

Identidades políticas y disputas culturales en los medios digitales: significaciones históricas y arquetipos aspiracionales en el espacio liberal-conservador argentino

Political Identities and Cultural Disputes in Digital Media: Historical Meanings and Aspirational Archetypes in the Argentine Liberal-Conservative Space

Ponza, Pablo

 Pablo Ponza

pabloponza@yahoo.es

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Cuadernos de H ideas

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

ISSN: 2313-9048

Periodicidad: Frecuencia continua

vol. 15, núm. 15, e051, 2021

cuadernosdehideas@perio.unlp.edu.ar

Recepción: 01 Septiembre 2021

Aprobación: 15 Noviembre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/31/312012010/index.html>

DOI: <https://doi.org/10.24215/23139048e051>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: El objetivo de este trabajo es analizar el éxito que tuvo en términos de comunicación política e imagen la Gala del G20 en el teatro Colón, un acontecimiento que consignó una composición escénica de significativa condensación simbólica. En específico, el texto articula tres dimensiones: la histórica, la político-cultural y la discursiva, para poner en diálogo la estrategia comunicacional concentrada y convergente del gobierno con la réplica de los medios digitales comerciales concentrados; cuya finalidad principal consistió en captar la atención del público la mayor cantidad de tiempo posible a través de una agenda temática afín que permitiera un incesante bombardeo político-publicitario sobre la percepción, las emociones y los consumos del público. Asimismo, el texto analiza una estrategia discursiva eminentemente visual que buscó apropiarse selectivamente de un espacio territorial, una configuración identitaria y una serie de significaciones históricas de tradición liberal conservadora, en un relato de continuidad imaginaria entre el pasado, el presente y un proyecto político-cultural de futuro.

Palabras clave: Medios Digitales, Periodismo, Política, Cultura, Historia.

Abstract: The objective of this article is to analyze the success of the G20 Gala at the Colón Theatre, event that consigned a significant symbolic condensation on its scenic composition. Specifically, the text articulates three dimensions: the historical, the political-cultural and the discursive. The main purpose is to analyze the communication strategy of the government which was concentrated and convergent respect to an incessant political-advertising bombardment of the public's perception, emotions and consumption. Likewise, the text analyzes an eminently visual speech strategy that sought to selectively appropriate a territorial space, an identity configuration and a series of historical conservative liberal meanings, which were projecting a imaginary continuity between the past and a political-cultural project of future.

Keywords: Digital Medias, Journalism, Politics, Culture, History.

INTRODUCCIÓN

El hundimiento del submarino ARA San Juan; la suspensión de la final de la Copa Libertadores de América entre River y Boca; las polémicas en favor y en contra de los proyectos de legalización del aborto y Educación Sexual Integral; la devaluación de la moneda y la crisis económica que devino en un nuevo plan de financiamiento con el Fondo Monetario Internacional; ubicaron en noviembre 2018 al ex presidente Macri en el piso mínimo de su imagen positiva. Con el hundimiento del submarino comenzaron también a hundirse los índices de aceptación de su gestión y desde octubre de 2017, tras las elecciones legislativas, y hasta fines de noviembre de 2018, el gobierno pasó de sus máximos niveles de aceptación a transitar una pronunciada declinación. Sin embargo, el viernes 30 de noviembre de 2018, tras la Gala de recepción de los líderes mundiales que asistían al G20 en Buenos Aires se produjo un inesperado vuelco de tendencia en favor de Macri, que se convirtió en *trending topic* con la frase: *#Macri lloró en el teatro Colón*.

Según Diego Corbalán (2018) de Scidata, una empresa dedicada al análisis del tráfico en internet, plataformas y redes sociales (<https://scidata.com.ar/04/12/2018>), tras un año de caída la tendencia negativa se revirtió súbitamente con la Gala y el inicio de la cumbre del G20. Según dicho estudio esto fue palpable en los comentarios y conversaciones favorables que pasaron de un 34% negativo a un 68,6% positivo. En su informe, Corbalán definió la Cumbre del G20 como la cumbre de la felicidad para Macri, pues la novedad de dicha convocatoria prácticamente barrió con las críticas y asiduos cuestionamientos hacia el entonces presidente, que se quedó con el 44,5% de las menciones, seguido por Donald Trump que obtuvo el 33%, Vladimir Putin el 8,1; Emmanuel Macron el 7,2, Angela Merkel el 4,2 y Xi Jinping el 3,6.

En este artículo nos preguntamos: ¿a qué se debió el repentino vuelco de tendencia y por qué fue precisamente la Gala del G20 en el teatro Colón la que marcó la recuperación del gobierno en términos de imagen? ¿qué elementos intervinieron en la estrategia comunicacional y cómo contribuyeron los medios digitales concentrados en replicarla? ¿en qué espacios se produjo el evento, quiénes fueron los invitados y a qué imaginario de país apeló la Gala? ¿qué significaciones culturales e interpretaciones históricas buscó reponer el discurso oficial? ¿y qué vínculo entre pasado, presente y futuro enunciaron los anfitriones?

Sin bien explicar el éxito de la Gala del G20 en términos de imagen supone considerar diversas variables, en este artículo concentraremos nuestro análisis sobre las disputas culturales y la construcción de identidades políticas que se cristalizaron, tanto en el discurso del gobierno, como en la réplica de los medios digitales concentrados que contribuyeron a su difusión. Asimismo, a propósito de la excepcional condensación simbólica que ofreció la Gala, nos proponemos como objetivo específico reflexionar sobre la incidencia que tiene sobre nuestra percepción las imágenes, los entornos virtuales y las nuevas tecnologías, así como también analizar el carácter de los discursos que los medios digitales concentrados han venido construyendo en estos últimos años, construcciones que no sólo han favorecido la actualización de tradiciones e imaginarios históricos liberales-conservadores, sino también la *configuración dinámica de identidades* antagónicas cada vez más refractarias y polarizadas, que si bien se presentan como pares binarios, funcionan como opuestos complementarios unidos por una frontera cuyo contraste acumula y cosifica un sentido común que se exacerba periódicamente; en especial, durante las disputas electorales.¹

