

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS  
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**CARRERA DE PERIODISMO**

**“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS EN EL  
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA A RAÍZ DE LA PANDEMIA  
DEL COVID-19 DESDE MARZO HASTA AGOSTO DEL 2020”**

**MODALIDAD, TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN PERIODISMO**

**MARÍA FERNANDA CARBALLO CERDAS**

**TUTORA  
ANA VIRGINIA GARCÍA CASTELLÓN**

**SEDE ARANJUEZ  
AGOSTO, 2021**

## Contenidos

<b>Tribunal examinador .....</b>	<b>2</b>
<b>Código de ética .....</b>	<b>3</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>4</b>
<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>5</b>
<b>Carta de aprobación del tutor .....</b>	<b>6</b>
<b>Carta de aprobación del lector .....</b>	<b>7</b>
<b>Carta de aprobación del director de carrera .....</b>	<b>8</b>
<b>Carta de aprobación del filólogo .....</b>	<b>9</b>
<b>DECLARACIÓN JURADA .....</b>	<b>10</b>
<b>Carta de solicitud de defensa del estudiante .....</b>	<b>11</b>
<b>Lista de cuadros .....</b>	<b>16</b>
<b>Lista de ilustraciones .....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO I: PROBLEMA .....</b>	<b>18</b>
<b>Planteamiento del problema .....</b>	<b>18</b>
<b>Objetivos.....</b>	<b>21</b>
<b>Objetivo general: .....</b>	<b>21</b>
<b>Objetivos específicos: .....</b>	<b>21</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>21</b>
<b>Antecedentes .....</b>	<b>24</b>
<b>Historia .....</b>	<b>24</b>
<b>Antecedentes internacionales .....</b>	<b>25</b>
<b>Antecedentes nacionales.....</b>	<b>34</b>
<b>Proyecciones .....</b>	<b>36</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>38</b>
<b>La comunicación.....</b>	<b>38</b>

<b>Estrategias de comunicación.</b>	<b>40</b>
<b>Relaciones Públicas (RRPP).</b>	<b>40</b>
<b>Medios de comunicación formales.</b>	<b>41</b>
<b>Línea editorial</b>	<b>42</b>
<b>La noticia</b>	<b>43</b>
<b>Titular</b>	<b>44</b>
<b>Conferencia de prensa</b>	<b>45</b>
<b>Teoría de aguja hipodérmica</b>	<b>45</b>
<b>Teoría del cultivo.</b>	<b>46</b>
<b>Medios de comunicación informales.</b>	<b>46</b>
<b>Redes sociales.</b>	<b>47</b>
<b>Facebook</b>	<b>49</b>
<b>Twitter.</b>	<b>50</b>
<b>Semiótica.</b>	<b>51</b>
<b>Sensacionalismo.</b>	<b>52</b>
<b>Salud.</b>	<b>53</b>
<b>Organización Mundial de la Salud (OMS).</b>	<b>53</b>
<b>Organización Panamericana de la Salud (OPS).</b>	<b>54</b>
<b>Ministerio de Salud Pública.</b>	<b>55</b>
<b>Caja Costarricense de Seguro Social CCSS.</b>	<b>55</b>
<b>COVID-19.</b>	<b>56</b>
<b>Pandemia.</b>	<b>56</b>
<b>Epidemiología.</b>	<b>57</b>
<b>Brote.</b>	<b>58</b>
<b>Distanciamiento social.</b>	<b>59</b>

<b>Burbuja social</b> .....	<b>59</b>
<b>Cuarterías</b> .....	<b>60</b>
<b>CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO</b> .....	<b>60</b>
<b>Enfoque</b> .....	<b>60</b>
<b>Método</b> .....	<b>61</b>
<b>Fuentes de información</b> .....	<b>62</b>
<b>Muestras</b> .....	<b>63</b>
<b>Criterios de inclusión y exclusión</b> .....	<b>64</b>
<b>Criterios de inclusión:</b> .....	<b>64</b>
<b>Criterios de exclusión:</b> .....	<b>65</b>
<b>Unidades de análisis</b> .....	<b>65</b>
<b>Instrumentos</b> .....	<b>68</b>
<b>Entrevistas</b> .....	<b>69</b>
<b>Grupo focal</b> .....	<b>69</b>
<b>Observación</b> .....	<b>70</b>
<b>Análisis de contenido</b> .....	<b>70</b>
<b>Proceso de recolección y análisis de datos</b> .....	<b>71</b>
<b>CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	<b>73</b>
<b>Evaluación de los mensajes de los mensajes del Ministerio de Salud Pública</b> .....	<b>74</b>
<b>Medición del impacto y credibilidad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública</b> .....	<b>97</b>
<b>Examinación de las estrategias de comunicación del Ministerio de Salud Pública</b> .....	<b>105</b>
<b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>109</b>
<b>Conclusiones</b> .....	<b>109</b>
<b>Recomendaciones</b> .....	<b>111</b>

<b>Referencias .....</b>	<b>114</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>122</b>
<b>Apéndice A: Grupo focal .....</b>	<b>122</b>
<b>Apéndice B: entrevistas a voluntarios .....</b>	<b>128</b>
<b>Apéndice C: Participantes voluntarios en entrevistas .....</b>	<b>129</b>

## **Lista de cuadros**

Tabla 1 .....	40
Tabla 2 .....	68
Tabla 3 .....	74
Tabla 4 .....	91
Tabla 5 .....	98
Tabla 6 .....	98
Tabla 7 .....	99
Tabla 8 .....	99
Tabla 9 .....	100
Tabla 10 .....	100
Tabla 11 .....	101
Tabla 12 .....	105
Tabla 13 .....	123
Tabla 14 .....	125
Tabla 15 .....	127
Tabla 16 .....	129

**Lista de ilustraciones**

Ilustración 1 ..... 102  
Ilustración 2 ..... 103  
Ilustración 3 ..... 103  
Ilustración 4 ..... 104

## **CAPÍTULO I: PROBLEMA**

### **Planteamiento del problema**

El mundo entero se encuentra en una situación de crisis y todos los gobiernos locales se han visto obligados a buscar la forma de salir adelante, adoptando una nueva normalidad y evolucionar con ciertos asuntos que no realizaban anteriormente, el Ministerio de Salud Pública en Costa Rica ha enfocado sus esfuerzos en reducir las cifras de contagio provocado por la pandemia del SARS-CoV-2, pero algunas de las estrategias de comunicación no han surtido efecto como la institución lo espera.

Desde el 2018 el doctor Daniel Salas, asumió el cargo como ministro de Salud Pública en Costa Rica, en el gobierno de Carlos Alvarado, desde entonces su trabajo ha sido reconocido, pero fue hasta en marzo 2020 que se vio obligado a doblar sus energías para enfrentar los problemas provocados por el COVID-19. Sin embargo, algunas de sus tareas se han visto envueltas en controversia y poco apoyadas por la población debido a la poca claridad en sus mensajes.

El ministro de Salud Pública, Daniel Salas (2020), afirmó:

Hay que ser enfáticos en que el uso de mascarillas no sustituye nuestras reglas de oro de distanciamiento social, el protocolo de estornudo y tos, el lavado de manos y el quedarse en casa tanto como sea posible. Que el uso de mascarilla no se convierta en una falsa seguridad que nos relaje en las medidas de prevención que siempre deben estar presentes (párr.2).

A pesar de los mensajes enviados por el jerarca ellos mismos no respetaban las reglas al no utilizar mascarillas y al no respetar el distanciamiento social durante las conferencias de prensa.

De lo anteriormente mencionado también se puede recalcar que en reiteradas ocasiones el ministro de salud, el Dr. Salas (2020) comentó: “Una burbuja social está compuesta por las personas con las que usted convive a diario”, pero la población vio este mensaje contradictorio cuando el entonces Director de Vigilancia de la Salud, el doctor Rodrigo Marín, se fue a vacacionar

a una de las playas costarricenses en un bote con su pareja y varias personas a bordo, en las imágenes en su momento divulgadas se veía que el Dr. Marín no estaba utilizando los implementos para reducir el contagio.

De lo anterior se puede concluir que los mensajes recibidos por la población no han sido congruentes con las acciones que realizan los mismos jefes, además, la población ya se encuentra suficientemente preocupada por el virus y debe tratar de interpretar de la mejor manera las medidas y en ocasiones las restricciones vehiculares que terminan complicando aún más el panorama. Un caso que ejemplifica esta situación es el siguiente:

National Geographic España (2020) expresa:

Cuando uno percibe que las indicaciones de las autoridades no son lo suficientemente claras y concisas, es probable que quien se enfrente a esta situación de estrés entre en pánico, pensando que no se le está diciendo toda la verdad. Ante esta suposición, la probabilidad de buscar mecanismos de sobreprotección es mucho más alta. Cuando una persona entiende que el riesgo es mucho mayor del que se percibe, es más proclive a tomar decisiones más drásticas, aunque en muchos casos sean irracionales, como en este caso la compra de papel higiénico (párr.4).

Lo anterior es la ejemplificación evidente de lo que pasó en el país con el agotamiento de algunos de los productos de la canasta básica, especialmente con el papel higiénico, esta situación también se puede explicar como un efecto espejo, es decir, las personas observan que otras personas compraban abarrotes y agotaban todo, entonces entraban en pánico y estrés y recurrían a realizar compras que en ocasiones podían ser innecesarias, pero eso los hacía sentirse más seguros.

Es necesario recalcar que la situación mencionada anteriormente puede haberse causado a raíz de las estrategias de comunicación mal establecidas, existe la posibilidad de que muchos gobiernos locales hayan cometido errores a la hora de explicar con claridad cuáles eran las medidas que debían seguirse o los protocolos para evitar la escasez y por consiguiente el pánico colectivo.

Según Fernández y Baptista (2016):

La estrategia de comunicación se presenta como una alternativa para una eficaz proyección de la organización tanto hacia el ámbito interno como hacia el externo se constituye así, un eje que permite la reflexión y el análisis constante entre la estabilidad y el cambio (p.28).

En otras palabras, los autores explican que, de emplearse correctamente los planes de comunicación, se podría obtener un mayor porcentaje de entendimiento de los mensajes en especial en momentos de incertidumbre.

Por esta razón es que las estrategias de comunicación son de suma importancia, pero no se puede achacar la culpa a las instituciones a cargo de la planificación de los mensajes, también los medios de difusión que se utilizan como canales juegan un papel importante, generalmente en Costa Rica los mensajes principales solían transmitirse en conferencias de prensa que eran transmitidas por los principales medios masivos como Teletica, Repretel y Multimedios, pero, también hay más canales que aunque no sean oficiales tienen gran afluencia de contenido como es el caso de las redes sociales y WhatsApp.

Un estudio realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación en el 2018 en Perú demostró que en ese mismo año el 86.9% de la población prefería mantenerse informado mediante medios de comunicación oficiales en la televisión y un 31.1% lo hace mediante redes sociales, puede que estas cifras se deben contextualizar ya que el auge de las redes sociales durante los últimos tres años ha tenido un gran aumento.

La principal problemática que se desarrolla con el aumento en el uso de las redes sociales recae en la producción y propagación de “fake news”, que según Tusa y Durán (2019) son:

Desde tiempos antiguos ha existido la propagación de noticias falsas y en repetidas ocasiones fue transmitida información de manera errónea, lo que ha provocado la tergiversación de hechos y sucesos, independientemente de la geografía, el lenguaje o las plataformas. Sin embargo, las fake news han irrumpido con fuerza en la sociedad actual gracias al uso masivo de redes sociales (pp. 20-21).

De la misma manera en que las autoras se expresan en el párrafo anterior, cabe destacar que este es un mal que va en aumento dada la facilidad de acceso que tienen las personas a lo largo del mundo a estas plataformas, asimismo es importante mencionar que en algunas ocasiones existen páginas dedicadas a tergiversar la información oficial de diversas instituciones, de la misma manera, hay otros medios de comunicación que dedican apartados completos a desmentir estas notas como es el caso de “no caiga y no coma cuento” en el caso de Costa Rica, sin embargo, con la información referente a la pandemia, las fake news han generado una serie de obstáculos que complican que los mensajes lleguen de forma correcta a los costarricenses.

Todo lo mencionado anteriormente se concluye en la siguiente disyuntiva:

¿Qué tan efectiva ha sido la estrategia de comunicación utilizada en el Ministerio de Salud Pública a raíz de la pandemia del COVID-19 desde marzo hasta agosto del 2020?

## **Objetivos**

### **Objetivo general:**

Analizar las estrategias de comunicación empleadas por el Ministerio de Salud Pública de Costa Rica a raíz de la pandemia del COVID-19 desde marzo hasta agosto del 2020.

### **Objetivos específicos:**

Evaluar los mensajes claves emitidos por el Ministerio de Salud Pública como consecuencia de la pandemia que enfrenta el país.

Medir el impacto de estos mensajes y la credibilidad que han desarrollado.

Examinar las estrategias de comunicación que utiliza el Ministerio de Salud como consecuencia de la crisis provocada por la pandemia del COVID-19.

## **Justificación**

El Ministerio de Salud es un ente público que tiene como finalidad garantizar la protección y salud de los costarricenses basado en liderazgo, enfocados en la promoción de la salud y bienestar social, gracias al labor que ha desarrollado el ministerio desde sus inicios, Costa Rica ha sido reconocido por los avances en el ámbito de la salud pública tanto en el país como en el extranjero.

Además, Costa Rica ha sido un país con amplia tradición democrática, donde el Estado ha dado históricamente prioridad al desarrollo social. Esto se concreta en una serie de políticas públicas, programas y acciones que han tocado diferentes grupos sociales y en el caso del presente objeto de estudio, el área de la salud y la forma estratégica a la hora de la transmisión de mensajes de importancia al público en general.

Asimismo, la realización de esta investigación tiene diversos motivos que la justifican, se pretende efectuar una aportación de carácter teórico, que implica el conocimiento de la gestión de calidad de la estrategia de comunicación del Ministerio de Salud Pública a efectos de la crisis del COVID-19. Esta aportación consta de varios puntos de impacto, la operacional que logra llevar a cabo una inspección de las formas en las que se procura comunicar y la forma de transmitir los mensajes y la conceptual que se da por medio de una revisión de las principales definiciones derivadas de la estrategia de comunicación.

