



CP, 2021, Vol.10 – No21, pp. 51/73, ISSN 2014-6752. Girona (Catalunya). Universitat de Girona. CARMELO MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ; KETTY DANIELA CALVA CABRERA; VANESSA KARINA DUQUE RENGEL: El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook. Recibido: 24/09/21 - Aceptado: 16/12/2021

El discurso gubernamental de Ecuador y Perú durante la pandemia por COVID-19 en Facebook

Government speech in Ecuador and Peru during the COVID-19 pandemic on Facebook

Autores:

Carmelo Márquez Domínguez

<https://orcid.org/0000-0002-3939-9608>

Universidad de Cádiz, España

Ketty Daniela Calva Cabrera

<https://orcid.org/0000-0002-6705-5642>

Universidad Nacional de Loja, Ecuador

Vanessa Karina Duque Rengel

<https://orcid.org/0000-0003-0102-2829>

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Resumen

La pandemia entorno al COVID-19, cambió las rutinas de cobertura y de consumo de la información, como nunca antes, puso en el disparador de la opinión pública, a través de las redes sociales, a los Ministerios de Salud o Sanidad de todos los países del mundo, en tanto su gestión y comunicación de crisis. El objetivo de este estudio fue identificar los componentes del discurso gubernamental con mayor relevancia, sobre la pandemia, expuesto por dicha cartera ministerial –a través de la red social Facebook– a partir de los primeros casos de COVID-19 en Perú y Ecuador, así como determinar las interacciones con el contenido presentado. El enfoque metodológico es cualitativo a partir de un estudio de caso. Las técnicas aplicadas para la recolección de datos fueron la observación y el análisis de métricas mediante una ficha de observación. Entre los principales resultados se evidencia una notable diferencia en la forma de abordar la comunicación: en Perú, su Gobierno se centró en la seguridad de los ciudadanos, pronunciándose como un cercano protector de la sociedad, con publicaciones más optimistas, apoyadas mayoritariamente de un vídeo y basadas en una campaña permanente; el Gobierno ecuatoriano, por su parte, centralizó su discurso en el número de casos, en los sujetos infectados, con unidades comunicativas separadas, sobrias, neutrales y descansadas esencialmente con imágenes.

Palabras clave: información oficial; coronavirus; comunicación de crisis; comunicación institucional; comunicación política; ministerio de salud.

Abstract

The COVID-19 pandemic changed the routines of reporting and feeding of information and, as never before, the Ministries of Health took center stage, about its management and crisis communication. The objective of this study was to identify the components of the government discourse with the greatest relevance, on the pandemic, exposed by said ministerial cabinet from the first cases of COVID-19 in Peru and Ecuador, as well as to determine thereactions of the audiences consequently of interactions with the content presented. The approach was qualitative from a case study. The techniques applied for data collection were observation and metric analysis. Among the main results, there is a notable difference in the way of approaching communication: in Peru, its government focused on the safety of citizens, pronouncing itself as a close protector of society, with more optimistic publications, supported mainly by a video and based on a permanent campaign; The Ecuadorian government centralized its discourse on the number of cases, on the infected subjects, with separate, moderate and neutral communicative units, essentially rested with images.

Keywords: official information; coronavirus; crisis communication; institutional communication; political communication; Ministry of Health.

Introducción

La incertidumbre, ya aceptada como “propia” desde la crisis económica del 2008 por gran parte de las clases medias de Occidente, se acentuó cuando parecía imposible. A finales de 2019 e inicios del 2020, se estaba desatando una “tormenta” vírica desde China hacia el planeta que, hasta el momento, sigue vigente en la cotidianeidad de las sociedades del mundo.

Más tarde o más temprano, en función de la evolución del virus en cada zona geográfica, se fue instaurando una crisis integral promulgada por los Ejecutivos a través de los medios de comunicación oficiales, públicos y privados. Con casi la totalidad de la ciudadanía confinada, los medios de comunicación se llevaron la exclusividad discursiva de la realidad, con especial relevancia en las redes sociales. Ante la demanda total de información y contra la velocidad de la desinformación, los gobiernos debían usar los medios sociales (Facebook, Twitter, WhatsApp, Weixin, Instagram, etc.) para frenar el miedo y controlar el consenso básico de los sistemas democráticos. En este sentido, se plantea la problemática sobre la eficacia de la tarea que realizó la comunicación gubernamental en plena emergencia sanitaria y en un contexto de débil legitimidad que las democracias ya venían arrastrando.

En los casos de los departamentos de información de las instituciones de Salud en Ecuador y Perú, la imagen colectiva empeoró en un inicio, denunciándose cierta manipulación de datos. Una situación no exclusiva de estos países. Es ahí donde entran “en juego” las redes sociales que, junto a nuevos medios digitales –que ocupan espacios marginales en la agenda informativa–, demostraron otra vez la importancia de su uso.

Por tanto, se propone identificar los componentes del discurso gubernamental en redes sociales (objeto de estudio) de los gobiernos de Ecuador y Perú (sujetos de la investigación) a través de sus carteras ministeriales de Salud en relación con los contenidos sobre la COVID-19 y analizar la interactividad de sus audiencias/sociedades durante la primera ola de coronavirus, cuando no había precedentes y las acciones fueron genuinas, más allá de acertadas o erróneas. Para ello, se presentará un estado del arte o de la cuestión que de-

riva de una revisión teórica actualizada sobre comunicación gubernamental, comunicación de crisis y redes sociales en tiempos de coronavirus en la Comunidad Andina. Luego, se describirán los resultados obtenidos tras aplicar el recorrido metodológico diseñado.

Se plantean dos hipótesis desde las que arrancar: se prevé que los Ministerios de Salud (ecuatoriano y peruano) han experimentado, desde el desconocimiento, la gestión de la pandemia de la COVID-19, visibilizando en sus discursos oficiales en redes sociales cierta incapacidad, inhabilitación e, incluso, incitación a la desinformación. Esto derivaría en unas audiencias participativas que, con su interacción, se funden en el mensaje oficial realizado por ambos gobiernos. Por tanto, se marcan los objetivos –por un lado– de identificar los componentes del discurso institucional u oficial con mayor relevancia en la red social Facebook sobre la pandemia de dichos ministerios y –por otro– determinar las interacciones con el contenido informativo presentado.

La COVID-19 golpea a América del Sur: el caso de Ecuador y Perú

El evento epidemiológico que puso en tela de juicio los sistemas de salud de muchos países alrededor del mundo surge en China, cuando en la ciudad de Wuhan (de la provincia de Hubei) se reportan casos de una neumonía de origen desconocido: “Los coronavirus pueden causar infecciones virales del tracto respiratorio superior (IVTRS) en una gran variedad de animales domésticos y salvajes, así como también en humanos” (Guerrero, 2020: 129). Cuando ya se determinó que era un agente de la familia de los coronavirus (SARS-COV-2), el gobierno de la República Popular de China, por medio del Centro Chino de Control de Enfermedades, reportó el primer brote a la Organización Mundial de la Salud (en adelante, OMS) el 3 de enero de 2020 (Farfán-Cano, 2020). Para el 30 de enero, la OMS confirma la nueva cepa de coronavirus y califica la situación como emergencia de salud pública de importancia internacional. Mismo organismo que, el 11 de marzo, la declara como “pandemia”, cuando en China existían “81.181 casos con 3.277 fallecidos con una tasa de mortalidad de 4,04%” (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020:1).