Pero antes de comenzar quisiéramos aclarar brevemente cuatro cuestiones de perspectiva. En primer lugar, consideramos que la política moderna es intensamente mediática y que las tecnologías de la comunicación definen los parámetros estructurales de los lenguajes y la producción de los discursos que circulan en la arena mediática. Una arena mediática que se ha convertido en un escenario multidimensional e hipermedial capaz

de establecer modalidades de interlocución, intercambio y usos sociales, así como de imponer condiciones de enunciación y de recepción de discursos. En cuanto a los medios digitales en particular, sabemos que en la actualidad desempeñan un rol estratégico en la disputa por los sentidos. A diferencia de los medios tradicionales –de emisiones masivas y unidireccionales– los medios digitales no sólo han logrado penetrar en los recintos privados e incidir sobre públicos desagregados a través de redes y dispositivos desmasificados, sino también estandarizar los públicos por estrato socio-económico y cultural. Y así como la interactividad permite medir y tabular las respuestas, los usos, costumbres, modos de acceso, socialización y circulación de datos e informaciones, permite ofrecer a sus públicos contenidos con narrativas específicas.

Por ello, en segundo lugar, partimos de la premisa que para *leer* un medio digital debemos comprender y considerar que su complejión técnico-productiva está signada por un proceso evolutivo de interactividad, convergencia y concentración mediática de escala global con expresión local (Jenkins, 2008) que es resultado, tanto de la paulatina concurrencia de soportes y contenidos, como de la práctica oligopólica de un reducido grupo de empresas cada vez más integradas y con una incidencia cada vez más gravitante en la cadena productiva de esta actividad económica (McChesney-Nichols, 2002).

En tercer lugar, consideramos que el aparato argumentativo de los medios digitales comerciales concentrados, no sólo está tamizado por los intereses de una estructura técnico-productiva de escala global, sino también por el entramado local de relaciones de poder donde se insertan y que históricamente han incidido sobre su configuración ideológica. Dicho de otro modo, toda intervención discursiva de una formación editorial que dispute los sentidos, la legitimidad y la veracidad de los relatos que circulan en la arena mediática, expresan una síntesis super-estructural no exenta de contradicciones que denota las tensiones de una trama interna que se debate entre las necesidades técnicos-productivas, las exigencias financiero-comerciales, y las simbologías político-ideológicas y culturales que hacen al marco de enunciación y recepción de discursos donde se hallan insertos.²

En cuarto y último lugar, cabe indicar que nuestras reflexiones emergen de la observación y análisis del tratamiento que hicieron de la Gala del G20 medios como *Infobae*; *Clarín.com*; *Lanacion.com.ar*; *Mdzol.com*; *Tn.com.ar*; *Perfil.com*; *Lavoz.com.ar*; *Ambito.com*; y *Losandes.com.ar*. El criterio de selección de estos medios responde a los resultados de un estudio de *Comscore* (2021) que publicó una lista de los medios digitales argentinos más visitados. Dicha lista fue elaborada en base al tiempo de permanencia y fidelidad de los usuarios a partir de una metodología unificada que involucró datos de panel y datos censales vía etiquetado de sitios y/o apps de medios informativos digitales argentinos durante el último trimestre de 2020. El estudio arroja que *Infobae*, *Clarín.com* y *Lanacion.com.ar* son los tres sitios de mayor visionado con una burbuja promedio entre 48 y 64 minutos mensuales; seguidos por *Mdzol.com*, *Página12.com.ar* y *Tn.com.ar* con un promedio de visionado entre 25 y 30 minutos mensuales; y *Perfil.com*, *Lavoz.com.ar*, *Ambito.com* y *Losandes.com.ar* con un promedio de visionado entre 18 y 25 minutos mensuales. Asimismo, tomamos en consideración que tanto los medios como los anunciantes diseñan sus estrategias de inversión en publicidad y comunicación tomando en cuenta, no sólo el tamaño de las audiencias, sino también su tiempo de involucramiento y fidelidad pues, como indica Leónidas Rojas (2021) las probabilidades que los discursos y las pautas publicitarias impacten sobre las audiencias «aumenta en directa proporción con el tiempo de vista y consumo de medios» (p. 6).

Como hipótesis de trabajo o guía de lectura proponemos articular dos dimensiones. En primer término, la de una estrategia comunicacional concentrada y convergente del gobierno, cuya finalidad principal durante el G20 consistió en dominar la agenda mediática y captar la atención del público la mayor cantidad de tiempo posible, para aplicar un bombardeo de estímulos político-publicitarios con incidencia sobre sus percepciones, emociones, consumos e identificaciones aspiracionales. En segundo lugar, la dimensión de los medios digitales cuya réplica contribuyó no sólo a la difusión y la eficacia, sino también a una apelación discursiva que apuntó a la apropiación selectiva de un espacio territorial y simbólico activando una serie de significaciones históricas de tradición liberal conservadora que buscó articular instrumentalmente un relato de continuidad imaginaria

entre un pasado luminoso y nostálgico con un nuevo proyecto político-cultural de futuro, virtualmente encarnado por el macrismo. Para ello se sirvieron, fundamentalmente, de enunciados visuales y textuales que remitieron a una red de tópicos y emociones que se apegaron y reafirmaron las creencias y expectativas de su público o comunidad objetivo.

CLASES SOCIALES, IDENTIDADES E INTERPRETACIONES DEL PASADO

Entonces ¿cuáles fueron las imágenes de la Gala del G20 que mostraron los medios digitales, y qué operaciones discursivas articularon sus significaciones? Nos gustaría comenzar discriminando al menos cinco elementos que hicieron a la escenificación del acontecimiento: 1) el escenario, 2) los invitados, 3) los anfitriones, 4) el relato mediático, y 5) el espectáculo propiamente dicho, que emocionó hasta las lágrimas a Macri, quien a partir de allí -más no sea temporalmente- revirtió la tendencia negativa en la que había caído su gobierno. A continuación daremos algunos detalles de por qué habría sido la combinación de estos cinco elementos y su apelación a significaciones, simbolismos, reminiscencias históricas, identificaciones, expectativas y arquetipos aspiracionales previamente instalados en el *sentido común* de buena parte del público, las que activaron positivamente la imagen de Macri colocándolo, el viernes 30 de noviembre de 2018, en lo más alto de los *trending topics* después de un año de caída libre en las encuestas.