Cabe señalar que el grado de pertinencia que posee la presente investigación, es porque actualmente el Ministerio de Salud Pública ha girado instrucciones necesarias para poder sobrellevar la pandemia que actualmente enfrenta no solo el país sino todo el mundo, ya que la estrategia de comunicación no es de forma eficaz y congruente cuando es transmitido por un jerarca del MSP y en otros cuando es difundido por un funcionario de la CCSS provocando que se haya visto envuelta en polémicas, es decir, mensajes de poco entendimiento y que el costarricense no logre estabilidad comprensiva para cumplir con las medidas sanitarias.

En virtud de lo anterior, Lorenzo (2014) menciona:

Lo cierto es que la acción comunicativa exige un proceso de planificación previa que contribuya a garantizar la eficacia del esfuerzo invertido. Es entonces cuando hablamos de

estrategias de comunicación, entendidas tales como el conjunto de formas y modos comunicativos que tienen como objetivo prioritario, en base a unos recursos dados, establecer una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios (p.18).

Con lo mencionado se espera mostrar que este estudio va de la mano en reforzar las falencias que presentó el Ministerio de Salud Pública de acuerdo con los planes de comunicación presentadas en el período de marzo a agosto del 2020 a raíz del COVID-19.

Es importante añadir la disyuntiva de que no se pretende criticar la forma en que se realiza la comunicación por parte del Ministerio de Salud Pública, por el contrario, se espera demostrar aquellas inexactitudes en su estrategia y brindar las mejoras que sean necesarias a fin de que no solo el Ministerio de Salud Pública se vea beneficiado, sino también, el costarricense, como una forma de poder sobrellevar el tema del virus que ha perjudicado a la hora de aplicar las medidas, además, en temas económicos para poder sobrellevar la nueva realidad.

Por lo anterior, es de importancia destacar que la investigación va con la idea de poder realizar un análisis de la estrategia comunicativa que se utilizó el Ministerio de Salud Pública, en el período antes mencionado, que afecta a los costarricenses en el ámbito interpretativo y su acatamiento. No obstante, con la presente, se espera poder brindar mejoras en las pautas que utilizó este ministerio, para que se pueda transmitir el mensaje de manera tal que el beneficio lo obtengan ambas partes, tanto el Ministerio de Salud Pública que es el que más cuidado debe tener a la hora de informar para evitar el caos, como los costarricenses que son los que reciben el mensaje.

Según Fernández et al., (2016) “En la actualidad la comunicación actúa como elemento de gestión horizontal y como recurso estratégico. Es una comunicación interactiva, enfocada en la adaptación de la organización a sus usuarios.” De esta forma se reitera la importancia de realizar una adecuada táctica de comunicación tanto interna como externa para poder transmitir los mensajes de forma precisa y correcta adaptados a la situación que lo requiera y así evitar caer en errores y malinterpretaciones.

Las falencias que se han cometido en cuanto a comunicación durante la cobertura de la pandemia son la clara ejemplificación de la importancia del establecimiento de estrategias comunicativas bien planificadas para lograr que la mayor parte de la población reciba los mensajes de forma concreta, esto no quiere decir que las tácticas de comunicación que ha utilizado el Ministerio de Salud Pública han estado del todo mal, sino que quizá, como ya se mencionó anteriormente, sus mensajes no han sido tan claros como la población lo esperaría.

Con el presente objeto de estudio se espera poder analizar posibles mejoras en las estrategias de comunicación que se utilizan en situaciones de crisis como la que actualmente se enfrenta en el país, de esta forma se estaría obteniendo mayor efectividad a la hora de transmitir y recibir los mensajes.

## **Antecedentes**

### **Historia**

Las estrategias de comunicación surgen como consecuencia de algún problema y se crean con la finalidad de determinar hasta qué punto se desea y puede llegar, pero es importante que para realizar tácticas de comunicación se conozca a la perfección la organización para saber qué clase de mensajes se desean emitir y qué pasos hay que seguir.

Según Fernández y Baptista “la estrategia de comunicación se presenta como una alternativa para una eficaz proyección de la organización tanto hacia el ámbito interno como hacia el externo se constituye así, un eje que permite la reflexión y el análisis constante entre la estabilidad y el cambio” (2016).

En concordancia con lo anterior, las estrategias de comunicación a lo largo de la historia han jugado un papel fundamental en todos los ámbitos que le competen, por ejemplo, en las campañas políticas unos meses antes de las elecciones presidenciales, cuando los candidatos poseen un equipo que le ayude a conocer las necesidades de los públicos, los medios de

comunicación que más consumen y el tipo de mensajes que más les llama la atención tienden a recibir mayor aceptación porque lo que se les comunica es justo que lo quieren escuchar.

Asimismo, la estabilidad de una empresa u organización puede decidirse a la hora de realizar una buena táctica, cuando las entidades se comprometen con alguna causa lo hacen porque conocen las necesidades y las adaptan con mensajes “convenientes” tanto para ellos como para sus públicos. Cabe destacar el caso de la CCSS que utiliza sus redes sociales para crear mensajes con cierto grado de humor, garantizando que los usuarios se sientan involucrados y en algunos casos adopten los mensajes que les son transmitidos.

### **Antecedentes internacionales**

Llano y Águila (2020) realizaron una investigación llamada: Conferencias de prensa y COVID-19: explorando la respuesta gubernamental mexicana desde la comunicación en salud, bajo un enfoque mixto donde hicieron análisis 28 de las conferencias de prensa en el programa FileMaker durante la segunda etapa de la pandemia y el porcentaje final era el indicar cuantitativo de la relación al seguimiento de la narrativa, y concluyeron que las conferencias de prensa de la Secretaría de Salud de México se caracterizan por utilizar un lenguaje claro y que esto ayudó a que la población tuviera un mayor entendimiento de los temas.

Además, mencionan que las conferencias no solamente se utilizaban para tratar temas referentes a la pandemia del COVID-19, sino que también los espacios eran aprovechados para debatir temas de vulnerabilidad y desigualdad social que influyen directamente en el comportamiento de la población, también se reporta el interés de hacer énfasis de las medidas individuales y las medidas que va adoptando el gobierno para atender la contingencia sanitaria. Llano et al. (2020) recitan:

Evidencia que las conferencias de prensa como espacio de comunicación oficial de la actual crisis, tienen el objetivo de incidir en la opinión pública sobre la gestión del gobierno, a la vez que [sic] concientizar a la población de la situación de riesgo. En esto influyen los

recursos persuasivos que utilizan, así como las estrategias para generar confianza –ante todo política– en la gestión de la crisis (p.139).

Es como dicho autor da a entender, las estrategias de comunicación, en un sentido estricto, ayudan a la población en general, con el fin de informar mediante todos los medios de comunicación importantes en cada país, alguna noticia que sea de importancia y conocimiento para el público en general, en este caso las conferencias de prensa son utilizadas para brindar información referente al COVID-19, pero podrían incluirse temas de interés que ayuden a entender el comportamiento social que adopta la población por el temor hacia el virus.

Martínez (2020) en su trabajo: Uso de personajes y metáforas en la gestión de la crisis sanitaria del COVID-19. Revisión de la comunicación de sanidad pública en España y México, realizó una comparación de la situación que enfrentan México y España, analizando los materiales que han publicado ambos países para determinar la creación de mensajes, de esta forma logró llegar a la conclusión de que existe la necesidad de crear comunicados que generen una conexión emocional, empática y solidaria.

Además, la autora menciona que, de no mantener los gráficos o la redacción actualizada, se corre el riesgo de cansar a la audiencia y recalca que es importante conocer cuáles son las principales preocupaciones de los públicos, además, considera que la virtualidad es el primer contacto con el usuario, pero existen dos grandes retos que son la creatividad y la falta de recursos que garanticen un diferenciador que capte la atención.

Martínez (2020) señaló:

Si bien, una crisis produce una alteración, por todas las noticias negativas que conlleva, es preciso cambiar la perspectiva y ver una crisis como una oportunidad. En absoluto, esta pandemia significó una ventana para diversificar las formas de comunicar, llevar a cabo iniciativas que implicarán menos recursos (monetarios, materiales y humanos) para mantener una conexión nacional y conseguir un alcance internacional (p.326).

En el caso de la cita anterior, es importante tomar en cuenta que existe una necesidad, la cual forma parte de las falencias que yacen en el aporte comunicativo, por parte de los países que la misma autora menciona y en el objeto de estudio en el que ella se basó, sin embargo, comenta que la conexión emocional de los mensajes hacia las personas debe ser directa y evitando que se aprecie de diferentes maneras, para que con ello se dé un vínculo más ameno por parte de la población y cada mensaje que se pretenda transmitir sea congruente a las pautas estudiadas de acuerdo a cada tipo de población.

Los autores Aleixandre, Castelló y Valderrama (2020) hicieron un trabajo de investigación bajo el nombre: Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. Aunque se desconoce cuál fue la metodología que utilizaron para realizar su investigación sí lograron llegar a conclusiones concretas como que las redes sociales y los medios de comunicación han provocado una infodemia por la excesiva información que existe acerca del virus.

Además, Aleixandre et al., (2020) mencionan que los profesionales de la información y los medios de comunicación se enfrentan a una gran responsabilidad y tienen que proporcionar información que sea objetiva basada en pruebas que aporte a mejorar el conocimiento sobre el COVID-19 y reduzca la incertidumbre sobre los temas relacionados con las medidas preventivas en pro de la contingencia sanitaria.

En este aspecto es de relevancia hacer mención, que los autores dirigen su estudio a la manera en que distintos medios transmiten el mensaje, sin utilizar una especie de análisis y estrategia comunicativa y aquí es importante traer a coalición la cita tras anterior, en la que el estudio que realizan indica que hay diferentes tipos de población por lo que la estrategia de comunicación es por y para ello, cada tipo de población tiene un trato diferente, algunos son internautas, otros son personas que se informan por medio de las noticias televisivas y escritas, otras simplemente porque se lo cuentan, por lo que el plan comunicativo debe ser más que estrategia un estudio de cómo se debe transmitir dicho mensaje.

Con las anteriores palabras se trata de dar énfasis a que cada estudio basa sus resultados a cierto ámbito y proyecto que se hace de relevancia en su objeto de estudio, sin embargo, volviendo a la cita de los autores Aleixandre et al., (2020), van de acuerdo con que todo es un hilo conductor, si es una mala estrategia de comunicación trae como consecuencias mala información, que es transmitida de población a población, en donde se crea una problemática mayor a la que se pretendía transmitir.

Moreno (2020), hizo una investigación bajo una metodología cualitativa, llamada: La divulgación de la información en la encrucijada de la crisis del COVID-19 en Paraguay. Reacciones y trasmisión de datos falsos y científicos a través de las redes sociales y los medios masivos, al finalizar su trabajo logró alcanzar la conclusión de que durante la pandemia fue posible observar importantes movimientos de información, destacando la rapidez y la facilidad que se posee para diseminar cualquier tipo de información y que ésta en cuestión de horas alcance difusión a nivel mundial.

Moreno (2020) menciona:

Lamentablemente, las mismas herramientas que hoy nos permiten alcanzar estas posibilidades (...) también generan el uso inadecuado o malintencionado de los mismos recursos. Una prueba de ello son los bulos y las noticias de contenido falso que se han dispersado de forma exponencial desde la irrupción del virus SARS-CoV-2 en los diferentes países a través de las redes sociales (...) Cabe resaltar que las autoridades competentes, en vista de la extraordinaria cantidad de bulos, ha afrontado la situación y dado paso a la refutación de los datos, valiéndose de los diferentes medios de comunicación a modo de alcanzar el dato a toda la sociedad e indicando la importancia dirigirse a fuentes oficiales y examinar cuidadosamente las informaciones consultadas (p.16).

Lo que se ha logrado apreciar en los diferentes autores que han citado hasta ahora, todos mantienen la teoría de que la desinformación genera caos colectivo e inducción perversa al error, porque si bien es cierto, la noticia falsa es aquella que la comparten personas o bien medios no

oficiales con malas intenciones y por consiguiente eso repercute sea en la organización de un lugar en específico, un país o a al tema en sí al que sea dirigido.

Claro es el ejemplo con la pandemia donde las personas veían mensajes falsos sobre el uso de medicamentos no aptos para combatir el virus y como consecuencia expandían más el temor, asimismo, el coronavirus por la supuesta confianza a esa noticia. Claro es el ejemplo de las declaraciones que brindó el entonces presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, para el periódico BBC News donde menciona: “Y veo que el desinfectante lo elimina en un minuto, un minuto, ¿hay alguna manera de que hagamos algo así, con una inyección dentro, como casi una limpieza? Sería interesante comprobar eso”, añadió.

De lo anterior mencionado, resulta difícil de entender, por qué personas tan influyentes en un país tan grande y conocido como potencia mundial, desinforman de tal manera que el caos sea peor, ya que la mayoría de la población que escuchó el mensaje del mandatario practicó el supuesto tratamiento con desinfectante y tuvieron que ser trasladados con intoxicaciones a hospitales.

López (2015), en su trabajo titulado: Comunicación y Salud. Enfermedades Raras y Estrategias de Comunicación, realizó una investigación con enfoque mixto, es decir, analizó tanto datos cualitativos como cuantitativos, donde demostró que en el 70% de las entidades estudiadas no poseen personal que se encargue de la comunicación ya que no pueden destinar sus recursos a contratar técnicos en comunicación, pero sí son conscientes de su importancia, además, López (2015) mencionó:

La web se ha convertido en el instrumento indispensable para ofrecer información a los pacientes, ya que es la vía oficial, además del teléfono y el correo electrónico, por la que estos colectivos se comunican con sus públicos más involucrados. A través del correo electrónico y el teléfono estas organizaciones realizan las comunicaciones privadas con sus públicos internos. Utilizan las redes sociales, pero en grupos cerrados. Sino hacen uso de las redes sociales es por falta de recursos y tiempo (pp.343-344).