La manifestación de emergencia mundial buscaba que los diferentes países asumieran medidas preventivas y de contingencia a fin de evitar la propagación del virus:

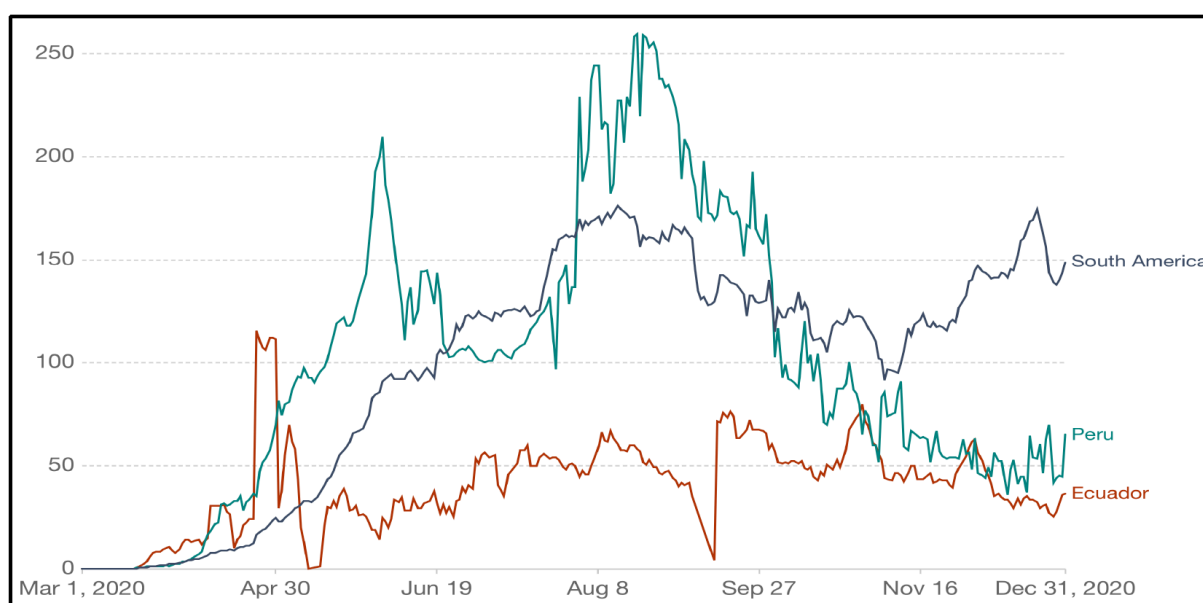
The pandemic put an unprecedented burden on society and almost void of information, governments initially struggled to respond effectively to minimize the impact of the outbreak. Early detection, laboratory testing, isolation, contact tracing and referral of patients had to be managed, as well as taking measures to prevent further spreading of the virus (Müller & Louwsma, 2021:1).

Sin embargo, debido a la característica de países en vías de desarrollo, América Latina no pudo evitar ser drásticamente golpeada por la pandemia de la COVID-19: el 29 de febrero de 2020, se reporta el primer caso en Ecuador: una mujer de 71 años, proveniente de España; en lo que respecta a Perú, fue el 5 de marzo cuando se confirma el primer caso importado por COVID-19 con un historial de viajes por España, Francia y República Checa. El 13 de marzo fallece el paciente cero de Ecuador y seis días después se confirma el deceso del paciente cero de Perú (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020; Guerrero, 2020; Organización Panamericana de la Salud, 2021; Cáceres-Bernaola et al., 2020).

De estos países andinos fronterizos, durante los primeros meses de la pandemia, Ecuador tuvo la tasa más alta de personas contagiadas en relación al resto de países de América

del Sur, con 13.15 por 100 000 habitantes, superando el promedio mundial de 9.63. Perú sería el tercer país más afectado: el 25 de mayo de 2020 contaba con casi dos millones (1.937.245) de casos confirmados (Inca- Ruíz y Inca-León, 2020: 5; Organización Panamericana de la Salud, 2021). En esta primera ola, las ciudades más afectadas y que presentaron una evidente mayor dificultad de gestión y resistencia sanitarias fueron Lima, Lambayeque, Loreto y Piura –por parte de Perú– y las ciudades costeras ecuatorianas, lo que coincide “con algunos indicadores recientes de la pobreza y salud preparadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos” (Chauca, 2020: 2).

Gráfico 1: Casos diarios de COVID-19 en Perú y Ecuador por cada millón de habitantes



Nota: Centro de Ciencia e Ingeniería de Sistemas (Hopkins 2020).

Las resoluciones más importantes adoptadas por ambos Estados durante estos primeros meses fueron: cierre de servicios públicos a excepción de salud, seguridad y servicios de riesgos (hospitales, tiendas de barrio, mercados y supermercados permanecerán abiertos); suspensión total de la jornada laboral presencial en el sector público y privado; toque de queda (para vehículos y personas); suspensión de vuelos nacionales y pasajeros; suspensión de transporte interprovincial; compra de kits de higiene; asignación de recursos para el sector salud; suspensión de clases presenciales; convenios con laboratorios para la toma de muestras a domicilio; red de soporte a adulto mayor y persona con discapacidad severa; y suspensión de actividades masivas, entre otros (Santillán-Haro y Palacios-Calderón, 2020; Organización Panamericana de la Salud, 2020; Alvarado et al., 2020). Sin embargo, además del evidente fracaso de las medidas reflejadas en los números de contagios y fallecidos, algunas de las medidas agudizaron otros problemas ambientales y sociales, convergiendo múltiples crisis (Díaz-Canel y Núñez, 2020; Häyry, 2021): “Algunos argumentos sostienen que la estrategia de confinamiento no era sostenible debido a las condiciones socioeconómicas subyacentes” (Macassi, 2020: 237).

El aislamiento social como medida preventiva para evitar el contagio abrió más brecha entre las clases sociales, donde solo una ínfima parte de la población pudo ponerse en pausa como alternativa de vida, exponiendo a la gran mayoría a la muerte (Molina y Mejias, 2020: 280).

Comunicación de gobierno: los esfuerzos de dos países vecinos

La crisis pandémica no puede ser medida únicamente por el número de fallecidos, sino a través de la repercusión política, económica y social que ha tenido, principalmente en países en vía de desarrollo. La emergencia sanitaria provocó un colapso de los sistemas de salud más avanzados, “ha abrumado las economías más sanas y ha obligado a los estados democráticos a implementar medidas cada vez más estrictas de realpolitik” (Prior, 2020: 7). Todas estas características han hecho que la COVID-19 se convierta en el tema de mayor cobertura en las agencias mediáticas y políticas a nivel mundial, dedicando mucho espacio de sus agendas (UN-GGIM, 2020). Por lo cual, los medios de comunicación y todos los que se benefician de ellos comienzan con la búsqueda de información generalizada para evitar la propagación y todo lo que implique una posible mortalidad (Conde, Prada-Espinel & Pullaguari-Zaruma, 2021). También, con la intención de estabilizar el entramado comunicativo derrumbado y desajustado por la situación de emergencia (Llano y Águila, 2020; Rivera-Rogel et al., 2020; García-Santamaría et al., 2020). A lo mencionado, agréguese que la comunicación en salud mediada, interpersonal, social u organizacional – cualquiera que sea su naturaleza– busca que la ciudadanía tome correctas decisiones frente a este tipo de decisiones (Prior, 2020).

En el caso de Ecuador, el impacto de la pandemia “deja ver la cara más cruda del neoliberalismo golpeando a los sectores más vulnerables; imágenes surrealistas recorren el mundo y las cifras de contagios y muertes nunca se sabrán con certeza” (Molina & Mejias, 2020:279). Situaciones como la vivida en la ciudad de Guayaquil reflejan que las esferas de salud y de ciencia “no están divorciadas de los factores coyunturales políticos, sociales y económicos, sino que se condicionan mutuamente” (Chauca, 2020: 1). Los ciudadanos que difundieron esta información a través de las redes afirmaron que las cifras de contagios y muertes por COVID-19 no eran reales. En vídeos, afirmaban que “decenas murieron antes de que se les realizara la prueba de contagio” (Sánchez-Erazo y Sánchez-Erazo, 2020: 386). Tal fue el impacto de las imágenes que circulaban por redes sociales, que el vicepresidente de Ecuador, Otto Sonnenholzner, emitió un mensaje radial de disculpas públicas por haber permitido que estas noticias deterioren la imagen internacional del país. Al mismo tiempo, afirmó que se tomarían medidas para mejorar la capacidad de respuesta frente a los inconvenientes provocados por la crisis sanitaria (Chauca, 2020).

Por su parte, Perú “destacó en su despliegue para dar rápida respuesta a los impactos de la pandemia” (bancomundial.org, 2020). No obstante, durante estos últimos meses han circulado imágenes a través de medios de comunicación donde se evidencia la existencia de personas durmiendo sobre cilindros de oxígeno vacíos a la espera de que se abran las tiendas para rellenar sus tanques (El País, 2021). La realidad es que la pandemia ha desnudado drásticamente otras problemáticas peruanas: entre ellas, un sistema de salud obsoleto con hospitales viejos, falta de materiales, ausencia de laboratorios especializados, sin camas y ventiladores, entre otros (Maguiña, 2020).

