

Apéndice metodológico

En los primeros meses en los que el virus SARS-CoV-2 comenzó a esparcirse muchos académicos decidieron orientar su trabajo de investigación para arrojar luz sobre ese fenómeno. Desde la biología y la química los esfuerzos se dirigieron a conocer las propiedades del virus, su genoma y la elaboración de vacunas. Desde la epidemiología la meta fue estudiar las características de transmisión del virus. Desde las ingenierías se buscó adaptar ciudades, edificios y espacios en general para poder convivir durante los meses de mayor transmisión del virus. La comunidad académica a la que pertenecemos las autoras de este libro, es decir, el campo de la comunicación, también puso manos a la obra. Así fue como nació este libro: con la intención de poner nuestra experiencia como investigadoras al servicio de una comprensión mayor de la pandemia desde una perspectiva comunicativa.

Como se narra en la Introducción, en abril de 2020 conformamos un grupo de trabajo para crear un proyecto colaborativo de investigación. En sus inicios el grupo se conformó por siete investigadoras; al final, el proyecto lo concluimos cuatro. La mayor parte de nuestro trabajo lo hicimos de forma remota, así que echamos mano de tecnologías como Zoom, WhatsApp, GoogleDocs, correos electrónicos y llamadas telefónicas. En las reuniones de trabajo decidimos concentrarnos en entender el uso que se le dio a la comunicación para gestionar una crisis sanitaria global en la segunda década del siglo XXI. Después de varios encuentros y discusiones acordamos trabajar en torno a una gran pregunta orientadora: ¿cómo es que un Gobierno Federal, en un país de casi 130 millones de personas, en el sur global, utilizó la comunicación pública para hacerle frente a la pandemia?

Para responder a la pregunta anterior buscamos una estrategia metodológica que pudiera estar a nuestro alcance. Ante la llegada del covid-19 a México el Gobierno Federal decidió acatar las recomendaciones que la Organización Mundial de la Salud (OMS) sugiere para el manejo de la comunicación pública durante una pandemia. Una de las recomendaciones es la celebración de una conferencia de prensa diaria para informar a los periodistas, y a la población en general, sobre la situación relativa al control en la reproducción del virus. En México la medida fue adoptada, y desde marzo de 2020, todos los días, de lunes a domingo, médicos y funcionarios públicos participaron en estas conferencias. Así, la primera decisión metodológica que tomamos fue definir el referente empírico de nuestra investigación. Por ello, y como argumentamos a lo largo del libro, consideramos que las conferencias de prensa que el Gobierno Federal produjo para informar sobre la pandemia constituían un objeto de estudio que nos permitiría encontrar respuestas a nuestra pregunta de investigación.

En este apéndice, nuestro objetivo es proporcionar una exposición meticulosa del desarrollo metodológico que hemos seguido en nuestra investigación. Las lectoras hallarán en esta sección una exploración exhaustiva de la metodología empleada, que abarca desde la selección de la muestra empírica hasta las técnicas utilizadas tanto para la recolección como para el análisis de los datos generados a lo largo de nuestro estudio. Este apéndice no solo aclara el camino recorrido, sino que también subraya la rigurosidad y la lógica subyacente en nuestro enfoque investigativo, garantizando así una comprensión integral del proceso que nos ha llevado a los hallazgos presentados.

EL MODELO DE SISTEMAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA TEORÍA FUNDAMENTADA

El diseño de esta investigación se fundamenta en el modelo de sistemas de comunicación política (Larrosa-Fuentes, 2017, 2022a), el cual fue detallado en la Introducción de este libro. Este modelo ofrece la posibilidad de hacer investigación desde una mirada interpretativa y funciona como una caja de herramientas de teoría y metodología para estudiar, en clave sistémica, la comunicación pública y política. Desde esta perspectiva, la comunicación se define como una práctica humana en la que dos o más

individuos intercambian información con el objetivo, explícito o implícito, de estructurar procesos de producción, reproducción y control de los mundos públicos y políticos. Si estas prácticas se repiten en el tiempo pueden llegar a crear normas y valores, lo que da pie al surgimiento de sistemas de comunicación política.

El modelo propone investigar, bidimensionalmente, tres formas en las que se usa la comunicación. Aunque existen muchos usos que se le puede dar a la comunicación, el modelo señala, como punto de partida, una función epistémica (i.e., la comunicación como una práctica que sirve para la producción de conocimiento), una distributiva (i.e., la comunicación como una práctica que sirve para distribuir el conocimiento político entre una comunidad) y una organizativa (i.e., la comunicación como una práctica que sirve para poner en marcha la acción colectiva). Estas tres funciones, más otras que las investigadoras encuentren, siempre tienen dos dimensiones: una pragmática y una simbólica. En la primera, la práctica comunicativa muestra un objetivo evidente y declarado en torno al intercambio de información y formas simbólicas. En la segunda, la práctica comunicativa, más allá del intercambio pragmático de información y formas simbólicas, en sí misma significa algo y, por tanto, también comunica.

Este modelo es una propuesta teórico-metodológica que invita a explorar, desde nuevas perspectivas, la comunicación pública y política. El modelo no busca predecir las prácticas o los efectos de la comunicación; más bien propone un esquema conceptual y analítico que sirve como brújula para analizar e interpretar las complejidades de la comunicación contemporánea. Al enfocarse en los principios fundamentales de la comunicación política y sugerir direcciones de investigación desde una perspectiva sociocultural, el modelo se erige como un punto de partida dinámico para indagar en las prácticas y sistemas comunicativos.

Por lo anterior, la teoría fundamentada es una apuesta metodológica que trabaja bien con el modelo de marras (Glaser & Strauss, 2009). La elección de la teoría fundamentada como complemento metodológico del modelo responde a una visión compartida de investigación abierta y flexible, enfocada en el descubrimiento y la generación de nuevas teorías a partir de datos empíricos. Este enfoque permite trascender las limitaciones de los marcos teóricos preconcebidos, abriendo el campo a una

exploración más profunda y rica de la comunicación política como una práctica humana compleja y multifacética.

