

LA OTRA CARA DE LA PANDEMIA

Período de análisis: Marzo a Agosto 2020

La pandemia nos ha llevado a analizar los hábitos que tenemos como sociedad e individuos, generando cambios no solo en la forma de relacionarnos, sino también en la de trabajar, socializar, comprar e incluso comunicarnos.

Esta nueva normalidad, no obstante, sigue evidenciando el aumento de las desigualdades sociales que han derivado en múltiples casos de discriminación, racismo y el aumento de la violencia en el hogar.

Como comunicadores, en **Wunderman Thompson Insights Argentina** sabemos que tenemos la responsabilidad de entender el impacto que tiene nuestro trabajo y fomentar la no perpetuidad y reproducción de los estereotipos, por lo cual, este análisis busca dar luz sobre temas aún pendientes de conversación en nuestra sociedad y que todos deberíamos escuchar, tanto marcas como especialistas en publicidad.

¿QUÉ ES LA DISCRIMINACIÓN Y DÓNDE NACE?

Partiendo de un sistema de recursos limitados, recurrimos a un **ahorro cognitivo** que genera prototipos y categoriza a las personas.

Estos **estereotipos** suelen estar sesgados, en algunos casos por la experiencia propia y, en otros, por la presión social o de grupo.

Los estereotipos sirven de base a los **prejuicios** y estos últimos tienden a exteriorizarse en comportamientos negativos designados bajo el término de **discriminación**.

Estudios teóricos vinculan la discriminación al miedo, el desconocimiento, la falta de información, la inestabilidad socio-económica y/o las ideologías de superioridad.

AHORRO COGNITIVO -> ESTEREOTIPO -> PREJUICIO -> DISCRIMINACIÓN
AHORRO COGNITIVO -> ESTEREOTIPO -> PREJUICIO -> DISCRIMINACIÓN
AHORRO COGNITIVO -> ESTEREOTIPO -> PREJUICIO -> DISCRIMINACIÓN

Algunos números que resaltan en la pandemia:

50%

aumentaron las denuncias de discriminación desde el comienzo de la cuarentena.⁽¹⁾

LAS REDES SOCIALES E INTERNET SON EL ÁMBITO DONDE MÁS DENUNCIAS SE GENERARON DURANTE LA PANDEMIA.

80%

de las consultas se realizaron por email y Whatsapp.⁽²⁾

COVID-19

¿UN VIRUS QUE MANIFIESTA RACISMO Y DISCRIMINACIÓN?

HACIA LOS TRABAJADORES ESENCIALES DE LA SALUD

Durante la pandemia, los profesionales de la salud, contagiados y casos sospechosos, fueron foco de eschache tanto en las redes sociales como en los lugares de residencia.

Lo mismo sucedió con los médicos cubanos tras su llegada para brindar asistencia sanitaria, decisión que dividió las redes en dos grandes grupos:

- Aquellos que aseguraron que el mal recibimiento se debió a un tema de xenofobia.

Andrea, Twitter

Claro, porque son cubanos, si fueran belgas serian bien recibidos.

Julio, Twitter

Como si fuera poco, llegó la discriminación de la mano de los médicos.

- Quiénes prefirieron priorizar el sistema de salud argentino por sobre el cubano.

Fabi, Twitter

Y mientras tanto... en nuestro país a los médicos le bajan el sueldo, los servicios aumentaron sin piedad, telecenter nadie lo regula, hay alimentos terribles... \$200 una manteca chica...

Hugo, Twitter

Qué mejor pueden ser estos médicos cubanos que médicos argentinos? Pienso que es solo una excusa y usando tema pandemia, para hacer entrar a sus sucios pares cubanos, para lograr su fiel propósito robar robar y de una vez convertir a Argentina en Venezuela, HDMP FFK!

HACIA LA COMUNIDAD ASIÁTICA

900%

crecieron los mensajes de odio en Twitter en el primer mes de pandemia. La mayoría de los tweets culparon a las personas de rasgos asiáticos por portar el virus.⁽³⁾

Sabri, Twitter

Hoy un chino ESTORNUDÓ AL LADO MÍO, QUÉ HAGÓ?.

Fiore, Twitter

Fuimos al chino y estornudó sobre mi comida, ya siento cómo el covid se apodera de mí.