Se puede observar que, el tema de la comunicación es importante, todas las personas esperan conocer más sobre algún tema en específico, que sea de cualquier suceso tanto mundial como a nivel nacional, por lo que la relevancia de comunicar con estrategia y cuidado resulta un papel fundamental en el espacio donde se desarrolla la noticia, además del conocimiento, la transmisión debe ser empleado de manera tal que no genere duda ni se preste para las conocidas noticias falsas.

En el estudio que realizó el autor queda demostrada la importancia de la utilización las redes sociales y de la existencia de un departamento especializado en comunicación, en el presente objeto de estudio, se analiza la importancia de la utilización de este departamento para que la comunicación sea planificada de la forma adecuada, de igual forma, el autor menciona la necesidad de sacar provecho a las plataformas digitales, a las cuales la mayor parte de la población tiene acceso.

Las redes sociales en las estrategias de comunicación juegan un papel fundamental, en especial en estos momentos, en plena era digital donde la información está al alcance de un clic, convirtiéndose en una herramienta de mucha utilidad para lograr llegar a todos los públicos meta que las diversas organizaciones posean.

Bizberge y Segura (2020), realizaron una investigación con enfoque metodológico basado en una comparación teórico-normativo y sociopolítico llamada: Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México. Los autores en su exploración lograron concluir que el aislamiento en América Latina y el debate de internet durante la pandemia del coronavirus se deben por tres razones: el acceso, la privacidad y la libertad de expresión.

La pandemia vino a cambiar el mundo y con estas palabras se hace referencia a que distintos medios de comunicación pasaron de ser los menos importantes a ser los que más funcionales son con respecto a la nueva era, lo anterior porque con la llegada de la nueva realidad los distintos medios de comunicación pasaron de ser los poco usados a un mecanismo necesario para poder llevar a cabo el día a día, entonces, el tema de la expansión hacia un mundo virtual lo empujó en palabras simples la llegada del coronavirus.

Ya que la adaptación a ese mundo trajo pasar a otros planos lo que era importante y darle prioridad a otros servicios, en este caso el servicio del internet, plataformas y demás herramientas que ayudan a la expansión de las noticias de forma repetitiva, pero es aquí el meollo del asunto, ya que esa misma expansión ha traído el problema que tanto se ha mencionado en la presente investigación, las malas estrategias a la hora de comunicar y el malinterpretar lo que realmente debe ser sencillo, máxime el tema que la población conoce como el coronavirus.

Egas y Yance (2018), en su trabajo llamado: Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador, realizaron una investigación exploratoria y descriptiva bajo un enfoque de análisis de datos cualitativos aplicando encuestas. Una vez finalizado el análisis de resultados, pudieron concluir que para poder hacer una estrategia de comunicación efectiva hay que basarse en la teoría, además, se debe conocer la empresa para así entender su funcionamiento, para poder tener una visión más clara.

Asimismo, Egas et al., (2018) mencionan:

La propuesta está basada en estrategias y acciones concretas que facilitarán la consecución de las metas planificadas, las mismas pretenden cerrar los márgenes descubiertos y promover no solamente una comunicación eficiente, sino que también facilitará crear una comunicación eficaz la cual guiará a la toma de resoluciones adecuada al proyecto de tareas realizables.

Todos los anteriores autores, van de la mano al cuidado de transmitir los comunicados, ya sean de una empresa privada como del área pública, ya que si van dirigidos a ciertos sectores de la población, se hace el estudio estratégico, con el fin de dar mayor soporte a la creencia de noticias y comunicados, lo cierto es que cada uno con sus conclusiones dan puntos que deben ser mejorados, la factibilidad de que medio es más utilizado que otro, además de la cercanía con el público por llamarlo así, hacen que la credibilidad de datos sea más sencilla y que el aperebimiento sea más sencillo, evitando que la población de mala fe, cree información con datos erróneos.

Negrete y Rivera (2018), nombraron un trabajo de investigación: Estrategias de comunicación en redes socio-digitales desde la práctica del gobierno abierto, para alcanzar sus objetivos, utilizaron un alcance exploratorio realizando una comparación de casos diferenciados, cuando los autores terminaron con la fase de investigación, concluyeron que las estrategias de comunicación de los gobiernos de Hidalgo y Querétaro no tienen relación con el gobierno abierto.

En el caso de Hidalgo se demostró que las plataformas digitales ya son consideradas como medios de difusión tradicionales, pero en Querétaro son utilizadas solamente para realizar trámites y servicios. Asimismo, se concluyó que los análisis de las estrategias de comunicación son necesarios para garantizar el funcionamiento de las iniciativas gubernamentales para así poder explicar de mejor manera la relación y complementariedad de datos.

Hay dos puntos fundamentales que son de mucho interés para este objeto de estudio, el uso de las redes sociales no solamente debe ser enfocados como método persuasivo o de aceptación, sino que también podría utilizarse como venta de servicios o para la realización de trámites de diferentes índoles. Por otra parte, se destaca que en ciertos sectores de México las plataformas digitales son utilizadas como medios de comunicación ya consideradas tradicionales.

En el presente objeto de estudio, las redes sociales juegan un papel esencial ya que en muchos casos la información en Costa Rica es difundida mediante las redes sociales, sin embargo, también existe la divulgación de notas falsas que como menciona uno de los autores anteriormente citados tienen la posibilidad de viajar a lo largo del mundo en solamente cuestión de horas, esto afecta a la población a gran escala porque contribuyen a la creación o aumento del pánico ya existente como consecuencia del coronavirus.

Rivera y Negrete (2018), hicieron un trabajo de investigación titulado: Elecciones 2.0 en México. Análisis de estrategias de comunicación en Facebook de los candidatos presidenciales de 2018, bajo una metodología de dos técnicas, la primera es el análisis de las estructuras de Facebook de los candidatos presidenciales y en segundo lugar se desarrolló una evaluación de variables cualitativas y cuantitativas.

Dentro de las principales conclusiones de los autores se puede destacar que, durante las candidaturas mexicanas, los postulantes a la presidencia no sacaban provecho a las herramientas que plataformas como Facebook ponen a su disposición, Rivera et al., (2018) mencionan:

Derivado de este análisis, se puede afirmar que, por parte de los candidatos, Facebook se usó como un medio informativo, como una extensión de la comunicación planteada en y vinculado con su tono y objetivos. Con ello, se comprueba el supuesto de partida, acerca del poco aprovechamiento de las redes socio-digitales en elecciones presidenciales en México.

A pesar del poco aprovechamiento que se dio a Facebook, el uso de la multimedia sí fue una herramienta muy utilizada, pero ésta ya era una situación que venía ocurriendo gracias al producto publicitario de las campañas electorales, Rivera et al., (2018) comentan:

Resultó interesante, sin embargo, el uso de las redes para transmitir eventos en vivo y la lógica *streaming* de los candidatos. Esto reveló la comprensión de las dinámicas de tiempo real, es decir, una apropiación digital de la *inmediatez*, la cual puede ser agregada al modelo de análisis propuesto para futuras investigaciones (p.15).

Como los autores anteriormente mencionados comentan, las redes sociales son de suma importancia y su aprovechamiento depende del conocimiento que se posea de ellas, en el caso de Costa Rica, el Ministerio de Salud Pública ha hecho un uso activo de sus perfiles sociales para diversas funciones como la transmisión en vivo, publicación de imágenes y comunicados con información importante. Todo esto provoca que cada vez más personas interaccionen con ellos y se abre la posibilidad de recibir retroalimentación para saber qué puntos pueden mejorar o cambiar.

A pesar de lo anterior mencionado cabe destacar que, aunque no se haya hecho uso altamente efectivo en las redes sociales, sí son una plataforma muy funcional para que la población reciba los mensajes de forma más directa y de cierto modo más personalizado, porque la información que se distribuye en redes sociales debería ser creados o redactados pensando en que

las personas con solo deslizar el dedo pueden dejar atrás algún dato que podría ser útil. La creatividad para la creación de contenido atractivo en plataformas digitales y/o sociales es un factor muy importante.

Cascales, Cortés y Galmés (2015), realizaron un trabajo de investigación llamado: Social Media y Estrategias de Comunicación de las Redes Sociales en el Sector Hotelero de la Comunidad de Madrid. Para lograr los objetivos de la investigación, los autores utilizaron una metodología basada en dos pasos, el primero consiste en una revisión bibliográfica y documental de los conceptos de “social media” y estrategia de comunicación y en segundo lugar una encuesta de opinión a los directores hoteleros.

Cuando los autores finalizaron el análisis de datos, pudieron concluir que las redes sociales han llegado para revolucionar las estrategias de comunicación de las empresas, además, concluyeron que al utilizar plataformas digitales son más sensibles a los efectos negativos, pero, a pesar de esta vulnerabilidad todos incluyen las plataformas sociales como estrategias de comunicación. Cascales et al., (2015), mencionan: “Un control y buena gestión del plan de comunicación en redes sociales tiene un impacto positivo en la cuenta de resultados de los hoteles” (p.275).

En el caso de la investigación de Cascales, Cortés y Galmés (2015), a pesar de ser un nicho muy específico, queda evidenciada la relevancia que juegan las redes sociales. Ahora la mayoría de las empresas cuentan con perfiles en plataformas digitales y su utilización puede garantizar mayor interacción entre la organización y sus públicos meta, anteriormente se mencionó el caso de la CCSS, y es el mejor ejemplo del aprovechamiento que se puede dar en las redes sociales, utilizando mensajes diferentes o divertidos (como en el caso de la CCSS) se consigue un mayor número de personas interactúen y se informen.

### **Antecedentes nacionales**

Con respecto a los antecedentes nacionales es de menester señalar que el tema del trabajo es relativamente novedoso, por lo tanto, existe poca información en el país, por lo que solamente

se incluirán dos investigaciones nacionales que resultan de gran importancia en el abordaje del presente objeto de estudio. Es por esta razón que los antecedentes faltantes se complementarán con investigaciones internacionales referentes al tema en cuestión, algunos de los lugares donde se realizó la búsqueda de material nacional son: Scielo, Dialnet, Google académico, repositorio de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), Universidad de Costa Rica (UCR), Kérwá Repositorio, portal de revistas UNED, Biblioteca Nacional, Redalyc, entre otras.

Morales (2015), también realiza un aporte significativo al objeto de estudio, en su investigación: Estrategias de comunicación política en redes sociales: el caso del Partido Acción Ciudadana en Facebook y Twitter en las elecciones costarricenses 2013-2014, este trabajo se desarrolló bajo un enfoque mixto, evaluando tanto datos cualitativos como cuantitativos, al analizar los datos, la autora logró concluir que para la campaña electoral en cuestión se dio un uso masivo de redes sociales.

Además, Morales (2015), menciona:

Otro elemento clave es la determinación del público meta, que en una campaña presidencial puede ser muy amplio y heterogéneo; no obstante, en el desarrollo de una estrategia en redes sociales se requiere de una segmentación más especializada, de manera que puedan generarse comunicaciones más efectivas bajo un sistema multidireccional (p.99).

Esta investigación logra evidenciar la importancia de las redes sociales cuando son aplicadas a las estrategias de comunicación y la capacidad de persuasión que poseen estas ante los públicos meta, sin embargo, la autora hace énfasis en que cuando se trata públicos tan variados, se deben emitir mensajes más fraccionados que suplan las necesidades de los candidatos y sean adaptados a lo que la población que quiere conocer.

Salazar (2016), realizó una investigación llamada: Estrategias de comunicación de los museos nacionales, para cumplir con los objetivos que la autora se planteó, se enfocó en tres pasos, el primero fue buscar antecedentes, el segundo paso a seguir fue solicitar a los museos en cuestión (Museos del Banco Central, Museo Nacional de Costa Rica y Museo de Arte Costarricense),

información referente al tema para poder realizar instrumentos de y por último recolectar datos en cada museo para utilizar las herramientas ya creadas para poder efectuar la evaluación, además de hacer entrevistas al personal del museo.

La autora logró concluir que los tres museos en cuestión han utilizado estrategias muy parecidas, además indica que las estrategias se alimentan básicamente en la publicación en redes sociales, ya que sus tácticas buscan planes más económicos, pero también menciona que dos de los órganos evaluados (Museo del Banco Central y Museo de Arte Costarricense) cuentan con planificaciones basadas en las necesidades del público y el museo mismo.

Este es un punto muy importante que todas las estrategias deberían tener en consideración y es el sentido económico, no todas las empresas poseen el capital o los recursos económicos para tener un departamento que se dedica meramente a la comunicación, sin embargo, esto no quiere decir que por ese problema no puedan desarrollar campañas informativas inteligentes, donde la población se sienta involucrada.

Crear campañas de comunicación o estrategias es tan fundamental que tienen el poder de elegir un presidente para algún país, o garantizar la estabilidad de una empresa u organización, siempre y cuando se realizan los estudios necesarios para que las tácticas sean enfocadas en los objetivos que se poseen, al realizar estos análisis los mensajes van a ir orientados a los públicos requeridos, con el tipo de información que más suelen consumir.

### **Proyecciones**

En el siguiente apartado se detallarán cuáles son las metas que se desean cumplir con el presente objeto de estudio, de esta forma se abre la posibilidad de comprender de mejor manera a donde se espera llegar.

- Evidenciar las falencias que ha cometido el Ministerio de Salud Pública de Costa Rica en cuanto a la comunicación que ha tenido que ejercer dicho ente desde los inicios de la pandemia

- Cómo se ha tergiversado la información y cómo han aumentado las “fake news” a raíz de estas falencias.
- Crear ejemplos de posibles estrategias de comunicación donde los mensajes transmitidos sean más claros y sencillos.
- Analizar el uso de las redes sociales y la propagación de información que se desarrolla en ellas.

La elaboración de esta investigación abre un portillo para que en un futuro sea utilizada como antecedente informativo y base para la creación de próximos trabajos de investigación.

## CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

A lo largo del presente capítulo se identifican las fuentes primarias y secundarias que brindarán sentido a la investigación desde la perspectiva teórica. En el mismo se incorpora la teoría necesaria para una mejor comprensión y desarrollo del tema evidenciando ampliamente el problema en cuestión.