El diseño de investigación, en el que se engarza el modelo con la teoría fundamentada, fue útil para la observación directa de conferencias de prensa y otras formas de comunicación gubernamental. Así, durante todo nuestro trabajo de investigación lo que buscamos fue observar, con las herramientas que ofrece la teoría fundamentada, cuál es el sistema de comunicación pública que construyó el Gobierno Federal para enfrentar la pandemia, cómo se desarrollaron las funciones epistémicas, distributivas y organizativas de la estrategia de comunicación, y cómo se utilizó la comunicación pública desde sus dimensiones pragmática y simbólica durante la crisis sanitaria.

LA ETNOGRAFÍA EN VIVO COMO MÉTODO DE OBSERVACIÓN

Las observaciones de las conferencias de prensa se realizaron mediante el método de etnografía en vivo, con el enfoque del modelo ya comentado y bajo el paraguas de la teoría fundamentada. Esta técnica de investigación tiene por objetivo captar el desarrollo de sistemas de comunicación público-políticos contemporáneos, los cuales son en extremo complejos, sofisticados; cambian y se reconfiguran constantemente. Al hacer el diseño de esta investigación nos concentramos en desplegar una propuesta que no solo pudiera examinar las conferencias de prensa durante la contingencia sanitaria, sino que tuviera la fortaleza y la flexibilidad para hacer una observación de los sistemas de comunicación que se desarrollaron durante este periodo y que fueron herramientas muy poderosas para organizar las acciones colectivas de millones de personas. Por lo tanto, la aplicación de la etnografía en vivo para examinar las conferencias de prensa fue una herramienta útil para describir densamente el proceso macrosocial de gestionar una crisis de salud pública.

La etnografía en vivo es una técnica que nació dentro de la corriente de estudios que buscan investigar las prácticas sociales en el momento en el que éstas ocurren (*live research*). Este método se enfoca en “dar cuenta de la dinámica, siempre cambiante, de los flujos de la comunicación en línea” (Elmer, 2013, p.20). Tradicionalmente, la investigación en comunicación se ha enfocado en estudiar las “huellas” que dejan las prácticas

comunicativas, las cuales tienden a estar fijadas en textos multimedia. Por ejemplo, se recopilan piezas informativas y datos que las personas van dejando en las plataformas digitales, que son huellas de prácticas periodísticas y de conversaciones públicas. Esta información es convertida en datos de la práctica comunicativa para ser analizados a posteriori. La propuesta de la etnografía en vivo, por el contrario, se concibe como una metodología de investigación profundamente inmersiva y de respuesta inmediata (Elmer, 2013, p.21).

Este análisis busca descifrar los intrincados flujos de información que caracterizan a los sistemas de comunicación contemporáneos, definidos tanto por su constante evolución como por la manera en que transforman la percepción social del tiempo y el espacio (Tikka et al., 2023). Dentro de los sistemas de comunicación híbridos, la naturaleza efímera de la información, especialmente evidente en plataformas sociodigitales que priorizan la inmediatez, plantea desafíos únicos; un ejemplo palpable es la estructura de plataformas como X (antes Twitter), donde un mensaje puede desvanecerse en el olvido si no logra capturar atención inmediata. Este fenómeno subraya la fluidez con la que la información circula y se desvanece en estos entornos digitales. Además, la constante transformación de códigos, interfaces y APIs, esenciales para la interacción en plataformas como X y Facebook, complica aún más el análisis de estos flujos comunicativos. En consecuencia, esas características demandan metodologías que puedan adaptarse a la velocidad, la transitoriedad y la constante transformación digital.

Como su nombre lo indica, “la etnografía en vivo implica la observación y registro, cercanos y en tiempo real, de una amplia gama de material periodístico, de radiodifusión y en línea, incluida la opinión ciudadana expresada y coordinada a través de redes sociodigitales” (Chadwick, 2017, p.71). De tal suerte, este método es idóneo para seguir, en tiempo real, procesos de comunicación pública-política que se desarrollan a través de múltiples prácticas comunicativas en espacios copresenciales, pero también mediadas por medios de comunicación y plataformas digitales conectadas a internet, como es el caso de estudio que contiene este libro. La etnografía en vivo fue útil para que el equipo de investigación siguiera, en tiempo real, las conferencias de prensa del Gobierno Federal que fueron transmitidas a través de Facebook Live, YouTube, Periscope,

entre otras. Además, este método permitió observar la actividad de usuarios y actores relevantes en plataformas digitales a partir de los textos, imágenes y videos que se publicaron en estos espacios.

La instrumentación de la etnografía en vivo fue llevada a cabo por un equipo compuesto por siete investigadoras, las cuales se distribuyeron entre diversas conferencias de prensa para su observación detallada. Para garantizar un análisis uniforme y riguroso se desarrolló un protocolo de observación basado en los fundamentos del modelo de sistemas de comunicación política. Este protocolo se diseñó con el objetivo de capturar meticulosamente los elementos clave de cada conferencia, enfocándose en dos ejes principales. El primer eje exploró la situación comunicativa, en el que se examinaron aspectos como el entorno físico de las conferencias, sus propósitos explícitos e implícitos, las dinámicas y prácticas de los participantes, así como las normas, los valores y los símbolos involucrados en el proceso comunicativo.

El segundo eje se concentró en los actores involucrados, documentando con detalle los perfiles de los participantes, sus interacciones y el contenido comunicacional generado tanto por autoridades como por periodistas. Además, se consideró el uso de tecnologías durante las conferencias, así como los ecos posteriores en medios digitales y tradicionales, incluyendo reacciones en plataformas digitales y cobertura periodística derivada de los eventos observados. A través de estos registros las investigadoras analizaron e interpretaron el sistema de comunicación emergente, vinculando sus observaciones con teorías relevantes y proponiendo líneas adicionales de investigación que profundizaran en la comprensión de las dinámicas comunicativas identificadas.

Al seguir el protocolo de observación y con un calendario específico para la recolección de datos (el cual se detalla en la siguiente sección) cada investigadora asumió la responsabilidad de observar en vivo diversas conferencias de prensa. Esta tarea implicaba un enfoque multifacético y el manejo simultáneo de varias plataformas digitales. Durante las conferencias las investigadoras mantenían abiertas varias ventanas en sus computadoras: una para el canal de transmisión en vivo, como podría ser el canal de YouTube del Gobierno Federal; otras para sus cuentas personales en plataformas como Twitter y Facebook, y una adicional para el diario de campo. A medida que avanzaba la conferencia se iban registrando

FIGURA 10. PROTOCOLO PARA REALIZAR LA ETNOGRAFÍA EN VIVO

Día y hora:

Investigadora:

Situación comunicativa: a) conferencia matutina, b) conferencia vespertina.

