

Debate / Controversy

La COVID-19, pantallas y reflexividad social. Cómo el brote de un patógeno está afectando nuestra cotidianidad / *COVID-19 and social reflexivity. How the outbreak of a pathogen is affecting our everyday life*

Rubén Díez García

Dpto. de Sociología Aplicada, Universidad Complutense de Madrid, España / Spain
rubendiez@ucm.es
<http://orcid.org/0000-0002-4673-6190>

Simone Belli

Dpto. de Antropología Social y Psicología Social, Universidad Complutense de Madrid, España / Spain
sbelli@ucm.es
<http://orcid.org/0000-0001-8934-7569>

Israel V. Márquez

Dpto. de Periodismo y Nuevos Medios, Universidad Complutense de Madrid, España / Spain
isravmarquez@ucm.es
<http://orcid.org/0000-0001-7980-5570>

Recibido / Received: 03/05/2020

Aceptado / Accepted: 03/06/2020



RESUMEN

Con este texto queremos hacer una primera aproximación a los patrones de conducta que comparten los individuos a lo largo de las diferentes etapas de desarrollo de la pandemia. Para ello, nos acercaremos a las prácticas comunicativas mediadas por pantallas y, en particular, a los usos de las herramientas de mensajería instantánea como medio de información, comunicación y emoción durante el distanciamiento social provocado por la pandemia. En concreto, nos centraremos en la popular plataforma de mensajería WhatsApp, una plataforma clave como tecnología cotidiana que media la interacción social en nuestros grupos sociales primarios y secundarios, pero también la propia comunicación social en torno a este fenómeno.

Palabras clave: COVID-19; emociones; etnografía; pantallas; mensajería instantánea; reflexividad social.

ABSTRACT

We want to make a first approach to the behavioral patterns that individuals share throughout the different stages of development of the pandemic. To achieve this aim, we address screen-mediated communication practices, particularly the uses of instant messaging tools as means of information, communication, and emotion during the social distancing caused by the pandemic. Specifically, we focus on the popular WhatsApp messaging app, a key technological tool that mediates social interaction in our primary and secondary social groups, but also in all social communication around this phenomenon.

Keywords: COVID-19; emotions; ethnography; screens; instant messaging; social reflexivity.

*Autor para correspondencia / Corresponding author: Rubén Díez García. rubendiez@ucm.es.

Sugerencia de cita / Suggested citation: Díez García, R., Belli, S., Márquez, I. V. (2020). La COVID-19, pantallas y reflexividad social. Cómo el brote de un patógeno está afectando nuestra cotidianidad. *Revista Española de Sociología*, 29 (3), 759-768.

(Doi: <http://dx.doi.org/10.22325/fes/res.2020.49>)

INTRODUCCIÓN

En diciembre de 2019 se identificó por primera vez en Wuhan (Hubei, China), el brote de un nuevo tipo de patógeno asociado a la familia de los coronavirus, conocido como la COVID-19. Este nuevo patógeno es la causa de una pandemia que ha dado lugar a la declaración de una emergencia de salud pública a escala global. Como todavía no existe una vacuna, diferentes medidas de confinamiento y aislamiento social son la única forma de evitar infectarse y gobiernos de distintas partes del mundo vienen promulgando leyes e imponiendo un estado de emergencia para garantizarlo, implementando medidas estrictas y restrictivas sobre el comportamiento y movilidad de las personas, como ha ocurrido en el caso de España.

Los hábitos y prácticas cotidianas que hasta ahora habíamos dado por sentado se cambian de varias maneras o se suspenden por completo. Simultáneamente, se crean nuevos modos de interacción, sociabilidad y “estar juntos” desde la distancia, modos en los que las distintas pantallas que conforman nuestra cotidianidad —en especial, teléfonos móviles y ordenadores—, adquieren un rol fundamental. Las personas responden en su vida cotidiana y en sus relaciones sociales de múltiples maneras, involucrando emociones, imaginación y creatividad, para (sobre)vivir en tiempos de pandemia. A medida que se limitan las formas de relación más tradicionales, se potencian otras relativamente más novedosas, tal vez con algunos efectos de largo alcance. La transformación digital que ya ha tenido un impacto en nuestras vidas en los últimos años, se ha hecho aún más relevante en las fases de emergencia sanitaria y confinamiento social. Nuestras relaciones sociales se han desarrollado principalmente a través de pantallas y conversaciones digitales. Noticias, trabajo, emociones y reflexiones se comparten en gran medida a través de estos medios, y para muchas personas ese contexto es la única posibilidad de interactuar con los demás.

