerca de la virtualización del evento y la manutención de las mismas fechas originales. La propuesta de modalidad virtual recogió aspectos de la Feria Internacional del Libro y la FELCA, pero bajo un aspecto original: el intercambio sincrónico entre compradores y editoriales y librerías. Durante un período de tres días, la FED dispuso un escenario virtual para que las editoriales comunicasen desde sus redes sociales sus novedades y catálogos de manera asincrónica y también sincrónica. La modalidad más elegida fue la de Instagram Live, donde cada editorial organizaba eventos en vivo en los cuales los responsables de los sellos presentaban su catálogo, dialogaban entre ellos o con autores de la casa y, mientras, los usuarios de las redes realizaban comentarios y preguntas que iban siendo respondidas en el momento por los agentes editoriales. Estos estands

virtuales, que emulaban el tránsito por el predio de la feria, se complementaron con una participación activa de las librerías, coordinadas por la propia organización de la FED. Cada librería participante de la FED quedó encargada de un grupo de sellos con los cuales trabajaría, de manera tal que, luego del recorrido virtual, se podía realizar un pedido a una red de librerías centralizada, que trabajó con envío de ejemplares a domicilio.

Además, la FED sostuvo talleres con especialistas de la edición y charlas sobre diferentes temáticas (incluso relacionadas con la pandemia) a las que se podía acceder por medio de YouTube y en cuyo chat se podían realizar comentarios y saludos. Asimismo, desde el sitio de la FED se puede acceder a ellas y a otras actividades¹¹. Una de esas charlas versó sobre «Disidencias y estridencias. La lengua en disputa» y contó con la presencia de personalidades del mundo de la academia y de la edición tanto en su rol de exposición como de moderación (Karina Galperín, Santiago Kalinowsky, Ana Ojeda y Cecilia Fanti), que continuaron dialogando e intercambiando puntos de vista sobre la utilización del lenguaje inclusivo, debate que se había inaugurado en la FED 2019 con «La lengua en disputa», donde participaron Beatriz Sarlo y Santiago Kalinowsky.



Imagen 9. Fuente: captura de pantalla, FED, 9 de agosto de 2020.

Si, como sostiene Gustavo Sorá (2012), las ferias de libros funcionan como acontecimientos dinámicos para observar las relaciones, prácticas y movi-

mientos de agentes, ideas y objetos que dan forma al mercado editorial, el abordaje y descripción de las ferias de libros virtuales permiten dar cuenta de las modalidades en que los sellos afrontaron el contexto actual. La cooperación y la asociación entre editoriales para afrontar los vaivenes del mercado editorial es una impronta característica en el mundo del libro, heredada del asociativismo que caracterizó la edición independiente de principios de siglo en cuanto que estrategia de visibilización y acción frente a la concentración (Szpilbarg, 2019). En este contexto, las ferias de libros exploradas reflejan oportunidades frente a desigualdades estructurales. El despliegue, burocratización y planificación de una feria con el tamaño y puesta en escena que requiere la Feria Internacional del Libro no se pudieron adaptar a la virtualidad esperada. En cambio, el agrupamiento de editoriales más pequeñas y dinámicas, como las reunidas en la FELCA y la FED, habilitó la posibilidad de llevar adelante prácticas colectivas de organización que, con recursos y aspiraciones distintas, hicieron frente a un contexto adverso.

Conclusiones

En este trabajo se ha partido de dos interrogantes para pensar la mediatización de las redes sociales y la incidencia de ellas durante la pandemia covid-19 para las editoriales de nuestro país. Por un lado, se interrogó cómo estas podían generar esas instancias de sociabilidad para difundir nuevos lanzamientos en el contexto de aislamiento. Por otro lado, se abordó cómo era posible desde los estudios sobre la edición establecer algunos parámetros que permitieran considerar, de cierto modo, su incidencia en las estrategias de presentación de novedades y de posicionamiento editorial.

En ese sentido, el artículo se ha dedicado a explorar reconfiguraciones recientes del mercado editorial argentino en particular y de las editoriales de la región en general. La aproximación al estudio de las estrategias de comunicación digital de las editoriales ha revelado su importancia en un contexto atípico en el que la virtualidad se volvió casi el único modo posible de comunicar y difundir novedades, así como también en la principal vía de interacción entre los actores del espacio editorial y los públicos lectores.

Esto ha permitido mostrar que las redes sociales mediatizadas han sido clave para el sector editorial en el transcurso de los diferentes momentos de la pandemia por covid-19 durante el 2020 desde el momento inicial del aislamiento y luego con la reapertura gradual geográfica y por actividades. Sin embargo, las estrategias de comercialización, lanzamiento de novedades y actividades ligadas al

¹¹ Disponible en <https://feriadeeditores.com.ar/charlas/>

objeto libro digital e impreso han variado no solo en función del tamaño y posición entre los grupos y otros sellos con desigual peso en el mercado editorial. Como se ha mostrado, las estrategias de las grandes editoriales también han variado entre sí, así como también las estrategias desarrolladas por editoriales medianas y pequeñas han contribuido al impulso de ciertos temas en agenda. Si las grandes editoriales han concentrado sus recursos de *marketing* digital en la generación de contenidos con una magnitud y frecuencia diaria, las editoriales medianas y pequeñas apuntaron a valorizar su catálogo de fondo, gestionar su prestigio y proponer discusiones en torno a la coyuntura, con un rol clave de las colecciones y de su comunidad de autorías.

Es posible advertir que, por un lado, las redes y plataformas sirvieron para generar instancias de socialización, como las charlas y debates organizados por editoriales y por las ferias. Los eventos o actividades con autoras y autores priorizaron temas de debate (pandemia, feminismo, etcétera) o libros ya editados en años anteriores. Por otro lado, las presentaciones de novedades y los rituales asociados a ellas en parte se fueron postergando hasta la reapertura de las librerías. Sin embargo, se han encontrado excepciones que tienen que ver con instancias de asociación y organización entre diferentes agentes del sector para el caso de las editoriales más «profesionalizadas» del universo independiente, como las nucleadas alrededor de la FED (Saferstein y Szpilbarg, 2014).