Plataforma de visionado: YouTube, Twitter, Facebook, otra.

Canal de visionado: (por ejemplo, en Facebook puede ser Gobierno de México, Reporte Índigo, etc.).

SITUACIÓN COMUNICATIVA

- Describa el espacio físico donde se desarrolla la situación comunicativa.
- Describa los fines y objetivos de la situación comunicativa.
- Describa las acciones a través de las cuales se desarrolla el evento.
- Describa las normas de autoridades y periodistas durante la situación comunicativa.
- Describa los valores de autoridades y periodistas durante la situación comunicativa.

ACTORES IN SITU

- Describa al individuo o grupo de individuos que participan en la situación comunicativa.
- Describa el actuar de estos actores.
- Describa el trabajo de autoridades y periodistas durante la situación comunicativa.

TECNOLOGÍA

- Describa las tecnologías que se utilizan para crear la situación comunicativa.
- Describa cómo se usan estas tecnologías en la situación comunicativa.

DESCRIBA EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN

- Describa cómo es que la conferencia se enlaza con otros tiempos, espacios y actores, creando sistemas de comunicación.
- Describa cómo se enlazan las distintas prácticas comunicativas.

REACCIONES O ECOS DE LA CONFERENCIA

- ¿Qué comentarios hubo en redes?
- ¿Surgió alguna “noticia” a partir de la conferencia?
- ¿Se publicaron piezas periodísticas a partir de la conferencia?

TEORIZACIONES E INTERPRETACIONES

- ¿Qué análisis e interpretaciones surgen a partir de lo observado?
- ¿Qué teorías podríamos usar para avanzar en este trabajo?

COSAS POR HACER

- ¿Qué se debe modificar en el protocolo?
- ¿Hacia dónde deberíamos dirigir la investigación?

observaciones detalladas y análisis críticos en el diario de campo, siguiendo los lineamientos establecidos por el protocolo de observación.

Paralelamente, se monitoreaban los comentarios en el chat de YouTube, así como el flujo de información y las reacciones en el timeline de Twitter, incluyendo las tendencias (*trending topics*) y publicaciones relevantes etiquetadas con temas de la conferencia. De manera similar, se revisaba la actividad en el muro de Facebook para obtener una comprensión de la recepción y el impacto de la conferencia entre el público. Se realizaron capturas de pantalla de contenidos significativos, incluidas las retransmisiones en vivo, artículos periodísticos relacionados, y publicaciones de usuarios y medios de comunicación. Estas imágenes sirvieron como evidencia empírica para complementar los registros escritos, facilitando un análisis más profundo de las dinámicas comunicativas observadas.

EL UNIVERSO Y LA MUESTRA DE OBSERVACIÓN

El universo de análisis para este estudio comprende un total de 451 conferencias de prensa organizadas por la Secretaría de Salud en el contexto de la pandemia de covid-19 en México. Además, se incluyen las conferencias matutinas del presidente López Obrador, específicamente los martes, en las cuales se difundió información relevante sobre covid-19 dentro de un segmento conocido como “El Pulso de la Salud”. Este enfoque nos permitió abordar la comunicación oficial en torno a la gestión de la pandemia y entender cómo se entrelaza con las estrategias comunicativas del ejecutivo, ofreciendo una visión más amplia de la narrativa gubernamental durante este periodo crítico.

La muestra, por su parte, la construimos a partir de la técnica de muestreo por semanas compuestas. Según Lozano (1994, p.148), para aplicar esta técnica

se escoge la semana que servirá de arranque, y de ella se escoge el día con el que se desea empezar (normalmente el lunes). Así, de la primera semana tenemos un día (el lunes) definido para nuestra muestra. Avanzamos a la segunda semana y tomamos el siguiente día en el orden (el martes). Continuamos a la tercera semana y tomamos el siguiente día (el miércoles), y así hasta llegar a la séptima semana, en la que in-

cluimos el domingo. De tal forma, tenemos una semana compuesta, es decir, siete semanas con un día de cada una de ellas en nuestra muestra.

Para la revisión de las conferencias de prensa vespertinas adoptamos un enfoque metodológico que implicó la selección de dos días no consecutivos por semana, formando así una semana compuesta para cada mes del calendario. Este método se diseñó ante la incertidumbre inicial sobre la duración de la pandemia y el periodo durante el cual el Gobierno Federal mantendría el ritmo de conferencias de prensa diarias. En los estudios cualitativos “el tamaño de la muestra no se conoce al inicio, sino solo cuando la indagación ha culminado. El diseño de muestreo orienta la forma en la que empieza [a elegir los casos], pero su incorporación se hace en forma iterativa, de acuerdo con la información que va surgiendo en el trabajo de campo” (Martínez-Salgado, 2012, p.617). Esta estrategia permitió adaptar nuestra investigación a la evolución de la situación, asegurando que la muestra reflejara adecuadamente la realidad cambiante y proporcionara elementos significativos sobre la comunicación gubernamental en este contexto sin precedentes.

Iniciamos nuestro proceso de observación en mayo, expandiendo gradualmente el estudio a lo largo de los meses de junio, julio, agosto y septiembre de 2020, hasta alcanzar lo que en la investigación cualitativa se denomina “punto de saturación”, un concepto que da cuenta del momento en el que la evidencia empírica alcanza una diversidad de perspectivas y la incorporación de nuevas observaciones no revela información adicional (Martínez-Salgado, 2012, p.617). Así, a medida que avanzaba el estudio, una revisión exhaustiva de los registros acumulados en nuestro diario de campo corroboró que las conferencias de prensa no generaban nuevos elementos ni datos relevantes que justificaran una prolongación del periodo de observación. Tras 22 semanas y 41 entradas en el diario de campo concluimos que habíamos llegado a ese umbral de saturación. Observamos que, si bien la información comunicada en las conferencias experimentó algunas variaciones a lo largo del tiempo, los discursos y las prácticas subyacentes —el foco principal de nuestro interés investigativo— permanecieron invariables. Este exhaustivo trabajo de observación culminó a finales de septiembre. Sin embargo, en diciembre, tras la aprobación de vacunas contra el covid-19 en México, el enfoque de las conferencias

