

# TENDENCIAS QUE MARCAN A LA SOCIEDAD DURANTE EL CORONAVIRUS

Educación  
Mercados Laborales  
Género y Diversidad

Salud  
Primera infancia

• • • —————  
Un informe del BID en colaboración con  
**Antoni Gutiérrez-Rubí**, asesor de comunicación @antonigr

# INTRODUCCIÓN

---

La pandemia producida por el COVID-19 marca un momento histórico que tiene el potencial de transformar radicalmente la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo.

Esta crisis ha llegado, además, en un escenario global marcado por una creciente desafección hacia las instituciones democráticas y los medios de comunicación tradicionales en muchos países, tendencias que conviven con la irrupción de las nuevas tecnologías y, especialmente, la prevalencia de las redes sociales en las relaciones humanas.

El mes de marzo de 2020, trajo consigo el inicio del confinamiento en varios países, y, ante todo, la confirmación de que el coronavirus había alcanzado las dimensiones de pandemia.

La conversación digital está siendo la clave de este nuevo momento histórico, el uso de internet y de las redes sociales se ha multiplicado exponencialmente desde entonces, y es aquí donde comienzan a hacerse más notorias, las nuevas tendencias que marcan a la sociedad después de marzo:

1	EDUCACIÓN
2	SALUD
3	MERCADOS LABORALES
4	GÉNERO Y DIVERSIDAD
5	PRIMERA INFANCIA

---

# EDUCACIÓN

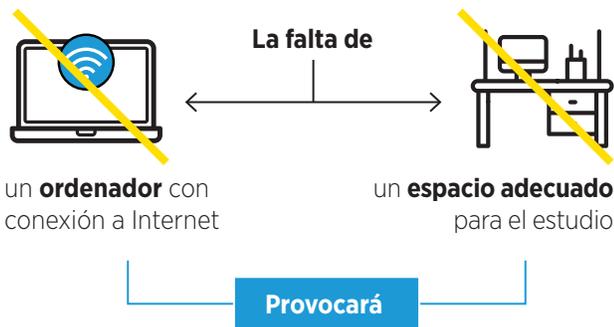
## LA TENDENCIA

### Trasladar la educación obligatoria al ámbito digital

La crisis se ha convertido en una **oportunidad para adquirir nuevos conocimientos y aprendizaje** permanente para todas las personas.

## PROBLEMÁTICA

Los niños y adolescentes de los **sectores socioeconómicos más bajos** se verán afectados por la dificultad de acceder a la educación en línea.



**Que muchos menores no puedan seguir las clases a distancia, cimentando así las desigualdades,** al perjudicar las oportunidades educativas y laborales

## MEMES



## ESTADÍSTICA

**Estudiantes y profesores** de universidades, se unen a la crisis, aportando diferentes ayudas.

La Facultad de Ingeniería de la UBA (Argentina), plantea **resolver desafíos ante problemas reales que requieran una solución tecnológica creativa.**

### El desafío

Construir mascarillas faciales  en el mínimo tiempo posible 



Semana después

tenían **40.000 unidades aprox.**

## EL PAÍS

### En Ecuador

Voluntarios de la Escuela Superior Politécnica del Litoral trabajan en la fabricación **máscaras de protección facial que cubren la cara entera.**



Impresión 3D y corte láser



Estudiantes y profesores, se han unido a la iniciativa **#HackingCOVID19ec**, ayudando a producir estos dispositivos para el personal médico.



# SALUD



## LA TENDENCIA

Un **descenso de la contaminación** atmosférica, a largo plazo tendrá grandes **beneficios para la salud**, especialmente en **enfermedades respiratorias**.

La **Agencia Espacial Europea** muestra impactantes imágenes del **antes** y el **después** del confinamiento.



## PROBLEMÁTICA



El confinamiento ha ido copando cada vez más la atención de la ciudadanía.

Además de mantener el interés por su **duración** y las **consecuencias de romperlo**.

Se han disparado las búsquedas acerca de **cómo sobrellevar la depresión que provoca**, señalando las dificultades emocionales de la situación.