El manejo de una crisis con esta exuberancia exige que los gobiernos implementen estra-

tegrías de comunicación que “por una parte promuevan una concientización colectiva sobre la situación; y por otra, les permita sondear -y convencer- a la opinión pública sobre su gestión” (Llano y Águila, 2020: 129). En este punto, los mismos autores se plantean una interesante interrogante “¿hasta qué punto los gobiernos utilizan estratégicamente los espacios de comunicación en tiempos de crisis sanitaria?”. Y es que, durante una crisis la comunicación que recibe la población es de vital importancia, en las decisiones y el comportamiento ciudadano, constituyéndose en la materia prima más preciada (Rivera-Rogel et al., 2020).

Llano y Águila (2020) citan a Bañón (2018) en lo que respecta a la comunicación de salud, quien establece que se deben considerar tres grupos de actores:

Tabla 1: Actores del discurso en comunicación de salud

Macroactores	Mesoactores	Microactores
Encargados de estrategias de comunicación Responsables políticos Representantes institucionales	Profesionales de salud Colectivos sociales Profesionales Asociaciones profesionales sanitarias Empresas. farmacéuticas Investigadores en el ámbito de salud	Personas o pacientes y sus familiares

Nota: elaboración propia, a partir de Bañón, 2018 (en Llano y Águila, 2020: 130).

Como se puede observar (tabla 1), dentro de los actores más importantes están los gobiernos y la información que, de ellos, se desprende. Frente a la naturaleza de esta crisis, catalogada como “intratable”, la situación implica la elaboración de campañas de comunicación pública destinadas a alertar e informar a los ciudadanos de riesgos sanitarios, apuntando –en lo posible– a minimizar el alcance o gravedad de la crisis y procurando acertar en la gravedad que podrían lograr determinados conflictos (Böl, 2021; Prior, 2020; Crespo y Garrido, 2020; García-Santamaría et al., 2020):

En un contexto como el de una crisis sanitaria en el marco del estado de alarma, la información gubernamental y oficial sin restricciones adquiere una mayor importancia por el aumento de la demanda ciudadana, y como fórmula para ejercer un nivel mínimo de rendición de cuentas sobre la actividad gubernamental (Sierra, 2020: 570).

Empero, se nota el esfuerzo sobrehumano de los gobiernos que han emprendido y promovido varias campañas para mitigar y sobrellevar la crisis. Destacan las siguientes:

Tabla 2: Principales campañas de Ecuador y Perú para afrontar la crisis de COVID-19

Campañas Ecuador	Campañas Perú
<i>Yo me quedo en casa</i> <i>Yo me cuido</i> <i>Ecuador se reactiva seguro</i>	<i>Yo me quedo en casa</i> <i>Primero mi salud</i> <i>El COVID no mata solo. No seamos cómplices.</i> <i>No te confíes</i>

Nota: elaboración propia a partir de las cuentas oficiales de Facebook de los Ministerios de Salud de Ecuador (@SaludEcuador) y Perú (@minsaperu).

Ecuador y Perú: dos países vecinos que, en el presente año 2021, estrenan presidente y, por tanto, las secretarías de Gobierno cuentan con nuevas figuras y directrices de ejecución de labores. En Ecuador, el presidente Guillermo Lasso ha hecho público el Plan de Vacunación 9/100, en la fase “Salvando Vidas” que arrancó el 31 de mayo y que pretende vacunar a toda la población en 100 días (Ministerio de Salud Pública, 2021). Para el caso de Perú, cuentan con un plan de vacunación vigente el 16 de octubre de 2020 y que, para el 30 de abril de 2021, superó el millón de vacunados (El Comercio, 2021).

Comunicación política y de crisis en redes sociales

Con la expansión de la enfermedad, la información se difunde de forma exuberante a través de los medios de comunicación y de las redes sociales (Aleixandre-Benavent et al., 2020). La comunicación política y, en este caso, también sus relaciones públicas constituyen una muestra de la situación nunca antes vista y tampoco prevista, la cual deja un legado y enseñanzas para el futuro (Guevara, 2020).

En momentos de crisis, las personas dependen de los medios de comunicación y de la información que reciban por parte de los gobiernos. Estos últimos combinan la gestión y la comunicación:

El mayor error radica en pensar que, en uno se está gestionando, y en otro se está comunicando, lo que puede traer consecuencias graves a mediano y largo plazo como la falta de anticipación, de planificación previa sobre cómo se actuaría, tardanzas en responder ante el problema, mentir y ausencia de valores éticos, descoordinación de equipo, portavoces, mensajes y no saber manejar los medios de comunicación y/o las redes sociales (Guevara, 2020: 6).

Ante la situación de la pandemia, la OMS promovió un llamado a los líderes mundiales para que den respuesta a la emergencia sanitaria desde la gestión institucional de la gestión de crisis (Pulido-Polo et al., 2020). Una crisis política, económica, social, de salud, o cualquier que sea su naturaleza, llegan acompañadas de un sinnúmero de problemáticas que, de no ser tratadas o controladas, podrían llegar a convertirse en situaciones extremas “para las sociedades, los estados y los organismos destinados al control social” (Calva- Cabrera et al., 2020: 409). A esta afirmación, se suma la necesidad de tomar en cuenta la percepción que tienen los públicos, ya que esta es decisiva para la de crisis y “deben ser consideradas en todo momento para la toma de decisiones” (Losada et al., 2020: 24).

En este marco, la crisis provocada por la pandemia de la COVID-19 ha puesto en tela de juicio la capacidad de respuesta de los gobiernos a situaciones de emergencia “donde la comunicación cumple un rol fundamental. Esto demanda desplegar procesos comunicativos coordinados, coherentes, asertivos y eficientes” (Llano y Águila, 2020: 128). No obstante, se aclara que la situación en la que nos ha puesto la COVID-19 no tiene precedentes y ha logrado quebrar cualquier modelo de comunicación de crisis (Xifra, 2020). Estudios evidencian que las percepciones que dan forma a lo que los públicos dicen sobre las crisis poseen dos tipos de elementos: los racionales y los emocionales, “este segundo grupo es decisivo en la construcción mental de la población” (Losada et al., 2020: 24-25) ya que influyen de manera importante en la toma de decisiones durante un momento de crisis.

En Ecuador, las redes sociales mostraban que “para los primeros días del mes de abril en Guayaquil había cientos de cadáveres en las calles y dentro de las casas, esperando ser retirados por las autoridades” (Santillán-Haro y Palacios- Calderón, 2020: 2); circulaban imágenes de cuerpos fallecidos, lo que promovió la sospecha de una lenta respuesta por parte del Gobierno frente a la saturación de hospitales y morgues (Chauca, 2020: 2). La percepción y las emociones de los ciudadanos se vieron afectadas ante este tipo de contenidos. La inferencia social se tradujo en la incapacidad gubernamental en la toma de decisiones. De aquí la importancia de una respuesta frente a situaciones de crisis. A ello, se suma la necesidad de un único portavoz en momentos de emergencia para, de esta manera, no provocar desconcierto en la sociedad. No obstante, estudios como el de Guevara (2020) demuestran que muchos ciudadanos priorizan el consumo de información en medios digitales antes que en los medios de comunicación del gobierno.

A este contexto, se suma el desempeño de la ciencia y las tecnologías nacionales. Se habla del papel que juegan las redes sociales digitales, constituyéndose en el principal medio de información en el contexto de la pandemia (Calvo & Ventura, 2021; Rivera-Rogel et al., 2020; López-García, 2020). En este escenario, “los actores políticos hacen uso de proxies tecnológicos en forma de algoritmos patentados y actores sociales semi- automatizados (bots políticos) en intentos sutiles de manipular la opinión pública” (Guevara, 2020: 18-19). Con la afirmación de que, “a mayor exposición, mayor angustia en los ciudadanos”, una crisis como la del coronavirus es un desafío para cualquier gobierno (López-García, 2020; Masip et al., 2020). Y es que las valoraciones de la gestión se las puede obtener de primera mano, por medio de las redes sociales, considerando que son las que aumentan el número y el tipo de actores que se interrelacionan en el campo de la comunicación política (Guevara, 2020). A esta idea, se añade la afirmación de que la relación entre políticos y ciudadanía “ha creado un notable vacío que el populismo está aprovechando para ofrecer un conjunto de recetas que contienen soluciones simples y rápidas a los problemas de nuestro tiempo” (Barandiarán, 2020: 268).