FIGURA 11. DÍAS OBSERVADOS A PARTIR DE LA TÉCNICA DE SEMANAS COMPUESTAS*

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Mayo	4	5	6	7	8	9	10
	11	12	13	14	15	16	17
	18	19	20	21	22	23	24
	25	26	27	28	29	30	31
Junio	1	2	3	4	5	6	7
	8	9	10	11	12	13	14
	15	16	17	18	19	20	21
	22	23	24	25	26	27	28
	29	30					
Julio			1	2	3	4	5
	6	7	8	9	10	11	12
	13	14	15	16	17	18	19
	20	21	22	23	24	25	26
	27	28	29	30	31		
Agosto						1	2
	3	4	5	6	7	8	9
	10	11	12	13	14	15	16
	17	18	19	20	21	22	23
	24	25	26	27	28	29	30
	31						
Septiembre		1	2	3	4	5	6
	7	8	9	10	11	12	13
	14	15	16	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30				

* Las casillas verdes son las fechas observadas, mientras que las rojas indican los días en que no hubo conferencia y, por tal razón, tampoco registro en el diario de campo.

evolucionó hacia la difusión y organización de la estrategia de vacunación, marcando una nueva fase en la respuesta gubernamental a la pandemia —una fase que no cubre la investigación presentada en este libro.

En síntesis, la muestra analizada se constituyó a través de la observación de cinco meses, abarcando un total de 41 conferencias de prensa vespertinas, además de 18 conferencias matutinas en las cuales se presentó

el segmento “El Pulso de la Salud” a lo largo de los cinco meses especificados.

LAS PETICIONES DE INFORMACIÓN PÚBLICA COMO MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El segundo método que utilizamos para recolectar datos fue a través de peticiones de información a las distintas dependencias del Gobierno Federal. En México, desde principios del siglo XXI, existen leyes sobre transparencia y rendición de cuentas que permiten a los ciudadanos solicitar información a los distintos órdenes de gobierno. La herramienta es muy útil para periodistas y académicos, pues permite conocer a profundidad las entrañas de la administración pública. Así, el objetivo que nos propusimos al respecto fue entender cómo fue que las distintas instituciones del Gobierno Federal planearon, ejecutaron y evaluaron la estrategia de comunicación pública que se puso en marcha para combatir la pandemia.

De acuerdo con la ley vigente en México, todas las instituciones del Gobierno Federal, incluida la Secretaría de Salud, tienen el carácter de “sujeto obligado” y por tanto proporcionar información pública relevante. De tal suerte, realizamos cinco rondas de peticiones. La primera solicitud la hicimos a la Secretaría de Salud (SSA) el 26 de agosto de 2022 y quedó registrada bajo el folio 330026922010789. El objetivo de la solicitud era conocer, a partir de datos gubernamentales, cuáles habían sido las acciones comunicativas que desarrollaron durante la pandemia, más allá de las conferencias de prensa. Por ello, nos resultó relevante saber cuáles contenidos habían circulado por medios electrónicos y digitales durante este periodo. Para ello, preparamos las siguientes preguntas.

¿Cuántos spots de radio con contenido relacionado a la pandemia fueron producidos por la Secretaría de Salud o cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Cuáles fueron los guiones de estos spots de radio? ¿Cuántos spots se han transmitido desde que empezó la pandemia? ¿En qué estaciones de radio se transmitieron estos spots de radio? ¿Cuál fue la cobertura territorial que tuvo la transmisión de estos spots de radio? ¿A cuántas personas les llegaron estos spots de radio?

¿Cuántos spots de televisión con contenido relacionado a la pandemia fueron producidos por la Secretaría de Salud o cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Cuáles fueron los guiones de estos spots de televisión? ¿Cuántos spots de televisión se han transmitido desde que empezó la pandemia? ¿En qué estaciones de televisión se transmitieron estos spots de de televisión? ¿Cuál fue la cobertura territorial que tuvo la transmisión de estos spots de televisión? ¿A cuántas personas les llegaron estos spots de televisión?

¿Cuántos materiales gráficos y audiovisuales para Facebook de contenido relacionado con la pandemia fueron producidos por la Secretaría de Salud o cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Qué alcance de personas tuvo la publicación de estos materiales gráficos y audiovisuales en Facebook dentro de las cuentas de la Secretaría de Salud y de cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Cuánto pagó el Gobierno Federal por promocionar estos contenidos gráficos y audiovisuales en Facebook?

¿Cuántos materiales gráficos y audiovisuales para Twitter de contenido relacionado con la pandemia fueron producidos por la Secretaría de Salud o cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Qué alcance de personas tuvo la publicación de estos materiales gráficos y audiovisuales en Twitter dentro de las cuentas de la Secretaría de Salud y de cualquier otra dependencia del Gobierno Federal? ¿Cuánto pagó el Gobierno Federal por promocionar estos contenidos gráficos y audiovisuales en Twitter?

La segunda petición también la hicimos el 26 de agosto de 2022. Sin embargo, esta fue dirigida al Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) y quedó registrada bajo el folio 330028922000074. En este caso nuestro interés fue estudiar cuál fue el papel del sistema de medios público de radio y televisión durante la pandemia. Al respecto, hicimos las siguientes preguntas.

¿Cómo contribuyeron los medios públicos en la estrategia de comunicación del Gobierno Federal para informar a la población sobre el covid-19? ¿Qué actividades, programas tuvieron con respecto a la

pandemia? ¿Cuál fue la estrategia de comunicación de este sistema de medios frente a la pandemia?

La tercera solicitud de información la hicimos el 4 de octubre de 2022 y fue dirigida a la Secretaría de Gobernación (Segob); quedó registrada bajo el folio 330026222001935. Esta petición la hicimos a partir de una de las respuestas que nos ofreció la SSA, en la que argumentó que no tenía información sobre cuáles canales de televisión y estaciones de radio habían transmitido las campañas de publicidad sobre la pandemia. Proporcionar esta información era obligación de la Secretaría de Gobernación. Así, actuamos en consecuencia y preguntamos lo siguiente.