**recursos humorísticos**



## ESTADÍSTICA

En España, **la Cruz Roja** obtuvo



**7.400**  
**voluntarios en 1 día**  
para ayudar en Madrid

En la ciudad de Cádiz

**350**  
**personas**



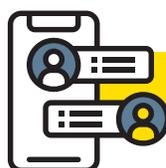
se apuntaron para **ayudar en temores y gestión emocional** del confinamiento en el Colegio de Psicólogos de Andalucía Occidental



## EL PAÍS

### En México

La Agencia Digital de Innovación Pública de la Ciudad de México presentó



un servicio de **mensajes de texto SMS**

para **brindar atención e información** a la población de manera **personalizada**.



## MEMES

La medicina psicológica del confinamiento



Los memes

están cumpliendo una función psicológica muy importante

permiten dar un respiro a las personas y afrontar sus días con humor, una clave importante para mantener la esperanza y la salud mental durante la crisis.

El uso del humor durante la crisis ha alcanzado un nivel tal que el **Museo Valencia de Etnología** (España) ha empezado a documentar este tipo de publicaciones, con el objetivo de sean estudiadas en el futuro.

# MERCADOS LABORALES



## LA TENDENCIA

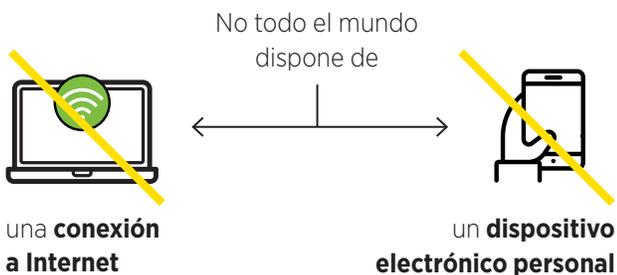
Las videoconferencias son ya las nuevas tarjetas de presentación. Cada vez son y serán más las personas que se suman al teletrabajo, aspectos como el encuadre, la iluminación o la indumentaria como elementos clave de nuestra comunicación a través de las pantallas.

## PROBLEMÁTICA



El confinamiento está causando efectos negativos en el comercio local y las pequeñas empresas, ya que se está viendo amenazada su supervivencia económica.

La transición abrupta al teletrabajo ampliará la brecha socioeconómica



## DATO CURIOSO

Esta prevalencia de la **videollamada** está modificando definitivamente los **hábitos «laborales»** que hemos conocido hasta ahora.



**Walmart ya vende más camisetas** que pantalones, respondiendo a los requerimientos de un primer plano que son públicos, ya que el resto queda oculto.

## ESTADÍSTICA

La casi **desaparición del interés** de productos relacionados con



**turismo**  
**-300%**



**eventos**  
**-215%**

El **crecimiento exponencial** del consumo de productos y servicios



**envasados**  
**+728%**



**domicilios**  
**+58,7%**

Por la incertidumbre de la duración del confinamiento y el miedo a la exposición al virus fuera de casa.

## EL PAÍS

### En Chile

**Apoya un restaurante**, creado por la marca de cerveza Stella Artois para **apoyar a los locales gastronómicos** de Chile, que necesitan ayuda durante la crisis.

¿Cómo funciona?

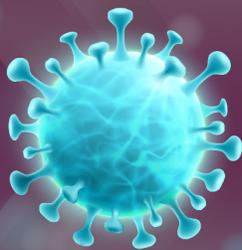


**Compra** un voucher en la [página web](#)

Stella Artois **duplica el monto** de tu aporte

Cuando se acabe el confinamiento, tienes un bono para **canjear en el restaurante** cuando vuelva a abrir sus puertas

# GÉNERO Y DIVERSIDAD



## LA TENDENCIA

No es solo una pandemia de salud, sino de violencia contra la mujer; ya que el número de casos se ha incrementado en toda la región.

## PROBLEMÁTICA

Las mujeres y a las personas racializadas en el contexto de confinamiento, se están viendo afectadas desproporcionalmente



### Provocando

Consecuencias importantes que profundizarán aún más las desigualdades sociales existentes

Los trabajos de economía informal, como



limpieza doméstica | cuidado a ancianos y menores

Tienen una **participación desproporcionada en las mujeres**, cuentan con sueldos bajos y **no han podido trasladarse al ámbito digital**, dejando a muchas familias **sin ingresos clave**.