Para aproximarnos a este fenómeno nos servimos de técnicas autoetnográficas en grupos de conversaciones a través del servicio de mensajería instantánea más popular en España, WhatsApp. Por autoetnografía entendemos un enfoque de in-

vestigación y escritura que permite “dar cabida tanto a los relatos personales y/o autobiográficos como a las experiencias del etnógrafo como investigador —ya sea de manera separada o combinada— situados en un contexto social y cultural” (Blanco, 2012: 55). Como señalan Ellis *et al.* (2011), la autoetnografía reconoce y da lugar a la subjetividad, la emocionalidad y la influencia del propio investigador sobre su trabajo, sin ocultar estas cuestiones. En este sentido, apelamos también a la reflexividad etnográfica, la cual considera al propio investigador como parte del mundo que estudia (Guber, 2011), y que hoy en día se manifiesta también como “reflexividad tecnológica”, pues las tecnologías que estudiamos son en la mayoría de ocasiones las mismas que utilizamos para estudiarlas y forman parte de nuestra vida cotidiana (Gómez Cruz, 2017).

En este texto compartimos unas primeras reflexiones sobre nuestra experiencia diaria como sujetos aislados en nuestros hogares pero afectados por los discursos y emociones de otras personas que viven fuera de nuestros espacios físicos. El documento resultante fue escrito en un aislamiento total causado por la pandemia de coronavirus, usando pantallas y herramientas digitales como formas de comunicación, reflexividad, análisis y, en la medida de lo posible, humor.

COMUNICACIÓN Y REFLEXIVIDAD SOCIAL

El desarrollo tecnológico experimentado en las sociedades contemporáneas ha permitido la reducción del tamaño de las computadoras, y materializar el sueño de jóvenes y estudiantes que, al calor de la contracultura y la psicodelia de los años sesenta y setenta, soñaban con una utopía cibernética y digital. Un desarrollo que se ha materializado en tecnologías digitales de la comunicación que permiten archivar, procesar y transmitir en fracciones de segundo y a través del espacio ingentes cantidades de información, mensajes, capital, ideas y formas de hacer y pensar. Este desarrollo de la tecnología y de los medios digitales viene acentuando el “carácter reflexivo, artificial y construido de la vida social” (Melucci, 1994: 110). Vivimos en un mundo en el que la información y

el conocimiento son los recursos clave a través de los cuales se configura y estructura la vida social y la propia estructura social, entendida como orden tecnoeconómico. La información y el conocimiento son recursos de naturaleza simbólica y, por consiguiente, de carácter reflexivo y están íntimamente ligados a la capacidad simbólica y a los procesos cognitivos del individuo.

Desde un enfoque más teórico y amplio sobre los procesos de cambio social, autores como Beck, Giddens y Lash (1997) también enfatizan el carácter reflexivo de las sociedades contemporáneas en el contexto de una segunda modernidad, que adjetivan como tal (modernidad reflexiva), para diferenciarla analíticamente de la primera, la modernidad industrial o simple. Para estos autores, el tiempo de la modernidad reflexiva es un tiempo de incertidumbre e inseguridad, de mayor complejidad en contraste con las certezas que representaba el proyecto de la primera modernidad, en el que las organizaciones e instituciones a través de las cuales se cohesionaba la sociedad —ciencia, familia, clase, sistema educativo, organizaciones políticas, religiosas y sindicales, o corporaciones— proveían a los individuos mayores certidumbres, seguridad y confianza en el futuro, y el desarrollo científico-técnico. El propio proceso de modernización ha desencadenado consecuencias importantes sobre las tradiciones culturales, los estilos de vida y las organizaciones e instituciones que estructuran la sociedad: desde la globalización y la crisis del Estado-nación, hasta los riesgos tecnológicos y la crisis ecológica, pasando por los nuevos modelos de familia y la relación entre los géneros, o las nuevas formas de entender la esfera de la política, la democracia y el papel de los movimientos sociales.

Por un lado, la perspectiva de Alberto Melucci dota a las sociedades contemporáneas de un carácter reflexivo, fundamentándose en la centralidad de la información, así como en la naturaleza simbólica del ser humano y los estratos intersubjetivos de la acción social. Por otro lado, el enfoque, de amplio alcance, de estos autores conecta el concepto de reflexividad con los debates teóricos sobre la posmodernidad, las consecuencias no intencionadas de la modernidad y del desarrollo tecnológico, y las paradojas del conocimiento humano reflexivo de las sociedades contemporáneas que “no conduce

a una situación en la que, colectivamente, seamos dueños de nuestro destino. Al contrario, como en ningún otro momento anterior el futuro se parece cada vez menos al pasado, y en ciertos aspectos básicos se ha hecho muy amenazador” (Beck, Giddens y Lash, 1997: 10).

En concreto, el sociólogo alemán Ulrich Beck amplía, actualiza y discute el supuesto del ya clásico norteamericano Daniel Bell en relación a la planificación, el control y la evaluación del desarrollo tecnológico y la anticipación de sus consecuencias, al estudiar los nuevos riesgos que surgen en las sociedades contemporáneas. Estos riesgos son consecuencia del propio proceso de modernización que pretende controlarlos y, ante ellos, las instituciones políticas se ven incapaces de responder con el consiguiente incremento de la desconfianza en la política institucional (o formal) y la expansión de nuevos conflictos y formas de politización de la vida social, que surgen en una esfera *subpolítica* al margen de las instituciones políticas formales y en diferentes campos de la actividad social (Díez García y Laraña, 2017; Díez García, 2019).