De esta manera, se argumenta que los análisis sobre las transformaciones contemporáneas en el sector editorial deben tener en cuenta no solamente las posiciones que los distintos sellos ocupan en el espacio editorial argentino, sino también las distintas modalidades de presentación pública de las editoriales. Sin perder de vista las desigualdades estructurales del campo editorial y las limitaciones y habilitaciones que estas implican, es relevante tener en cuenta las estrategias en relación con las trayectorias y propósitos en torno a su profesionalización y desarrollo en el campo.

Fuentes y bibliografía

- Badenes, Daniel (2020): «La edición imperfecta», en *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas, 2001-2020*. Club Hem Editores, pp. 21-43.
- Badenes, Daniel, y Stedile Luna, Verónica (eds.), 2019: *Estado de feria permanente. La experiencia de las editoriales independientes argentinas, 2001-2020*. Club Hem Editores.
- Benzecry, Claudio (1999): «Con una ayudita de mis amigos. Apuntes hacia la comprensión de la sociabilidad en las presentaciones de libros», en *Apuntes CECYP*, 4.
- Bourdieu, Pierre (2009): «Una revolución conservadora en la edición», en *Intelectuales, política y poder*. Eudeba, pp. 223-270.
- Hine, Cristine (2011): *Etnografía virtual*, <http://www.digitalliapublishing.com/a/36913/>
- Jarast, Natalie (2019): *Comunicación de las editoriales de literatura infantil y juvenil en Argentina en el siglo XXI: estudio de dos casos: Norma Argentina y Niño Editor* (tesis de maestría). Universidad Austral.
- Mendoza, Eva Moll de Alba (2015): *Análisis comparativo de la utilización de Twitter como canal de comunicación para las principales editoriales estadounidenses y españolas* (tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona.
- Mihal, Ivana (2019): «Políticas editoriales universitarias y apuestas a catálogos con perspectiva de género(s)», en *Revista Telar*, 23, pp. 117-136, ISSN 1668-3633.
- Mihal, Ivana (2020): «Comunicación digital y editoriales universitarias. El caso de EDUVIM», en *Austral Comunicación*, 9 (2), pp. 375-404, <https://doi.org/10.26422/aucom.2020.0902.mih>
- Millán, J. A. (2015): «Edición y difusión del libro. El profesional de la información», en *Tramas*, 24, pp. 699-703.
- Pink, Sara; Horst, Heather; Postill, John; Hjorth, Larissa; Lewis, Tania; y Tacchi, Jo (2019): *Etnografía digital*. Morata, <https://edmorata.es/libros/etnografia-digital/>
- Saferstein, Ezequiel (2021): *¿Cómo se fabrica un best seller político? La trastienda de los éxitos editoriales y su capacidad de intervenir en la agenda pública*. Siglo XXI Editores.
- Saferstein, Ezequiel, y Szpilbarg, Daniela (2014): «La industria editorial argentina, 1990-2010: entre la concentración económica y la bibliodiversidad», en *Alternativas*, 3, pp. 1-21.
- Semán, Pablo (2006): «Historia, best-sellers y política», en *Bajo continuo. Exploraciones descentradas sobre cultura popular y masiva*. Gorla, pp. 77-110.
- Slimovich, Ana (2016): «Política y redes sociales en Argentina. El caso de los candidatos presidenciales de 2011 en Twitter», en *Signo y Pensamiento*, 35 (68), pp. 86-100, <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp35-68.prsa>
- Slimovich, Ana, y Saferstein, Ezequiel (2019): «Análisis sobre los modos digitales de difusión de las grandes editoriales en Argentina: libros de “coyuntura política” en las redes sociales. Catálogo Digital de Publicaciones DC», en *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 85, pp. 165-188.
- Sorá, Gustavo (2012): «El mundo como feria. In(ter)dependencias editoriales en la Feria de Frankfurt», en *Comunicación & Medios*, 27, pp. 101-127.
- Sorá, Gustavo (2016): *Primitivas y futuristas: las ferias de libros bajo el prisma de la sociología*, <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/62662>
- Sorá, Gustavo (2019): «Prólogo», en *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento, pp. 7-11.
- Szpilbarg, Daniela (2019): *Cartografía argentina de la edición mundializada. Modos de hacer y pensar el libro en el siglo XXI*. Tren en Movimiento.
- Thompson, J. B. (2012): *Merchants of Culture. The Publishing Business in the Twenty First Century*. Plume.

Fuentes secundarias

CAL (2020): *Informe de producción 2020. Edición especial: impacto de las medidas de distanciamiento social obligatorias en la producción editorial*, disponible en <http://noticiasvendermaslibros.esy.es/el-libro/informe-de-produccion-especial-caida-historica/>

Dujovne, Alejandro (2022): *El ecosistema del libro en Iberoamérica, un estado de la cuestión*. CERLALC, <https://cerlalc.org/publicaciones/el-ecosistema-del-libro-en-iberoamerica-un-estado-de-la-cuestion/>

Dujovne, A; y Ostroviesky, H. (2020): «El libro argentino frente a la cuarentena: librerías, editoriales e imprentas y la necesidad de respuestas colectivas. Informe sintético de la encuesta realizada entre el 29/3 y el 2/4».

Friera, S. (2020): «Dos ferias *online* para mantener el amor por la lectura», nota en *Página 12*, 6 de mayo de 2020, disponible en <https://www.pagina12.com.ar/264203-dos-ferias-online-para-mantener-el-amor-por-la-lectura>

Szpilbarg, D. (2020): *Editoriales argentinas ante la cuarentena por el covid-19: efectos, balances y perspectivas*.