Metodología

Con el fin de alcanzar los objetivos marcados, se decide un método de estudio de caso. Los estudios de casos corresponden a un método que se aplica a un objeto singular en sí y por sí mismo; en esta investigación correspondería al estudio de los gobiernos y ministerios seleccionados, con la finalidad de alcanzar una mejor comprensión del problema, direccionado al abordaje de la información en tiempos de pandemia.

Se aplica un análisis de contenido de las publicaciones emitidas por los sujetos de acuerdo con diez categorías específicas (tabla 3) y, paralelamente, se efectúa un análisis de métricas –correspondientes a la interactividad– en el marco del modelo de reducción de datos cualitativos (Katamaya, 2014), cuyo proceso comprende: edición, categorización y codificación, registro y tabulación.

Los instrumentos se construyeron desde los objetivos, dando lugar a una ficha de observación de la realidad comunicacional y política que, con la ayuda de la aplicación Fanpage Karma, se añadieron a los datos cuantitativos.

Tabla 3: Ficha de observación de cada publicación analizada

Gobierno	de Ecuador / de Perú	Fecha	29 feb. – 21 mar. 1 may. – 30 may.
<i>[Texto de cada publicación en Facebook]</i>			
TEMA	PROPAGANDA	INTERACTIVIDAD	
SUJETO	DATOS ESTADÍSTICOS	Comentarios	
ENCUADRE	FUNCIÓN DEL DISCURSO		
TRANSPARENCIA	AGENDA INSTITUCIONAL	Compartidos	
FORMATO AUDIOVISUAL	ADJETIVOS CALIFICATIVOS		

Nota: elaboración propia.

Entre las diez variables cualitativas de la ficha, aplicadas a cada publicación seleccionada en la muestra, se encontraban las siguientes opciones:

- **Temas, sujetos y adjetivos calificativos:** sin especulaciones previas, dependía de la realidad informativa encontrada.
- **Encuadre:** neutro, negativo o positivo.
- **Transparencia:** se redujeron los principios y atributos de la transparencia – citados por Molina, Medranda y Muñoz (2021)– en tres características donde se sitúan las publicaciones analizadas, tales como accesible, opaca o ausente.
- **Propaganda:** si corresponde a parte de una campaña permanente o es meramente un mensaje institucional.
- **Función del discurso:** referencial, expresiva, apelativa, metalingüística, poética, fática.
- **Formato audiovisual:** si la publicación se fundamentaba en texto (nada), audio, imagen, vídeo o un directo.
- **Datos estadísticos y agenda institucional:** en estas dos variables, a partir de su presencia o ausencia, las opciones fueron “sí” o “no”.

Entre las redes sociales que usan los gobiernos, se eligió finalmente Facebook por ser la más usada, sin duda alguna, en la región geopolítica analizada, según The global state of digital (Hootsuite 2019). La delimitación espacial se extiende a la Comunidad Andina y dos países representados y representantes de la misma, como son las zonas geográficas y políticas de Perú y Ecuador. La delimitación temporal, no obstante, no puede ser ecuaníme para uno y otro caso por razones de contextos y tiempos distintos en torno a la evolución del virus. De este modo, para el contexto de “primera ola” en Ecuador se decidió analizar todas las publicaciones de Facebook que van del 29 de febrero (una semana antes del primer caso de coronavirus en el país) al 21 de marzo de 2020 (jornada en la que dimite la ministra de Salud); y para el de Perú, el intervalo temporal se compuso del 1 al 30 de mayo (cuando se dieron los picos de mayor contagio desde que inició la pandemia).

Dispuesto el universo de estudio, se elabora una muestra verdaderamente representativa a través de tres filtros o normas secuenciales aplicados a las métricas e información que se consiguió desde Fanpage Karma: (1) por la aplicación de palabras clave: grupo léxico (COVID-19, COVID, pandemia, crisis sanitaria, epidemia, SARS-CoV, etc.) con relación a la temática coronavirus, (2) eligiendo tres publicaciones representativas por día; (3) en caso de que haya más de tres (lo esperado), se tomaron las publicaciones “elegidas” por la audiencia, en tanto ostentaba la mayor interactividad en función del número de comentarios y compartidos.

Gráfico 2: Perfiles de Facebook de los Ministerios de Salud de Ecuador y Perú



Nota: elaboración propia.

La muestra dio lugar a la exploración, por un lado, de 66 publicaciones en el caso del perfil de Facebook del Ministerio de Salud de Ecuador (@SaludEcuador; 801.200 seguidores; 440.641 me gusta) y, por otro, de 90 publicaciones en el caso de la cartera gubernamental homónima peruana (@minsaperu; 2.496.682 seguidores; 1.149.393 me gusta).

Resultados y conclusiones

El discurso gubernamental de Perú en Facebook

Iniciando por el Ministerio de Salud peruano, dentro de los límites temporales marcados, se comprobó una notable presencia de formato audiovisual, con el uso de videos en el 56,67% de las publicaciones analizadas, siguiéndole la imagen como segundo recurso multimedia (30%), el formato GIF (10%) y la retransmisión en directo (3,33%). Esto es, no hubo publicación que no tuviera un componente audiovisual, si bien es cierto que hubo total ausencia de elementos meramente audífonos.

Desde el primer momento, de la primera ola, este Ministerio peruano entendió que lo habitual en el uso de las redes sociales hoy –más aún de Facebook, por su heterogeneidad y abundancia de formatos– es utilizar todas las posibilidades narrativas que el medio permite a fin de captar a una audiencia acostumbrada a una lectura “transmediática”. Se infiere que, para el Gobierno peruano, Facebook no es un espacio de acceso directo a la información institucional de un simple PDF o de una página web, sino que hay cierto trabajo de construcción de contenidos digitales.

Por otro lado, en este mismo perfil, se hace evidente un abandono del rigor y de la firmeza que la información pública y oficial debe tener en cuanto a los datos estadísticos y transparencia en la comunicación –más aún en lo que respecta al COVID-19, con sus grandes y complejas listas de datos–, no sólo por su labor informativa, también por su tarea pedagógica para con la sociedad: de las noventa publicaciones, el 93,33% no estaban acompañadas de estadística. Una situación posiblemente comprensible en los primeros días de agitación y revuelo; no así, pasado el tiempo. El acceso a la información –se reitera: sin datos estadísticos que ayuden a la ciudadanía a comprender la coyuntura– fue en un 90,63% transparente, relegando realidades de opacidad (3,13%) y ausencia (6,25%) a una indiscutible marginalidad.

La información publicada en Facebook por parte del Gobierno de Perú cumplió mayoritariamente con funciones referenciales en su discurso (71,43%), por lo que se percibe que, a fin de no perder el tono del discurso adecuado o correcto, la comunicación institucional en Perú delega a los medios de comunicación esa tarea “expresiva”, “apelativa”, “fática” o “poética”, propia de un lenguaje fresco y cercano a las audiencias. Aunque no menos desdénable es destacar el uso de funciones más propias de las redes sociales: como la función expresiva (25,71%), por motivos socioculturales de la región y por el inicio de campañas informativas –señaladas en el marco teórico del presente trabajo–; y como la función apelativa (2,86), en menor medida debido a que la muestra estudiada se debe a los primeros momentos de la pandemia en el país andino, cuando estas campañas –con sus eslóganes en forma de hashtags– recién comenzaban a cabalgar por los textos emitidos.

En este mismo marco discursivo –celoso de no caer en ningún tipo de sensacionalismo informativo–, en el total de textos posteados, se halló una serie de adjetivos reiterados desde los que se trató de imprimir un tono de resistencia y unidad con la nación peruana desde la tribuna digital: tales como “luchador”, “responsable”, “cuidadoso” o “trabajador”, destacando manifiestamente el término “protector” (y su familia de palabras), aparecido en el 47,62% de las publicaciones, por elementales motivos de disputa contra un virus de consecuencias desconocidas entonces. No extraña, por la misma razón, que los temas más frecuentes versaron en torno a “protocolo de seguridad”, “prevención” y “recomendaciones”, mientras que los sujetos más usados fueron los “ciudadanos”, los “niños” y, por supuesto, la “familia”. Intencionadamente o no, la repetición de ese léxico apoya en el inconsciente colectivo la idea de un Estado empático, guardián de la salud pública y valedor de la seguridad nacional.