### **La comunicación**

Se puede explicar la comunicación como el elemento fundamental para relacionarse con todos los seres humanos, esto con la finalidad de satisfacer las diversas necesidades humanas, tanto fisiológicas como sociales y de afecto, para lograr este cometido es necesario utilizar diferentes medios de comunicación.

Según Fonseca, Correa, Pineda y Lemus (2011, p.2) la comunicación es una cualidad que nace de la necesidad de estar en contacto con alguien, intercambiando ideas, pensamientos que en el proceso adquieren sentido y significado basados en las experiencias previas. Con lo anterior se evidencia que, aunque las personas vivan, piensen y hablen de formas diferentes, a la hora de comunicarse, se pretende lograr algo mediante los mensajes que se emiten.

Es importante que para que se dé una adecuada comunicación es necesario que se implementen un conjunto de elementos que facilitan este proceso y como uno está integrado en los otros, Serrano, (2007) citado por Yang, Saladrigas y Torres, (2016) indican que en la comunicación están mezclados elementos de diferentes naturalezas, cuyas relaciones ya están pautadas.

Torres (s.f.) afirma que para el correcto proceso de la comunicación destacan varios personajes cuya relación entre sí garantizan el cumplimiento de los objetivos comunicativos.

Estos elementos se definen a continuación en la siguiente tabla.

<b>Tabla 1</b>	
<b>Elementos para una correcta comunicación</b>	
<b>Elemento</b>	<b>Concepto</b>

<b>Emisor</b>	Es el sujeto encargado de desencadenar el proceso de comunicación al exponer ideas que pueden ser interpretadas y entendidas por otros sujetos. Asimismo, se entiende que el sujeto se puede comunicar de manera simbólica o utilizando lenguaje no verbal realizándolo de una forma más espontánea que la anterior.
<b>Receptor</b>	Es aquellas personas que de forma voluntaria o involuntaria recibe e interpreta la información que fue emitida por el emisor, para poder interpretar la información, el receptor puede utilizar un sistema de símbolos que establece equivalencias entre significantes y significados o bien, obedeciendo las sensaciones que produce lo que llega a los sentidos.
<b>Mensaje</b>	Es la existencia literal de lo que se está diciendo por parte del emisor y está siendo recibido por el receptor, es aquello que se utiliza para transmitir la información, es el fenómeno para descifrar para poder obtener, a través de la interpretación, el significado que se desea compartir.
<b>Ruido</b>	Puede interpretarse como cualquier fenómeno que pueda interferir con el proceso comunicativo y modifique el mensaje en alguno de sus puntos. En este elemento pueden interferir tanto fallos físicos (fallos electrónicos en la captación de señales), como simbólicos (errores al teclear, errores de reconocimiento).
<b>Código</b>	Se entiende como el conjunto estructurado de normas y signos que brindan la posibilidad de expresar y emitir mensajes complejos. Para garantizar la buena comunicación, tanto el emisor como el receptor deben utilizar el mismo código.
<b>Canal</b>	Este elemento es entendido como el medio a través del cual el mensaje viaja, pasando del emisor al receptor. Los canales pueden ser el aire si se establece una conversación, el papel en el caso de comunicación escrita o cuando se da por medio de internet mediante chats o sistemas binarios. Es importante destacar que pueden darse en dos o más canales de forma simultánea.

<b>Contexto</b>	Este es el entorno espacio temporal donde se desarrolla la comunicación, y es que no hay que olvidar que el dónde y el cuándo influyen mucho tanto en la emisión del mensaje como en su recepción e interpretación. Nuestro entorno condiciona no solo cómo decimos las cosas, sino incluso el contenido de los que planteamos comunicar.
<b>Feedback</b>	La retroalimentación, es la respuesta que da el receptor al haber interpretado el mensaje mandado por el emisor. Es por esta razón que puede ser considerado también otro del elemento de la comunicación: el mensaje dado como emisor, dado que puede ser visto como aquellos que se duce para iniciar otro proceso comunicativo.
<b>Tabla de elaboración propia con la información de los 8 elementos de la comunicación: características y ejemplos (s.f.).</b>	

*Tabla 1*

### **Estrategias de comunicación.**

Arellano (2008) menciona que una estrategia de comunicación es: “una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos” (p.3).

Entonces, basándose en el argumento anterior, se puede explicar que las estrategias de comunicación consisten en analizar el público meta, saber que canales utilizan para mantenerse informados y que tipo de información es la que más consumen, esto con la finalidad de obtener una mejor perspectiva de la manera en la que se deben emitir los mensajes tomando en consideración los diferentes públicos y todos los canales de distribución en los que la información puede ser emitida.

### **Relaciones Públicas (RRPP).**

Las relaciones públicas, según Marston (1988), citado por Wilhelm, Ramírez y Sánchez (2009) son:

Las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el

interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público (p.4).

Las relaciones públicas, en todas las instituciones juegan un papel fundamental, ya que están son las encargadas de generar un vínculo o lazo entre el público y la organización, de esta manera se genera una buena imagen y asimismo, una buena promoción, en el caso de las empresas que se dedican a la venta de productos, ayuda a que las personas consuman o compren este producto y en el caso de este objeto de estudio, ayuda a que cada vez más personas sientan empatía y se solidaricen con la casusa.

Las RRPP juegan un papel muy importante en todas las instituciones porque son las que ayudan a que el conocimiento de las campañas que se generan, funcionan como cadena ya que de manera seguida permiten que las empresas se den a conocer y además crean campañas y estrategias que permiten trabajar en proyectos para evitar crisis o saber que hacer en el caso de que alguna de estas se presenten.

### **Medios de comunicación formales.**

Martínez (s.f.) menciona lo siguiente:

La comunicación formal es un estilo comunicativo que se utiliza en los contextos profesionales. es un método reglado en el que no se admiten las palabras de ámbito coloquial, pues el tono utilizado ha de ser siempre culto y aséptico. Igualmente, también podemos llamar comunicación formal al flujo de información que se da entre los diferentes escalones dentro de la jerarquía de una organización, y que está enmarcado dentro de un conjunto de normas (párr. 1).

De lo anterior se puede entender que la comunicación formal se puede dar tanto de manera hablada como escrita, las interrelaciones que se resuelven de forma breve se dan en una conversación por vía oral, o sea inmediata; no obstante, las comunicaciones que requieren de una información más extensa o compleja suelen optar por manera escrita y transmitirlo a los lectores, visores y escuchas por la vía elegida sea tanto por correo electrónico, correo postal o memorándum.

Otro aspecto fundamental de la comunicación formal es que funciona a través de protocolos conocidos por los emisores y receptores, mismos que tienen lugar en la organización de procesos comunicativos. Un ejemplo de lo anterior es cuando un empleado sabrá que debe enviar cierta información a su responsable y a su superior, lo que quiere decir una pirámide de comunicación receptiva.

### *Línea editorial*

La línea editorial de un medio, según Fundación Gabo, (2016) en raras ocasiones se encuentra en un texto que ha sido aprobada por la junta y es conservada en alguna caja fuerte como si fuera una receta secreta. Esta más bien responde a la orientación permanente de las publicaciones: intencionalidad de sus editoriales, selección de sus columnistas, personajes que se entrevistan o que se silencian, hechos que se destacan o se omiten, asimismo, como los enfoques habituales de las noticias.

Fundación Gabo (2016) además agrega que:

Para descubrir esa línea editorial, como para conocer el carácter de una persona, es necesario un seguimiento crítico de sus ediciones o emisiones y de sus reacciones frente a los hechos. Si se trata de adoptar una línea editorial, los responsables del medio de comunicación deberán responderse sobre su intencionalidad: ¿quieren un medio dedicado al deporte? ¿A las noticias? ¿Al entretenimiento? ¿A la cultura? ¿a la política? ¿A la economía? ¿A la religión? ¿A la farándula? (párr.2).

Tomando en consideración lo anteriormente mencionado, se puede concluir que para poder tener clara la línea editorial de un medio, se deben establecer objetivos claros y por consiguiente conservar la ética periodística que a largo plazo puede prevenir dilemas con otros medios, entrevistados u otros personajes cuando no exista una agenda definida o confusa que como consecuencia podría dificultar las reglas del juego.

Por otra parte, Arrueta, (2013) comenta que la línea editorial, “es entendida, en términos generales, como la matriz de comprensión, interpretación y resignificación de la realidad social; como base imprescindible para comprender la razón de los productos periodísticos” (p.200).

Tomando como base los conceptos anteriormente explicados, se puede concluir que la línea editorial de los medios de comunicación funge como guía o camino a seguir para poder desarrollar un periodismo más acorde con los intereses tanto de los medios de comunicación como el de los espectadores, lectores o escuchas.

### *La noticia*

Moreno (2001) da significado a la noticia diciendo que esta es todo aquello que sucede en un entorno y que bajo el juicio de un periodista este acontecimiento tendrá una gran repercusión en la sociedad. Emil Dovifat citado por Moreno (2001) menciona que:

La noticia constituye una «comunicación sobre los hechos surgidos en la lucha por la existencia del individuo y de la sociedad» y considera que deberá ser: de utilidad y valor para el receptor, nueva, es decir, recién transmitida y ser comunicada a través de un tercero y, por consiguiente, expuesta a la influencia subjetiva de éste.

De la misma manera, Van Dijk (1990) define que:

La noticia en la prensa es una clase específica del discurso de los medios de comunicación de masas que sugiere posibles parecidos familiares si se relaciona con las noticias de la radio o la televisión, o con otros tipos de discursos propios de la prensa, tales como los editoriales o los anuncios (p.14).

Rozas (1997), acota que hay suma importancia en la objetividad del periodismo, ya que hay noticias que por sí solas pesan más que otras, “Y el peso específico de esos acontecimientos no tienen tanto que ver con cuánto le [sic] importan a los receptores concretos, sino con qué consecuencias tienen para la colectividad” (1997).

### *Titular*

Los titulares en cuanto a la prensa son considerados como uno de los retos más grandes y fundamentales a la hora de redactar las notas periodísticas ya que deben cumplir la función de “gancho” para que despierte el interés de los lectores, pero se debe evitar la exageración de la parte noticiosa, Martínez, Miguel y Vázquez, (2004) mencionan:

Los títulos y los elementos que los acompañan y complementan en la página de un diario son una de las puertas de acceso a la lectura de los productos editoriales, por lo que se elige entrar a la noticia o seguir de largo, sin otorgar interés (p.2).

Gómez, (1966) citado por Martínez et al., (2004) acota que:

El título presenta la noticia, es como su portavoz. De aquí que deba ponerse suficiente esmero a la hora de titular (...) de cómo se invite al lector a acercarse a la noticia, de cuál sea esa solicitud, esa llamada al ‘cliente’ del periodista, se conseguirá o no que lo que en su origen fue escrito para leerse (para informar) alcance su objetivo (p.2).

Conviene señalar que tomando en consideración las ideas expuestas por los diversos autores que se han mencionado anteriormente, el titular juega un rol sumamente fundamental en cuanto a las noticias de los diversos medios, ya que no solamente son la presentación de la nota, sino que también es la información pura de lo que se desea informar porque contienen los datos más importantes, pertinentes o sorprendentes de los sucesos que despiertan el interés público.

Martínez et al., (2004), mencionan que diferentes autores concuerdan en que para que exista una buena titulación se deben cumplir varios puntos, entre los que destacan:

- Resumir y anunciar la información de la noticia.
- Convencer de que lo que se cuenta es interesante.
- Despertar el interés del lector.
- Ser fiel al espíritu de la nota.
- Facilitar al lector la búsqueda del contenido que le interesa.

- Lograr que la nota sea leída de principio a fin.

### *Conferencia de prensa.*

Hernández, L., (2006) define las conferencias de prensa como una herramienta para dar a conocer a través de los medios de comunicación, la información o datos con respecto a las actividades que se van a llevar a cabo, además, requiere menos recursos y esfuerzos convocar todos los medios de información en un mismo lugar y exponer de forma específica la actividad o información, asimismo, funciona para crear una imagen determinada en el mercado y en el público definido.

Esta herramienta de comunicación, al reunir a todo el personal necesario de los medios invitados brinda la posibilidad de que, una vez otorgada la información, los periodistas pueden evacuar sus dudas y profundizar en aspectos que no puedan esclarecer mediante investigaciones o en boletines entregados posteriormente.

Generalmente, las conferencias prensa suelen ser planificadas con mucha antelación, en especial cuando se trata de promocionar algún evento social o recreativo, pero tomando en consideración el presente objeto de estudio y el momento que vive el mundo con la pandemia del COVID-19, las conferencias de prensa que se han desarrollado en los últimos meses responden a llamados urgentes para transmitir y actualizar información de la crisis de la pandemia.

### *Teoría de aguja hipodérmica.*

Cáceres, (2021) menciona que la teoría planteada por Lasswell “explica el funcionamiento de los mensajes emitidos por los medios de comunicación de manera unidireccional y directa, inyectando sus ideas a las masas, lo cual puede usarse potencialmente para la manipulación, de las mismas [sic]” (p.1).

Tomando en consideración el argumento anterior se puede deducir que la teoría de la aguja hipodérmica se considera como un elemento que permite estudiar la comunicación de masas, esta teoría fue utilizada desde inicios de la Segunda Guerra Mundial a favor de Adolf Hitler por medio del cine, radio y prensa dejando en evidencia el poder que puede llegar a tener un Estado.

En conclusión, con los términos anteriormente mencionados se puede evidenciar que como su propio nombre menciona, la aguja hipodérmica consiste en “inyectar” la información que los medios o autoridades con poder quieren que las personas creen, se repite tantas veces con argumentos tan certeros que los receptores terminan por creen y estar de acuerdo con ellos.

#### *Teoría del cultivo.*

La teoría del cultivo, también conocida como teoría del mundo malo fue creada por John Gerbner. Bermúdez, (2020) menciona que esta teoría consiste en que las visiones a las que los públicos están expuestos desde los medios de información cultivan percepciones sobre el mundo y la sociedad que luego de una exposición prolongada provoca que los receptores sientan que todo es tal cual se comunica y adopta conductas basadas en dichas percepciones.

Por otra parte, Donstrup, (2018) explica esta teoría de esta forma: “teoría que defiende que la televisión, específicamente, es un sistema proveedor de símbolos altamente socializadora y que, por ello, lo que esta ofrece puede acabar siendo para el espectador el propio mundo real” (p.258).