En las sociedades complejas los riesgos no son fácilmente evaluables, ni controlables a través de la lógica científico-técnica que los genera o aviva en su interrelación con las instituciones económicas y políticas del mundo globalizado. A riesgo de caer en cierto reduccionismo, eso viene ocurriendo desde el asentamiento, a lo largo de las últimas décadas del siglo pasado, del modelo posindustrial, aquel en el que cobran centralidad el conocimiento técnico y la expansión de la economía de servicios. Desde entonces, pero cada vez de forma más acusada, la definición de estos riesgos y su percepción social deviene en objeto de importantes debates públicos, controversias científicas y políticas públicas, y están sujetos a los debates entre expertos, y entre conocimiento experto y no experto, o cuestiones de orden político —y subpolítico—, social y cultural. Por ejemplo, la acción de los diferentes actores y agencias sociales implicados en la definición de los mismos, o la capacidad de autoorganización de grupos de la sociedad civil implicados en dichas dinámicas.

La actual crisis de salud pública que está afectando a numerosos países, en particular a sus ciudadanos, como resultado de la pandemia del co-

ronavirus SARS-CoV-2 (COVID-19) informa sobre estas cuestiones de índole teórica. Y en concreto, pone de manifiesto el carácter socialmente construido de los riesgos a los que nos enfrentamos, más allá de que su génesis sea, como en este caso, de carácter médico o biológico. Los debates públicos en torno a la gestión de la pandemia son un claro ejemplo de las definiciones colectivas que en nuestra sociedad global enfrentamos en torno a controversias científicas (epidemiológicas), medidas políticas y de seguridad nacional, estrategias de salud pública, o pautas de comportamiento colectivo por parte de la ciudadanía. Dichas definiciones colectivas y el modo en que actuamos a partir de tales definiciones, tienen un efecto directo sobre la propia realidad biológica —en su indisoluble interdependencia con la realidad social—, esto es, sobre el número de infectados y fallecidos por el brote.

Tanto el enfoque del italiano Melucci, como el de la modernización reflexiva apuntan en una dirección análoga en sus propuestas al enfatizar que la reflexividad de la vida social consiste en el hecho de que las prácticas sociales son constantemente examinadas, evaluadas y reformuladas por los propios individuos a la luz de la información disponible sobre esas mismas prácticas, lo que por consiguiente altera su carácter (Giddens, 1991: 38). En el caso que nos ocupa, las plataformas de mensajería instantánea están jugando un papel de primer orden en la forma en la que examinamos, evaluamos y reformulamos nuestras propias acciones a la luz de interacciones sociales mediadas por estas herramientas, no solo a un nivel micro, cotidiano, sino a través de la información que recibimos y reformulamos de otros actores sociales que no forman parte de nuestros grupos sociales primarios: organizaciones políticas, medios de comunicación, organizaciones de la sociedad civil, autoridades políticas, y diversidad de grupos y colectivos de carácter informal, líderes de opinión y un largo etcétera.

PANTALLAS, CONFINAMIENTO Y MENSAJERÍA INSTANTÁNEA

En los últimos años, distintos autores han insistido en destacar la centralidad de las panta-

llas —en especial las modernas pantallas interactivas—, en nuestra vida cotidiana (Huhtamo, 2004; Lipovetsky y Serroy, 2009; Márquez, 2015). Como señala Manovich, la pantalla del ordenador (y actualmente también la del teléfono móvil) es el elemento clave de la interfaz moderna, esto es:

El medio de acceso a todo tipo de información, ya sea texto o imágenes fijas o en movimiento. La utilizamos ya para leer el periódico, para ver películas, para comunicarnos con los compañeros de trabajo, los familiares y amigos y, lo más importante: para trabajar. Podemos discutir si vivimos en una sociedad del espectáculo o de la simulación pero no cabe duda de que se trata de una sociedad de la pantalla (Manovich, 2005: 146-147).

Hace tiempo que estamos asistiendo a un imparable proceso de “pantallización” por el cual todos los medios herederos de la comunicación de masas, incluso aquellos tradicionalmente no relacionados con el dispositivo pantalla como el libro, el periódico, la radio, la música, pasan a ser progresivamente consumidos a través de dispositivos que incluyen una pantalla. Todos estos medios han sido “pantallizados” y articulados en torno al modelo de pantalla en red (Cardoso y Lima, 2013), lo que abre nuevas formas de mediación distintas a las tradicionales y que adoptan en gran medida el carácter fluido, interactivo y reticular del mundo digital.