¿Cuántos spots de radio con contenido relacionado con la pandemia por covid-19 se transmitieron a través estaciones de radio utilizando los tiempos del Estado a partir de diciembre de 2019? ¿Qué alcance territorial tuvo la transmisión de estos spots de radio? ¿Qué alcance poblacional tuvo la transmisión de estos spots de radio? ¿En qué estaciones se transmitieron estos spots?

La cuarta solicitud la hicimos el 9 de noviembre de 2022 a la SSA bajo el folio 330026922011912. En esta petición nos interesó conocer si el Gobierno Federal tenía una estrategia de comunicación para combatir la pandemia. De tal suerte, hicimos las siguientes preguntas.

¿Cuál fue la estrategia de comunicación social, pública, y/o institucional de la Secretaría de Salud para hacer frente a la pandemia por covid-19? Favor de proporcionar: a) documentos de planeación de la estrategia y b) evaluación de la estrategia. ¿Cuántas y cuáles campañas de salud, publicidad, y/o riesgo produjo la Secretaría de Salud o cualquier otra instancia del Gobierno Federal en los años 2020, 2021 y 2022 relacionadas con la pandemia covid-19? Favor de proporcionar, por cada campaña: a) nombre de la campaña, b) fecha de implementación, c) documentos de planeación de la campaña, d) contenidos de la campaña, y e) evaluación de la campaña. ¿Cuántos y cuáles productos escritos o gráficos para medios impresos produjeron la Secretaría

de Salud o cualquier otra instancia del Gobierno Federal en los años 2020, 2021 y 2022? ¿Qué contenido tuvieron esos productos? Favor de proporcionar archivos para observar los impresos. ¿Cuántos y cuáles spots de radio con contenido relacionado con la pandemia por covid-19 produjo la Secretaría de Salud o cualquier otra instancia del Gobierno Federal en los años 2020, 2021 y 2022? ¿Qué contenido tuvieron esos spots? Favor de proporcionar: a) guiones y b) archivos de audio para escucharlos. ¿Cuántos spots de televisión con contenido relacionado con la pandemia por covid-19 produjo la Secretaría de Salud o cualquier otra instancia del Gobierno Federal en los años 2020, 2021 y 2022? ¿Qué contenido tuvieron esos spots? Favor de proporcionar: a) guiones y b) archivos de video para observarlos.

Finalmente, la quinta petición también la dirigimos a la SSA el 11 de noviembre de 2022 bajo el folio 330026922011954. Esta solicitud hace preguntas similares a la primera petición porque busca conocer la comunicación en plataformas digitales del Gobierno Federal. Esta petición la hicimos porque, en la respuesta de la primera solicitud, solo nos ofrecieron información sobre el trabajo en medios digitales en 2021. Por ello, en esta nueva petición preguntamos explícitamente por lo ocurrido en los años 2020, 2021 y 2022, con la intención de tener la información completa. Las preguntas que hicimos fueron las siguientes.

¿Cuántos contenidos de texto, imagen, audio y video relacionados con la pandemia se produjeron para Twitter durante 2020, 2021 y 2022? ¿A cuántos usuarios únicos llegaron estos contenidos? ¿Cuántos contenidos de texto, imagen, audio y video relacionados con la pandemia se produjeron para Facebook durante 2020, 2021 y 2022? ¿A cuántos usuarios únicos llegaron estos contenidos? ¿Cuántos contenidos de texto, imagen, audio y video relacionados con la pandemia se produjeron para YouTube durante 2020, 2021 y 2022? ¿A cuántos usuarios únicos llegaron estos contenidos?

Ahora bien, ¿cuál fue el resultado de estas peticiones? Las tres instancias a las que solicitamos información (SSA, SPR y Segob) respondieron en

tiempo y en forma. En algunos casos, entregaron información incompleta, en otros, reportaron la inexistencia de la información. Al respecto, podemos señalar dos grandes tendencias generales y que están reportadas en el análisis del libro. La primera fue que, a partir de la información que entregó la SSA podemos afirmar que no hubo una estrategia de comunicación pública que tuviera objetivos claros y que aglutinara los esfuerzos del Gobierno Federal en esta materia. Los documentos que nos entregaron muestran esta tendencia, pues son materiales desperdigados y sin un eje rector que organice toda la estrategia. La segunda es que el Gobierno Federal no evaluó, ni en tiempo real ni a posteriori, la estrategia de comunicación. En sus respuestas indicó que solamente hizo un estudio para evaluar la campaña de vacunación. Sin embargo, ese proceso queda fuera de los alcances de este libro.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Al alcanzar el punto de saturación en nuestra investigación el equipo se dedicó a consolidar la información recopilada en un único archivo alojado en Google Drive. Este compendio incluyó la digitalización de todos los datos obtenidos durante el trabajo de campo, como las descripciones densas que redactamos a partir de las observaciones en vivo, la organización de todas las capturas de pantalla y videos que recolectamos en este proceso, las transcripciones estenográficas de las conferencias de prensa, así como un archivo con el material periodístico que fuimos encontrando.

Después, siguiendo los principios de la teoría fundamentada (Glaser & Strauss, 2009), cada miembro del equipo de investigación hizo un análisis exhaustivo de los datos recopilados en el diario de campo. Este proceso incluyó la creación de esquemas, el registro de hallazgos clave y la elaboración de memos y mapas mentales. Estos materiales se compartieron y discutieron ampliamente en las reuniones periódicas del equipo, fomentando un enriquecimiento mutuo y una comprensión más profunda del estudio. En las páginas siguientes se detallan las actividades que llevamos a cabo en esta etapa.

Profundización temática

Una vez que completamos la información de contexto y con los datos de las observaciones registradas en los diarios de campo el equipo de investigadoras se reunió para definir algunas líneas temáticas sobre las que trabajaríamos para analizar los datos. Algunas de las consideraciones para definir estos ámbitos de profundización fueron un primer análisis colectivo y general de todo el material recabado y un seminario para profundizar en cuestiones teóricas y metodológicas clave del proyecto, como el modelo de sistemas de comunicación política (Larrosa-Fuentes, 2017, 2022a), la teoría de los sistemas mediáticos híbridos (Chadwick, 2017), la etnografía en vivo (Chadwick, 2017; Elmer, 2013), la teoría fundamentada (Glaser & Strauss, 2009), y el análisis situacional (Clarke, 2005).