En conclusión, se puede decir que la teoría del cultivo es aquella en la cual se transmite información que podría llamarse sensible por el hecho de que la información que transmite dirigida a ciertos sectores de la población o receptores no genera un bien común, por contrario sensu malinforma a las personas provocando en sí una mala comprensión desechando la relevancia de otras informaciones que son necesarias e importantes, dejando como consecuencia que los receptores conciban la información como real y la adopten de manera equivocada.

#### **Medios de comunicación informales.**

La comunicación informal es aquella que puede ser entendida como rumores o información no confirmada, Rolando, (2010), citado por Ruiz y Sierra, (2013) expresan que la comunicación informal corresponde a información basada en chismes que se generan en una organización que conduce a conflictos y discusiones (p.24). Si se acondiciona este concepto a medios de comunicación informales, lo que se obtiene como resultado que estos son los medios o canales de difusión por los cuales los mensajes o información de extraña procedencia o con contenido falso.

En esta investigación, se ha mencionado el peligro de las noticias falsas o mejor conocidas como “fake news” y mezclando este concepto con los medios de comunicación informales, se puede concluir que en temas de información informal hay mucho riesgo de que la información que se comparte sea completamente falsa, pero también hay que hacer hincapié en que no todos los datos que se comparten son falsos, por ejemplo, en las redes sociales se puede encontrar el perfil oficial de algunas organizaciones, como el Ministerio de Salud Pública, que en su perfil de Facebook realizan conferencias de prensa y comparten información oficial.

De ahí nace la importancia de que las personas busquen canales de información oficial en canales oficiales y resulta de suma importancia que verifiquen los datos en otros medios para que se dé una garantía mayor de la veracidad de los mensajes que se transmiten y de las medidas que deberían cumplir y seguir, esto según lo que se vive actualmente en todo el mundo.

#### *Redes sociales.*

Celaya, (2008) citado por Hütt, (2012) dice que “las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (p.123). Si se toma en consideración lo definido por el autor, se puede demostrar que las redes sociales son lugares completamente públicos abriendo la posibilidad de que el contenido que ahí se encuentra sea producido y publicado por perfiles falsos o que la información no sea verídica.

Ellison y Boyd, (2007) proponen otra definición acerca de las redes sociales, expresando lo siguiente:

Definimos los sitios de redes sociales como servicios basados en la web que permiten a las personas construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión y ver y recorrer su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema. La naturaleza y la nomenclatura de estas conexiones pueden variar de un sitio a otro (párr.4).

Si se comparan los conceptos citados por los autores se puede concluir que en las redes sociales existen posibilidades casi ilimitadas de contactar con el resto del mundo, pero esto también puede ser un riesgo que puede comprometer no solo información personal, sino que también puede malinformar a las personas acerca de lo que sucede en el mundo, Sierra, (2011) complementa el anterior argumento mencionando lo siguiente:

Uno de los riesgos internos o inherentes al usuario, es la exposición de la intimidad, generada por la delgada línea entre lo público y lo privado, de tal manera que la gente da a conocer información personal, que en el momento que cae en manos de delincuentes, acosadores sexuales, gente chismosa, entre otros; sin darse cuenta, que [sic] la información suministrada puede ser alterada o utilizada para su perjuicio (p.13).

Otro tema que hay que tener en consideración cuando se habla de redes sociales es la creación de noticias falsas o “fake news” que con el auge de la era digital se vuelven cada vez más frecuentes y con perfiles cada vez más reales confundiendo a los lectores acerca de que puede o no ser real, Mora, (2018) define este síndrome de la siguiente manera: “las fake news (noticias falsas) no son un fenómeno propio de nuestra época si se tiene en cuenta que la mentira y la falsedad en los argumentos son tan arcaicos como el lenguaje mismo” (p.3).

Tomando en consideración el argumento anterior, Mora, (2018) también ejemplifica esta situación con los ejemplos:

Existen dos planteamientos imprescindibles para comprender la relevancia de la mentira en la construcción histórica de la realidad; la primera es atribuida a Joseph Goebbels, ministro para la ilustración pública y propaganda de Adolf Hitler, que afirmaba: “una mentira repetida mil veces se convierte en una verdad”. La segunda corresponde al escritor George Orwell: “la historia la escriben los vencedores” (p.3).

Conociendo el poder que tienen las fake news en plena era digital, es de suma importancia que las personas busquen los canales de comunicación correctos para poder informarse, esto no significa que en redes sociales no se pueda encontrar información oficial porque sí existen medios

con perfiles oficiales, lo que quiere decir es que se debe tener precaución cuales medios o canales se utilizan para obtener datos e información que pueden ser de interés público.

### *Facebook.*

Facebook considerada una de las redes sociales con mayor afluencia, mayor alcance y más popular en los últimos años, para diciembre del 2020 se estima que esta plataforma contaba con 2.449 millones de usuarios aproximadamente, esta red social brinda la posibilidad de crear y compartir contenidos, dialogar con otros usuarios e incluso es utilizada para realizar publicidad de diferentes marcas.

A pesar de que Facebook es una red social principalmente utilizada para estar en contacto con un círculo de “amigos”, también posee otros usos de mayor impacto, gracias a la gran aceptación que tiene casi en todo el mundo, Caro, (2020), menciona que esta plataforma brinda las siguientes posibilidades:

- Publicidad y negocios.
- Noticias y actualidad.
- Educación.
- Eventos.
- Causas sociales.
- Investigaciones.
- Contactar y mantener relaciones en internet.

Gracias a la facilidad de acceso que posee esta plataforma más personas pueden alcanzar la información que se publica, contando con un público más extenso que los medios de comunicación masivos como la televisión, prensa e incluso radio y aprovechando las herramientas que Facebook ofrece, se puede asegurar que la información llegue no solo a más personas, sino que también llegue a los públicos específicos.

Existe un factor que convierte a Facebook en uno de los canales de difusión favoritos de los usuarios y el la “viralidad”, Caro, (2020) define este término de la siguiente manera: “el fenómeno

de la viralidad es similar a la forma en que se expande una enfermedad contagiosa, de ahí su nombre. Ocurre cuando un usuario comparte un enlace interesante para que sea visto por todos sus contactos (párr.15). Además, la autora también menciona:

Si dos de sus contactos encuentran atractivo el contenido y deciden compartirlo también, éste podrá ser visto y compartido por cada vez más usuarios de la red. De esta forma, la información se multiplica exponencialmente y se disemina por toda la red, logrando un máximo de difusión (párr.16).

En la actualidad se ha podido visualizar que Facebook ha fungido una labor de ayuda social para cualquier tipo de causa, como la organización de eventos como marchas, donaciones, entre otros, tener la información al alcance con un solo clic ha permitido que Facebook se haya convertido en uno de los canales de transmisión favorito por los usuarios y un ejemplo evidente de este síndrome es los diversos gobiernos nacionales o locales que han optado por transmitir en vivo sus informaciones.

#### *Twitter.*

Parselis, (2014) menciona que, según los mismos desarrolladores de Twitter, esta plataforma “es una red de información en tiempo real potenciada por sus usuarios de todo el mundo que permite compartir y descubrir qué está sucediendo en este momento” (p.6). Una de las ventajas que ofrecen las plataformas digitales es que casi que de manera instantánea la información de lo que está sucediendo llega a los usuarios. Además, los creadores mencionan que la plataforma de cierta forma depende del uso que quieran darle los usuarios, ya sea seguir miles o solo algunos, publicar mucho o por el contrario no publicar nada.

Böhringer, (2009) citado por Parselis, (2014) comenta que Twitter puede evaluarse desde diversas perspectivas; ya sea desde el análisis y descripción, como una herramienta de aprendizaje, desarrollo y desde el microblogging como aplicación móvil todo lo anteriormente recayendo en la función social.

Algunas de las principales funciones en las que destaca esa red social es la herramienta de estadísticas y medición de influencia, representación de algunos mensajes determinados y sus relaciones, representación de la red de cada usuario y ampliación potencial de un mensaje. Gracias a estas herramientas brindadas, se estima que, para inicios del 2021, Twitter tiene alrededor de 353 millones de usuarios y la población que más suele utilizar esta plataforma son personas desde 35 a 49 años, representando el 28,4% del total de usuarios estos datos según lo publicado por la especialista de marketing digital, social media y branding Yi Min Shum.

Muchas personas alrededor del mundo utilizan esta red social con finalidades mucho más profesionales, como en el caso de la educación ya que en algunas páginas pueden seguir portales, instituciones y personas donde constantemente aportan información referente a centros educativos, o compartir con otros estudiantes, e incluso pueden fungir como currículum profesional para distribuir datos de contacto y asistir a conferencias o foros virtuales, todo esto de fácil acceso mediante los conocidos hashtag.

### *Semiótica.*

Fortanille, (2017) en su libro “Semiótica del discurso” define este término bajo las siguientes palabras: “se encarga de hacer la tipología de los signos y de los sistemas de signos. Sin embargo, actualmente, esta disciplina se orienta firmemente hacia una teoría del discurso y desplaza su interés hacia los conjuntos significantes” (p.17).

Anudado a lo anterior se puede apreciar que la semiótica es una disciplina cuya función principal es estudiar los signos y las formas en la que se elabora y se transmite el sentido durante los procesos de la comunicación. Este elemento forma parte fundamental de las teorías del lenguaje. Guzmán (s.f.) afirma que:

El signo se define como la unidad mínima de una oración; un elemento (objeto, fenómeno, señal) que se utiliza para representar o sustituir a otro que no está presente; con lo cual, el signo es un elemento cargado de significados (párr.4).

Guzmán, (s.f.) explica que para poder comprender completamente la semiótica es necesario tener en claro que esta se divide en tres ramas principales, que son:

- Semántica.
- Pragmática.
- Sintáctica.

### *Sensacionalismo.*

Restrepo, (1994) citado por Saad, (2012) definen: “el sensacionalismo es una deformación interesada de una noticia, implica manipulación y engaño y, por tanto, burla la buena fe del público” (p.6), además Saad, (2012) menciona que Javier Darío Restrepo en su libro “Ética para periodistas”, describe algunos factores que pueden desencadenar la implementación del sensacionalismo en los medios de comunicación, donde destacan:

- Concentración y monopolio de los medios.
- Inmediatez.
- Falta de garantías para la buena práctica profesional.
- Competición por el rating de sintonía o circulación.

En otras palabras, podría decirse que el sensacionalismo está basado en la exageración de lo que realmente ha sucedido, ya sean imágenes, texto o noticias, dejando de lado todo tipo de reflexión, pero por la crudeza que presenta cada vez es más aceptado por los lectores ya que ilustra más que el discurso periodístico.

Saad, (2012) concluye la definición de este término ejemplificando la situación de la siguiente manera:

Finalmente, para entender el sensacionalismo referido a los textos periodísticos y distinguirlo de una producción noticiosa, es útil hacer referencia a la distinción que existe entre pornografía y erotismo. Muchos de los diarios llamados populares, recurren a la pornografía en sus páginas centrales para atraer, más aún, a sus lectores maquillando la

sección como una “muestra de erotismo”. Muchas veces, sin proponérselo, caen en la vulgaridad sin tener en cuenta que ese mismo periódico puede ser leído por menores de edad (p.7).

### **Salud.**

Definir salud puede resultar muy fácil basándose en todos los conceptos existentes en la web, sin embargo, para dar inicio con la contextualización de este término se tomará en cuenta la definición que utiliza la Organización Mundial de la Salud, (OMS, 1948) esta institución explica que: “la salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (párr.1).

A pesar de que la Organización Mundial de la Salud define tan claramente el concepto de salud, hay que tomar en consideración que este término se modifica de acuerdo con la época en la que se viva y las condiciones ambientales en la que las personas se encuentran, esta es la razón por la que las definiciones que han citado varios autores se encuentran fuera del contexto actual de lo que sucede con la salud de las personas.

Tomando en consideración lo anteriormente mencionado, el autor Briceño-León, (2000) citado por Alcántara, (2008) dice: “la salud es una síntesis; es la síntesis de una multiplicidad de procesos, de lo que acontece con la biología del cuerpo, con el ambiente que nos rodea, con las relaciones sociales, con la política y la economía internacional” (p.95).

Entonces, concluyendo, utilizando como base los conceptos definidos por los autores, se puede decir que este término corresponde al bienestar físico, mental y social, que también tiene cierta dependencia al acontecer ambiental, político, social y económico que se viva según la época y el contexto.

### *Organización Mundial de la Salud (OMS).*

La Organización Mundial de la Salud (OMS) es un organismo de las Naciones Unidas que se fundó en 1948 y es el encargado de brindar atención a la lucha contra los asuntos o problemas

sanitarios de mayor relevancia, en especial en los países que se encuentran en crisis y con márgenes de crisis.

Gopegui, (s.f.) menciona que el objetivo principal de la Organización Mundial de la Salud (OMS) es “alcanzar para todos los pueblos el máximo grado de salud, definida en su Constitución como un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente como la ausencia de afecciones o enfermedades” (párr.1).

Esta organización está conformada por expertos que se encargan de la elaboración de directrices y normas sanitarias, además, brindan colaboración en diferentes países para abordar investigaciones sanitarias y mejorar el bienestar de las personas, asimismo, dentro de las prioridades de la organización, destacan:

- Combatir el VIH/SIDA, malaria y otras enfermedades.
- Reducir la tasa de mortalidad infantil de niños menores de 5 años.
- Mejorar la salud materna.

#### *Organización Panamericana de la Salud (OPS).*

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) es una organización internacional que se especializa en la salud pública de las Américas. Según lo que ellos mismos han descrito en su página web, trabajan todos los días con los países de la región para mejorar y proteger la salud de su población, además mencionan: “brinda cooperación técnica en salud a sus países miembros, combate las enfermedades transmisibles y ataca los padecimientos crónicos y sus causas, fortalece los sistemas de salud y da respuesta ante situaciones de emergencia y desastres” (OPS, s.f.).