REDIAMZET

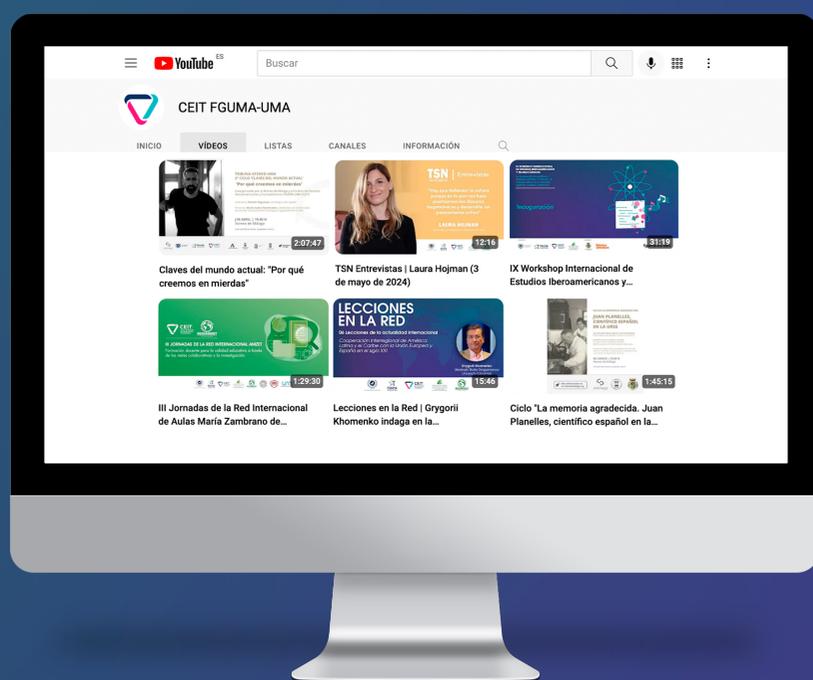
Red Internacional de Aulas María Zambrano
de Estudios Transatlánticos

www.rediamzet.uma.es



TSN MULTIMEDIA

Entrevistas - Reportajes - Conferencias



Suscríbete al canal
de YouTube del CEIT



LUCHESSI, LILA (ED.), *ENTRE LO LOCAL Y LO GLOBAL: SABERES, ESPACIOS Y MOVILIDADES EN TIEMPOS DE PANDEMIA, 2023*, EDICIONES CIESPAL, CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACIÓN PARA AMÉRICA LATINA



El libro es pospandémico en toda su magnitud. Es decir, aborda fenómenos pandémicos, pero es de contundente actualidad. No es un texto sobre la historia reciente, sino sobre su influencia en la realidad de nuestros días. No se lee con barbijo, pero se discute en Zoom.

¿La virtualidad forzada unió o separó a estudiantes y docentes, nativos y migrantes digitales? ¿Qué pasa con la idea de territorio y de frontera en contextos globales? ¿Se puede hablar de universalidad digital o hay excluidos? ¿Somos más libres conectados? Como sociedad, ¿somos mejores que en febrero de 2020, como augurábamos? Lejos de la antinomia de apocalípticos e integrados, este libro busca en la ciencia social respuestas a esas preguntas.

Al mes de iniciado el aislamiento social, el Instituto de Investigación en Políticas Públicas de la Universidad Nacional de Río Negro (Patagonia, Argentina) inició un ciclo de Charlas en Pandemia. Más tarde, la Red Argentina de Investigación y Saberes en Diálogo (Raised) organizó junto al Instituto las Primeras Jornadas (In)Certezas Sociales. Ya participaban varias universidades de Argentina y especialistas de América y Europa.

Paralelamente, se conformó el colectivo Pensar la Comunicación. Como un virus para reflexionar sobre el virus, traspasó fronteras y se integró a la Red Iberoamericana de Investigación en Comunicación, Política y Sociedad (RIICOPS). Siempre estuvo el apoyo de la CIESPAL, finalmente editora del material.

Es ese proceso el que explica la variedad de autores, de miradas, de enfoques y de enunciadores. Allí radica la riqueza del texto.

Cómo citar este artículo: Videla, L. (2024). Luchessi, Lila (ed.), Entre lo local y lo global: saberes, espacios y movilidades en tiempos de pandemia, 2023, Ediciones Ciespal, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 205-206. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20209>

Financiación: este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

La estructura

El libro, para una mejor organización, está dividido en cuatro bloques.

La primera parte aborda la influencia de la pandemia y la pospandemia en las universidades, la generación de conocimientos científicos y el ritual docentes/estudiantes en contexto de virtualidad.

El capítulo incluye trabajos desde el encuadre más macro de captación del discurso académico por parte del neoliberalismo hasta experiencias locales que dan cuenta de mecanismos políticos de control social.

Se abordan, asimismo, con una mirada pre y pospandémica, las consecuencias de la virtualización en el proceso de aprendizaje en las aulas y el agravamiento de las condiciones de los y las docentes.

La segunda parte, denominada «Acontecimiento global, información hiperlocal», trata el consumo de medios y redes durante la pandemia. La brusca plataformización dejó perdedores y ganadores. Entre los últimos, las empresas del sector info comunicacional.

Los estudios ponen el acento en un «todos» inexistente: más del 40 % afrontó la pandemia excluido del mundo digital o con herramientas muy precarias. Los trabajos de esta sección también abordan la idea de frontera y desterritorialización. Esos tópicos, que las y los autores ya habían abordado antes de la pandemia, se vuelven centrales durante el covid.

Lo digital había disuelto las fronteras (para los incluidos). El virus hizo lo mismo. Así, se podía conocer en tiempo real lo que ocurría con la enfermedad en cada punto del planeta, a sabiendas de que seguramente se replicaría en nuestra ciudad más temprano que tarde. Lo novedoso (?) fue que lo local, el territorio, el hábitat físico, también se volvió preponderante. Necesitábamos saber dónde vacunarnos, cómo estaba nuestro hospital de cercanía. El acontecimiento local exigía tratamiento hiperlocal, dice la editora del libro en su texto.

La tercera parte del libro ahonda en las desigualdades desde otra óptica. En primer lugar aborda la producción de información en tiempos de pandemia. Destaca cómo el Estado, las organizaciones y la academia fueron capaces de producir datos sanitarios en tiempo real. Destaca la necesidad de observatorios académicos que transformen esa información en conocimiento. Se aborda también la profundización durante la pandemia de las

desigualdades de género, a partir sobre todo de la asimétrica distribución de las tareas de cuidado y de la desarticulación de las redes de contención por la violencia.

Otro texto retoma la idea de la frontera y el territorio, pero desde una revalorización de las comunidades originarias que supieron construir en pandemia una territorialidad virtual. La frontera continúa en el trabajo siguiente, sobre el tratamiento informativo de la migración en la prensa argentina y chilena. Alerta espóiler: no hay tantas diferencias entre los medios hegemónicos y progresistas, descubre el estudio.