La pantalla es también actualmente parte central de nuestra identidad y de nuestro ser social, pues a partir de ella gestionamos nuestro yo y nos comunicamos y relacionamos con los demás. Separar la pantalla de las personas resulta cada vez más difícil en un mundo en el que este dispositivo se ha convertido en nuestra principal interfaz cognitiva (De Kerckhove, 2005), y en el elemento común de todas las formas comunicativas mediadas, tanto para individuos como para organizaciones (Cardoso y Lima, 2013). Como escriben Lipovetsky y Serroy: “El *homo sapiens* se ha vuelto *homo pantalicus*; hoy nace, vive, trabaja, ama, se divierte, viaja, envejece y muere rodeado de pantallas” (Lipovetsky y Serroy, 2010: 85).

Si esto ya era más o menos así antes de la emergencia de la COVID-19, la situación de confinamiento y distanciamiento social provocada por

el virus ha radicalizado esta situación hasta el punto de que las pantallas son actualmente para muchos de nosotros y nosotras el único medio por el que informarnos, comunicarnos, emocionarnos y “sentir cerca” a nuestros familiares y amigos. Pero también son en muchos casos el único modo de dar y recibir clases en todos los niveles educativos, “ir” a un gimnasio y hacer ejercicio, “asistir” y disfrutar de conciertos musicales, representaciones teatrales y otras manifestaciones culturales hoy privadas de su puesta en escena física. El distanciamiento social físico provocado por la cuarentena ha venido acompañado desde el principio por un acercamiento social digital mediado por el tipo de pantallas interactivas y en red que ya habitaban nuestra cotidianidad antes de la llegada del virus: las pantallas de ordenadores y teléfonos móviles. Estas pantallas nos permiten conectar y comunicarnos con las pantallas de múltiples otros: son “pantallas red” operando en el interior de una “sociedad red” que adquiere en el contexto actual de confinamiento un carácter mucho más “pantallizado” que antes.

En nuestra propia experiencia como investigadores pero también como amigos, las pantallas del móvil y del ordenador han sido el único medio de mantenernos en contacto durante la fase de confinamiento y compartir informaciones sobre familiares y amigos comunes, así como experiencias y emociones personales diarias. También han sido la única forma de rebajar y “carnavalizar” (Bajtín, 1986) por momentos la gravedad y complejidad de la situación a través del humor, compartiendo memes y otras formas de humor, parodia e ironía digital. Y en lo estrictamente académico, estas pantallas han sido el único modo de pensar, articular, corregir y “cerrar” este texto desde la experiencia del confinamiento.

En este contexto, y desde su lanzamiento en enero de 2009, la aplicación de mensajería instantánea WhatsApp se ha ido convirtiendo de manera progresiva en una de las tecnologías más importantes de organización de lo cotidiano (Gómez Cruz, 2017). Esta plataforma es actualmente un canal de comunicación constante que permite la articulación de distintos tipos de redes: sociales, políticas, afectivas, laborales, públicas o privadas. También ha modificado nuestra forma de comunicación me-

diada digitalmente, diversificando de forma creativa la composición y gramática conversacionales (Ballesteros, 2016), y permitiendo la distribución de nuevas formas y formatos textuales, como los populares memes y GIF.

La plataforma se ha convertido también en uno de los canales predilectos para la difusión y proliferación de *fake news* y desinformación, ya sea en forma de audios falsos, vídeos y fotografías manipuladas o descontextualizadas, o memes de contenido ideológico y propagandístico, dando lugar a fuertes controversias y debates sobre la naturaleza y el origen de la información que difundimos a través de esta aplicación durante la pandemia. En el caso español (Díez García y Laraña, 2017), ha proliferado además la difusión de discursos rivales relacionados con la gestión de la crisis sanitaria y económica y las medidas de aislamiento impulsadas por el gobierno, en un entorno “pantallizado” y polarizado de información y contrainformación en relación a la atribución de responsabilidades sobre dicha crisis, promovido por grupos y organizaciones con intereses políticos y mediáticos.

CONTAGIO EMOCIONAL MEDIÁTICO

En el intercambio de información y mensajes en nuestras comunicaciones por WhatsApp desde que llegaran las primeras noticias relacionadas con el coronavirus, primero, y desde que se pusieran en marcha las medidas de aislamiento, después, observamos una serie de patrones comunicativos en los que el componente emocional juega además un papel de primera magnitud. Para el análisis de nuestros grupos de WhatsApp, procedimos a identificar conversaciones: i) en torno a conceptos clave de nuestro enfoque teórico —riesgo y percepción del riesgo, tipos de emociones—, y términos relacionados con la gestión de la pandemia, el comportamiento colectivo y las dinámicas comunicativas —virus, mascarilla, medidas de aislamiento, confinamiento o relativos a memes y bulos—; ii) en cinco de nuestros grupos (Tabla 1), y iii) entre los meses de enero y febrero —cuando comienzan las noticias y mensajes sobre el virus—, marzo —mes en que se toman urgentes medidas de confinamiento en numerosos países—, y abril —cuando

se materializan las más graves consecuencias de salud pública y económicas de la pandemia, en medio de un estricto confinamiento—.