Para poder cumplir con todos los objetivos planteados por la Organización Panamericana de la Salud, ellos trabajan de la mano con los ministerios de salud de todos los países que forman parte de la región y otras organizaciones. Asimismo, esta organización vela porque la salud sea incluida en todas las políticas y que cada país haga su trabajo para garantizar que las personas vivan más años y con más calidad de vida acotando que la salud es el recurso más valioso.

La Organización Panamericana de Salud (OPS) menciona:

Los miembros de la organización representan a 51 países y territorios. Bajo su liderazgo, se establecen las prioridades sanitarias de la región para enfrentar juntos problemas comunes que no respetan fronteras y que, en muchos casos, pueden poner en riesgo la sostenibilidad de los sistemas de salud (párr.4).

#### *Ministerio de Salud Pública.*

El Ministerio de Salud Pública es el órgano en Costa Rica que se encarga de dirigir a los personajes sociales que velan por proteger y mejorar el sistema de salud pública en ámbitos físicos, mentales y sociales mediante el ejercicio de la rectoría del Sistema Nacional de Salud, esto según la información publicada en la página web del Ministerio de Salud Pública.

Además, el ministerio también menciona que promueven la salud y la prevención de enfermedades, generando un ambiente humano mucho más sano y equilibrado, asimismo, mencionan que sus labores están regidas por principios de equidad, ética, eficiencia, transparencia, calidad y respeto a la diversidad.

Es importante mencionar que este ministerio no solo es el encargado de gestionar la salud en Costa Rica, sino que también es el órgano que supervisa el funcionamiento de los hospitales y clínicas públicas, asimismo, como la CCSS, además, son los encargados de entregar permisos de funcionamiento sanitarios para comercios y eventos públicos.

#### *Caja Costarricense de Seguro Social CCSS.*

La CCSS es una institución pública que se encarga de la seguridad social en Costa Rica, este ente, según describe la Enciclopedia Cubana Ecured.cu tiene la tarea de coordinar y ejecutar programas de prevención como la vacunación, información sanitaria y fumigación entre otros.

Esta institución cuenta con el apoyo y respaldo del Estado, patronos y trabajadores quienes con aportes o cotizaciones constituyen el fundamento económico básico, sobre el cual giran todas sus actividades.

En el sitio web de la CCSS, este ente describe que su misión es proporcionar los servicios de la salud de manera integral al individuo, familia y comunidad y otorgar protección económica, social y de pensiones, además, mencionan que su visión es continuar siendo una institución líder en la prestación de servicios integrales de salud, de pensiones y prestaciones sociales en respuesta a los problemas y necesidades de la población, con servicios oportunos, de calidad y en armonía con el ambiente humano.

### *COVID-19.*

El COVID-19 también conocido coronavirus, es una familia de virus que se caracteriza por causar enfermedades como el resfriado común, síndrome respiratorio agudo grave (conocido como SARS por sus siglas en inglés) y el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS por sus siglas en inglés). A finales del año 2019 se descubrió un nuevo coronavirus como la causa de un brote de enfermedades que tuvieron origen en Wuhan, China.

Para marzo del 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que el brote de COVID-19 ya trascendía fronteras y era hora de determinarla como pandemia. El personal de la Clínica Mayo mencionó que:

Las organizaciones de salud pública, incluyendo los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos (CDC) y(OMS)están vigilando la pandemia y publicando actualizaciones en sus sitios web. Estos grupos también han publicado recomendaciones para prevenir y tratar esta enfermedad (párr.3).

Actualmente, todos los gobiernos nacionales se encuentran redoblando esfuerzos para tratar de disminuir las olas de contagios y los fallecimientos que ha provocado la pandemia hasta la fecha.

### *Pandemia.*

La Organización Mundial de la Salud (OMS), en el 2010 definió pandemia como la propagación o extensión mundial de una nueva enfermedad. “Se produce una pandemia de gripe cuando surge un nuevo virus gripal que se propaga por el mundo y la mayoría de las personas no

tienen inmunidad contra él” (párr.2). Además, mencionan que generalmente las pandemias pasadas han sido causadas por virus gripales que infectan a los animales.

A lo largo de la historia, el mundo ha sufrido diferentes tipos de pandemia, Castañeda y Ramos, (2020) destacan las siguientes:

- Cólera.
- Gripe española.
- Gripe asiática.
- Gripe aviar.
- VIH/SIDA.
- Ébola.
- Coronavirus SARS-CoV-2.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) menciona que en ciertos aspectos la gripe pandemia se parece a la estacional, pero en otros puede ser muy diferente:

Ambas pueden afectar a todos los grupos de edad y en la mayoría de los casos causan una afección que cede espontáneamente y va seguida de una recuperación completa sin tratamiento. Sin embargo, por lo general la mortalidad relacionada con la gripe estacional afecta sobre todo a los ancianos mientras que otros casos graves aquejan a personas que padecen una serie de enfermedades y trastornos subyacentes (párr.3).

Esta organización también argumenta que el número de personas que enferman de gravedad puede variar, aunque la cantidad de personas infectadas gravemente sea leve o pequeño el porcentaje de casos graves puede ser muy elevado.

### *Epidemiología.*

López, Garrido y Hernández, (2020) definen la epidemiología como:

La rama de la salud pública que tiene como propósito describir y explicar la dinámica de la salud poblacional, identificar los elementos que la componen y comprender las fuerzas que la gobiernan, a fin de intervenir en el curso de su desarrollo natural (p.133).

Para que la epidemiología logre cumplir con su objetivo se investiga la frecuencia, distribución y aspectos determinantes de las condiciones de salud en la población mundial, asimismo, las modalidades y respuestas que se dan para atender estas situaciones. Las condiciones en términos de salud no limitan la epidemiología ya que esta incluye otros elementos relacionados de forma directa o indirecta con la salud.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) la epidemiología se define como:

El estudio de la distribución y los determinantes de estados o eventos (en particular de enfermedades) relacionados con la salud y la aplicación de esos estudios al control de enfermedades y otros problemas de salud (párr.1).

Además, esta organización menciona que existen varios métodos para poder realizar investigaciones epidemiológicas como la vigilancia y los estudios descriptivos para analizar la distribución, y estudios analíticos que permiten analizar factores que resulten determinantes.

*Brote.*

Peláez y Más, (2020) describen que, en los glosarios epidemiológicos, el término brote se define como:

Episodio en el cual dos o más casos de la misma enfermedad tienen alguna relación entre sí, teniendo en cuenta el momento de inicio de los síntomas, el lugar donde ocurrieron o por las características de las personas enfermas. También es la ocurrencia de dos o más casos similares, los cuales están epidemiológicamente relacionados. Además, suele llamarse brote al episodio en el cual dos o más casos tienen alguna relación entre sí atendiendo al momento de inicio, lugar y las características de las personas implicadas (párr.29).

En párrafos anteriores se ha definido el concepto de epidemiología y es importante mencionar que gracias a los estudios y análisis epidemiológicos que se desarrollan se puede determinar las razones, lugares y similitudes que pueden desencadenar un brote epidemiológico.

#### *Distanciamiento social.*

La Organización de la Cruz Roja Americana, (2020), define que el distanciamiento social corresponde a una medida para evitar la propagación de enfermedades, la cual consiste en mantener una distancia con otras personas de aproximadamente 1.80 metros o el equivalente a 6 pies, además dentro de las medidas que se recomiendan destacan evitar asistir a sitios que se encuentren muy conglomerados o realizar actividades en grupos.

Etienne, (2020) comentó que “el distanciamiento social retrasa la transmisión para que los servicios de salud puedan evaluar casos sospechosos, localizar los contactos y tratar y aislar pacientes” (párr.5).

Aunque las autoridades recomiendan que las personas utilicen el distanciamiento social para reducir la propagación de los virus y enfermedades hay otras personas que mencionan que el distanciamiento social, pero esto no significa que haya que distanciarse emocionalmente de las personas, acotan que ya que la situación que se vive por el COVID-19 ya es bastante complicado para algunas personas y estar físicamente alejados de sus seres queridos puede resultar aún más frustrante.

#### *Burbuja social.*

El Ministerio de Salud Pública, (2020) menciona que una burbuja social responde a un grupo de personas que conviven constantemente en el mismo hogar y que comparten a diario (p.9). Por otra parte, el ministerio también describe que existen grupos sociales que no son considerados burbujas como lo son compañeros laborales, familiares que no conviven a diario y grupos de amigos.

Esta y otras organizaciones recomiendan evitar romper las burbujas sociales y de encontrarse en lugares públicos hay que evitar romper las burbujas sociales, ya que de que esta situación se incumpla se puede propagar enfermedades y no poder controlar las olas de contagio.

#### *Cuarterías.*

Jiménez, (2020) menciona que las cuarterías son un evidente sinónimo de pobreza y de violencia que se encuentran en las raíces del mismo sistema (párr.1). Entonces podría decirse que estas construcciones responden a una habitación que se creó en malas condiciones y está dividido en cuartos pequeños amontonados, donde dependiendo de su tamaño puede albergar alrededor de 100 personas, además, estas instalaciones cuentan con solamente un baño para todos los que ahí habitan.

En el momento que enfrenta el mundo con el virus del COVID-19, las cuarterías han sido el principal foco de contagio y propagación, así lo confirma el director de la Policía Municipal de San José, Marcelo Solano, quien menciona: "El fenómeno de las cuarterías se mantiene como uno de los detonantes del contagio en San José" (párr.5).

### **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

#### **Enfoque**

Las circunstancias propias de la naturaleza en las ciencias sociales, hace posible crear una visión universal del tema en cuestión. El dinamismo de las estrategias comunicativas hace posible desarrollar de una manera amplia aspectos que sean relevantes para garantizar una excelente comprensión.

La presente investigación tiene su asidero bajo el núcleo del enfoque cualitativo, en relación con esto, Hernández y Mendoza (2018) lo definen de la siguiente manera:

Con el enfoque cualitativo también se estudian fenómenos de manera sistemática. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisado los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre (p.7).

Además, Hernández et al., (2018) mencionan: “La investigación desde la ruta cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto” (p.390).

Con lo anterior, la sistematización del conocimiento obtenido en la recopilación de datos atinentes al tema, estudio realizado en un ambiente natural afecto a la investigación, y con fundamento teórico preexistente se hará el análisis exhaustivo sobre los planes de comunicación que se utilizaron en el Ministerio de Salud Pública, desde marzo hasta agosto del 2020 a raíz de la pandemia del coronavirus.

Es decir, que este enfoque permitirá dar mayor contenido a cada uno de los elementos utilizados en el plan de comunicación realizado por el ministerio antes mencionado, con el fin de garantizar una mejor apreciación y entendimiento al lector.

## **Método**

El método utilizado para el presente objeto de estudio es la teoría fundamentada, ya que esta genera una comprensión más sólida porque ajusta la situación de estudio como lo es analizar la estrategia de comunicación emitida y utilizada por el Ministerio de Salud Pública.

De acuerdo con Hernández et al., (2018) en el método de investigación cualitativa existen cinco clasificación, una de ellas será abordada en esta investigación, (Taylor y Francis, 2013; Torrance, 2011; Sullivan, 2009; y Haig, 2006) citados por Hernández et al., (2018) definen la teoría fundamentada de esta forma: “El investigador produce una explicación o teoría respecto a un

fenómeno, proceso, acción o interacciones que se aplican a un contexto concreto y desde la perspectiva de diversos participantes” (p.526).

El abordaje que se pretende darle al presente objeto de estudio nace a raíz del poco material que existe en cuanto a información de las estrategias de comunicación que se han aplicado en Costa Rica como consecuencia de la crisis provocada por la pandemia del COVID-19, la principal causa de esta ausencia de material es que es un tema relativamente nuevo lo que genera que muchas personas tengan un alto grado de desconocimiento.

Con base en el concepto anteriormente mencionado de la fundamentación teórica, se puede demostrar que esta investigación cumple con todos los aspectos necesarios para utilizar un diseño de carácter emergente, ya que este se efectúa con codificación abierta, mismas que emergen de categorías, es decir, se conectan entre sí para producir fundamentación teórica, cuyo objetivo es crear teorías. Es así como lo afirma Hernández et al., (2018): “Al final, como investigador explicas la teoría y las relaciones entre categorías. La teoría proviene de los datos en sí, no está ubicada en clases de categorías” (p.530).

Con la teoría fundamentada emergente se espera poder explicar la teoría que se creó y la relación que existen entre las categorías, además, para poder realizar teorías emergentes, es necesario ser sumamente cautelosos con los detalles para finalmente analizar los reportes de resultados, para que cuando terceras personas tengan acceso a él, pueda ver el desarrollo conceptual y la relación entre categorías.

### **Fuentes de información**

Las fuentes de información son todas aquellas personas, empresas, organizaciones y/o documentos que cuenten con datos referentes al objeto de estudio, con la finalidad de sumar información pertinente que permitan el cumplimiento de los objetivos de la presente investigación. Maranto y González (2015) confirman el concepto anteriormente explicado de la siguiente manera: “Las fuentes de información son un instrumento para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de a la información” (párr.1).

Para efectos del presente objeto de estudio es importante mencionar cuáles fuentes de información serán utilizadas para la recolección de datos: como fuente primaria, se tomará en cuenta, entrevistas que según Hernández et al., (2018) son: “las entrevistas implican que una persona entrenada y calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro” (p.269). En este caso se realizarán a expertos que cuenten con una experiencia basta en la creación de estrategias de comunicación.

Además, se entrevistará a un nicho población, que según (Chaudhuri, 2018 y Lepkowski, 2008b) citado por Hernández et al., (2018) “es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.198) en este grupo de entrevistados destacan cinco periodistas que posean mínimo cinco años de experiencia, dos epidemiólogos que posean conocimiento de lo que se comunica y si la información es certera, además de un grupo de población conformado aproximadamente con 10 personas, pero en este escenario no es fundamental que sean expertos en la materia, para poder analizar sus diferentes puntos de vista basados en punto medular del presente.

Como fuentes secundarias, se utilizarán datos de relevancia emitidos el departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública, que sean referentes al tipo de estrategia de comunicación utilizada en el periodo que se ha venido mencionando a través de la presente investigación, en cuyo caso se le hará énfasis a cómo han sido dirigidos a la población en general y verificar en qué aspectos se enfocaron y cuáles generaron falencias que provocaron yerro en la comunicación.