Por último, la cuarta parte trabaja sobre el concepto de incertidumbre en contexto de covid. Un artículo expone las distintas realidades personales durante la pandemia a partir de entrevistas en profundidad; un texto da cuenta de cómo los diferentes poderes del Estado lograron adecuarse a las restricciones y mantuvieron altos niveles de productividad y convivencia.

El libro se cierra con un estudio sobre consumo, percepción y credibilidad de los medios tradicionales. Analiza también las conductas ciudadanas y los niveles de ansiedad en contextos de mayor control estatal sobre las comunicaciones y aquellas donde fluyeron de manera más abierta.

Conclusión

Muchos de los textos, aun con diferencias, comparten una estructura narrativa: las expectativas de «salir mejores de la pandemia», la comprobación de que eso no ocurrió y una visión de futuro que se bifurca de acuerdo a lo que hagamos socialmente.

Por un lado, se augura un porvenir cada vez más individualista y desigual si se deja en manos del mercado. Por otro, se propone una intervención signada por una paradoja: lo digital uniformiza, concentra la información en pocas manos, pero es preciso que la mitad de la población excluida tenga acceso.

En definitiva, la pandemia como objeto de estudio multidisciplinar del libro no procura el regodeo con ese lapso anómalo, sino el aprendizaje de una experiencia tal vez irrepetible: nunca algo fue tan global ni tan local al mismo tiempo.

Luciano Videla
Universidad Nacional de Río Negro (Argentina)

**BAÑUELOS CAPISTRÁN, JACOB, Y SALDAÑA RAMÍREZ,
CARLOS (COORDS.), MEMES VIRALES: NARRATIVAS
DE LA PANDEMIA DESDE LA INTELIGENCIA COLECTIVA, 2023,
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD
CUAJIMALPA, DIVISIÓN DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Y DISEÑO, ISBN 978-607-28-3032-5**



El libro *Memes virales: narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva* (UAM, Cuajimalpa, México, 2023), coordinado por los investigadores Jacob Bañuelos Capistrán y Carlos Saldaña Ramírez, surge del proyecto «La intención documental. Procesos de investigación, producción y participación 2022/25» del grupo de investigación «Estudios sobre la imagen, el sonido y la cultura digital» del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), en su Unidad Cuajimalpa (México).

Este libro busca dar cuenta de un fenómeno sumamente difundido, uno que muchos lectores podrán identificar fácilmente. Como comenta Gabriel Pérez Salazar en el prólogo, los memes son un fenómeno global ampliamente difundido, y por lo mismo han atraído la atención de diversas áreas y metodologías de estudio «desde áreas como la comunicación y la semiótica, hasta disciplinas como la economía, la ciencia política, las ciencias de la salud y las matemáticas» (p. 9)¹. Sin embargo, a pesar de la viralidad del fenómeno estudiado, no existen en México más que aproximaciones al suceso en forma de ensayo académico; este libro se convierte así en el primer libro académico que tiene como objeto el estudio del meme en México.

Debido a que los memes son un fenómeno mediático de producción tan rápida y extendida, es necesaria una segmentación precisa. El libro, por tanto, se centrará específicamente en el caso de los memes producto de la pandemia de Sars-CoV-2 que vivió el mundo a lo largo de los años 2019 y 2020.

El libro tiene en común a lo largo de sus artículos que la sociedad se construye a partir de estos signos llamados memes. Aunque las aproximaciones teóricas y metodológicas puedan variar, la comunicación será el eje rector de estos artículos (se recurrirá constantemente a palabras como lenguajes, códigos,

¹ Todas las referencias provienen de la misma fuente, por lo cual me limito a citar el número de página.

Cómo citar este artículo: Arana Blanco, F. (2024). Bañuelos Capistrán, Jacob, y Saldaña Ramírez, Carlos (coords.), *Memes virales: narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva*, 2023, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, División de Ciencias de la Comunicación y Diseño, ISBN 978-607-28-3032-5. *TSN. Revista de Estudios Internacionales*, (16), 207-209. <https://doi.org/10.24310/transatlantic-studies-network.16.2024.20210>. **Financiación:** este artículo no cuenta con financiación externa.



Esta obra está bajo licencia internacional Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0.

significaciones), con una presencia importante de metodologías y teorías semióticas, así como de los imaginarios sociales. De esta forma, encontraremos un enfoque múltiple; por un lado, se analizará la estructura de los memes, en otros los procesos de viralización y por último tendremos una sección en la que los memes funcionarán como inspiración para generar narrativas o propuestas estéticas.

El libro se divide en dos secciones: en la primera, se contará con una selección de diez artículos de investigación en los que se abordará al meme desde distintas teorías y metodologías. Tres «microensayos» cerrarán esta sección. La segunda parte consistirá en una galería de memes de la pandemia.

El primer artículo, de Gabriel Pérez Salazar, «Análisis del meme *Papás yendo a trabajar / Mamás apoyando las clases en línea: una aproximación de la teoría del encuadre*», busca analizar cómo ciertos memes dan cuenta del modo en que se amplifican y se preservan los roles de género dominantes (específicamente desde la paternidad y la maternidad) a partir de la situación propiciada por las clases en línea en la pandemia.

Se analizará, específicamente, el memeplexe (memes hechos de otros memes) resultado de la suma del meme *Joker Hospital* (que representa a las madres encargándose de las clases en línea) y *Strutting Leo* (que representa a los padres yendo a trabajar). El marco teórico será el de la teoría del encuadre y la memética, a partir del cual se usará la noción de «marco» (aquella estructura que permite a los actores sociales asignar sentido a los hechos significativos), lo que dará cuenta de cómo determinados encuadres amplifican ciertas creencias en torno a los roles de género.

Posteriormente, el artículo «“El coronavirus no existe”: análisis multimodal de un meme de Internet», de Claudia Benassini Félix, analizará un caso de meme negacionista. Con ello se reflexionará sobre cómo es que la mediatización construye y refuerza un mundo social que niega la existencia de la pandemia. El artículo llevará a cabo un análisis discursivo del texto multimodal que configura al meme (ya que el meme utiliza varios elementos, ya sean textuales, icónicos, auditivos, etcétera). Analizará entonces la transformación que sufrió el cartel de la película de John Carpenter *They Live* (1988) en un meme que busca incitar a la desobediencia social. El análisis señala cómo, aunque ciertos significados son adaptados para el contexto social (a partir de la aparición de elementos propios de la pandemia), habrá una continuidad en otros significados que comparten ambos carteles (la crítica al sistema).