Una deducción que ondula en lo que a framing respecta: y es que, de todos los mensajes digitales realizados por el Ministerio de Salud del Perú, no se consiguió ningún encuadre negativo, con el 90% de encuadres positivos y el 10% neutral. Ahondando en el encuadre, cabe añadir que el 86,67% de las publicaciones se encuentran circunscritas una campaña permanente, mientras que el resto son fugaces mensajes institucionales “desligados” de una unidad semántica mayor.

Por tanto, se concluye que el Gobierno peruano, durante la primera ola en el país, ya tuvo una agenda institucional organizada y publicada en lo que a comunicación digital se refiere.

Tabla 4: Resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Perú durante la primera ola por COVID-19

Temas						
Protocolo seguridad	Prevención COVID-19	Recomendaciones COVID-19	Insumos médicos	Maternidad saludable	Mercados itinerantes	
30%	25%	15%	10%	10%	10%	
Sujetos						
Ciudadanos	Niños	Familia	Madres	Pacientes	Min. de Salud	Personal "primera línea"
32,14%	17,86%	14,29%	14,29%	10,71%	7,14%	3,57%
Adjetivos						
Protector	Luchador	Responsable	Cuidadoso	Trabajador		
47,62%	14,29%	14,29%	14,29%	9,52%		
Encuadre			Propaganda			
Positivo	Negativo	Neutro	Campaña permanente		Mensaje Institucional	
90%	0,00%	10%	86,67%		13,33%	
Funciones del discurso						
Referencial	Apelativa	Expresiva	Metalingüística	Poética	Fática	
71,43%	2,86%	25,71%	0,00%	0,00%	0,00%	
Formato audiovisual						
Texto (nada)	Vídeo	Audio	Imagen	Directo	GIF	
0,00%	56,67%	0,00%	30,00%	3,33%	10,00%	
Transparencia			Datos estadísticos		Agenda institucional	
Acceso	Opacidad	Ninguna	Sí	No	Sí	No
90,63%	3,13%	6,25%	6,67%	93,33%	96,55%	3,45%

Nota: elaboración propia.

El discurso gubernamental de Ecuador en Facebook

En cuanto a la información digital publicada por el Ministerio de Salud de Ecuador, se detectó que una ingente mayoría de publicaciones (77,27%) se apoyaba de una imagen para informar a la población. Muy lejos, el vídeo (13,64%) y la transmisión en directo (9,09%). De modo que, por una parte, se puede afirmar que, desde el equipo de comunicación del Gobierno ecuatoriano, se entendió la importancia del formato multimedia, aunque sin profundizar ni diversificar en las mínimas cotas que un medio social como Facebook permite y necesita.

En las publicaciones, existe una búsqueda y un encuentro con la transparencia (72,73% del total), si bien descubrió un apreciable 27,27% de comunicaciones con accesibilidad opaca para la ciudadanía, por lo que se evidencia un sobresaliente esfuerzo legislativo y político en esta materia (Barredo Ibáñez, et al., 2021).

Asimismo, el uso de datos estadísticos sobre la multitud de realidad en torno al virus fue bastante bajo: el 81,82% de los elementos analizados no cumplían con esta característica tan importante de cara a una completa comprensión del escenario de crisis. Se concluye que el equipo encargado de comunicar no consiguió ser lo suficientemente ágil en el tiempo para ofrecer bases de datos, si no desde el primer momento, durante gran parte de la crítica primera ola de COVID-19 en el país latinoamericano.

Respecto a las funciones del discurso, en la información publicada en Facebook por el gabinete ecuatoriano, se detectó un automatismo o esquema rígido que aniquiló toda posibilidad de pluralidad de aplicaciones: únicamente se encontraron dos tipos de funciones: la expresiva, con el 15,38% del total, y la referencial, con un 84,62%. Se considera que, en el periodo analizado, la práctica informativa oficial se acercó a las recomendaciones de la Organización Panamericana de la Salud respecto a evitar un lenguaje sensacionalista o, cuanto menos, estridente. Pero, por supuesto, no deja de ser sorprendente y óbice para el debate académico en comunicación política sobre si es la mejor forma de comunicar en redes sociales. Esto es, ¿dónde está el límite entre lo apropiado para llegar a las clases populares y lo improcedente por parte de un ente oficial? Cabe señalar el vínculo de este resultado con la poca multiplicidad en el uso de formatos audiovisuales que Facebook tolera.

Los resultados obtenidos sobre encuadre no hacen sino apuntalar la idea anterior: con un 13,64% de framing positivo y un 86,36% neutral (ninguna publicación con un encuadre negativo), se ratifica, por parte de la comunicación de este gobierno, un talante austero, comedido y moderado, que pudo caer en el problema de ser insensible, apático, indiferente y distante para con un pueblo, el ecuatoriano, que fuerte y particularmente ha sufrido la pandemia por COVID-19 en comparación con su entorno geopolítico. Indudablemente, este aspecto se puede añadir al ya postulado debate académico.

Así, del mismo modo que se avistó un enmarque neutral y un uso del lenguaje meramente referencial, se ha entendido que no existió, durante las fechas limitadas a la primera ola de la pandemia en Ecuador, una propaganda gubernamental materializada en una contundente campaña permanente, destacando que el 59,09% de las publicaciones se caracterizaron por ser mensajes institucionales sueltos, sin hilo conductor prevenido. Además – siguiendo con la confirmación de esta frecuencia manifiesta sobre el discurso gubernamental ecuatoriano–, los adjetivos calificativos más usados en los textos expuestos fueron “prevenidos” (37,50%) y “calmado” (25%); los sujetos más comunes fueron los “sujetos contagiados”, con un 73,91%, dejando en un significativo y lejano segundo lugar a la “ciudadanía” (13,04%) y, con ello, a la posibilitada empatía y cercanía que otros gobiernos han tenido a bien; y las temáticas más pronunciadas fueron los “casos por COVID-19”, con el 68,18% de todas las publicaciones (el segundo tópico correspondió a la “prevención”). Es decir, el discurso gubernamental de Ecuador durante la pandemia en Facebook tiene un carácter dilucidador y encaminado a una comunicación enteramente impávida con el cómo y hermética en el qué del mensaje.

Tabla 5: Resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Ecuador durante la primera ola por COVID-19

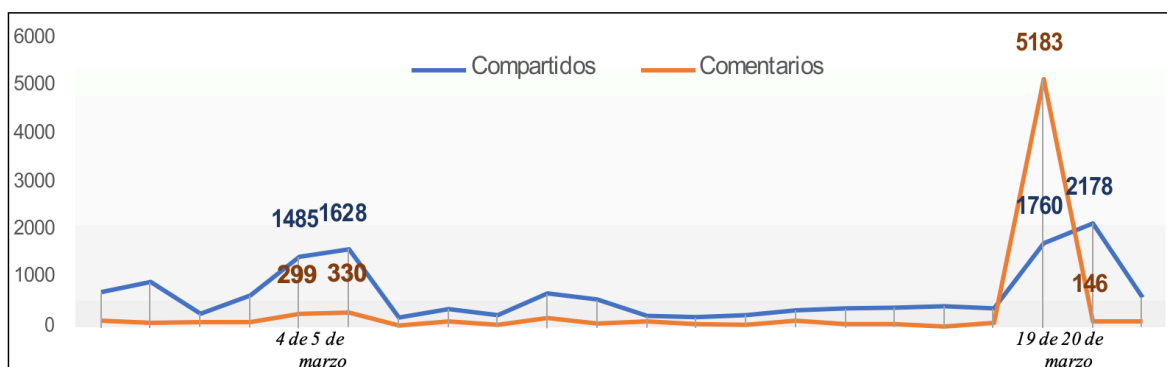
Temas						
Casos COVID-19	Prevención COVID-19	Rueda de prensa	<i>Fake News</i>			
68,18%	13,64%	13,64%	4,55%			
Sujetos						
Contagiados	Ciudadanía	Contagiados	Personal médico			
73,91%	13,04%	8,70%	4,35%			
Adjetivos						
Prevenidos	Calmando	Responsable	Cuidadoso	Solidario		
37,50%	25,00%	12,50%	12,50%	12,50%		
Encuadre			Propaganda			
Positivo	Negativo	Neutro	Campaña permanente	Mensaje Institucional		
13,64%	0,00%	86,36%	40,91%	59,09%		
Funciones del discurso						
Referencial	Apelativa	Expresiva	Metalingüística	Poética	Fática	
84,62%	0,00%	15,38%	0,00%	0,00%	0,00%	
Formato audiovisual						
Texto (nada)	Vídeo	Audio	Imagen	Directo	GIF	
0,00%	13,64%	0,00%	77,27%	9,09%	0,00%	
Transparencia			Datos estadísticos		Agenda institucional	
Acceso	Opacidad	Ninguna	Sí	No	Sí	No
72,73%	27,27%	0,00%	18,18%	81,82%	100,00%	0,00%

Nota: elaboración propia.