Romi, Twitter

Racismo también es culpa a los chinos de una pandemia global.

Gino, Twitter

Otro año siendo inútil pero esta vez fue culpa de un chino y su sopa de murciélago.

45%

aumentaron las denuncias por racismo a personas de origen asiático en el INADI.⁽⁴⁾

1 de cada 10

denuncias se vincularon con la nacionalidad.⁽⁴⁾

EL 19.03, EN UNA CONFERENCIA DE PRENSA, DONALD TRUMP SE REFIRIÓ AL COVID-19 COMO "KUNGFLU" (GRIPE CHINA) EN UNA RESPUESTA DADA A WEIJIA JIANG, PERIODISTA DE ORIGEN ASIÁTICO.

Weijia Jiang, Twitter

This message a White House official referred to #Coronavirus as the "Kung-Flu" to my face. Makes me wonder what they're calling it behind my back.

- Respuesta en redes sociales en contra de esta discriminación:

Ciudadanos de origen asiático alrededor del mundo, usaron los HT **#NoSoyUnVirus**, **#Kungflu**, **#chinesevirus** y **#communistvirus** para denunciar la discriminación que recibieron durante la pandemia.

Leo, Twitter

Basta de tanto racismo, basta de tanta xenofobia. Yo #NoSoyUnVirus. Ya ando cansado de recibir insultos, amenazas e improperios.

- Cantidad de menciones que recibieron estos hashtags:

En Argentina: **20.03**

A nivel global: **15.02 al 22.03**

787
menciones

6,3M
impresiones

2M
menciones

8MM
impresiones

¿CÓMO IMPACTÓ LA PANDEMIA EN LOS FEMICIDIOS EN ARGENTINA?

48%

aumentaron los llamados al 144 entre marzo y junio 2020, con respecto al mismo período del año pasado.

162

femicidios en Argentina durante los primeros 6 meses del año.⁽⁵⁾

70%

de los casos ocurrieron en la vivienda de la víctima.⁽⁶⁾

32% más que el mismo período en 2019.⁽⁷⁾

19.722 LLAMADOS DURANTE LA PRIMERA MITAD DEL AÑO⁽⁸⁾

1 FEMICIDIO CADA 27 HORAS⁽⁹⁾

El 3 de junio se cumplieron 5 años desde la primera movilización de **Ni Una Menos**. Se realizaron activaciones en redes sociales y movilizaciones con distanciamiento social.

19hs

fue el horario elegido para alzar la voz desde los balcones.

155k

menciones tuvieron los HT que apoyaron la lucha.

- La muerte de Ricardo Barreda fue otro tema que trajo consigo pensamientos contrapuestos: hubo usuarios que manifestaron alegría, mientras que otros lo tildaron de héroe sin capa.

A FAVOR:

Agus, Twitter

No me alegro de la muerte de Barreda. Pero espero que con él se vayan todos los chistes machistas que por años se dijeron en torno al accidente de un femicida como ejemplo jocoso.

Martí, Twitter

Ojalá la muerte de Roberto Barreda sea mentira, él no merecía morir así. Merece una muerte lenta y sufrida para que se arrepienta el hijo de puta.

Lala, Twitter

Cuando pensabas que el 2020 no iba a traer nada positivo, te sorprende con la muerte de Barreda.

EN CONTRA:

Martín, Twitter

Cuánta gente disfrutando la muerte de Barreda. No sé si sentir pena o asco por ellos.

Martí, Twitter

Era de estudiantes Barreda? Pero más respeto al héroe.

ALGORITMOS QUE EJERCEN LA DISCRIMINACIÓN

En el plano digital, también la discriminación se hace presente. Las redes sociales priorizan fotos de personas con poca ropa, delimitando el comportamiento de los creadores de contenidos.

54% más probabilidad de mostrar mujeres en bikini en el newsfeed de Instagram.⁽¹⁰⁾

28% más probabilidad de mostrar fotos de hombres.⁽¹¹⁾

Al mismo tiempo, los algoritmos plantean sesgos de género, asociando en algunos casos fotos de compras y cocina con mujeres. En cambio, las imágenes de entrenamientos físico se las suelen vincular con hombres.⁽¹²⁾

En la actualidad, se están desarrollando iniciativas y estándares destinados a abordar el problema de los sesgos algorítmicos. Pero, por el momento, la mayor parte de los sistemas de inteligencia artificial presenta sesgos.