1. El escenario

El escenario del G20 fue la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, más concretamente Puerto Madero, aunque la Gala se desarrolló en el teatro Colón, el santuario de la alta cultura centro-europea en Recoleta, un espacio tradicionalmente reservado a las familias patricias de la clase dominante y que remite a un pasado nostálgico y luminoso de la Argentina potencia. Según Eugenia Cadús (2020) la construcción del Teatro Colón fue resultado de la admiración que la oligarquía porteña de fines del Siglo XIX y principios del XX tenía de la cultura y el modo de vivir de la clase alta centro-europea. En aquellos años dicha oligarquía aspiraba que Buenos Aires fuese la ciudad más blanca, moderna y cosmopolita de Latinoamérica. La creación de un espacio de alcurnia para las artes escénicas emuló esa hegemonía cultural de tradición aristocrática, selectiva y excluyente, y la proyectó sobre las formaciones culturales argentinas, así como sobre las nacientes instituciones artísticas oficiales. El teatro Colón consagró las pretensiones de distinción de una elite rica, poderosa y concentrada que despreciaba las expresiones culturales oriundas como el circo criollo, el teatro de raíz popular, el folclore y el tango, que eran vistas entonces como entretenimientos mundanos, marginales, barriobajeros o de origen campero.

Sin saberlo, a principios del XX la oligarquía rioplatense vivía la edad de oro del modelo agro-exportador fungido por la llamada *Generación del Ochenta* que convirtió a la Argentina, durante un fugaz pero intenso lapso de tiempo, en el *granero del mundo*, ubicando al país entre las principales potencias económicas de la época (Gerchunoff-Llach, 2000). El teatro Colón se construyó con la extraordinaria renta que generó la explotación agropecuaria de ese tiempo, y si bien debió ser inaugurado el 12 de octubre de 1892 para celebrar el cuarto centenario del descubrimiento de América, algunas dificultades presupuestarias pospusieron su inauguración hasta el 25 de mayo de 1908. El Colón plasmó en su arquitectura los deseos de la primigenia burguesía porteña que, no sólo exhibía orgullosa los desbordes de su extrema riqueza, sino que pretendía exteriorizar la distancia social y cultural que los separaba de las mayorías pobres, iletradas e incultas. De allí que del teatro disponga de una decoración de estilo francés que reproduce en su organización interior las jerarquías sociales del exterior. La platea, los palcos, la tertulia, las cazuelas y el paraíso, ciertamente estratifican verticalmente el acceso de las audiencias por su pertenencia de clase, por su identidad, sus valores, sus gustos,

sus conductas y sus consumos. Curiosamente, algo semejante ocurre con los medios digitales y sus redes de contacto, que estratifican los públicos en base a sus consumos y ubicación socio-cultural.

Con el paso de los años esa experiencia histórica fue cristalizada como el hito fundacional del imaginario liberal conservador que, por un lado, daba muestra material comprobable del éxito de su proyecto político de república moderna e integrada a la distribución internacional de roles dispuesto por el mundo occidental. Y por otro lado, consagró un arquetipo aspiracional y un horizonte de sentido subjetivo en buena parte de las capas medias urbanas que forjaban sus expectativas de superación económica y ascenso social en base a un ideario de esfuerzo y mérito individual. Ahora bien, es importante recordar que la extraordinaria performance económica del modelo agroexportador de fines del Siglo XIX y principios del XX que permitió la construcción del teatro Colón y de otros edificios emblemáticos de la Ciudad de Buenos Aires, fue posible gracias a la combinación sinérgica de cuatro elementos. En primer lugar, gracias a la disponibilidad de grandes extensiones de tierra y la expansión de la frontera productiva tras el genocidio indígena de la llamada *Campaña del Desierto*. En segundo lugar, gracias al capital disponible, las inversiones y la tecnología ferroviaria y marítima británica que colocó eficientemente la producción de las materias primas en Europa. Tercero, gracias a un régimen oligárquico que privatizó las decisiones políticas en un reducido grupo de hombres. Y, cuarto, gracias a la explotación a destajo de la mano de obra inmigrante empobrecida que llegó al país, principalmente, entre 1880 y 1914.

Sin embargo, el relato liberal conservador consagrado en el *sentido común* de las clases medias urbanas ha sido selectivo no sólo en cuanto a la cambiante trayectoria y devenir de su *performance* económica, sino también, como indica Mauricio Shutemberg y Julián Fontana (2010) en cuanto al sentido excluyente de una idea de democracia al servicio de los intereses y conveniencia de los sectores dominantes. Es decir, la difusión de dicho relato no ha sido históricamente exacto en cuanto a quienes ganaron y quienes fueron excluidos de los beneficios de ese modelo de acumulación económica y concentración política. Por ello, de los cuatro elementos mencionados cabe aclarar, primero, que las grandes extensiones territoriales de nuestro país fueron repartidas en no más de noventa familias. Segundo, que para 1930 Inglaterra había perdido interés en la explotación agropecuaria argentina (Lobato, 2000). Tercero, que el modelo de Estado sin injerencias sobre un mercado de exportación e importación libre estaba basado en la exclusión política de las mayorías y pronto dio lugar a violentos conflictos inter-burgueses (Ansaldi, 2000). Y, en cuarto lugar, los trabajadores inmigrantes *-nuestros abuelos italianos y españoles que bajaron de los barcos, que vinieron con una mano atrás y otra adelante, que trabajaron de sol a sol sin quejarse y que consagraron el ideario fundacional de la Argentina crisol de razas-*, aproximadamente la mitad regresó a sus países de origen o emigraron a los márgenes de las ciudades, no sólo por la crisis del campo sino también por la disconformidad y la desilusión que les provocó no ser reconocidos como ciudadanos, como trabajadores sujetos de derecho, ni como propietarios de la tierra que cultivaron.³