La interacción de las sociedades/audiencias ecuatoriana y peruana en el contexto de la primera ola por COVID-19

La interactividad de los mensajes dirigidos por parte del Ministerio de Salud se representó por una constante llanura, salvo cuatro picos divididos en dos intervalos de tiempo, tal y como se puede observar en el gráfico 3:

Gráfico 3: Interacción del Ministerio de Salud de Ecuador en Facebook (29 febrero al 21 marzo)



Nota: elaboración propia.

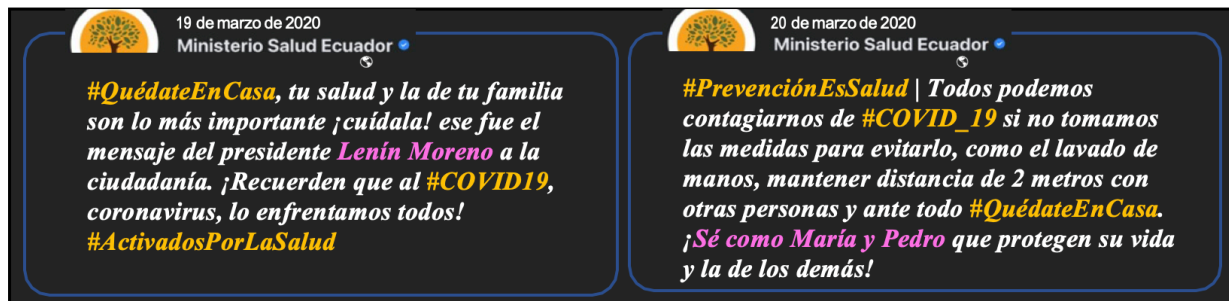
Tabla 6: Interacción del Ministerio de Salud de Ecuador en Facebook.

Fecha	Feb.	Marzo									
	29	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Compartidos	736	947	286	664	1485	1628	205	386	257	716	587
Comentarios	161	116	134	134	299	330	51	139	75	218	101
Fecha	Marzo										
	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Compartidos	237	218	260	356	398	413	436	395	1760	2178	632
Comentarios	144	84	74	159	92	82	38	108	5183	146	138

Nota: elaboración propia.

- **4 y 5 de marzo:** hay un considerable crecimiento de casos por coronavirus en la recién iniciada primera ola y el gobierno lo comunica. Sin más.
- **19 y 20 de marzo:** ya con más alarmismo, miedo e indignación en la sociedad, las publicaciones oficiales no son tan inexpresivas y tratan de empatizar un poco más con la audiencia emplazada en Facebook, emergiendo dos elementos importantísimos en la idiosincrasia ecuatoriana: el sociopolítico e institucional, como es la Presidencia de la República, representado entonces por Lenín Moreno; y el cultural, como la religión católica.

Gráfico 4: Muestra de publicaciones en Facebook por parte del Ministerio de Sanidad de Ecuador

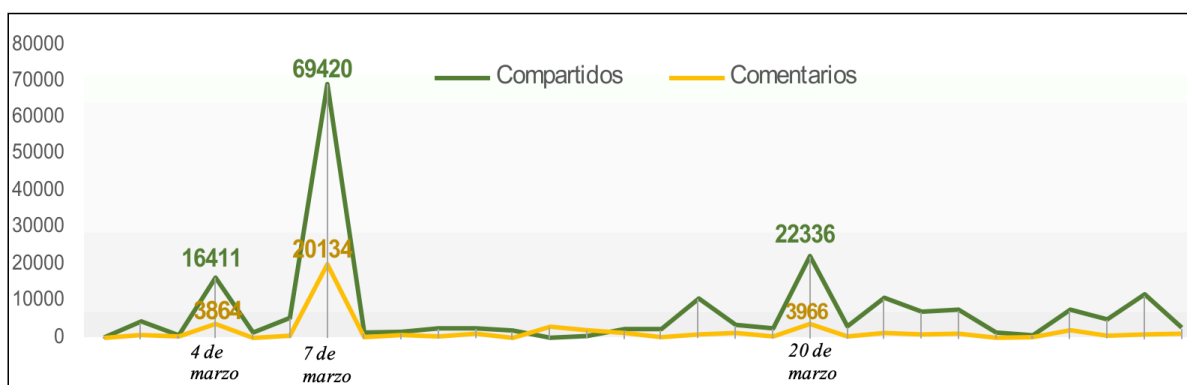


Nota: elaboración propia.

En el caso del Ministerio de Salud de Perú, también se encontró una llanura persistente. Las publicaciones se ajustan principalmente al protocolo de seguridad y prevención y recomendaciones sobre la COVID-19, con un tono emocional, a través de ilustraciones y videos animados. El Gobierno hace un llamado especial a cuidar a los niños, promoviendo una maternidad saludable y solicitando a la ciudadanía evitar la exposición de los niños al virus.

El pico de mayor interactividad se da el 7 de mayo de 2020 en torno a un mensaje gubernamental de “responsabilidad y moderación”, aunque cabe destacar otro punto en el tiempo (20 de mayo de 2020), cuando la interacción aumenta debido –presumiblemente– a la curiosidad de la audiencia sobre las cualidades del alcohol durante el confinamiento (que era de lo que trataba alguna de las publicaciones de la jornada).

Gráfico 5: Interacción del Ministerio de Salud de Perú en Facebook (1 al 30 de mayo)



Nota: elaboración propia.

Tabla 7: Interacción del Ministerio de Salud de Perú en Facebook

Fecha	Mayo									
Compartidos	132	4432	703	16411	1467	5366	69420	1400	1573	2655
Comentarios	113	844	549	3864	114	737	20134	262	878	541
Fecha	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Compartidos	2480	2013	0	422	2436	2424	10765	3550	2609	22336
Compartidos	1262	180	3226	2185	1486	283	1082	1439	479	3966
Fecha	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Compartidos	3226	10899	7150	7745	1397	729	7645	5077	11898	2748
Comentarios	555	1480	1107	1279	98	303	2194	645	1081	1169

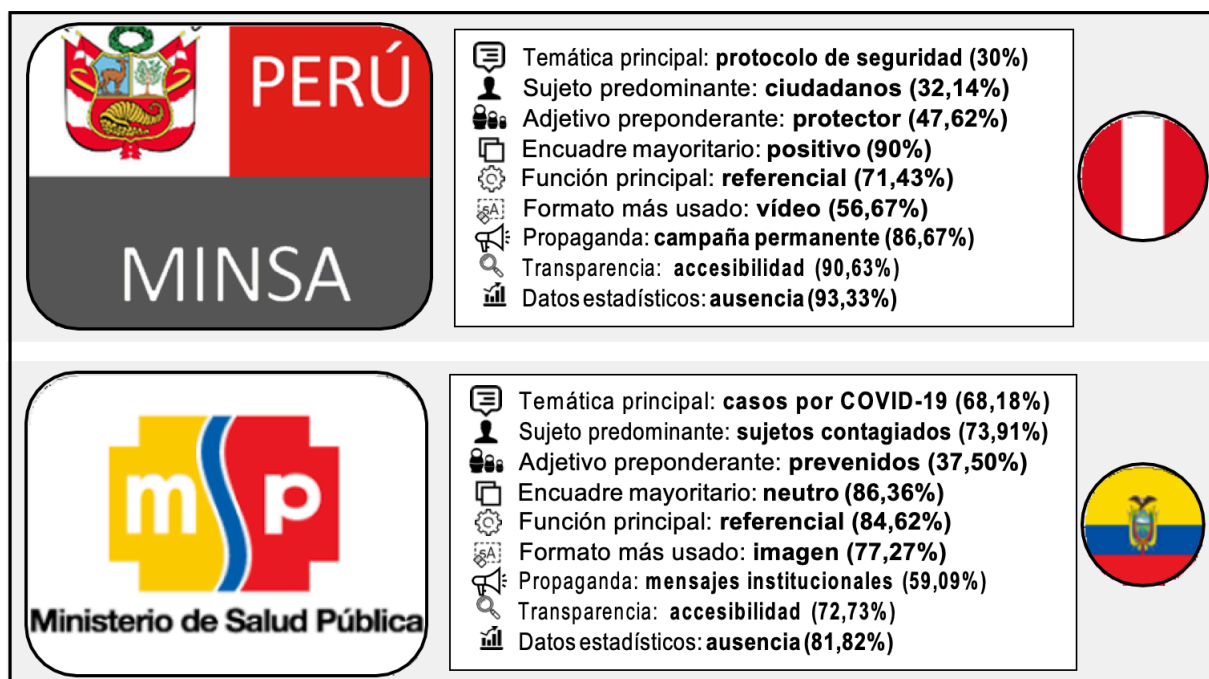
Nota: elaboración propia.