Los patrones identificados adquieren interés sustantivo en el estudio del comportamiento colectivo ya que permiten identificar pautas colectivas o regularidades en el comportamiento que son básicas para la disciplina sociológica. La identificación de estas pautas o regularidades comunicativo-emocionales puede ser además de utilidad para reflexionar y actuar en consecuencia acerca de circunstancias que, como estamos viendo en esta crisis, adquieren una importancia clave en la gestión de crisis sanitarias de carácter epidemiológico: pautas de comportamiento responsables, confinamiento y reducción de la movilidad, o mantenimiento de las recomendaciones higiénicas y de distancia social.

Días antes del comienzo de la epidemia en España escuchamos terribles noticias de los medios de comunicación de que, en una región de China, Wuhan, una parte de la población se vio afectada por un nuevo virus. China está muy lejos de España, por lo que reaccionamos con indiferencia y, a medida que la epidemia creció con el tiempo, con curiosidad. La primera vez que aparece la palabra

“coronavirus” en nuestros grupos analizados es a finales del mes de enero:

Extracto 1 (23 de enero) - Grupo 1

Usuario 1: “LOS CHINOS QUE HAN SALVADO NUESTROS BARES DE BARRIO. Ciudadanos de origen chino han tomado los mandos en muchos bares que amenazaban cierre por falta de relevo generacional. Mantienen sus tapas de siempre y a veces añaden platos de sus zonas de origen” (Título del artículo que el Usuario enlaza)

Usuario 2: Que bien visto!!

Usuario 3: Igual nos traen el Coronavirus!

Usuario 1: jajaja

Usuario 2: No chaulafan el sábado. La soja puede estar contaminada.

El Usuario 1 comparte una noticia de prensa en el grupo. Los establecimientos gestionados por ciudadanos de origen chino han salvado muchos bares de los barrios madrileños, que en caso contrario hubieran desaparecido o habrían sido absorbidos por franquicias como otros comercios en la ciudad. Justo a mediados de enero fue cuando los medios de comunicación empezaron a informar de los primeros casos de contagiados en China. Por esta razón el Usuario 3 hizo la asociación entre

Tabla 1. Grupos de WhatsApp analizados.

	Grupo 1	Grupo 2	Grupos 3	Grupo 4	Grupo 5
Miembros y frecuencia de uso	3. Diaria durante la pandemia, semanal con anterioridad.	3. Diaria durante la pandemia, semanal con anterioridad.	7. Diaria, antes y durante la pandemia.	2. Semanal, antes y durante la pandemia.	2. Contacto muy esporádico, antes y durante la pandemia.
Grado de afinidad	Grupo de referencia. Conformado por los tres investigadores.	Grupo de amigos de uno de los investigadores.	Grupo de amigos de dos de los investigadores. Dos de ellos son hermanos.	Conversación entre uno de los investigadores y su hermano.	Conversación entre uno de los investigadores y su amigo.
Otros datos: género y lugar de residencia	Hombres. Docentes e investigadores de la UCM. Dos de ellos de Madrid y otro de Bérnago.	Una mujer y dos hombres. Colegas del ámbito académico. La mujer y uno de los investigadores en Madrid, el otro en Cataluña.	Hombres. Estrechos lazos de amistad desde la etapa escolar y la adolescencia. Todos residen en Madrid en barrios próximos entre sí.	Hombres. El hermano de uno de los investigadores, es al tiempo amigo de otro de los investigadores, residen en Madrid.	Hombres. Uno de ellos en Madrid, y el otro, ecuatoriano, en la provincia de Salinas (Ecuador). Se conocieron en España hace años.

comunidad china y virus, empezando una serie de chistes a raíz de esto. Hemos podido observar este tipo de patrón en muchos grupos de conversación pero, por razones de espacio, en este debate solo mencionamos un pequeño extracto, como haremos de aquí en adelante.

El virus no está tan lejos, se acerca a nuestras ciudades pero se sigue tratando en febrero como si fuera algo inofensivo. Las bromas y chistes siguen teniendo un rol protagónico en estas conversaciones. Pero en las semanas siguientes, durante los primeros días de marzo, es cuando se hace incuestionable que el virus no está muy lejos, y esta visión más relajada y jocosa se empieza a compaginar con la percepción de que algo urgente y peligroso ha llegado a nuestras ciudades. Este es el comienzo del contagio emocional, ya que implica que las personas que interactúan tienden a aprender unas de otras acerca de las posibilidades de estar infectado con un virus. Y, por supuesto, la posibilidad de replicar las opciones de cada uno, como decidir trabajar desde casa o no ir a cenar a un restaurante, coger el transporte público o participar en actos públicos que congregan a mucha gente. En el siguiente fragmento, de nuevo uno de los usuarios comparte una noticia. Esta vez sobre la suspensión de la actividad en el Congreso y el positivo de un diputado. Esta noticia desencadena una conversación en la que se compaginan la relajación contenida, con la expectación, el estado de alerta y la toma de conciencia de que se tomarán medidas singulares que afectarán a nuestra cotidianidad.