2. Los invitados

Si bien el teatro Colón tiene capacidad para 3.200 personas -2.700 sentadas y 500 de pie- para la Gala del G20 la Unidad Técnica del evento dispuso que sólo hubiera 1.000 invitados. Además de las comitivas oficiales la organización extendió invitaciones para las conductoras televisivas Mirtha Legrand y Susana Giménez, los actores Luis Brandoni, Ricardo Darín y Guillermo Francella, el escritor, Federico Andahazi, el filósofo Santiago Kovadloff, la actriz Flavia Palmiero, el rugbier Agustín Pichot, el cineasta Juan José Campanella y Pablo Trapero, los productores Sebastián Ortega y Adrián Suar, los ex presidentes Carlos Menem y Fernando de la Rúa, María Eugenia Vidal, Horacio Rodríguez Larreta y Diego Santilli, entre otros. Tampoco faltaron a la cita los empresarios Alfredo Coto y Mario Quintana, ni Alfonso Prat Gay, Federico Sturzenegger, Nicolas

Dujovne y Luis Caputo, *el Messi de las finanzas* según palabras del Jefe de Gabinete Marcos Peña, que ofició de conductor del *mejor equipo de los últimos cincuenta años* según expresiones del propio Mauricio Macri.⁴

Puesto que no hemos encontrado información oficial sobre los criterios de selección de los invitados a la Gala, nos tomamos la libertad de imaginar que fue la afinidad ideológica y la cercanía política, social y cultural con los anfitriones la que definió quienes eran susceptibles de integrar la lista. En *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto* Bourdieu (1988) da pistas consistentes de la relación que existe entre espacio social y espacio simbólico, entre el origen de clase y la construcción de las identidades. En ese texto Bourdieu describe como las preferencias políticas y las prácticas culturales responden a la ubicación social de los sujetos, porque la identidad de clase no sólo se expresaría en el estilo de vida, en el barrio, en el tamaño y la decoración de la casa, en el valor del automóvil, en la ropa y en los consumos alimentarios, sino también en los códigos de conducta, en los pasatiempos, las diversiones, los entretenimientos y la música. Puesto que era una celebración exclusiva, una fiesta de pocos, lo único que podían mostrar los medios digitales fue un show distante y mediatizado por las pantallas, cuyo relato ofreció una escasa articulación textual y muchas imágenes para ver y desear ser. Mostraron atuendos de etiqueta, refrigerios y brindis, disfrute sensorial, afectividad, risas, emoción y aplausos de los líderes mundiales que asistieron a ese increíble show de música y danza que organizaron los anfitriones para elevar el ideal de nación que incluía nuevamente a la Argentina en el concierto capitalista moderno; tal como ocurrió a fines del Siglo XIX y principios del XX cuando se construyó el Colón.⁵

En términos de comunicación y marketing político reforzar la exclusividad y el marcado carácter de clase de la Gala activó la fibra aspiracional arquetípica con la que se identifica una parte de la clase media y media-baja urbana argentina, cuyas expectativas de superación económica y ascenso social se dirimen –como dijimos más arriba- en base a valores como el mérito y el esfuerzo. Valores que no sólo se alzan como horizontes de sentido sino también como argumento y legitimación de las jerarquías y las desigualdades existentes. Como señala Fabiana Martínez (2016) desde una perspectiva socio-semiótica, la *doxa* que refiere a un sujeto auto-performativo que forja su propio destino en base al sacrificio individual cuenta con diversos antecedentes en la historia de nuestros discursos sociales. El significante meritocrático exhorta a las personas a que sean protagonistas de su propia felicidad estableciendo una relación tópica y lineal entre sacrificio y retribución, entre esfuerzo y auto-realización. Para decirlo en un lenguaje coloquial: *el rico es rico porque trabaja, emprende y arriesga, mientras que el pobre es pobre porque es un vago o porque no se ha esforzado lo suficiente. Al final ambos obtienen lo que merecen.*⁶ Sin embargo, este ideologema omite las asimetrías de origen, es decir, las asimetrías en cuanto a la igualdad de oportunidades. Este ideologema borra de su lenguaje tanto la idea de derechos virtualmente conculcados como la desigualdad en cuanto a las condiciones materiales objetivas que permitan el desarrollo y la auto-superación personal de los ciudadanos.

Puntualmente para el discurso del PRO cabe añadir que el significante meritocrático se actualiza con una doble carga prometeica. Por un lado, la gestión promete tácitamente alcanzar las condiciones de posibilidad para hacer realidad la máxima que postula que quien trabaja será justamente retribuido. Y, en su reverso, esgrime una promesa punitiva que, dicho en un lenguaje coloquial, amenaza con defecionar a todas aquellas personas que se cuelgan de *la teta del Estado* y que, sin trabajar ni merecerlo, reciben un plan o un subsidio cuyo peso desproporcionado recae sobre las espaldas de una clase media asfixiada por impuestos que no vuelven en obras. Para esa función inter-textual del discurso meritocrático cosificado en el *sentido común* -que no es otra cosa que un emergente ideológico del pensamiento liberal conservador dominante-, si no se termina con la fiesta populista, *con los parásitos del Estado* y no se fortalece una cultura del trabajo y el esfuerzo; la *casta política enquistada* que se sirve de *la maquineta de imprimir billetes y fabricar pobres*, seguirá imponiendo su ley y sirviéndose de las madres de extracción humilde que, según sospechan, se embarazan para obtener una prestación universal por hijo, así como de los desocupados o los piqueteros que en lugar de buscar trabajo negocian su voto a cambio de un colchón, un par de zapatillas o un bolsón de alimentos.

Como señala Gabriel Vommaro (2017), que el PRO se muestre mediáticamente como una fuerza post-ideológica y post-política, como una fuerza que no es de derecha ni de izquierda, sino como una fuerza

compuesta por *out-siders*, por empresarios exitosos con la vida económica resuelta, oculta la incorporación de numerosos cuadros políticos tradicionales. Esta operación discursiva buscaría poner de relieve una configuración identitaria y moral guiada por una honesta vocación de servicio que contrastaría con la de una supuesta *trenza política* compactamente corrupta e ineficiente que desde hace más de setenta años mantiene secuestradas las instituciones públicas, a las ha convertido en un negocio, en una oportunidad de auto-realización personal y en una máquina de impedir el libre desarrollo de las energías del mercado. Según dicho relato, a diferencia de las mafias que se abroquelan en el Estado este grupo de altruistas recién llegados habrían venido a ofrecer sus servicios y volcar desinteresadamente en la órbita pública su comprobada experiencia en el ámbito privado, para volver así a ser *un país normal*.⁷