## ESTADÍSTICA

La crisis del Coronavirus ha generado un aumento en las **denuncias por violencia contra la mujer**



## EL PAÍS

### En Argentina

El Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad lanzó **#BarbijoRojo**, la nueva campaña contra la violencia de género

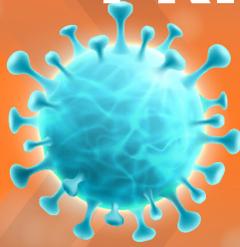
### ¿Qué es?



Es un **código para pedir ayuda** en la farmacia más cercana y así **poder asistir a mujeres en una situación de violencia** durante el aislamiento obligatorio.



# PRIMERA INFANCIA



## LA TENDENCIA

El uso de **iconografía como el arcoíris** se ha extendido en muchos países como **símbolo de esperanza y resiliencia**, siendo dibujado en pancartas y papeles (sobre todo pintadas por niños) que se han colocado en ventanas y balcones de numerosas residencias.



## PROBLEMÁTICA

**Consolidación del ocio a través de las pantallas** en nuestra vida cotidiana, como una mayor disponibilidad del tiempo por parte de niños y jóvenes.



## EL PAÍS

### España/Cataluña

Nace una propuesta para que **los niños envíen cartas, y mensajes a personas ingresadas en los hospitales, para animarles y contribuir así a su mejora**, y para mostrar su apoyo al personal sanitario.



[#CartesAmbCor](#), organizada por Sílvia Gelabert, ha sido compartida por muchos centros con los padres y las madres. Por ahora, se pueden enviar cartas al **Hospital Clínic** y al **Hospital del Mar**.



## ESTADÍSTICA

La nueva plataforma



ha sido una de las más exitosas, es el **top 5** de las apps. más descargadas.

### Las apps más descargadas durante el COVID-19

Número de descargas de apps en España del 26 de marzo a 1 de abril de 2020 (en miles)

#### Google Play



#### App Store



Estimación y cifras redondeadas. Datos del 2 de abril de 2020. No incluye videojuegos. Fuente: Priori Data



# METODOLOGÍA

---

Para el análisis de la evolución de la conversación digital, se ha accedido en primer lugar a los datos abiertos de la evolución del #coronavirus a nivel global en Twitter, que nos han permitido observar el avance geográfico del interés en torno a la pandemia. Se ha escogido esta red social por la accesibilidad de los datos y su modelo de conversaciones públicas y globales.

Posteriormente, se ha hecho un análisis de la evolución de búsquedas en Google, el principal motor de búsqueda a escala mundial, relacionadas con el coronavirus a través de Google Trends, observando las búsquedas a escala global, tanto de forma conjunta como mes a mes durante el período de la crisis.

## Así, se realizaron cuatro filtros de búsquedas:



A través de Google Trends se obtuvo acceso también a los principales temas de búsqueda y noticias relacionadas, pudiendo analizar la evolución de los intereses y preocupaciones de la ciudadanía a escala mundial.

En este punto se escogieron Italia y España como estudios de caso, por ser los países occidentales donde más impacto estaba teniendo la pandemia y donde las medidas de confinamiento eran más estrictas y se alargaban en el tiempo.

---

# CONCLUSIONES

---

El confinamiento de gran parte de las personas a raíz de la crisis ha producido cambios en los comportamientos de la ciudadanía, con consecuencias muy importantes a nivel económico y social.

Sin tecnología no habría sido posible mantener algunas actividades profesionales y comerciales, ni se habría podido facilitar el acceso a la educación, recursos culturales y sitios de entretenimiento. Tampoco podrían haberse dado las grandes iniciativas solidarias que hemos visto durante el confinamiento.

Las plataformas digitales han fomentado una nueva forma de interactuar durante el confinamiento, que impactan a la sociedad en diferentes sectores como: educación, salud, mercados laborales, género y diversidad y primera infancia.

Así, cara al futuro, los formatos organizativos deben explorar las posibilidades de las culturas de plataforma: sus prácticas, sus dinámicas de servicios, su capacidad para agregar valor, su flexibilidad basada en la autonomía, libertad y accesibilidad.

En este punto las medidas tomadas por los gobiernos y las iniciativas promovidas por la ciudadanía, se han enfocado mayoritariamente en el sector salud, seguido por el de mercados laborales, educación, y marginalmente en primera infancia y en los temas de género y diversidad.

---



Un informe del BID en colaboración con Antonio Gutiérrez-Rubí, asesor de comunicación @antonigr.

Diseño y conceptualización Lulo Lab SAS

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa.