A partir de lo anterior, cada integrante del equipo elaboró un proyecto de análisis propio a partir de una guía de trabajo común (véase la figura 12). Al final de este ejercicio decidimos profundizar en las siguientes temáticas: a) la estrategia de comunicación pública del Gobierno Federal ante el covid-19; b) el sistema de comunicación emergente de las conferencias de prensa vespertinas sobre covid-19 del Gobierno Federal; c) los símbolos, las reglas y los valores que definieron la comunicación en “El Pulso de la Salud” durante las conferencias matutinas; d) la evolución del discurso científico sobre la salud a lo largo de la pandemia; e) las narrativas sobre la pandemia producidas en las conferencias vespertinas; f) los encuadres comunicativos utilizados en Twitter respecto al covid-19 en México, y h) la interacción de los medios con la autoridad encargada de comunicar la estrategia gubernamental frente al covid-19.

Durante una sesión de trabajo del equipo cada investigadora expuso su propuesta de análisis. Se instrumentó una revisión por pares, seguida de una discusión grupal en la que se ofrecieron recomendaciones para el enriquecimiento de cada proyecto. A partir de este proceso colaborativo las investigadoras profundizaron en sus análisis de manera individual. Esta etapa no solo propició el desarrollo de ponencias que serían presentadas en congresos académicos, sino que también sentó las bases para los capítulos finales de este libro.

FIGURA 12. GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE PROTOCOLOS DE PROFUNDIZACIÓN TEMÁTICA

Investigadora:

Fecha:

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

- En esta sección se escribe el título de la investigación.

OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN

- En esta sección se escribe el objetivo general de la investigación.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

- En esta sección se escribe la justificación de la investigación.

JUSTIFICACIÓN

- En esta sección explicar: a) ¿por qué es importante la investigación para entender la comunicación pública del Gobierno Federal durante la pandemia? y b) ¿cómo es que la investigación se conecta con el modelo de sistemas de comunicación política?

ENLACE CON EL RESTO DEL LIBRO

- Escribir cómo piensan que su texto podría relacionarse con el resto de los capítulos del libro. ¿Cómo es que su capítulo se relaciona con otros capítulos? ¿Con cuáles? ¿Cómo es que su capítulo abreva de otros? ¿Cómo es que su capítulo expande otro capítulo?

MARCO TEÓRICO

- Especificar qué autores y autoras van a utilizar, además del modelo, para hacer su trabajo de investigación.

DISEÑO METODOLÓGICO

- Universo y muestra.
- Métodos de recolección de datos.
- Métodos para el análisis de datos.

REFERENCIAS

- Escribir las referencias utilizadas.

Revisiones de bibliografía

Durante la investigación se realizaron estados de diversos temas, así como indagaciones hemerográficas para conocer el seguimiento de la estrategia de comunicación del Gobierno Federal y de las conferencias de prensa en particular. Estas indagaciones se realizaron a principios de 2021 con la intención de construir un marco analítico y contextual que nos permitiera comprender, de forma más amplia, las estrategias que el gobierno mexicano puso en marcha para comunicar sobre la pandemia.

La primera línea de investigación se centró en el análisis de la bibliografía académica sobre las conferencias de prensa, publicada en revistas especializadas, con el objetivo de identificar antecedentes relevantes en estudios previos. Mediante búsquedas en Google Académico se seleccionaron 17 artículos, publicados entre 1951 y 2017, que abordaron este tema. La mayoría de estos estudios, provenientes principalmente de Estados Unidos, exploraron la evolución y consolidación de las conferencias de prensa como mecanismos institucionales de comunicación en la Casa Blanca. El análisis de estos textos reveló una predominancia de investigaciones descriptivas sobre las dinámicas y particularidades de las conferencias presidenciales, así como estudios cuantitativos centrados en el análisis de sus contenidos.

Otra línea de investigación se enfocó en analizar la información institucional sobre comunicación y salud para identificar las directrices ofrecidas por organismos internacionales para la creación de estrategias de comunicación en situaciones de crisis sanitaria. Se revisaron informes, manuales, comunicados, guías y decretos en los sitios web de entidades clave como la Organización Mundial de la Salud (OMS), la Organización Panamericana de la Salud (OPS), los Centers for Disease Control and Prevention (CDC) de Estados Unidos y la Secretaría de Salud de México. Esta revisión reveló tres categorías de documentos: primero, manuales y guías generales de comunicación para crisis, emergencias y riesgos de salud; segundo, materiales específicos para el manejo de brotes epidémicos, y tercero, documentos enfocados exclusivamente en la comunicación sobre covid-19, lo que proporcionó un marco comprensivo para diseñar respuestas comunicativas efectivas en contextos de salud pública.

La tercera línea de investigación se dedicó a examinar las publicaciones académicas sobre la gestión comunicativa de la pandemia de covid-19 en México, partiendo de la pregunta sobre cuáles contribuciones habían realizado los investigadores mexicanos hasta ese momento. Se identificaron cinco estudios centrados en la comunicación gubernamental durante la pandemia.¹ El análisis de estos trabajos permitió discernir los marcos teóricos empleados, verificar la presencia de investigación empírica, evaluar los resultados obtenidos y las interpretaciones o conclusiones derivadas. Como resultado, elaboramos un mapa de la investigación académica sobre la comunicación en torno al covid-19 en México, proporcionando una visión integral de los enfoques y hallazgos predominantes en este ámbito de estudio.

Análisis situacional

Una vez que realizamos todas las actividades anteriores pasamos a una etapa de análisis de los datos que recolectamos en campo. Para ello, echamos mano del análisis situacional (Clarke, 2005), un método diseñado ex profeso para que la información recolectada en un proceso guiado por la teoría fundamentada tuviera sentido. En particular, utilizamos dos de las técnicas que la autora plantea para hacer este tipo de análisis: mapas situacionales y mapas de arenas y mundos sociales. Mediante el trabajo colaborativo, esta técnica nos permitió llevar a cabo un análisis rico y detallado de nuestros hallazgos.