Discusión

Efectivamente, el Ministerio de Salud de Ecuador y su homónimo institucional peruano no compartieron estilo durante la primera ola de la pandemia en sendos territorios. En ambos casos, las múltiples categorías usadas en la ficha de observación encajan –unas con otras– una vez finalizado el estudio. No hay aberraciones en los resultados que lleven a sorpresas y a necesidad de un análisis más profundo y complejo del objeto de estudio.

La forma en la que abordaron la comunicación fue distinta (gráfico 6): mientras que, en Perú, su Gobierno se centró en la seguridad de los ciudadanos, pronunciándose como un cercano protector de la sociedad, con publicaciones más optimistas –sin caer en un excesivo expresionismo– apoyadas mayoritariamente de un vídeo y basadas en una campaña permanente, el gobierno ecuatoriano centralizó su discurso en el número de casos, en los sujetos infectados, con unidades comunicativas separadas, sobrias, neutrales y descansadas esencialmente con imágenes.

Gráfico 6: Principales resultados del Facebook del Ministerio de Salud de Perú y Ecuador durante la primera ola por COVID-19



Nota: elaboración propia.

Uno y otro Ejecutivo, a pesar de su cercanía, presentan magnas diferencias al momento de transmitir información sobre la pandemia en Facebook. Sus discursos y objetivos, sus abordajes de los temas y los encuadres se encuentran alejados. Y, a partir de las hipótesis planteadas, hay que asumir que fueron parcialmente falseadas:

- si bien es cierto que en ninguno de los dos casos aportaron datos estadísticos a las respectivas sociedades/audiencias –lo que se entiende como un grave error–, y aunque se vio un amplio terreno de mejora por parte del Gobierno de Ecuador, no se puede afirmar –al menos, durante las duras primeras semanas de la pandemia– que los Ministerios de Salud (ecuatoriano y peruano) visibilizaron en los discursos oficiales en redes sociales una incapacidad, inhabilitación e incitación a la desinformación;
- del mismo modo, a pesar de algunos picos altísimos de interacción, las audiencias no se fundieron en el mensaje oficial realizado por ambos gobiernos, pues no se ve que su participación influyera en el discurso.

Referencias

- [1] Alvarado, Karina, Alvarado, Susan, Ensenarro, Doris, Rodríguez, Ciro, Iannacone, José, Alvaríño, Lorena y Vásquez, Wilson (2020). "Estrategia nacional peruana contra la propagación de la pandemia del coronavirus (COVID-19)", Cátedra Villareal, 8 (1): 93- 108. Disponible en: <http://revistas.unfv.edu.pe/RCV/article/view/767/703>
- [2] Aleixandre-Benavent, Rafael, Castelló-Cogollos, Lourdes y Valderrama- Zurián, Juan-Carlos (2020). "Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información", El Profesional de la Información, 29 (4). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- [3] Bancomundial.org (2020). Crisis por coronavirus amentó las desigualdades en el Perú. Disponible en: <https://www.bancomundial.org/es/news/press-release/2020/09/08/crisis-por-el-coronavirus-aumento-las-desigualdades-en-el-peru> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [4] Bañón, Antonio Miguel (2018). Discurso y salud. Análisis de un debate social. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.
- [5] Barandiarán, Xavier (2020). "Comunicación política en tiempos de Nueva Cultura Política", Ícono 14, 18 (1): 256-282. Disponible en: <http://dx.doi.org/ri14.v18i1.1382>
- [6] Barredo Ibáñez, Daniel, Molina Rodríguez-Navas, Pedro, Medranda Morales, Narcisca Jessenia, & Rodríguez Breijo, Vanessa (2021). Health Transparency and Communication on the Government Websites of Ibero- American Countries: The Cases of Chile, Colombia, Ecuador, and Spain. International Journal of Environmental Research and Public Health, 18(12), 6222. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijerph18126222>
- [7] Böhl, Gaby-Fleur (2021). The COVID-19 pandemic: agile versus blundering communication during a worldwide crisis: Important lessons for efficient communication to maintain public trust and ensure public safety. Science and Society: EMBO reports, 22:e53182. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15252/embr.202153182>
- [8] Cáceres-Bernaola, Ursula, Becerra-Núñez, Claudia, Mendivil-Tuchía de Tai, Sabina y Ravelo-Hernández, Jorge (2020). "Primer fallecido por Covid- 19 en el Perú", Anales de la Facultad de Medicina, 81(2). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15381/anales.v81i2.17858>
- [9] Calva-Cabrera, Ketty Daniela; Rivera-Rogel, Diana Elizabeth y León- Alberca, Tatiana Betzabé (2020). "Tratamiento informativo y competencias mediáticas de los medios nativos digitales en tiempos de Covid-19", Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información, (E25): 406-421. Disponible en: <https://www.proquest.com/open-view/700f0b8138b751bdaa7a6f73331e8a8/b/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1006393>
- [10] Calvo, Ernesto, & Ventura, Tiago (2021). Will I get Covid-19? Partisanship, social media frames, and perceptions of health risk in Brazil. Latin American politics and society, 63(1), 1-26. Disponible en: https://tiagoventura.rbind.io/publication/will_i_get_covid/Calvo_Ventura_Covid_Social_Media.pdf

- [11] Chauca, Roberto (2020). “La covid-19 en Ecuador: fragilidad política y precariedad de la salud pública”, *Historia, Ciencias, Salud-Manguinhos*. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-59702021005000003>
- [12] Conde, Manuel Antonio, Prada-Espinel, Óscar, & Pullaguari-Zaruma, Kevin (2021). Comunicación gubernamental pre-covid de los presidentes hispanohablantes en Twitter. *Universitas, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, (34), 63-86. Disponible en: <https://doi.org/10.17163/uni.n34.2021.03>
- [13] ISO 690
- [14] Crespo, Ismael y Garrido, Antonio (2020). “La pandemia del coronavirus: estrategias de comunicación de crisis”, *Más poder local*, (41): 12-19. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407214>
- [15] Costa-Sánchez, Carmen y López-García, Xosé (2020). “Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones”, *El profesional de la información*, 29 (3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>
- [16] Díaz-Canel Bermúdez, Miguel y Núñez Jover, Jorge (2020). “Gestión gubernamental y ciencia cubana en el enfrentamiento a la COVID-19”, *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 10 (2): 1-22. Disponible en: <http://www.revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/881/887>
- [17] El Comercio (2021). Perú supera el millón de vacunados contra covid-19. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/actualidad/mundo/peru-supera-millon-vacunados-covid.html> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [18] El País (2021). Perú afronta una nueva crisis por el oxígeno medicinal. Disponible en: https://elpais.com/elpais/2021/04/10/album/1618008220_991227.html#foto_gal_1 [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [19] Farfán-Cano, Galo Guillermo (2020). “Perspectiva acerca de la enfermedad por coronavirus 2019”, *Revista Científica Digital INSPILIP*: 1-25. Disponible en: <https://doi.org/10.31790/inspilip.v4i2.93.g168>
- [20] García-Santamaría, José-Vicente, Pérez-Serrano, María-José y Rodríguez-Pallares, Miriam (2020). “Portavoces oficiales y estrategia audiovisual en la crisis de la Covid-19 en España”. *El Profesional de la Información*, 29 (5). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.13>
- [21] Guerrero, Santiago (2020). “Coronavirus en Ecuador: una opinión desde la academia”, *La Granja: Revista de Ciencias de la Vida*, 32 (2), pp. 127-133. Disponible en: <https://doi.org/10.17163/lgr.n32.2020.10>
- [22] Guevara León, Iris Maricela (2020). Encuadre de la gestión de comunicación de crisis gubernamental en Ecuador durante la pandemia Covid-19. Baquerizo, Gabriela (dir.). Universidad Casa Grande, Guayaquil. Disponible en: <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/2627>
- [23] Häyry, Matti (2021). The COVID-19 pandemic: Healthcare crisis leadership as ethics communication. *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics*, 30(1), 42-50. Disponible en: <https://doi.org/10.1017/S0963180120000444>