¿QUÉ PASA CON TIKTOK?

Se ha criticado esta red por dar mayor visibilidad a personas consideradas hegemónicas dentro de los estándares actuales de belleza.⁽¹³⁾

Caso emblemático:

La cantante Lizzo, quien se caracteriza por mostrar sus curvas, tuvo que llamarles la atención de manera pública por quitar sus videos en bikini.



¿QUÉ PODEMOS HACER DESDE NUESTRO LUGAR?

Informarnos, dudar, prestar atención a la no reproducción de estereotipos, y celebrar la diversidad y la igualdad de las personas que nos rodean.

Nuestro compromiso como anunciantes debe:

- No perpetuar los roles tradicionales de género.
- No atribuir comportamientos y/o cualidades estereotipadas.
- Evitar la hipersexualización y la cosificación de las personas, sea del género que sea.
- No sugerir que el éxito o bienestar social está directamente relacionado al aspecto físico.
- Evitar mostrar o sugerir a un género en posición de inferioridad o dependencia.
- No excluir y discriminar mediante el lenguaje verbal y no verbal.
- No invisibilizar la diversidad en cualquier contexto.

*Inspirado en los principios del Consejo Publicitario Argentino.

Investigación realizada por Wunderman Thompson Argentina en base a investigaciones y escuchas de contenidos en redes sociales, medios digitales y medios masivos. Agosto 2020.

BIBLIOGRAFÍA

1) Diputado Bonaerense. (2020). El INADI recibió un 50% más de denuncias desde el comienzo de la cuarentena. <https://www.infobae.com/argentina/2020/03/27/el-inadi-recibo-un-50-mas-de-denuncias-desde-el-comienzo-de-la-cuarentena/>

2) Inadi. (2020). INFORME CONSULTAS CUARENTENA COVID-19. https://www.argentina.gob.ar/derechos/inf/informe_consultas_cuarentena_20_marzo_2020_inf_1.pdf

3) Infobae. (2020). El discurso de odio contra China creció de manera alarmante en Twitter por coronavirus. <https://www.infobae.com/america/argentina/2020/03/27/el-discurso-de-odio-contra-china-crecio-de-mancha-alarmante-en-twitter-por-coronavirus/>

4) Telam. (2020). Coronavirus, un desafío para la lucha contra la discriminación racial. <https://www.telam.com.ar/notas/202005/4466521-coronavirus-discriminacion.html>

5) Gobierno de Buenos Aires. (2020). La Línea 144 recibió más de 19.000 llamados durante la pandemia. <https://www.buenosaires.gov.ar/salud/bxa/temas/genero/noticias/violencia-de-genero-144-recibio-mas-de-19000-llamados-durante-la-pandemia-del-coronavirus/>

6) Consejo Superior de Justicia de Argentina. (2020). Registro Nacional de Femicidios de la Justicia Argentina. Corte Suprema de Justicia de Argentina. <https://www.csa.gov.ar/comunicacion/03cm/informefemicidios03.pdf>

7) Argentina. (2020). Un día de las Instagram's algoritmo arroja usuarios into showing skin. <https://argentinamagazine.com/ingles/instagram-algoritmo-arroja-usuarios-into-showing-skin>

8) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

9) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

10) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

11) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

12) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

13) La Vanguardia. (2020). Tik Tok tiene por norma no promocionar videos de gente fea, pobre, gorda o con discapacidad. <https://www.lavanguardia.com/felicitaciones/20200318/474044045703/tiktok-tiene-norma-promocioner-videos-gente-fea-pobre-gorda-discapacidad-redes-sociales-discriminacion.html>

Cabe aclarar que las temáticas mencionadas en la infografía constituyen una selección de las encontradas de forma recurrente en las conversaciones de la mayoría de los usuarios en el corpus analizado, no siendo únicas ni exclusivas. Todo el contenido del usuario debe considerarse solamente como expresiones de opinión y no como declaraciones de hechos. Todos los datos son reales, los nombres de los usuarios han sido modificados para preservar su identidad. Wunderman Thompson Argentina no asume como propias estas declaraciones, ni asume ninguna responsabilidad por las mismas, así como tampoco manifiesta el pensamiento y opinión de la empresa.