Para *Lanación.com.ar* (01/12/2018) la Gala del G20 en el teatro Colón tuvo la virtud de dotar al evento de una glamurosa distinción socio-cultural, que fue también estética y afectiva. Citando las palabras del presidente Macri durante la cena que tuvo lugar tras la Gala en el Colón: «Esta fue mi idea, como un regalo a todos ustedes por visitarnos».⁸ Sin duda acertó optando por un activismo de tono lúdico y elegante cuyo lenguaje sensorial y estilizado es el de la música y la danza. Dicha opción distinguida contrasta complementariamente con la mística carnavalesca, la movilización popular de aspecto desprolijo, de torsos desnudos con bombos y banderas que llegan desde la periferia al centro para confrontar, cortar las calles e incomodar a quienes se desplazan para ir a trabajar.⁹ Nuevamente, al igual que ocurre con la arquitectura jerarquizada del teatro Colón y la estratificación por consumos culturales de los medios digitales y las redes sociales, las imágenes de la Gala mostraron las bondades de un activismo bien avenido, elegante y festivo que revela cuál es la opción cultural y política de quienes ocupan la centralidad. Como indica Diego Vigna (2020) los cambios en las formas y hábitos de comunicación y lectura deben ser interpretados en ese proceso de incesante fragmentariedad, aceleración y urgencia en el flujo de información que se comparte. Por eso, al igual que los selectos invitados, el público que siguió el evento desde las redes que compartió con sus contactos las imágenes de la Gala optó implícitamente por una de las riberas de la grieta. En esa operación relevamos, además, que el diseño binario de los algoritmos no permite estar al mismo tiempo de ambos lados de la grieta, razón por la cual cabe preguntarse ¿de qué lado estás vos? ¿de la civilización o la barbarie? ¿del Mercado o del Estado? ¿del progreso o la decadencia? ¿de la verdad o el engaño? ¿del sinceramiento o de las recetas dogmáticas? ¿del diálogo o la crispación? ¿de la libertad o el autoritarismo? ¿de la república o el populismo? ¿del peronismo o el anti-peronismo? ¿del kirchnerismo o el anti-kirchnerismo?¹⁰

3. Los anfitriones

Según *Lanacion.com.ar* (01/12/2018) el día de la Gala pasadas las 18.30 el presidente Mauricio Macri y la primera dama Juliana Awada recibieron en la Sala Lírica, al pie de las escaleras de mármol di Carrara, a sus invitados más importantes: Donald Trump, Vladimir Putin (Rusia), Xi Jinping (China), Angela Merkel (Alemania), Emmanuel Macron (Francia), Christine Lagarde (FMI), Máxima Zorreguieta (Holanda), entre otros. Poco antes del comienzo del espectáculo sólo algunos de los invitados accedieron a un anillo VIP ubicado en la Plaza Vaticano, donde fueron convidados con un *cocktail*. Ningún medio de comunicación pudo llegar a esa zona del recinto y las imágenes que pudimos ver en medios digitales fueron tomadas desde una distancia cuyo ángulo no permitió conocer detalles, aunque sí saber quiénes integran el máximo núcleo de poder.

Según relato de *Clarín.com* (01/12/2018) tanto antes como durante y después de la Gala, la primera dama Juliana Awada compartió el minuto a minuto del G20 con sus 1,2 millones de seguidores en Instagram. Allí relató que “para el primer encuentro de acompañantes de las mayores potencias del mundo que llegaron a Buenos Aires elegí Villa Ocampo, una casa que perteneció a una mujer fascinante. Victoria Ocampo”.¹¹ Awada también publicó fotos con el Chef Francis Mallmann, que preparó un almuerzo supervisado por la

primera dama. Entre las fotos más destacadas están las de *Juliana* con la primera dama francesa, Brigitte Macron, encuentro que fue definido por *Infobae* (01/12/2018) como el «ARgentina vs FRancia, el primer duelo de estilos del G20». ¹²

Según declaró a *Perfil.com* (30/11/2018) el entonces titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos y jefe de la Unidad Técnica del evento, Hernán Lombardi: «Macri no pudo contener el llanto [...] cuando toda la platea comenzó a cantar “Argentina, Argentina”... fue un momento muy emocionante para todos (...) fue un espectáculo con el que mostramos la Argentina al mundo, nuestra marca país». ¹³ Incluso el propio Macri le explicó al diario *La Nación* (01/12/2018) las razones de su emoción: «yo venía golpeado porque veía lo shockeada que estaba Ángela (Merkel) al lado mío, Shinzo Abe del otro lado y veía la cara de todos [...] todos decían no puede ser que tengan todos estos diferentes tipos de bailes y de música». Tras la Gala los portales digitales y en especial las redes sociales se llenaron de comentarios orgullosos, augurios y felicitaciones, aunque, como era de esperar, no faltaron los memes y las burlas sobre las lágrimas de Macri; por cierto, uno de los comentarios más re-twitados de la semana decía: «Llorás así cuando te llega el resumen de la tarjeta de crédito».

4. El relato mediático

Si bien los medios digitales concentrados ofrecieron una composición combinada de accesos sensoriales al desarrollo del G20, el relato de la Gala buscó explotar las significaciones estratégicas fundamentalmente a través de imágenes que pasaron de ocupar una función locativa, explicativa y complementaria, a convertirse en un dispositivo de enunciación gráfica no textual con significación autónoma dentro de su cadena discursiva. Cabe aclarar que el periodismo *descentrado o trans-género*, el llamado periodismo de info-entretenimiento o periodismo de servicios (Amado y Bongiovanni, 2016) que ensayan los principales medios digitales comerciales, estaría centralmente enfocado en captar la mayor cantidad de tiempo posible la atención dispersa, discontinua, impaciente y/o flotante de sus públicos a través de recursos narrativos, visuales y estilísticos orientados a lograr un bombardeo eficaz de estímulos eminentemente sensoriales, en una estrategia convergente con sus propios intereses comerciales y publicitarios que, vale decir, son también políticos y culturales. En este ejercicio o práctica periodística lo importante sería, en primer término, establecer una agenda conveniente y acotada de temas para dominar de qué conversa la gente. En segundo lugar, habilitar las voces y opiniones de especialistas a los fines de visibilizar a aquellos líderes o referentes afines con su universo ideológico. Y en tercer término, como indica Eli Pariser (2011) busca que esas voces u opiniones logren instalar representaciones informativas y/o noticiables que proyecten una estructura de creencias y emociones que reafirmen las expectativas y la identificación con su comunidad objetivo.