El tercer artículo, de Rodrigo Martínez, lleva como título «Memes digitales, imagen pobre y pandemia. Apuntes para una estilística del holomeme fílmico» y analiza cómo es que la cultura

pop es reinterpretada y apropiada para dar cuenta de asuntos cotidianos, en este caso en el marco de la pandemia. Para llevar esto a cabo, el autor analiza el meme que contiene a Gloria Stuart en el papel de Rose en la película *Titanic*, quien en un texto comenta la frase «Han pasado ochenta y cuatro años».

A partir de esto, se busca analizar al holomeme fílmico, observando así tanto los elementos compartidos y recurrentes en los distintos memes (sus motivos) como sus diferencias (las variables), con el fin de apuntar una estilística propia del meme.

El artículo «Memes: vacunas contra la pandemia», de Noelia Acedo, invita y propone caminos para utilizar los memes como herramientas de crítica social y militancia política. Para esto se utiliza la teoría de Jaron Rowan y el concepto de memocracia de Delia Rodríguez. El artículo propone un recorrido por los distintos tipos de memes y actitudes retomadas en el inicio de la pandemia en España, mientras se revisan términos como el de «memocracia» y se reflexiona sobre la naturaleza y la función social de los memes. Así, la autora propone dos elementos fundamentales que explican el impacto de los memes en pandemia: el *humor* y la *reivindicación*; así, para la autora, la risa será el acto subversivo, una herramienta sociopolítica de mucha fuerza.

El quinto artículo, titulado «La complejidad memética y la representación irónica de la pandemia», de Julio Horta, hará un recuento teórico e histórico sobre el término «meme» (retomando las discusiones de Richard Dawkins y Susan Blackmore) y verá las continuidades y diferencias que tiene con lo que él denomina *meme-imagen* (el meme como lo conocemos coloquialmente). Esto permitirá plantear la necesidad de extender el marco conceptual para el análisis de los memes-imagen, retomando de esta manera la semiótica.

Se analizarán entonces memes-imagen que, a partir de la operación de la ironía, muestren cómo es que se transforman las referencias culturales que determinan un imaginario social. Se enfocará el análisis específicamente en memes de lucha libre y de medicina tradicional. Esto se hará a partir de mostrar los niveles de complejidad dentro de la lectura de los distintos elementos que configuran el meme-imagen y cómo es que estos se interrelacionan.

En «Líderes políticos a través de los memes sobre la covid», de Omar Cerrillo Garnica, encontramos un análisis sobre la representación de los líderes políticos en los memes de la pandemia, así como el posicionamiento de dichas representaciones. De este modo, encontraremos análisis de memes sobre Donald Trump, Boris Johnson, Emmanuel Macron, Jair Bolsonaro y Andrés Manuel

López Obrador. En este artículo se pondrá especial énfasis en las formas ideológicas que subyacen al meme como discurso, así como en su poder de crítica política. Se hará un análisis visual a partir de un modelo basado en la metodología semiótica de Erwin Panofsky con especial hincapié en el nivel sociopolítico del análisis de la imagen.

«Crónicas de una pandemia en memes. La resignificación de las imágenes en una comunidad *fan*», de Iván Alejandro Sandoval Quiroz, pondrá su atención en las comunidades en Internet que giran en torno a determinado artefacto cultural determinado (o sea, los grupos de *fandom*) para observar cómo es que los usuarios de estos portales utilizan sus objetos de interés para mediar determinada realidad.

En este artículo se analiza la comunidad de Me-tapod Para Presidente (una comunidad enfocada en Pokémon), al igual que se propone una selección de memes organizados de forma cronológica, con la finalidad de proponer una línea de tiempo de la evolución tanto de dichos memes como de la pandemia de covid.

El octavo artículo, «Holomemes de arte y pandemia. Iconografía memética ante un nuevo orden biopolítico», de Jacob Bañuelos Capistrán, relaciona obras de arte y holomemes en la búsqueda de una *iconografía biopolítica*. Se analizarán así obras de arte clásicas del Renacimiento (*La última cena* y la *Mona Lisa* de Da Vinci y *La creación de Adán* de Miguel Ángel), su historia de intervención y su configuración como holomemes pandémicos (a partir de la incorporación de elementos como cubrebocas o termómetros, o la referencia a la *sana distancia*). Se muestra así las representaciones de las situaciones políticas y emocionales que vertieron los usuarios en los memes. El análisis se llevará a cabo a partir de la teoría de los imaginarios sociales de Cornelius Castoriadis y Edgar Morin, de la socio-semiótica de Eliseo Verón y la biopolítica de Foucault.

El artículo «La sinécdoque y el *kairós* del quiróptero», de Francisco Mata Rosas, analizará el meme que muestra a una mujer comiendo sopa de murciélago con una leyenda que dice: «¡Esto se va a hacer viral!», como una metáfora. Por lo tanto, analizará sus relaciones a partir de las características retóricas: tenor, fundamento y vehículo. A su vez, mostrará cómo el meme es un *kairós* (el momento oportuno), ya que depende de ser mostrado y compartido en el momento adecuado para convertirse en viral.

El último artículo, «Pandemia, memes, Youtube y The Kifness», de Carlos Saldaña Ramírez, analizarán videos de The Kifness (seudónimo de David Scott), músico y productor que se apropia de imágenes y videos virales de Internet para convertirlos en canciones, generando así una sátira al mismo tiempo

que una creación audiovisual hipermediática. Se muestra así cómo hay contenidos en YouTube que tienen como base la reproducción, la reutilización y reemplazo de imágenes, o sea, una cultura que tiene como base la imitación y la sátira.

El análisis está acompañado de una reflexión en torno al papel crítico de los memes en la construcción de determinada realidad, así como en su función de burla posmoderna a la idea de realidad y su función irónica en un contexto de crisis, como lo fue la pandemia por covid.