Extracto 2 (10 de marzo) - Grupo 1

Usuario 1: "VOX PIDE PERDÓN POR EL ACTO EN VISTALEGRE. El Congreso suspende toda su actividad tras el positivo de Ortega Smith por coronavirus. La Cámara decide tomar medidas tras conocer el contagio de uno de los diputados. La actividad parlamentaria se suspende esta semana. El grupo de Vox al completo se va a casa" (Título del artículo que el Usuario enlaza).

Usuario 2: Jajaja; Oye "Usuario 3" ya puedes pillar el billete a Bergamo desde Islandia; Cancelados vuelos entre España e Italia.

Usuario 3: Jajaja; Justo a tiempo; Has ido a la facultad?

Usuario 1: Qué vais a hacer con las clases?

Usuario 3: Yo no las tengo.

Usuario 2: Sí estoy x aquí; Todo correcto y en su sitio.

Usuario 3: Hay alguien?

Usuario 2: Sí; Pero pocos; A ver qué resuelven; Dicen que es suspensión de clases pero no cierre de facultades.

El virus llega a nuestras ciudades cambiando toda nuestra experiencia sobre enfermedades contagiosas. Tenemos que aislarnos, y el nuevo patrón emocional que nos contagia es saber qué hacer durante la cuarentena, este cambio repentino en nuestros estilos de vida. Las medidas de confinamiento ya han entrado en vigor, la movilidad de personas ya está afectada, y nuestros hábitos cambian. El virus entra en nuestras vidas como algo que nos impide desarrollar nuestra vida normal, y la percepción del riesgo no está tan relacionada con la enfermedad, como con el cambio de hábitos y las prácticas de higiene que debemos seguir para evitar contagiarnos. Por ejemplo, en torno al uso de mascarillas para ir a la compra y el tipo de protección que estas pueden brindar. Esto se pone de manifiesto en esta conversación que tiene lugar durante los primeros días del encierro ante la falta y escasez de estos equipos de protección, cuando alguien envía un video sobre la fabricación de mascarillas con materiales que solemos tener a mano en casa.

Extracto 3 (20 de marzo) - Grupo 2

La usuaria 1 comparte el vídeo sobre fabricación casera de mascarillas.

Usuario 2: Buf; Madre mía.

Usuaria 1: Ya sé que es agobiante ver estas cosas pero son prácticas. Yo me he hecho una para ir a la compra.

Usuario 2: No, si me refiero a que es de traca que haya que hacérsela en casa; Yo no puedo salir con mi P3 porque me la requisan.

Usuaria 1: Qué es una P3?

Es con el avance de los contagios y la aparición de la enfermedad cuando el virus, y sus efectos sobre la salud, se hacen realmente evidentes en nuestra vida, sobre todo cuando las personas que forman parte de nuestro entorno más cercano, los grupos sociales primarios, tienen síntomas, enferman y/o acaban llamando a un médico o yendo al

hospital. En situaciones de aislamiento social, las noticias sobre el número de infectados y muertos alienta una emoción, el miedo, que pasa a cobrar un papel de primera magnitud. El contagio del miedo se transmite en los medios de comunicación, en las redes sociales y a través de las conversaciones con nuestros amigos y familiares, cobrando estos últimos un papel clave. Al margen de la distancia o de que la enfermedad no se haya mostrado en toda su crudeza en la zona en la que estemos aislados, anticipamos como propias las sensaciones y sentimientos de familiares y amigos en contextos en los que los peores efectos de la pandemia ya se están materializando. Esto potencia entre las personas aisladas una suerte de redefinición cognitivo-emocional de la situación que las prepara para enfrentarse emocionalmente a la enfermedad y la muerte, y las predispone a seguir las duras normas e instrucciones de las autoridades públicas.

Extracto 4 (19 de marzo) - Grupo 1

Usuario 1: "LA CRISIS DEL CORONAVIRUS. Italia registra un nuevo récord con 475 fallecidos en veinticuatro horas. La curva de contagios sigue subiendo mientras el sistema sanitario, con más de 2.600 médicos, enfermeros y auxiliares infectados por el coronavirus, se encuentra al borde del colapso" (Título del artículo que el Usuario enlaza). Esto ayer no "Usuario 2"?; Dicen que el día con más muertos que ha registrado un país; Madre mía.

Usuario 2: sí; *Bergamo, il corteo dell'esercito per portare le bare fuori città* (Título del vídeo que el Usuario 2 enlaza); ayer vino el ejército en Bergamo para sacar los cuerpos; que están saturados los cementerios; y no hay sitio.

Usuario 3: Joderrrr; Ese vídeo da escalofríos.