En el ciber-periodismo o periodismo digital la comunicación visual multimedia, es decir, la enunciación informativa de hechos noticiables a través de imágenes; se ha vuelto estratégica. No sencillamente porque ha superado el rol complementario que desempeñaba antiguamente en los medios gráficos convencionales, sino por su capacidad para establecer connotaciones y construir significantes autónomos del registro textual. De este modo, la composición de hechos noticiables ya no queda subsumida a las abstracciones y sentidos del texto, sean títulos, epígrafes, bajadas, resúmenes o desarrollo *in extenso* de los artículos. Al contrario, la tendencia evolutiva de esta forma de comunicación se orienta a maximizar los accesos sensoriales en virtud de establecer representaciones visuales cada vez más esquemáticas que abonen macro estructuras interpretativas simplificadas, con frecuencia binarias y orientadas a la acumulación dicotómica me gusta-no me gusta, la polarización *nosotros vs. otros* y/o la identificación *amigo-enemigo*. Se lograría así la construcción y fortalecimiento de universos paralelos que organizan sus registros y significaciones en base a contrastes antagónicos en una suerte de cámara de ecos donde sólo se escucha la propia voz.

Quizás por eso la cobertura de los medios digitales no replicó la complejidad de los contenidos específicos que se desarrollaron en las comisiones de trabajo del G20, cuya trascendencia fue verdaderamente escueta si la comparamos con la inmensa métrica de imágenes que se brindaron de la puesta en escena del evento, la llegada de los aviones privados, los autos blindados y las camionetas con vidrios oscurecidos atravesando sin interrupciones las calles céntricas, los hoteles espejados, las extravagantes exigencias alimentarias y de confort de las comitivas, los protocolos de seguridad y el amplio cerco perimetral en Puerto Madero y sus alrededores. Asimismo, la comunicación del acontecimiento fue eminentemente visual porque todo contacto con el afuera estuvo celosamente restringido, fue remoto y no consignó instancias de participación presencial o de cercanía con los ciudadanos comunes. En este sentido, la difusión mediática del G20 pareció haber sido configurada a la medida de la obsolescencia tecnológica y la diminuta corporeidad que han adoptado los teléfonos celulares inteligentes, que se han convertido en la principal tecnología de acceso y distribución de contenidos de los medios digitales.¹⁴

Para el periodismo comercial y de servicios, un deseo, una sensación o *una imagen vale más que mil palabras*, porque *ojos que no ven corazón que no siente*. Para un público no especializado una imagen fotográfica o un video expresa la reproducción de lo real, que es interpretado como una emulación de neutralidad. Como señala Mariana Costa (2020) si bien los enunciados periodísticos siguen vinculando texto e imagen a través de títulos, subtítulos, copetes y/o epígrafes, podemos advertir que la relación entre ambos elementos ha venido alterando su jerarquía y ya no están plenamente articulados entre sí, tampoco guardan una correspondencia empírica óptima, sino que en el mejor de los casos establecen cooperativa y solidariamente un marco interpretativo compartido. Por ello, si bien las imágenes de la Gala que replicaron los medios digitales estuvieron invariablemente acompañadas por textos, para las nuevas experiencias de lectura y visionado ya no era ni necesario ni indispensable ajustar imagen con razón semántica, mucho menos cotejar su coherencia con la realidad material e histórica. Tal vez el rol más importante de las imágenes fue ofrecer la segregación simbólica de los elementos que compusieron la escenificación, el teatro, la ubicación jerarquizada de los invitados y los anfitriones, las luces, los trajes, los vestidos, los cuerpos integrados a la liturgia tradicionalista, exclusiva, festiva y lujosa del G20. Lo importante era mostrar lo que quiere ver *la gente*, los amantes de un *cholulaje* perfectamente informado y entrenado en reconocer quien ocupa el centro y quien la periferia. Y pesto que en el universo de la imagen lo que no se ve no está, no existe, no parece necesario agregar operaciones textuales complejas para a una conclusión tan simple como esa.

Por último, cabe aclarar que el marketing político como sub-género de la comunicación política ha tomado nota de la eficacia de las herramientas publicitarias en el arte de la percepción y la identificación, y ha incorporado muchas de sus técnicas en las llamadas *campañas permanentes*, donde se ha naturalizado que un partido y un candidato se mida en términos de marca reconocible e imagen positiva o negativa. Asimismo, cabe aclarar que no estamos diciendo que la imagen pueda ser interpretada aisladamente del relato textual o que sea capaz de desprender su significado de otras circunstancias contextuales específicas. Lo que queremos destacar, por un lado, es su preeminencia y su productividad significativa. Y por otro, la penetración semántica no verbal y sus impactos en la afectividad, la credibilidad y la verosimilitud.

5. El espectáculo

Argentum estuvo dividido en cuatro actos, cada uno dedicado a una región argentina: Patagonia, centro, noroeste y noreste. El espectáculo duró cuarenta minutos, la coreografía original fue diseñada por Ricky Pashkus y la obra musical fue compuesta por Gustavo Mozzi, Nicolás Sorín y Nicolás Guershberg. Entre las figuras más reconocidas estaba el bailarín Julio Bocca y la bailarina Mora Godoy. La apertura consignó un grupo de mujeres vestidas completamente de negro. Con sus rostros tapados por una enorme cabeza de caballo. Bailaron Malambo, una danza histórica, individual y masculina. La trama del espectáculo mostró

básicamente las bellezas y potencialidades naturales argentinas, el campo, las vacas, los caballos, las ovejas, la producción agropecuaria extensiva, los monocultivos, la energía eólica, los paneles solares y los pozos petroleros de Vaca Muerta; la cordillera de los Andes, la producción mineral y vitivinícola; los lagos, los glaciares y el turismo; el océano, la explotación marina; la diversidad climática. Más escuetamente mostró la ciudad de Buenos Aires, la avenida 9 de Julio, el obelisco, Puerto Madero, Caminito, la cancha de Boca, así como algunas sonoridades musicales urbanas como el rock, el tango y el hip-hop.