El primer trabajo fue la elaboración de mapas situacionales. Estos mapas tienen el propósito de describir lo mejor posible los elementos humanos y no humanos de la situación que se está analizando. Los mapas situacionales son herramientas para articular los elementos de una situación y examinar las relaciones que se establecen entre esos elementos. Para el caso de esta investigación la situación que se analizó fueron las conferencias de prensa. En el ejercicio se buscó responder a las preguntas que la propia autora plantea: “¿Quiénes y qué elementos están

¹ Estos textos estuvieron disponibles al momento de la indagación, sin embargo, en las siguientes semanas y meses se publicaron muchos más que ya no se incorporaron a esta revisión de bibliografía.

en esta situación? ¿Quién y qué elementos importan en esta situación? ¿Qué elementos ‘hacen la diferencia’ en esta situación?” (Clarke, 2005, p.87).

A partir de responder a las preguntas anteriores, identificamos tanto a los actores individuales y colectivos de las conferencias de prensa, así como a Andrés Manuel López Obrador y Hugo López-Gatell.

De la misma forma, encontramos a los elementos no humanos de las conferencias (actantes) y nos enfocamos, específicamente, en los usos tecnológicos que se hicieron en estas prácticas comunicativas. También colocamos nuestra mirada en las construcciones discursivas generadas por estos actores. Asimismo, se analizaron los componentes políticos, económicos, socioculturales y simbólicos, junto con las dimensiones temporales y espaciales. Esto incluyó los temas y debates, así como los discursos y narrativas presentes en el contexto de las conferencias de prensa. La creación de este mapa situacional implicó una revisión exhaustiva del material anotado en el diario de campo, asegurándonos de que cada elemento estuviera fundamentado en los datos recolectados. Todos estos componentes se sistematizaron en la tabla 2, lo que facilitó el análisis posterior de las interrelaciones entre ellos.

La metodología para la creación de mapas situacionales incluye una fase decisiva como segundo paso. Según la propuesta de la creadora de este método analítico, este proceso comienza al tomar todos los conceptos y elementos previamente organizados en la tabla y dispersarlos de manera aleatoria sobre una hoja en blanco. Este “mapa desordenado” sirve de base para un análisis más profundo, en el cual el objetivo es identificar y detallar las relaciones entre cada concepto, utilizando este enfoque para descubrir las interacciones y dinámicas del estudio. Se llevó a cabo un análisis exhaustivo de cada conexión conceptual, documentando en memos la naturaleza de cada relación, las interpretaciones que de ella se desprenden y cualquier insinuación o idea emergente. Este paso es esencial para desentrañar los patrones y estructuras que permanecen ocultos dentro del campo de estudio, en particular, en el contexto de las descripciones densas de las conferencias de prensa de nuestra investigación. Por ejemplo, se hacen relaciones entre un actor relevante como López-Gatell y un actante, como puede ser un teléfono móvil; entre un espacio, como el Salón Guillermo Prieto de Palacio Nacional y un discurso como el pasado neoliberal y así sucesivamente.

TABLA 2. EJEMPLO DE MATRIZ PARA EL ANÁLISIS SITUACIONAL*

Actores individuales	Actantes (elementos no humanos)
Personas de la SS Federal: Hugo López-Gatell (HLG). José Luis Alomía Zegarra (JLA). Ricardo Cortés Alcalá (RCA).	Infraestructura tecnológica para la conferencia (micrófonos, bocinas, pantalla, computadoras). Infraestructura para la transmisión. Infraestructura (mobiliario) para la conferencia (sillas, tarima, presidium).
Actores colectivos	Actores y actantes silenciados
Secretaría de Salud Medios de comunicación: Basta/Cantón; Pie de página; Canal 11; Eje Central; AM Querétaro. IMSS. Conacyt. OMS. OPS.	Periodistas que no preguntan-no intervienen-no se les da la palabra. Cepropie Traductores del LSM
Construcciones discursivas de actores	Construcción discursiva de actantes
Valor de la información técnica/científica vs. miedo e ignorancia. Atender la pandemia con base en la ciencia La contribución de la ciencia para orientar las políticas públicas. Transparencia vs. la discrepancia de datos se debe a ocultamiento de información.	Estas gráficas que son parte del “Reporte técnico” son centrales en el sistema de comunicación de las autoridades, incluso son reproducidas en muchos artículos. El “gobierno” produce videos cortos sobre temas diversos, Día del Padre, atención a familiares, adultos mayores, indicaciones sobre el semáforo.
Elementos políticos y económicos	Elementos socioculturales y simbólicos
Proyecto de país de la 4T. Las instituciones de gobierno “bajo el liderazgo y mandato del presidente de la república”. En palabras de funcionaria de Chiapas: “Esta estrategia es muestra del gobierno de la 4ta transformación, un gobierno sensible (<i>propaganda</i>)”. Competencia federal o local de aplicación de medidas de contención. Gobiernos estatales y Gobierno Federal.	Simbología del Gobierno Federal (logo de los héroes). Simbología del país (bandera, escudo). Logo “Quédate en casa”. Superhéroes: refugio, prudencia, esperanza y aurora (colores del semáforo).
Elementos temporales	Elementos espaciales
Prepandemia Jornada nacional de sana distancia Nueva normalidad Desarrollo de la pandemia Desarrollo de la vacunación	Ciudad de México Salón Tesorería de Palacio Nacional (mismo de las conferencias de prensa matutinas del presidente AMLO). Mobiliario en forma de auditorio, con tarima-presidium (arriba/abajo). Espacio construido por las intervenciones en redes sociales. Espacio construido por la transmisión en medios masivos (televisión).

TABLA 2. EJEMPLO DE MATRIZ PARA EL ANÁLISIS SITUACIONAL* (CONTINUACIÓN)

Temas y debates (generalmente en disputa)	Discursos históricos, narrativos, o visuales relacionados con la situación
Datos de la pandemia: Contagiados vs. número de pruebas; Defunciones vs. exceso de mortalidad. Cubre bocas. Efectos de salud vs. efectos económicos. “Hay dos bienes públicos a cuidar, salud y economía”. “Las sociedades tienen un límite a la restricción de la movilidad por cuestiones económicas”. Atención a los familiares. Medidas de sana distancia: Confinamiento coaccionado vs. confinamiento promovido por el cierre de actividades no esenciales: trabajo, escuela, recreación. “No se debe usar la fuerza pública sino la persuasión”.	Hay una narrativa recurrente: el sistema de salud, históricamente, ha tenido un mal desempeño y esto viene de los gobiernos priistas. Con este sistema, maltrecho, se tuvo que enfrentar la enfermedad. <i>Al principio la estrategia era dar información nacional, poco a poco he notado que se centra cada vez más en información específica de cada estado. Como no hay un esfuerzo nacional unificado, estos datos son muestra del éxito y el fracaso de cada estado, aunque esto no se diga directamente.</i>

* El contenido de esta tabla está incompleto, se muestra solo como ejemplo.