El duelo es la siguiente tipología emocional. Puede desencadenarse a consecuencia del fallecimiento de personas que conocemos o no, pero este es un sentimiento que difícilmente podemos expresar socialmente porque estamos atrapados en nuestras casas.

No podemos acompañar a nuestros familiares en sus últimas horas, ni dar el pésame y apoyar a nuestros amigos en el entierro de sus familiares, ni acudir al de los nuestros. Los procesos de duelo están sucediendo a las personas que viven a nuestro alrededor, o a miles de kilómetros en otro continen-

te. Es el caso de la conversación entre dos amigos, uno en España y otro en Ecuador, que se muestra en el *Extracto 5*. El duelo es un proceso compuesto por diferentes emociones y etapas (Goldie, 2012), y necesita del pleno apoyo social. La falta de dicho apoyo social tendrá consecuencias psicológicas sobre las personas afectadas, las víctimas de la pandemia.

Extracto 5 (15 de abril) - Grupo 5

Usuario 1: Bueno, ya lo has pasado eso es bueno.

Usuario 2: Eso está en el ambiente.

Usuario 1: Es lo mejor no salir; Solo a comprar.

Usuario 2: Pero lo de mi hermano fue terrible.

Usuario 1: Joder puta vida macho.

Usuario 2: Doce días de martirio y murió solo en un hospital 😞😞

En esta primera fase de la pandemia hemos observado cómo las redes sociales digitales facilitan, a través de las pantallas, el intercambio de información y de emociones entre las personas que se encuentran físicamente aisladas. A medida que las conversaciones se llevan a cabo cada vez más virtualmente, es de utilidad explorar si el contagio emocional puede ocurrir solo a través de la interacción basada en texto (Barsade *et al.*, 2018). Las emociones pueden de hecho extenderse virtualmente, y pueden transferirse a otros a través del contagio emocional. Lo que lleva a las personas a experimentar las mismas emociones, o patrones emocionales tipo, sin ser muy conscientes de ello.

CONCLUSIÓN

Como hemos intentado poner de manifiesto con este texto, las cuestiones relacionadas con la percepción del riesgo en esta crisis sanitaria cobran valor a la luz de nuestros usos y prácticas de aplicaciones de mensajería instantánea, y en torno a nuestras conversaciones e intercambio de información sobre aspectos como la posibilidad de contagio entre familiares y amigos, y en nuestros viajes en transporte público, cafeterías, restaurantes o en nuestros centros de trabajo; el momento adecuado para confinarnos y aislarnos para evitar contagios; o la idoneidad del uso de equipos de protección individual como mascarillas y guantes. Estas son

cuestiones de gran relevancia sujetas a procesos sociales de percepción y definiciones colectivas de la situación difundidas por autoridades políticas y sanitarias, medios de comunicación y a través de nuestras propias conversaciones con otras personas, conversaciones mediadas por pantallas desde el mismo instante del confinamiento.

El contagio emocional entre los ciudadanos se mueve siguiendo patrones emocionales de indiferencia (“el virus es algo que no afecta mi vida”), curiosidad (sobre lo que sucede en otras ciudades) y miedo (hacia el virus, la gestión de la crisis, la muerte). La progresión de estos patrones, tipo o ideales, guarda además relación con el desarrollo y establecimiento de pautas de comportamiento responsable entre la ciudadanía. Los individuos redefinen la realidad social en términos cognitivo-emocionales para enfrentarse al miedo y a la incertidumbre ante lo desconocido, en esta ocasión, desarrollando pautas sociales de comportamiento que mayoritariamente ponen el acento en la co-responsabilidad, la solidaridad y la cultura cívica (Díez García y Laraña, 2017). Si bien dichas pautas de comportamiento pueden verse alteradas a lo largo del tiempo según cómo evolucione la percepción colectiva del riesgo, la gestión de la pandemia por parte de las autoridades, o la progresiva redefinición de la situación por parte de determinados actores sociales. En situaciones de pandemia y confinamiento social, los procesos cognitivo-emocionales que conforman nuestras comunicaciones a través de mensajería instantánea, son de gran relevancia para comprender la producción de otros de índole macro-sociológica. Por ejemplo, la confianza o desconfianza hacia los expertos, las instituciones sociales, las autoridades políticas o las organizaciones sanitarias (Belli y Broncano, 2017), o los procesos de atribución de responsabilidades en la gestión y progresión de la pandemia (Díez García y Laraña, 2017).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bajtín, M. (1986). *Problemas de la poética de Dostoievski*. México: FCE.
 Ballesteros, E. (2016). Circulación de memes en WhatsApp: ambivalencias del humor desde la perspectiva de género. *Empiria*, 35, 21-45.