## **Muestras**

El muestreo en toda investigación juega un papel fundamental para poder obtener un resultado, de tal manera que satisfaga al lector y además conteste la pregunta inicial del presente proyecto para así garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Para Hernández et al., (2018) definen la muestra bajo el siguiente concepto: “es el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos”. (p.427). Con lo anterior, se pretende demostrar que efectos han tenido las estrategias de comunicación emitidas por el Ministerio de Salud Pública a raíz de la pandemia del COVID-19 y como ha sido la percepción de los mensajes por parte de la población.

Los tipos de muestreos que se van a realizar en el presente objeto de estudio son: voluntarios y/o muestras diversas que incluye a aquellas personas que posean anuencia a participar en la investigación y cuyos datos sean de utilidad, expertos que posean criterios acertados y amplio conocimiento en los temas que se tratan en el trabajo, de igual manera no se descarta utilizar cualquier otro tipo de muestras que puedan surgir en el proceso de la investigación.

### **Criterios de inclusión y exclusión**

Para lograr la obtención de los datos necesarios para responder al problema de investigación, es necesario contar con fuentes de información que impulsen el objeto de estudio, pero hay que ser conscientes de que no todos los profesionales, a pesar de tener conocimiento, son útiles para el objeto de estudio, por esta razón se deben clasificar las fuentes que se van a tomar en cuenta para la recolección de datos.

#### *Criterios de inclusión:*

- Profesionales que cuenten con mínimo 5 años de experiencia en la creación de estrategias de comunicación.
- Personal que tenga conocimiento amplio de las herramientas de plataformas digitales y redes sociales.
- Profesionales que se dediquen al tratamiento de las “fake news”.
- Creadores de contenido referente a estrategias de comunicación previamente establecidas.

*Criterios de exclusión:*

- Profesionales que tengan experiencia en estrategias de comunicación, pero no hayan ejercido este trabajo en los últimos dos años.
- Personas que no tengan acceso a los diferentes canales de distribución de mensajes.
- Población que padezca alguna discapacidad cognitiva o mental, que restrinja su capacidad de entendimiento.

### **Unidades de análisis**

En el presente apartado se explica, mediante un cuadro, cuáles son las unidades que se van a analizar, se dividirá el objeto de estudio en diferentes categorías, de esta forma será más sencillo recolectar la información mediante diversas formas para posteriormente realizar la evaluación de los resultados.

<b>Tabla 2</b>					
<b>Objetivo</b>	<b>Categorías</b>	<b>Subcategorías</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Ítem</b>
<b>Evaluar los mensajes claves emitidos por el Ministerio de Salud Pública como consecuencia de la pandemia que enfrenta el país.</b>	Salud Pública.	Jerarcas.  Órganos y subórganos.  Comunicación.	Engloba todas las actividades relacionadas con la salud y la enfermedad, el estado sanitario y ecológico del ambiente de vida; la organización y el funcionamiento	Entrevistas.  Grupo focal.  Observación.	

			de los servicios de salud, planificación, gestión y educación.		
Mensajes claves emitidos por el Ministerio de Salud Pública.	<p>Canales de distribución.</p> <p>Vocabulario.</p> <p>Periodicidad.</p> <p>Objetividad.</p> <p>Tipos de mensajes.</p>	Los mensajes clave son frases cortas que se repiten y reiteran en la estrategia comunicativa y por tanto son permanentes, aunque deben ser monitoreados y ajustados con base en criterios claros.	Análisis de contenido.		
Pandemia del COVID-19.	Crisis del SARS-CoV-2	Es una epidemia que se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas.	Observación.		

<p><b>Medir el impacto de estos mensajes y la credibilidad que han desarrollado.</b></p>	<p>Credibilidad e impacto de los mensajes emitidos por el Ministerio de Salud Pública.</p>	<p>Veracidad. Población. Alcance.</p>	<p>Se refiere al efecto que sus características concretas tienen sobre la credibilidad de sus mensajes, e igualmente a la creencia de un interés particular a la hora de transmitir información. El impacto se entiende como los efectos en las personas y comunidades que ocurren como resultado de una acción, actividad, proyecto, programa o política.</p>	<p>Grupo focal.</p>	
<p><b>Examinar las estrategias de comunicación que utiliza el Ministerio de</b></p>	<p>Estrategias de comunicación.</p>	<p>Planes de comunicación. Público externo e interno.</p>	<p>Es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los</p>	<p>Análisis de contenido.</p>	

<p><b>Salud como consecuencia de la crisis provocada por la pandemia del COVID-19.</b></p>			<p>espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos.</p>		
<p><b>Tabla de elaboración propia (2021).</b></p>					

Tabla 2

### **Instrumentos**

Con la finalidad de analizar el presente objeto de estudio es necesario la aplicación de diversos instrumentos, por medio de los cuales se realizará la obtención de datos que fundamenten y/o complementen la investigación, una vez recolectados los datos, se procederá a realizar un análisis que contribuya a dar respuesta al problema en estudio.

Seguidamente se presentan los instrumentos que se utilizarán con los fines anteriormente mencionados, los instrumentos, según Mejía (2005) “permitan recopilar datos de la realidad para probar sus hipótesis (...) Los instrumentos que requiere el investigador pueden ser de diferentes tipos: de medición, de constatación, de acopio de información, de verificación de situaciones, etc.” (p.13).

## **Entrevistas**

Es necesario realizar entrevistas con las fuentes de información, Hernández et al., (2018) explican las entrevistas cualitativas de la siguiente forma:

Las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, las empleas cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad (por ejemplo, la investigación de formas de depresión o la violencia en el hogar). O bien, se requieren perspectivas internas y profundas de los participantes (p. 449).

Es por esta razón que se utilizará este tipo de instrumento, con la finalidad de conocer la forma en la que las personas percibieron los mensajes que el Ministerio de Salud Pública emitió desde marzo hasta agosto del 2020, además, de conocer cuál es su criterio acerca de cómo se ha desempeñado el ministerio en cuanto a la comunicación tanto con la población como con sus jerarcas según lo visto en las conferencias de prensa.

Las entrevistas serán realizadas de forma semiestructurada, es decir, que si en proceso de recolección de información pueden surgir nuevas preguntas o por el contrario se pueden eliminar en caso de que el entrevistado responda alguna pregunta mientras contestaba otra. Hernández et al. (2018) definen este tipo de entrevistas de esta forma: “Las entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener más información” (p. 449).

## **Grupo focal**

Otro de los instrumentos a utilizar en la investigación, son los grupos focales, Abarca, Alpízar, Sibaja y Rojas (2013) explican ese concepto de la siguiente manera: “Se designa como grupo focal a una entrevista que se realiza, mediante la intermediación de una persona moderadora, a un grupo reducido de personas alrededor de un tema preliminarmente establecido” (p.160). Al realizar grupos focales, se abre la posibilidad de conocer la forma en la que el conjunto capta la

información y cuál es la perspectiva que poseen acerca del Ministerio de Salud Pública en lo que concierne a la comunicación durante los primeros meses de la pandemia en Costa Rica.

Además de los instrumentos ya mencionados, también se realizará un análisis de contenido de la estrategia de comunicación que ha venido utilizando el Ministerio de Salud Pública, Hernández et al., (2018) explican que, a diferencia de las investigaciones cuantitativas, en las indagaciones cualitativas el análisis de contenido se realiza en simultaneo con la recolección de información.

### **Observación**

Para poder analizar cómo han sido emitidos los mensajes del ministerio en cuestión, se aplicará el instrumento de la observación, principalmente en las conferencias de prensa durante el periodo ya mencionado, esto con la finalidad de conocer cómo se comunican los jerarcas con la población y así evaluar la claridad de los mensajes transmitidos.

### **Análisis de contenido**

El análisis de contenido según Porta y Silvia “nos ofrece la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso. Es un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana. En general, puede analizarse con detalle y profundidad el contenido de cualquier comunicación” (s.f., párr.38).

De lo anterior, queda evidenciada la importancia de realizar análisis de contenido porque brinda la oportunidad de obtener mejores resultados a la hora de evaluar la información que es otorgada por las fuentes, ya sean primarias y secundarias, además, en algunas ocasiones es importante también realizar a análisis a los documentos que en este caso en particular son la clave para poder determinar cuáles podrían ser las principales causas de las falencias que se han cometido en cuanto a la comunicación durante la pandemia.

## **Proceso de recolección y análisis de datos**

En el presente apartado, para la recolección de datos que ayuden al cumplimiento de los objetivos será necesario cumplir con una serie de pasos que garanticen que la información sea recopilada de la forma más adecuada, este proceso sería:

Como punto principal para poder recolectar todos los datos e información necesarios para brindarle teoría a esta investigación consiste en establecer un primer contacto con las fuentes de información para solicitarles la participación en el desarrollo de este estudio, es importante recalcar que existe la posibilidad de que sea necesario realizar varias entrevistas a las mismas fuentes.

En la primera fase se aplicará una entrevista semiestructurada a tres periodistas que cumplan con los criterios de inclusión, para conocer su punto de vista en cuanto a la estrategia de comunicación aplicada por el Ministerio de Salud Pública.

La segunda fase conlleva la realización de grupos focales, donde participarán 10 personas sin importar su grado de conocimiento con las estrategias de comunicación, de esta forma se conocerá si los mensajes han sido certeros o por el contrario han confundido más a la población.

Dada la situación que enfrenta el país y el confinamiento, las dos primeras fases se realizarán de forma virtual, para aprovechar las herramientas que poseen las diversas plataformas digitales, de esta manera se recolectarán los datos in que ninguna fuente de información corra algún tipo de peligro.

La tercera fase de la investigación será realizar la solicitud al Ministerio de Salud Pública del material necesario para poder realizar el análisis de contenido, mientras el ministerio entrega los documentos, se hará la observación de las conferencias de prensa de este durante el período anteriormente mencionado.

Una vez obtenida la información requerida, se continuará con la observación de los mensajes claves que emitió el Ministerio de Salud Pública durante el período en cuestión, este

proceso consiste en visualizar los videos de las conferencias de prensa que realizó dicho ministerio, para así poder evaluar los mensajes que fueron emitidos a la población.

Cuando el proceso de recolección de información haya concluido y ya se cuente con toda la información necesaria, se procede a transcribir los datos de las entrevistas, observación, grupos focales y de los análisis de contenido de codificaciones de primer y segundo nivel.

## CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En el presente capítulo se abordarán los resultados obtenidos con los instrumentos anteriormente mencionados, con el fin de responder los objetivos que se plantearon al inicio de esta investigación.

Es importante recalcar que los instrumentos que se utilizaron fueron: observación de las conferencias de prensa realizadas por el Ministerio de Salud Pública desde marzo hasta agosto del 2020, análisis de contenido de las estrategias de comunicación que utilizó este ministerio, grupo focal con profesionales en periodismo con experiencia en estrategias de comunicación y entrevistas a voluntarios que tuvieran la disposición de ayudar evaluando los mensajes que fueron transmitidos por dicho ministerio en el período ya mencionado.

### Perfil de los informantes

Para conocer a las personas que forman parte de las fuentes de información que fueron entrevistadas, se explicará el perfil de cada participante y la posible relación que poseen con el tema de investigación.

Nombre completo	Perfil	Relación con el tema
Iván Meza Kawas.	Periodista y asesor de comunicación e imagen corporativa.	Evaluación de la estrategia de comunicación que ha utilizado el Ministerio de Salud Pública durante los primeros ocho meses de pandemia en Costa Rica.
Marcelo Castro Benavides.	Periodista.	Evaluación de estrategia y mensajes del Ministerio de Salud Pública.
Jennifer Pazos.	Periodista, profesora de periodismo.	Análisis de la estrategia de comunicación, mensajes y trabajo que ha aplicado el Ministerio de Salud Pública.

Alex Solís Cordero.	Independiente.	Voluntario.
Joel Aguilar Prado.	Estudiante de geografía, Universidad Nacional de Costa Rica.	Voluntario.
Sebastián Porras Fallas.	Ingeniero en computación.	Voluntario.
Anyelith Cerdas Leiva.	Estudiante de contabilidad pública, Universidad Americana.	Voluntario.
Paula Córdoba.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.	Voluntario.
Cristina Hidalgo.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.	Voluntario.
Fabián López Quesada.	Ingeniero en computación.	Voluntario.
Daniel Matamoros.	Asistente servicio al cliente.	Voluntario.
Adrián Villalobos.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.	Voluntario.
Ana Belén Calderón Elizondo.	Estudiante de comunicación colectiva, Universidad de Costa Rica.	Voluntario.
Alicia Paz Barahona.	Periodista y profesora en la Universidad Internacional de las Américas.	Voluntario.
<b>Tabla de elaboración propia (2021).</b>		

*Tabla 3*

Debido a la ola de contagios que se han presentado en los últimos meses en Costa Rica, los grupos focales con las fuentes se realizaron de manera virtual mediante correo electrónico a pesar de que la idea principal era tener reuniones virtuales en la plataforma zoom, por cuestiones laborales la mayoría no contaban con la disposición de reunirse de la manera mencionada y con los voluntarios se realizaron entrevistas digitales mediante la plataforma de surveymonkey.

### *Evaluación de los mensajes de los mensajes del Ministerio de Salud Pública*

Uno de los objetivos específicos del presente objeto de estudio, es evaluar los mensajes que transmitió el Ministerio de Salud Pública durante los primeros ocho meses de la pandemia del COVID-19 en el país y con el fin de cumplir con este objetivo se procedió a observar las conferencias de prensa que se desarrollaron en el período mencionado. El primer vídeo que se

analizó fue un mensaje que envió el ministro de salud pública, Daniel Salas, el día 1 de marzo del 2020, tan solo cinco días antes de que el primer caso de COVID-19 llegara al país.

En este mensaje el doctor Salas mencionó que esta enfermedad podía afectar principalmente a aquellas personas que tuvieran algún factor de riesgo como la diabetes mellitus, hipertensión y ser adultos mayores, además, explicó que los síntomas más frecuentes eran tos seca, dolor de garganta y fiebre o temperatura.