La acción dramática del espectáculo representó, por un lado, un modelo de sociedad y un programa político. Y por otro, mostró las excepcionales características de un territorio atravesado por un modelo de explotación extractivista de la naturaleza que caracterizó las aspiraciones económicas y de vida de los anfitriones. Como dijo Lombardi, entonces titular del Sistema Federal de Medios y Contenidos Públicos y jefe de la Unidad Técnica del evento, el show mostró la *marca país* y su inserción en el mundo, que - a juzgar por las imágenes difundidas- la Argentina estaría destinada a ocupar un lugar como productor de materias primas. Quizás por ello durante el espectáculo no se vieron fábricas, operarios o trabajadores industriales. *Argentum* mostró un impresionante despliegue de bailarines y músicos acompañados por imágenes proyectadas en pantallas digitales y *mapping*. Sin dudas, fue un show de primer nivel, una composición técnicamente moderna, escénicamente dinámica y emocionante. No sólo por su sentido ritual y simbólico, sino especialmente por haber logrado trazar un horizonte de continuidad futura con las referencias míticas del relato liberal conservador, cuya cíclica re significación garantizan el retorno a los tópicos de un tiempo perdido que vive eternamente en el arquetipo nostálgico, sacramental y aspiracional de la Argentina potencia.

COMENTARIO FINAL

Respondiendo al interrogante inicial de este trabajo, es decir, ¿qué elementos marcaron la súbita recuperación del gobierno de Macri en términos de imagen y percepción del público en medios digitales y redes sociales tras un año de caída en las encuestas? Podemos decir resumidamente que, tanto la estrategia general de marketing político del gobierno como las tácticas comunicacionales y mediáticas específicamente instrumentadas durante el G20, lograron dominar la agenda de debate, revalidar las voces y opiniones de sus referentes e instalar un marco interpretativo del evento que repuso selectivamente y actualizó los significantes fundacionales del relato histórico liberal conservador.

En este sentido, puntualmente la exclusiva Gala que se desarrolló en el teatro Colón el viernes 30 de noviembre de 2018 permitió, por un lado, el despliegue concurrente y la penetración exitosa de los dispositivos de reproducción y réplica mediática de un acontecimiento excepcional en cuanto a condensación simbólica. Y por otro, activó las emociones, creencias e imaginarios de un público que proyectó la herencia del discurso liberal conservador hacia un horizonte de continuidad futura encarnada por el macrismo. Cada uno de los elementos que constituyeron la escenificación, el escenario, los invitados, los anfitriones, los relatores mediáticos y hasta el espectáculo propiamente dicho, actuaron sinérgicamente sobre los contornos de una configuración identitaria que actualizó y confirmó las expectativas y aspiraciones de su público objetivo bajo un mismo esquema interpretativo.

Finalmente, la imagen *trending topic* de Macri llorando de emoción en el teatro Colón rodeado por los líderes más poderosos del G20 junto al reducido grupo de argentinos distinguidos que fueron invitados a la Gala, restauró por una noche el sueño de la Argentina blanca y cosmopolita que *bajó de los barcos* y que logró obtener fruto del trabajo y el sacrificio su merecida recompensa. Desde una perspectiva socio-semiótica, fue el ideograma meritocrático el que, por un lado, suturó la distancia objetiva que existe entre los emergentes aspiracionales de un imaginario dominante y una realidad social marcadamente asimétrica en cuanto a igualdad de oportunidades para el desarrollo y superación de sus ciudadanos. Y por otro, en el plano sensorial y afectivo, permitió desplegar la emoción de aquellos que sintieron, al menos por una noche, que si

se puede, que el mundo nos mira, nos quiere y nos devuelve al lugar al que siempre pertenecemos y del que nunca debimos habernos ido.

REFERENCIAS

- Ansaldi, W. (2000). La trunca transición del régimen oligárquico al régimen democrático. En r. Falcón (Dir.), *Democracia, conflicto social y renovación de ideas* (pp. 15-57). Colección Nueva Historia Argentina. Tomo VI. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Amado, A. y Bongiovanni, M. (2016). *La prensa de la prensa: periodismo y relaciones públicas en la información*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Konrad Adenauer Stiftung.
- Becerra, M. (2017). Macri y lo que sigue. En G. Mastrini y M. Becerra, *Medios en guerra. Balance, crítica y desguace de las políticas de comunicación 2003-2016* (pp. 135-151). Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid, España: Taurus.
- Cadús, E. (2020). *Danza y peronismo. Disputas entre cultura de elite y culturas populares*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Biblos.
- Corbalán, D. (26 de diciembre de 2018). 2018 en las redes: el año del Mundial, del dólar y el “romance” de Macri con el FMI. Recuperado de <https://pipol.news/2018-en-las-redes/>
- Costa, M. (2020). *La infografía en medios periodísticos. Del papel al dispositivo digital* (Tesis de Doctorado). Córdoba, Argentina: Universidad Nacional de Córdoba.
- De La Garza, E. (2001). La epistemología crítica y el concepto de configuración. *Revista Mexicana de Sociología*, (1), 109-127.
- Fosk, A. (18 de febrero de 2021). Perspectivas del escenario digital latinoamericano [Presentación]. *Comscore*. Recuperado de <https://comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2021/Perspectivas-del-Escenario-Digital-Latinoamericano>
- Lobato, M. (2000). Estado, gobierno y política en el régimen conservador. En M. Lobato, *El progreso, la modernización y sus límites (1880-1916)* (pp. 179-208). Colección Nueva Historia Argentina. Tomo V. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.
- Gerchunoff, P. y Llach, L. (2000). *El ciclo de la ilusión y el desencanto. Un siglo de políticas económicas argentinas*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Planeta.
- Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Martínez, F. (2016). Nuevos sujetos neoliberales. Configuraciones sobre el mérito en los discursos del PRO. *Oficios Terrestres*, (35), e001. Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/3618>
- McChesney, R. y Nichols, J. (2002). *Our media, not theirs: the democratic struggle against corporate media*. New York, United States: Seven Stories.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York, United States: Penguin Books.
- Rojas, L. (27 de mayo de 2021). Rankings de Medios en Argentina: ¿dónde queda el engagement? Recuperado de <https://comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2021/Rankings-de-Medios-en-Argentina>
- Sangalli, A. y Lewis, K. (noviembre de 2020). Global State of Mobile [Presentación]. *Comscore*. Recuperado de <https://www.comscore.com/lat/Prensa-y-Eventos/Presentaciones-y-libros-blancos/2020/Global-State-of-Mobile>
- Schuttenberg, M. y Fontana, J. (2010). La apelación a la historia como instrumento de construcción de una identidad “liberal conservadora”. El diario *La Nación*, en la crisis de 2001-2002 y en la confrontación con el Gobierno desde el “conflicto con el campo” al bicentenario. *Cuadernos de H Ideas*, 4(4). Recuperado de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/cps/article/view/1398>
- Vigna, D. (2020). La forma revista en su versión digital. Propuesta metodológica para el análisis de publicaciones culturales y literarias desde el contexto argentino. *Cuadernos del CILHA*, 20(32), 48-77.