- [24] Hootsuite (2019). "The global state of digital in 2019. Social Platforms: Active User Accounts". Disponible en: <https://bit.ly/3wckjKa> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [25] Hopkins, J. (2020). "Centro de Recursos: Covid-19: Experiencias e información básica". Disponible en: <https://bit.ly/3iUvoy7>. [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [26] Inca-Ruíz, Gerardo Patricio y Inca-León, Ana Cristina (2020). "Evolución de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) en Ecuador", La Ciencia al Servicio de la Salud y la Nutrición, 11(1): 5-15. Disponible en: <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/cssn>
- [27] Katamaya, R. (2014). "Introducción a la investigación cualitativa". Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Disponible en: <https://bit.ly/3u8fzlo>
- [28] Llano Guibarra, Ninón Irene y Águila Sánchez, Julio César (2020). "Conferencia de prensa y COVID-19: explorando la respuesta gubernamental mexicana desde la comunicación en salud", Revista Española de Comunicación en Salud. Suplemento 1: 128-141. Disponible en: <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5451>
- [29] López-García, Guillermo (2020). "Vigilar y castigar: el papel de militares, policías y guardias civiles en la comunicación de la crisis del Covid-19 en España", El profesional de la información, 29 (3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.11>
- [30] Losada Díaz, José Carlos, Rodríguez Fernández, Leticia y Paniagua Rojano, Francisco Javier (2020). "Comunicación gubernamental y emociones en la crisis del Covid-19 en España", Revista Latina de Comunicación Social, 78, 23-40. Disponible en: <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1467>
- [31] Macassi, Sandro (2020). "Comunicación para el cambio de comportamientos y estrategias sanitarias del gobierno peruano frente al COVID-19", Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, (145): 235-258. Disponible en: <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4360>
- [32] Maguiña Vargas, Ciro (2020). "Reflexiones sobre el COVID-19, el Colegio Médico del Perú y la Salud Pública", Acta Médica Peruana, 37 (1). Disponible en: <http://dx.doi.org/10.35663/amp.2020.371.929>
- [33] Masip, Pere, Aran-Ramspott, Sue, Ruiz-Caballero, Carlos, Ester Almenar, Jaume Suau, y Puertas-Graell, David (2020). "Consumo informativo y cobertura mediática durante el confinamiento por el Covid-19: sobreinformación, sesgo ideológico y sensacionalismo", El profesional de la información, 29(3). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.12>
- [34] Ministerio de Salud Pública (2021). Ministra de Salud Pública ratificó que el 31 de mayo inicia el Plan de Vacunación 9/10. Disponible en: <https://www.salud.gob.ec/ministra-de-salud-publica-ratifico-que-el-31-de-mayo-inicia-el-plan-de-vacunacion-9-100/> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [35] Molina Prendes, Norma y María Luz Mejias (2020). "Impacto social de la COVID-19 en Brasil y Ecuador: donde la realidad supera las estadísticas", Edumecentro, 12 (3): 277-283. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2077-28742020000300277&script=sci_arttext&lng=pt
- [36] Molina Rodríguez-Navas, Pedro, Medranda Morales, Narcisa, & Muñoz Lalinde, Jo-

- hamna (2021). Transparency for participation through the communication approach. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(9), 586. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijgi10090586>
- [37] Müller, Hartmut, & Louwsma, Marije. (2021). The Role of Spatio-Temporal Information to Govern the COVID-19 Pandemic: A European Perspective. ISPRS International Journal of Geo-Information, 10(3), 166. Disponible en: <https://doi.org/10.3390/ijgi10030166>
- [38] Organización Panamericana de la Salud (2020). Perú: Presidente de la República anunció medidas para enfrentar el COVID-19. Disponible en: <https://www.paho.org/es/noticias/12-3-2020-peru-presidente-republica-anuncio-medidas-para-enfrentar-covid-19> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [39] Organización Panamericana de la Salud (2021). Respuesta a la emergencia por COVID-19 en Perú. Disponible en: <https://www.paho.org/es/respuesta-emergencia-por-covid-19-peru> [Consulta: 30 de mayo de 2021]
- [40] Prior, Hélder (2020). “Comunicación pública de riesgo en tiempos de pandemia: las respuestas de Portugal a la Covid-19”, Más poder local, (41): 6-11. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407213>
- [41] Pulido-Polo, Marta, Hernández-Santaolalla, Víctor y Lozano-González, Ana-Alicia (2021). “Uso institucional de Twitter para combatir la infodemia causada por la crisis sanitaria de la Covid-19”, El Profesional de la Información, 30 (1). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2021.ene.19>
- [42] Rivera-Rogel, Diana E., Calva, Ketty D. y León, Tatiana B. (2020). “Tratamiento de la información en tiempos de Covid-19 y la percepción de la audiencia”, Memorias de la Décima Novena Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI 2020). Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/346327840_Tratamiento_de_la_informacion_local_en_tiempos_de_Covid-19_y_la_percepcion_de_la_audiencia
- [43] Sánchez-Eraza, Angie Gabriela y Sánchez-Eraza, Jonathan Israel (2020). “La Organización Mundial de la Salud, aciertos y desaciertos en relación con el COVID19 en Ecuador”, Polo del Conocimiento, 6(1): 381-398. Disponible en: <https://doi.org/10.23857/pc.v6i1.2149>
- [44] Santillán-Haro, Ángel y Estefanía Palacios-Calderón (2020). “Caracterización epidemiológica de Covid-19 en Ecuador”, International Journal of Medicine and Health, 3: 1-4. Disponible en: <https://doi.org/10.31005/iajmh.v3i0.89>
- [45] Sierra Rodríguez, Javier (2020). “Periodismo, comunicación institucional y transparencia: aprendizajes de la crisis sanitaria del Covid-19”, Revista de Comunicación y Salud, 10 (2): 569-591. Disponible en: [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).569-591](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).569-591)
- [46] UN-GGIM (2020). COVID-19: Ready to Respond. The Role of the Geospatial Community in Responding to COVID-19. United Nations Global Geospatial Information Management. Disponible en: https://ggim.un.org/meetings/GGIM-committee/10th-Session/documents/Covid-19_Ready-to-Respond.pdf

- [47] Xifra, Jordi (2020). “Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19”. *El Profesional de la Información*, 29 (2). Disponible en: <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>

CURRICULUM VITAE. CARMELO MÁRQUEZ DOMÍNGUEZ

Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla y Máster en Relaciones Internacionales por la Universidad Pablo de Olavide y Universidad Internacional de Andalucía. Tiene experiencia como docente e investigador universitario en áreas de comunicación y periodismo. Actualmente, es doctorando en Comunicación por la Universidad de Cádiz.

CURRICULUM VITAE. KETTY DANIELA CALVA CABRERA

Doctora en Comunicación de la Universidad de Navarra. Máster en Investigación en Comunicación, por la Universidad de Navarra desde el año 2015. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, por la Universidad Técnica Particular de Loja en el año 2012. Actualmente es docente titular de la carrera de Comunicación de la Universidad Nacional de Loja, dictado asignaturas sobre metodologías de la investigación y relacionadas con el periodismo digital.

CURRICULUM VITAE. VANESSA KARINA DUQUE RENGEL

Doctoranda en Comunicación e Información Contemporánea de la Universidad Santiago de Compostela. Especialista en Liderazgo, Cambio Climático y Ciudades en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO - Ecuador. Magíster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad de las Américas. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Nacional de Loja. Actualmente es docente titular de la Universidad Técnica Particular de Loja. Trabaja e investiga en el ámbito de la comunicación corporativa, responsabilidad social de los medios de comunicación y la comunicación para el cambio climático.