Terminada la parte de los artículos académicos, nos encontraremos con una sección que contiene tres «microensayos» conformados por «2020 Written by Stephen King. Directed by Quentin Tarantino», de Vesta Mónica Herrerías; «Terminator», de Alejandro Magallanes; y «Tá potente», de Óscar Colorado Nates. En esta sección se encontrarán pequeños ensayos sobre la experiencia personal en confinamiento, crónicas y ejercicios creativos cercanos a la minificción.

Cierra la sección de escritos un glosario con terminología recurrente. Esto supone una buena guía, ya que uno puede perderse en las distintas metodologías que retoman los artículos, por lo cual es bueno tener a mano una guía para aquellos términos con los que no se tenga una gran familiaridad.

Después de la sección de textos escritos nos encontraremos con una segunda sección: la galería de memes. Encontraremos aquí un total de 414 memes, divididos en 24 entradas temáticas, retomados a partir de una etnografía virtual en la que los colaboradores del libro participaron junto al acervo de memes del grupo de estudios multidisciplinares sobre el meme en Internet. Dicha curaduría busca ser una selección cualitativa que no pretende ser exhaustiva (proyecto imposible tratándose de este tema), pero que busca asentar una memoria histórica mientras sintetiza memes que de otra forma aparecerían dispersos, facilitando así el camino para futuras investigaciones relacionadas con el tema.

Memes virales: narrativas de la pandemia desde la inteligencia colectiva propone un acercamiento bastante amplio al tema de los memes. Los objetos de estudio resultarán sumamente familiares (probablemente, ver las imágenes hará reír a más de un lector), pero los acercamientos metodológicos mostrarán sentidos e interpretaciones no evidentes en una primera lectura, lo que nos permitirá repensar nuestras prácticas e interacciones en torno a la realidad social que se construye a partir del meme.

Fernando Arana Blanco
Universidad Nacional de México (México)



Experiencias que te acompañan.

Mucho de lo que vas a vivir en tu carrera no va a aparecer en tu currículum, **lo vas a llevar con vos, siempre**, porque desde 1956 la Universidad del Salvador te ofrece formación integral y personalizada.

Contamos con más de 70 carreras de grado y 75 de posgrado, carreras de doble titulación, intercambio y convenios internacionales, prácticas e inserción laboral y becas de estudio.

Universidad del Salvador - Buenos Aires - Argentina
www.usal.edu.ar / info@usal.edu.ar



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

Ciencia a la mente y virtud al corazón



Universidad Nacional de Itapúa

"Una universidad para todos"



AUTORES

Ahibe, María Agustina. Estudiante avanzada de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Integrante del Programa de Reconocimiento Institucional de Investigaciones (PRII) de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 2018-2020: «Hegemonía discursiva e identidades políticas, 2. En torno a las elecciones presidenciales de 2015». Becaria del programa Ubacyt 2018-2020.

Amorim, Rita. Docente en Ciencias Sociales en la especialidad de Relaciones Internacionales en ISCSP-Universidade de Lisboa, donde es profesora auxiliar en el área de inglés para las ciencias sociales. Investigadora integrada en CAPP (FCT-ISCSP) en el Grupo de Sociedad, Comunicación y Cultura, como investigadora integrada de COMCid. Corresponsal de la *Revista de Estudios Transatlánticos* (TSN). Sus áreas de investigación se centran en estudios culturales y lingüísticos en el espacio Commonwealth y CPLP (Comunidad de Países de Lengua Portuguesa), periodismo literario, periodismo de viajes y estudios transatlánticos.

Annunziata, Rocío. Doctora en Études Politiques de la École des Hautes Études en Sciences Sociales, doctora en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires y licenciada en Ciencia Política de la Universidad de Buenos Aires. Es investigadora adjunta del CONICET con sede en el IIP-UNSAM-CONICET. Profesora adjunta regular en la Escuela de Política y Gobierno de la UNSAM y profesora adjunta de Teoría Política Contemporánea en la Universidad de Buenos Aires. Sus líneas de investigación se orientan a teorías de la democracia, liderazgos y participación ciudadana.

Arana Blanco, Fernando (Ciudad de México, 1999). Estudia Lengua y Literaturas Hispánicas en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Realizó diferentes estudios en semiótica en universidades e instituciones nacionales y extranjeras. Como ayudante de investigación, formó parte del Núcleo Latinoamericano de Semiótica.

Ariza, Andrea. Becaria doctoral del CONICET con sede en el Instituto de Investigaciones Políticas de la Universidad Nacional de San Martín (IIP-UNSAM). Es estudiante del doctorado en Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA), magíster en teoría política y social (UBA) y licenciada y profesora en Sociología (UBA). También es profesora en la Universidad Nacional Guillermo Brown (UNAB). Sus líneas de investigación se orientan a la representación política, liderazgos y redes sociales.

Fullana, Lucas J. Licenciado y profesor en Ciencia Política (UBA). Maestrando en Teoría Política y Social (UBA). Profesor de Sociología en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Integrante del Grupo de Investigación Inestabilidad y Estabilidad presidencial en Sudamérica

(Facultad de Ciencias Sociales, UBA). Docente en escuelas de nivel medio.

Lourenço Costa, Julia. Ciencias y Letras de la Universidad Estadual Paulista, campus Araraquara (Unesp). Magíster (2013) y doctora (2017) en Semiótica y Lingüística General por la Universidade de São Paulo. Licenciada en Letras Portugués/Inglés (UFSCar, 2011). Desarrolló dos postdoctorados, uno en el CEDOCH-DL-USP y el otro como becaria FAPESP postdoctoral en la Universidade Federal de São Carlos. Recibió la beca BEPE-FAPESP para pasantía de investigación bajo la supervisión de la profesora Marie-Anne Paveau en la Université Paris 13. Investiga el discurso digital en diversas interfaces con los movimientos sociales.