Barsade, S. G., Coutifaris, C. G., Pillemer, J. (2018). Emotional contagion in organizational life. *Research in Organizational Behavior*, 38, 137-151.
 Beck, U. (1992). *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: Sage.
 Beck, U., Giddens, A., Lash, S. (comps.) (1997). *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid: Alianza.
 Belli, S., Broncano, F. (2017). Trust as a Meta-Emotion. *Metaphilosophy*, 48(4), 430-448.
 Blanco, M. (2012). Autoetnografía: una forma narrativa de generación de conocimientos. *Andamios. Revista de Investigación Social*, 9(19), 49-74.
 Block de Behar, L. (2009). *Medios, pantallas y otros lugares comunes*. Buenos Aires: Katz.
 Cardoso, G., Lima, T. (2013). Sociología de la mediación y de las pantallas. En G. Cardoso (ed.), *Sociología de las pantallas* (pp. 13-20). Barcelona: UOC.
 De Kerckhove, D. (2005). Los sesgos de la electricidad. *Lección inaugural del curso académico 2005-2006 de la UOC*, Barcelona, 2005. Disponible en <http://www.uoc.edu/inaugural05/esp/kerckhove.pdf>.
 Díez García, R. (2019). Sociedad civil y movimientos sociales. Entre el cambio y la organización social. *Revista Española de Sociología*, 28(1), 161-169.
 Díez García, R., Laraña, E. (2017). *Democracia, dignidad y movimientos sociales*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
 Ellis, C., Adams, T. E., Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An Overview. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), art. 10. Disponible en <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1101108>.
 Giddens, A. (1991). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
 Goldie, P. (2012). *The Mess Inside: Narrative, Emotion, and the Mind*. New York: Oxford University Press.
 Gómez Cruz, E. (2017). Etnografía celular: una propuesta emergente de etnografía digital. *Virtuallis*, 8(16), 77-98.
 Guber, R. (2004). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
 Huhtamo, E. (2004). Elements of Screenology: Toward an Archaeology of the Screen. *ICONICS: International Studies of the Modern Image*, 7, 31-82.

- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2009). *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Lipovetsky, G., Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Anagrama.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.
- Márquez, I. (2015). *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*. Barcelona: Anagrama.
- Melucci, A. (1994). A strange kind of newness: What's "new" in New Social Movements? En E. Laraña, H. Johnston, J. Gusfield (eds.), *New Social Movements. From ideology to Identity*. Philadelphia: Temple University Press.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Rubén Díez García es doctor en Sociología y profesor del Departamento de Sociología Aplicada de la UCM. Es "Especialista en investigación social aplicada y análisis de datos" por el CIS y ha participado en diversas investigaciones sobre organizaciones y movimientos sociales, junto con don Enrique Laraña, asesoradas por Aaron Cicourel de la Universidad de California, y financiadas por dicha institución. Asimismo, ha participado en diversas investigaciones sobre exclusión social y prisiones, consumo de tabaco y juventud, nuevos deportes y cultura juvenil y patrimonio industrial de Madrid. Los resultados de las mismas han sido presentados en diferentes Congresos, Seminarios y Cursos nacionales e internacionales, algunos de ellos en la Universidad de Harvard (Real Colegio Complutense, 2016), la Universidad de California (Berkeley, 2017) o en la Universidad de Cambridge (Facultad de Historia, 2018). Entre sus últimas publicaciones destacan: "More than a Copy Paste: The Spread of Spanish Frames and Events to Portugal", *Journal of Civil Society* (con Britta Baumgarten), "The 'Indignados' in Space and Time. Transnational Networks

and Historical Roots", *Global Society*, y el libro *Democracia, dignidad y movimientos sociales* (con Enrique Laraña) publicado por el CIS.

Simone Belli es investigador del Programa de Atracción del Talento Investigador (Modalidad 1) de la Comunidad de Madrid en el Departamento de Antropología Social y Psicología Social, Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Universidad Complutense de Madrid. Recibió su Ph. D. Doctor Europeus en Psicología Social de la Universidad Autónoma de Barcelona con la tesis "Emociones y Lenguaje en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones". Fue investigador posdoctoral en la University of San Diego-California, Universidad Carlos III de Madrid y en la Universidad Autónoma de Madrid. Es director del Grupo de Investigación YT-IN (Yachay Tech - Innovación) e investigador del proyecto europeo H2020 "Darle enfoque a la dimensión cultural, científica y social de las relaciones UE-CELAC". Su investigación consiste en entender por qué las emociones tienen una fuerte relación con el lenguaje y cómo es posible expresar estas emociones en el mundo *online/offline*.

Israel V. Márquez es doctor europeo en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid (Premio Extraordinario de Doctorado Curso 2012/2013) y Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Ha sido investigador visitante en la School of Literature, Communication and Culture del Georgia Institute of Technology (Atlanta, Estados Unidos), en la IT University of Copenhagen (Dinamarca), en el Center for Internet Studies and Digital Life de la Universidad de Navarra (España), y en el Centre for Research and Studies in Sociology, del Instituto Universitario de Lisboa (Portugal). Ha publicado diversos artículos sobre cultura digital y nuevos medios en revistas indexadas y volúmenes colectivos y ha participado en numerosos congresos nacionales e internacionales.