Vommaro, G. (2017). *La larga marcha de Cambiemos*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.

Zygmunt, B. y May, T. (2007). *Pensando sociológicamente*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

NOTAS

- 1 Por un lado, nos servimos aquí de la idea de *configuración identitaria* propuesta por De la Garza (2001), quien concibe la identidad político-ideológica y cultural de un colectivo como resultado de un proceso de configuración dinámica, móvil, cambiante e inacabado, cuya síntesis coyuntural siempre consigna líneas de continuidad y ruptura, pues repone y actualiza selectivamente elementos de su propia tradición y las integra con novedades no necesariamente homogéneas que son funcionales a su cadena de significantes. Por otro lado, nos servimos de la idea de *sentido común* esbozada por Zygmunt Bauman y Tim May (2007) en *Pensando Sociológicamente*, en tanto se trata de un conocimiento basto, desorganizado, asistemático, inarticulado e inefable del mundo social del que nos valemos para el vivir diario.
- 2 Esta sería una característica del rubro a escala planetaria con expresión a escala local. Según indica Becerra (2017) para el sistema de medios argentino la intersección entre capital financiero y capital mediático es cada vez más significativa, donde los contenidos info-comunicacionales y de entretenimiento fluyen mancomunadamente y desde un mismo origen geográfico hacia distintos puntos de recepción, proyectando los intereses concentrados y maximizando la escasa pluralidad de voces, las asimetrías económicas, sociales y culturales de nuestro territorio.
- 3 La invisibilización de los pueblos originarios y los afrodescendientes ha sido motivo de reiteradas polémicas, por caso, recientemente el presidente Alberto Fernández con motivo de su visita a España incurrió nuevamente en esta caracterización cuando dijo: “los mexicanos salieron de los indios, los brasileños salieron de la selva, pero nosotros, los argentinos, llegamos en los barcos de Europa”. Ver <https://lanacion.com.ar/politica/llegamos-en-los-barcos-alberto-fernandez-volvio-a-justificar-su-polemica-frase-y-ahora-cito-a-litto-nid10062021/> consultado el 21/08/2021
- 4 Ver https://tn.com.ar/economia/luis-caputo-el-messi-de-las-finanzas-que-negocio-con-los-buitres-y-no-logro-gambetear-la-suba-del_900234/ consultado el 09/08/2021 Ver <https://telam.com.ar/notas/201512/128834-nuevo-gabinete-gobierno-nacional-presentacion-mauricio-macri.php%20consultado%20el%2009/08/2021> consultado el 09/08/2021
- 5 Para el discurso oficial, incluso a pesar de los setenta años de decadencia populista la ciudad más blanca y europea de Latinoamérica sigue brillando pletórica. Ver: <https://perfil.com/noticias/opinion/diego-serebrennik-populismo-siempre-lleva-a-destruccion-o-decadencia.phtmlhttps://lanacion.com.ar/politica/mauricio-macri-en-mendoza-hay-que-dejar-definitivamente-atras-el-populismo-para-tener-20-anos-de-nid17062021/> consultado el 09/08/2021
- 6 Ver <https://lanacion.com.ar/opinion/meritocracia-es-creible-la-cultura-del-esfuerzo-nid1900486/> consultado el 09/08/2021
- 7 Ver <https://lanacion.com.ar/opinion/un-pais-normal-la-aspiracion-mas-exigente-nid1946148/> consultado el 09/08/2021
- 8 Ver <https://lanacion.com.ar/politica/el-g-20-minuto-minuto-tensiones-lideres-comienza-nid2197858/> consultado el 09/08/2021
- 9 Ver <https://lanacion.com.ar/opinion/un-relatopara-pro-como-construir-una-mistica-para-gobernar-nid1849217/> consultado el 09/08/2021
- 10 Ver https://clarin.com/politica/mauricio-macri-queremos-pais-venezuela-piensa-nicolas-maduro-matan_0_BJkGkl_Pb.html consultado el 09/08/2021
- 11 Ver https://clarin.com/cultura/presidencia-responde-juliana-awada-eligio-llevar-invitados-g20-museo-privado_0_6vpB4Nzh.html consultado el 09/08/2021
- 12 Ver <https://Infobae.com/tendencias/2018/11/29/juliana-awada-y-brigitte-macron-impecables-en-el-primer-duelo-d-e-estilo-del-g20/> consultado el 09/08/2021
- 13 Ver <https://perfil.com/noticias/actualidad/mauricio-macri-lloro-gala-teatro-colon-g20.phtml> consultado el 09/08/2021
- 14 Según el estudio “Perspectivas del escenario digital latinoamericano” realizado en 2020 por Comscore, una compañía que mide y monitorea audiencias digitales, en Argentina el 86% del tiempo de consumo digital se produce a través de teléfonos celulares, mientras que en países como India e Indonesia alcanza el 94% y el 93% respectivamente. Según Alejandro Fosk (2021), Vicepresidente Senior de Comscore para América Latina, la comparación entre septiembre de 2019 y septiembre 2020, arroja que en América Latina las categorías digitales que más crecieron fueron la mensajería instantánea (127%), educación (64%) y las noticias de negocios y finanzas (56%). Por otra parte, el estudio arroja que en septiembre 2020 Argentina lideró el consumo en la región con un promedio de 137 horas por visitante, mientras que México y Brasil consumieron 89 y 108 horas respectivamente.