Lozano Jiménez, Alan Gabriel. Licenciado en Historia y maestro en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Zacatecas (México). Actualmente, estudiante de doctorado en Ciencia Política por la Universidad Autónoma de Zacatecas. Desarrolló su actividad docente a nivel medio superior en el Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas. Ha participado en proyectos como la elaboración del catálogo de expedientes judiciales por sus siglas SACEJ en la Casa de la Cultura Jurídica de la Suprema Corte de Justicia de la nación. Fue columnista en la revista *Crítica, Forma y Fondo*. Formó parte de la realización del documental *La toma de Zacatecas, una memoria viva* (2014). Participó en el programa de radio *Leer que leer*, de la Universidad Autónoma de Zacatecas. Publicó en el libro *La toma de Zacatecas: una mirada historiográfica* el artículo «La toma de Zacatecas, inicio o fin de un conflicto». Participó en el Congreso de Jóvenes Investigadores de la Cátedra Francisco I. Madero, coordinado por la Universidad Autónoma de México, con la ponencia titulada *¿Crisis democrática o consolidación de un sistema autoritario moderno?* (2022). También publicó el capítulo titulado «Militarización y acción cívica militar en México: relación con la violencia y represión en el país» (2022) en las *Actas de las X Jornadas de Trabajo sobre Historia Reciente*, en Neuquén (Argentina). Además, publicó el artículo titulado «Militarización y neoextractivismo: un doble aparato dominador» (2024) en la *Revista Ecúmene de Ciencias Sociales*, de la Universidad Autónoma de Querétaro.

March, Valeria. Licenciada y profesora de Sociología por la Universidad de Buenos Aires (UBA) y estudiante de la maestría en Análisis Político en la Universidad Nacional de Tres de Febrero. Sus líneas de investigación son: liderazgo político, elecciones nacionales y subnacionales y comunicación política en redes sociales.

Mihal, Ivana. Doctora en Filosofía y Letras, Área Antropología, por la Universidad de Buenos Aires. Se desempeña como investigadora en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas en el

Laboratorio de Investigación en Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM). Es docente del Doctorado en Educación Superior de la Universidad de Palermo y de la Maestría y Especialización en Literatura Infantil y Juvenil de la UNSAM, en la cual también es coordinadora académica del Centro de Estudios Interdisciplinarios en Educación, Cultura y Sociedad y del Programa Mundo Editorial, Lectura y Traducción desde los Estudios de Género(s) y Feminismos. Integra el Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro (UNSAM) y el Programa de Estudios del Libro y la Edición del Instituto de Desarrollo Económico y Social.

Monteiro, Ramón. Doctor en Ciencias de la Comunicación (Universidad Austral), licenciado en Ciencias de la Comunicación (UNRC), profesor asociado efectivo, responsable de las asignaturas Sociología de las Organizaciones, Dimensiones Sociales de la Comunicación (Departamento de Ciencias de la Comunicación, FCH-UNRC) y Medios de Comunicación Social y Política (Departamento de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales, FCH-UNRC). Director del proyecto de investigación «Participación ciudadana, comunicación y tecnología: actores, contextos y poder en ciudades intermedias», aprobado y subsidiado por Secyt-UNRC. Publicaciones de libros y artículos en revistas nacionales e internacionales sobre comunicación política. Participación en congresos, jornadas y encuentros nacionales e internacionales. Director de tesis de postgrado a nivel doctoral.

Morales da Silva, Mariana. Profesora en el Instituto Guimarães Rosa, asociado a la Embajada del Brasil en Buenos Aires. Doctora en Lingüística por la Universidade Federal de São Carlos con financiación Capes. Recibió la beca Capes-PrInt para pasantía de investigación bajo supervisión del profesor Teun A. van Dijk en la Universitat Pompeu Fabra, Barcelona (2020). Magíster (2015) en Ciencias con área de concentración en la Educación por la Universidade de São Paulo. Licenciada en Pedagogía (2012, USP). Investiga discursos estudiantiles, de movimientos estudiantiles y otros movimientos sociales.

Orejudo Pedrosa, Juan Carlos. Doctor en Filosofía por la Universidad Autónoma de Madrid. Actualmente, desarrolla su actividad docente-investigadora en la Universidad Autónoma de Zacatecas (México), en la Unidad Académica de Ciencia Política. Ha publicado el libro *Los caminos de la poesía y de la crítica en Baudelaire* (2005) por la Universidad Autónoma de Madrid y, junto con el doctor Roberto Sánchez Benítez, *Poéticas de la Modernidad en Baudelaire y Valéry* (2005) por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Sus áreas de interés son la Ilustración, el Romanticismo, la Modernidad y los problemas de pensamiento político moderno y contemporáneo a través de autores como Jürgen Habermas, John Rawls, Hannah Arendt y Charles

Taylor. Es Perfil Promep y miembro del Sistema Nacional de Investigadores (nivel 2).

Pagliarone, María Florencia. Becaria doctoral del CONICET, con lugar de trabajo en CCONFINES-Universidad Nacional de Villa María. Doctoranda en Ciencia Política de la UNSAM, magíster en Ciencia Política (FLACSO-Ecuador) y licenciada en Ciencia Política (UNRC) y en Historia (UNRC). Sus líneas de investigación se orientan a partidos políticos, política subnacional y liderazgos.

Pérez Zamora, Emmanuel A. Licenciado en Antropología y doctorando en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina. Se desempeña como becario doctoral del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) y su área de especialización es el análisis del discurso político. Es docente en la Cátedra de Etnolingüística en la Facultad de Humanidades y Artes de Rosario (UNR) e integra el Departamento de Etnolingüística. Forma parte del Centro de Investigaciones en Mediatizaciones (CIM), del Centro de Estudios en Antropología Lingüística (CEAL) y del Centro Interdisciplinario de Ciencias Etnolingüísticas y Antropológico-Sociales (CICEA) de la Universidad Nacional de Rosario. Ha participado en congresos nacionales e internacionales y ha indagado el vínculo entre antropología y los estudios de opinión pública, la configuración de identidades políticas y el análisis del discurso político y mediático. Actualmente investiga la configuración de la identidad y hegemonía política en la discursividad político-digital de Cambiemos durante su período de Gobierno (2015-2019).

Pizarro, Tatiana Marisel. Licenciada en Comunicación Social (UNSJ), especialista en Epistemologías del Sur (Centro de Estudios Sociales de la Universidade de Coimbra, Clacso), especialista en Políticas Públicas y Justicia de Género (OEA, Flacso Brasil), especialista en Políticas Públicas para la Igualdad en América Latina y el Caribe (UMET, Flacso Brasil, CLACSO) y especialista en Docencia Universitaria (UNSJ). Magíster en Políticas Sociales (UNSJ), maestranda en Género, Sociedad y Políticas (Programa Regional de Formación en Género y Políticas Públicas de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Doctora en Ciencias Sociales (UnCuyo) y posdoctorada en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy. Investigadora asistente de CONICET.