Una vez concluidos los mapas situacionales pasamos a la elaboración de mapas de arenas y mundos sociales en los que los actores de la situación están comprometidos. Los mundos/arenas sociales, también definidos como universos discursivos, son cartografías de los compromisos colectivos, las relaciones y los lugares de acción de la situación comunicativa, en este caso, de las conferencias de prensa. Este análisis corresponde al nivel de la acción social. De acuerdo con la autora,

[...] el analista entra en la situación de interés e intenta hacer sentido colectivo, comenzando con las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los patrones del compromiso colectivo y cuáles son los mundos sociales relevantes que operan allí? El analista necesita elucidar cuáles mundos y submundos sociales o segmentos se reúnen en una arena particular y por qué. ¿Cuáles son sus perspectivas y que esperan lograr a través de su acción colectiva? (Clarke, 2005, p.110).

En la fase de análisis que involucra la visualización de arenas y mundos sociales se redactaron memos detallando las interacciones y significados compartidos observados. Este enfoque resultó ser particularmente eficaz, por ejemplo, para desentrañar la estructura del mundo social y las arenas correspondientes a la 4T en México. Con este mapa de la figura 13 pudimos

FIGURA 13. MAPA DE ARENAS/MUNDOS SOCIALES DE LA 4T



establecer que la principal función de este universo discursivo era la creación de un orden imaginario que facilita la movilización social y política en el contexto electoral mexicano. Este orden imaginario fue meticulosamente forjado, desarrollado y perpetuado por Andrés Manuel López Obrador, quien ejerció la presidencia de México durante la pandemia.

Discusión con pares académicos

A la par del análisis situacional, y manteniendo el compromiso con el enfoque colaborativo y crítico que guio este proyecto de investigación, presentamos los avances de nuestro estudio en diferentes etapas del proceso a colegas académicos. Esta práctica nos permitió enriquecer nuestro trabajo con sus valiosos comentarios y perspectivas, fortaleciendo así la solidez y profundidad de nuestra investigación. Es así como presentamos en el 31 Encuentro Nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), en noviembre de 2020, el diseño de la investigación y las primeras aproximaciones al objeto, en una ponencia titulada “Descripción densa de un sistema de comunicación: el caso de las confe-

rencias de prensa para enfrentar la covid-19 en México” (Larrosa-Fuentes et al., 2020). En mayo de 2021 presentamos algunos resultados preliminares en la conferencia anual de la Asociación de Estudios Latinoamericanos (LASA, por sus siglas en inglés) con el título “La comunicación pública del gobierno mexicano como estrategia de combate al COVID-19: conocimientos científicos, organización colectiva y propaganda” (Larrosa-Fuentes et al., 2021a). En septiembre de 2021 participamos en la preconferencia de la American Political Science Association (APSA) y presentamos nuestros avances en la ponencia titulada “Combating COVID-19 Through Public Communication: Mexico’s Ministry of Health Press Conferences as a Case Study” (Larrosa-Fuentes et al., 2021b). En noviembre de ese mismo año, durante el encuentro anual de la AMIS, se pusieron a discusión algunos de los protocolos del trabajo de profundización temática que se describieron en el apartado de análisis y profundización de este mismo capítulo. Por último, en marzo de 2023 se discutió, en el Seminario Permanente en Estudios Socioculturales del ITESO, el primer borrador de uno de los capítulos de este libro. En esos espacios académicos diversos colegas revisaron nuestro trabajo, hicieron comentarios críticos y sugerencias que sirvieron para mejorar la investigación.

ESCRITURA DEL LIBRO

Las cuatro investigadoras que continuamos en el proyecto completamos los primeros borradores de los capítulos del libro, que luego presentamos y discutimos en sesiones grupales. Cada borrador fue meticulosamente revisado según una rúbrica detallada y enriquecido con comentarios y sugerencias del resto del equipo, como se detalla en la figura 14. Al incorporar los comentarios recibidos, cada una de nosotras realizó las correcciones necesarias a los borradores. A partir de estas versiones mejoradas compilamos un primer borrador completo del libro para realizar una revisión integral. Esta lectura reveló ciertas inconsistencias en la continuidad, repeticiones y superposiciones temáticas, lo que nos llevó a reorganizar el contenido y combinar algunos capítulos para mejorar la cohesión y la fluidez del texto. Tras una segunda revisión detallada y la incorporación de observaciones críticas adicionales procedimos a la redacción y edición final, que realizó el líder del proyecto.

FIGURA 14. RÚBRICA PARA LA EVALUACIÓN POR PARES DE BORRADORES DE CAPÍTULO

Lectora:

Fecha:

BREVE DESCRIPCIÓN

En dos o tres líneas describe la idea central del capítulo y evalúa si hay un argumento central que se desarrolle en el texto.

FORMA

Evalúa si el texto cumple con una buena redacción y ortografía.

ORGANIZACIÓN

Evalúa si el texto presenta una buena organización, estructura y coherencia interna.

ARGUMENTACIÓN

Evalúa si el texto tiene argumentos veraces y bien desarrollados, así como conceptos bien desarrollados.

LITERATURA

Evalúa si el texto hace referencias a bibliografía relevante en el campo y si las referencias son suficientes, actuales, calificadas.

EL TEXTO DENTRO DEL LIBRO

Evalúa si el texto es un capítulo que encaja bien en el libro, si crees que haya algún traslape teórico entre el capítulo que leíste y el que estás escribiendo.

RETOS

Evalúa qué debilidades y, por tanto, retos, tiene el texto.

COMENTARIOS GENERALES

Aquí desarrolla cualquier idea que consideres importante pero que no pertenezca a ninguna de las categorías anteriores.