Rubinstein, Iván Facundo. Doctor en Ciencias Políticas y Sociales por la Universidad Nacional Autónoma de México y comunicólogo por la Universidad de Buenos Aires. Actualmente se desempeña como profesor en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y como becario posdoctoral en el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Sus áreas de especialidad abarcan

el análisis del discurso, la comunicación política, la desigualdad de género y la sostenibilidad.

Saferstein, Ezequiel. Doctor en Ciencias Sociales (FSOC-UBA), magíster en Sociología de la Cultura y el Análisis Cultural (IDAES-UNSAM) y licenciado en Sociología (FSOC-UBA). Investigador adjunto del CONICET en la Escuela Interdisciplinaria de Altos Estudios Sociales. Es investigador del Centro de Estudios y Políticas Públicas del Libro (EIDAES-UNSAM), donde coordina el Programa de Estudios sobre el Libro Político Contemporáneo. Sus temas de investigación están dirigidos al estudio de las relaciones entre cultura y política, atendiendo a las transformaciones del espacio editorial argentino de las últimas décadas, al rol de los editores y a sus modos de intervención cultural, política y económica. Es autor de *¿Cómo se fabrica un best seller político?* (2021, Buenos Aires: Siglo XXI).

Salvitti, Melisa. Licenciada en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina. Integrante del Grupo de Investigación en Comunicación (GIC) «Espacios sociales en disputa. Activismo, intervención estética y redes sociales», de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA).

Sciurano, Guido Alejo. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de General Sarmiento y becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina, con lugar de trabajo en el Instituto de Desarrollo Económico y Social. Actualmente, desarrolla tareas de investigación, docencia de postgrado y gestión institucional en el Instituto de Desarrollo Económico y Social. Sus áreas de especialidad son los estudios culturales, desigualdades sociales y los estudios de género y sexualidades.

Slimovich, Ana. Doctora en Ciencias Sociales y licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Buenos Aires (UBA, Argentina). Investigadora adjunta del CONICET en el Instituto de Investigaciones Gino Germani. Recibió el Premio Nacional a la Mejor Tesis Doctoral en Ciencias Sociales, EUDEBA y UBA (2019) por *Las encrucijadas de la democracia latinoamericana*. Dirige los proyectos de investigación PIBAA-CONICET (IIGG) «La mediatización contemporánea en las redes sociales» y PICT (IIGG) «Las elecciones argentinas en el marco de la pandemia del COVID-19 en 2021». Fue profesora visitante y realizó estancias de investigación postdoctorales en el Instituto Iberoamericano de la Universidad de Salamanca (2019), en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Málaga (2020), en el Centro de Estudios Iberoamericanos y Transatlánticos de la Universidad de Málaga (2022), en la Facultad de Humanidades y Tecnologías de la Comunicación Social de la Universidad Tecnológica Metropolitana de Santiago de Chile (2022) y en el

Departamento de Sociología, Ciencia Política y Administración Pública y en el Programa de Doctorado en Estudios Sociales y Políticos de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Católica de Temuco (2023). Es profesora de grado y postgrado en la UBA y en la Universidad de San Andrés. Es autora del libro *Redes sociales, televisión y elecciones argentinas*, de la Editorial Eudeba (2022).

Szpilberg, Daniela. Doctora en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires). Investigadora asistente del CONICET (Argentina). Profesora en la materia Teoría Social Latinoamericana (Universidad de Buenos Aires).

Torres, Sofía. Licenciada en Sociología y diplomada en Comunicación Política por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Sus líneas de investigación son: comunicación política en redes sociales, campañas electorales y procesos de apropiación de tecnologías digitales.

Vargas, Betiana Elizabeth. Magíster en Ciencias Sociales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Doctoranda en la Unidad Académica en Estudios del Desarrollo (UAED) de la Universidad Autónoma de Zacatecas (UAZ). Becaria del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología (CONAHCYT), México. Especialista en Educación y Nuevas Tecnologías (FLACSO). Licenciada en Psicopedagogía de la Universidad Nacional de Río Cuarto (UNRC). Diplomada en Anticipación Estratégica y Gestión de Riesgos de la Universidad Nacional de la Defensa (UNDEF) y en Feminismos Comunitarios, Campesinos y Populares del Abya Yala (UNJu). Investigadora del Observatorio de Políticas Públicas de la Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV) y del Programa de Análisis de la Construcción de Sentido en Plataformas Digitales (PAC) de la Universidad Nacional de Lanús (UNLa). Docente universitaria de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) y del Trayecto de Actualización Pedagógica (UNDEF). Docente invitada del seminario optativo *Democracias y plataformas digitales: tensiones y desafíos democráticos en tiempos de Big Data* (UNLa) y docente responsable del curso extracurricular de posgrado «La tarea docente en constante transformación: individuos, comunidades y tecnologías» (UNRC), Argentina.

Videla, Luciano. Licenciado en Comunicación Social. Docente en la carrera de Comunicación Social. Investigador del Instituto de Investigación en Políticas Públicas y Gobierno. Compilador, junto a Lila Luchessi, del libro *Desafíos del periodismo* (Ed. UNRN) y coautor del libro *1.000 palabras sobre los discursos del odio* (Ed. del Sur). Director de Comunicación Judicial del Poder Judicial de Río Negro. Coordinador y docente de la diplomatura Comunicar el Discurso Jurídico, de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN).



CEIT

Centro de Estudios
Iberoamericanos y
Transatlánticos



ANDALUCÍA TECH
Campus de Excelencia Internacional
Aula María Zambrano
Estudios Transatlánticos



INSTITUTO
INTERUNIVERSITARIO
DE LA INFANCIA



CENTRO DE
DOCUMENTACIÓN



DEPARTAMENTO DE
INVESTIGACIÓN Y
ANÁLISIS

TSN

TRANSATLANTIC STUDIES NETWORK

MULTIMEDIA

fguma.es

ceit@fguma.es



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA



FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

TSN

TRANSATLANTIC STUDIES NETWORK

Revista de Estudios Internacionales

Conoce las normas para el envío de originales en la web de TSN





UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