A pesar de que el ministro Salas explicó las principales afectaciones y riesgos que el virus representa, no giró directrices o pasos a seguir para evitar una gran ola de contagio, mencionó que ya Costa Rica había enfrentado una situación similar en el 2009 con la pandemia del AH1N1 y que gracias al trabajo tanto colectivo como individual se logró hacer una contención temprana del virus e hizo hincapié en que todos tenían gran responsabilidad al cumplir protocolos como lavado de manos, estornudar y toser adecuadamente.

Posteriormente se procedió a analizar la conferencia de prensa donde se anunció el primer caso positivo de COVID-19 en el país, en esta conferencia, tanto el ministro de salud, Daniel Salas y el presidente ejecutivo de la CCSS, Román Macaya explicaron las implicaciones respiratorias que posee este virus, además, mencionaron las medidas sanitarias como cuando se estornuda ya que según explicaron los jefes, este es uno de los principales medios de transmisión de las enfermedades respiratorias.

A pesar de que en esta conferencia no se tocaron temas referentes al distanciamiento social, resulta contraproducente que en vistas de la pandemia que estaba a punto de enfrentar el país todos los jefes ahí presentes, incluido el presidente de la República, Carlos Alvarado, se encontraban sentados muy cerca y sin respetar ningún procedimiento sanitario de los que ahora se conocen.

Adicionalmente, en la primera conferencia de prensa, se comentó mucho acerca del perfil del primer contagio y el cuidado que se debía tener con las personas que mantuvieron contacto en dado momento, brindándoles seguimiento para evitar el contacto y así garantizar el bienestar.

En un momento en la conferencia, un periodista cuestiona al ministro Salas acerca de la claridad que tenían al referirse a casos sospechosos, ya que antes de confirmar el primer caso, el Ministerio de Salud Pública había mencionado que para poder tener el resultado de las pruebas tenían que esperar alrededor de 12 horas, pero a la hora de confirmar el primer caso tardaron tan solo dos horas en obtener los resultados. Tomando en consideración el argumento anterior se evidencia una de las principales falencias cometidas por el ministerio en cuestión, ya que se ejemplifica la falta de claridad que ha presentado esta organización en cuanto a sus mensajes.

Además, el ministro indicó que había cierta información que consideraban oportuno reservarse como los lugares donde el primer contacto había estado, ya que esto lo único que generaba es el pánico en la población e hizo un especial énfasis en que a pesar de la que el virus se manifestaba como una simple gripe, había que tenerle mucho respeto y no miedo porque eso movía las masas generando pánico colectivo y podía empeorar la situación.

Otro de los puntos que se logra apreciar es que, durante la ronda de preguntas, cuando los jerarcas responden, intercambian el micrófono mano a mano sin realizar ninguna desinfección entre las personas, esto resulta contraproducente ya que en el mensaje que el doctor Salas dirigió a la población unos días antes de la pandemia explicaba que debía realizarse lavado de manos y evitar tocar superficies si se sabe que pueden existir partículas salivales de terceras personas.

Asimismo, el ministro Daniel Salas comentó: “El uso de mascarillas no está recomendado absolutamente para personas en general, solamente para cuidadores de los pacientes enfermos y propiamente para los pacientes enfermos” (2020). Este comentario no tiene mucho sentido tomando en consideración que el uso de la mascarilla acompañado del lavado de manos y el correcto protocolo de estornudo y tosido son la principal medida de prevención de la propagación del virus.

En general, se puede concluir que en la primer conferencia de prensa se desarrollan muchas incongruencias en cuanto a los cuidados que debería aplicar la población, tomando en consideración que los jerarcas son los encargados de poner el ejemplo en temas referentes a las medidas que se debían aplicar, de la misma manera, queda en evidencia que la estrategia de

comunicación no tenía claridad acerca de los públicos específicos ya que los mensajes que emitieron fueron muy centrados e incluso incluían muchos tecnicismos que podían confundir a la población y caso contrario a lo que quería lograr el doctor Salas, generar pánico colectivo.

Posteriormente se observó una conferencia de prensa correspondiente al 10 de marzo del año anterior, para este día ya la cantidad de casos sospechosos había aumentado a 179. En cuanto a la evaluación en asuntos de comunicación se puede evidenciar que el ministro de salud, Daniel Salas, explicó que el virus es altamente infeccioso y de propagación muy rápida, sin embargo, instó a la población a que no bajaran la guardia para así poder mantener un rango de contagios bajo y evitar curvas de crecimiento muy elevadas.

Además, se observa que tan solo cuatro días después del primer caso positivo en el país, los jerarcas aún no utilizaban mascarillas, se ubicaban en la mesa de trabajo a distancias muy cortas, pero ya habían implementado el uso de alcohol en gel para los ahí presentes, pero cabe destacar, que, aunque el alcohol estaba ahí, no todos lo utilizaban cuando se sentaban o manipulaban artefactos en común como es el caso del micrófono.

Otro aspecto para destacar en esta conferencia es que a pesar de que se realizaban reuniones diariamente, no estaban completamente preparados ya que el audio de las transmisiones no estaba funcionando, en al menos dos minutos, los jerarcas estuvieron brindando la actualización diaria y no se lograba escuchar la información que estaban detallando y cuando se percataron del error, no se tomaron la tarea de volver a mencionar los datos.

Para este encuentro se mencionó que se comenzaban a tomar medidas como la suspensión de ciertas actividades que tuvieran cierta cantidad de aforo, es importante recalcar que cuando el doctor Salas comienza a indicar estas medidas, resulta confuso comprender exactamente cuáles son los lugares que deberían suspender las actividades, se logra percibir el mensaje hasta que el Ministro indica ejemplos de las actividades o cuando se dio la publicación oficial de la lista específica de las acciones que se suspendían. Esto puede ser causado por el uso de tecnicismos durante la transmisión, ya que se debe tomar en consideración que existen personas que algunas

palabras le pueden resultar confusas como el caso de “aforo” que sin previo conocimiento tiende a confundir a los escuchas, lectores o televidentes.

El doctor Salas, expresó que no se iba a proceder a cerrar otras actividades porque eso sería paralizar al país y generar más pánico, ya que suspender más actividades era una medida desesperada porque según el escenario epidemiológico que se vivía en ese momento aún no era tan biológicamente peligroso o letal, asimismo, el Ministro indicó que todas las actividades que sí van a continuar con funcionamiento debían acondicionar sus instalaciones y además, ser rotuladas con el material descargable que se encontraba en el portal web oficial del ministerio, donde se indican el protocolo correcto de estornudo y tosido. Este punto resulta importante ya que complementa su estrategia con material visual, esto tomando en consideración que muchas personas entienden mejor cuando visualizan la información.

Resulta interesante analizar la manera en la que el Ministro explicó las medidas, ya que se puede apreciar que con dificultad se exponen las mismas, porque solamente se lee un documento que poseen y no se toman el trabajo de realizar una explicación más explícita de lo redactado en dicho documento, si bien es cierto en este se brinda un aporte teórico más amplio, en ocasiones leer no es suficiente para comprender, sino que hace falta mayor compromiso para que el entendimiento sea más sencillo, muchas personas no poseen acceso a esta información y se basan simplemente en lo que escuchan o ven, es decir, una explicación más profunda da un mejor resultado.

Resulta importante mencionar que el doctor Salas indicó que en el caso de que las empresas y organizaciones brindaran mensajes, debía ser utilizada solamente la información oficial que fuera otorgada por el Ministerio de Salud Pública en los canales que hayan sido utilizados y/o autorizados por ellos mismos y no datos dados por terceros o terceras entidades, esto con la finalidad de disminuir las noticias falsas o mejor conocidas como “fake news”.

Resumiendo los argumentos anteriores se logra concluir que los mensajes que emitieron los diferentes jerarcas se remontaron solamente a actualizar los datos referentes a los casos sospechosos o positivos según aumentaban todos los días, además, otro punto a destacar es que a

pesar de que las conferencias tarden aproximadamente una hora, solamente se remonta a contestar todas las incógnitas o preguntas que plantean los periodistas, con esto no se quiere decir que la información no sea importante, sino que se emiten mensajes con la suma claridad para informar a la población con los datos más relevantes para evitar la propagación a grandes escalas.

Seguidamente, se evaluó la conferencia de prensa correspondiente al 16 de marzo del 2020. Para este encuentro lo primero que se realizó fue cantar el Himno Nacional de Costa Rica y ahí se encontraban varios jerarcas como el presidente de la República, Carlos Alvarado Quesada, la vicepresidenta de la República, Epsy Campbell, el ministro de salud, Daniel Salas, el presidente ejecutivo de la CCSS, Román Macaya, personal del cuerpo de bomberos y de la Comisión Nacional de Emergencias (CNE), entre otros.

Es conveniente mencionar que para esta conferencia se declaró que Costa Rica se encontraba en estado de alerta amarilla que, según el presidente de la República, Carlos Alvarado, brinda la posibilidad de tomar medidas más ágiles en específico en temas administrativos o presupuestarios con el fin de proteger a la población. Asimismo, el presidente Alvarado indicó el cierre de todos los centros educativos en el país, tanto públicos como privados.

En esta conferencia además se comentó que solamente las personas residentes o costarricenses podrían entrar al país y obligatoriamente realizar una cuarentena correspondiente a 14 días, pero resulta confuso el mensaje que recitó el presidente de la República, porque las indicaciones las realiza muy puntuales en términos de hora e incluso minutos y en el escenario de que las personas no presten atención específica estos datos podrían pasar desapercibidos o ser malentendidos.

Es interesante el mensaje que emitió el señor Carlos Alvarado, poniendo en comparación cuando los costarricenses en su momento se pusieron la mano en el corazón y se armaron para defender a Costa Rica y luego de eso construyeron grandes instituciones que son las que ahora protegen a todos los y las costarricenses, e indicó que ese era el momento de tomar la responsabilidad de la situación para protegerse entre todos y que solamente se pedía quedarse en los hogares y respetar todos los protocolos que habían dictado las instituciones correspondientes e

hizo hincapié en lo importante que resulta que cada uno tomara medidas que en conjunto podrían ayudar a reducir la ola de contagio, además, recalcó el compromiso que tenían como país y sociedad para que las cosas mejoraran prontamente.

Por otra parte, el ministro de salud, el Dr. Daniel Salas, envió mensajes determinantes acerca de los rumores referentes a la transmisión del virus, ya que en ese momento las personas decían que si una persona positiva vivía en el mismo condominio, ellos se iban a contagiar y eso provocaba que cada vez más personas comenzaran movimientos generando pánico en masas y al contrario de lo que querían se podía causar que las personas no se mantuvieran en sus casas y no se pudiera controlar la situación.

El doctor Salas, en la conferencia de prensa mencionó que el hecho de que el país se haya declarado en alerta amarilla no significa que sea un toque de queda y las personas no puedan salir de sus hogares, hizo especial énfasis en que aún se podía continuar con las actividades fisiológicas y podían acudir a ciertos lugares a alimentarse o a realizar las compras necesarias del hogar para que la estancia en casa fuese completamente normal.

Por otra parte, el ministro también comentó acerca de faltas e irrespeto a las medidas que se habían dictado para los fines de semana, como por el ejemplo la reducción del aforo en ciertos lugares como los bares que continuaron trabajando con total normalidad e invitó a la población a hacerse responsables no solamente por ellos mismos sino por todos los seres queridos de cada uno. En esta conferencia al igual a las demás ya mencionadas, básicamente se dedicaban a responder las dudas que los y las periodistas hacían a los jefes de salud que se encontraban presentes.

Reanudando el tema, se analizó la conferencia de prensa del día 24 de marzo del 2020, como se mencionó anteriormente, para este encuentro se volvió a presentar un problema con el audio los primeros minutos cuando el ministro de Salud realizaba la actualización de los datos COVID-19 en el país, por otra parte, un aspecto relevante a destacar es que cuando se estaba dando la apreciación del vídeo, la introducción del mismo duró 20 minutos, es decir, todo ese tiempo no tuvo utilidad.

Uno de los aspectos fundamentales que un orador tiene que poner en práctica, es hablar con un tono de voz potente y desarrollar contacto visual con el público o con la cámara, en este caso, cuando el doctor Salas, realizó la repetición de casos no se dirigió a su público en ningún momento y su tono de voz era muy pasivo y esto genera que los oyentes o videntes no presten atención activa en los mensajes que se desean transmitir. Anteriormente, se mencionó que cuando se desea emitir un mensaje hay que tomar en consideración varios aspectos y en esta conferencia de prensa hubo muchas falencias comenzando por las ya mencionadas.

Para esta conferencia de prensa ya en Costa Rica se habían presentado las primeras dos muertes, a raíz de esto el Dr. Salas, indicó que no se podía bajar la guardia y subrayó la importancia en que se cuidaran especialmente los adultos mayores ya que corresponden a la población con mayor riesgo de contagio y de complicaciones, por esto invitó a las personas que para mantener contacto con sus seres queridos tomaran en consideración los riesgos existentes y optaran por otros medios como la mensajería o las llamadas y también llevarles los productos necesarios para evitar que ellos salieran de sus hogares para acudir a lugares públicos aglomerados.

Avanzando con el tema, el ministro Salas, recalcó la trascendencia que tiene el lavado de manos y el cumplimiento de todos los protocolos, además de desinfectar constantemente las superficies y todos los artefactos que adquieran las personas en los supermercados y tiendas de conveniencia ya que son potenciales a estar contaminados y podrían ser una causal de contagio.

El presidente ejecutivo de la CCSS, Román Macaya, indicó que la CCSS había doblgado esfuerzos para garantizar que los pacientes recibieran la mejor atención en el no deseado caso de que las personas contagiadas se vieran obligadas a ingresar a una unidad de cuidados intensivos (UCI), pero que eso no significaba que gracias a esos esfuerzos la población pudiera bajar la guardia, al contrario, era un llamado para que todos se cuidaran, en especial hizo énfasis en ese llamado a los adultos jóvenes, quienes para la fecha eran los que mantenían la totalidad de ocupación en las UCI.

Como mensaje para evitar que la población saliera de sus hogares y evitara el aumento de casos, Macaya indicó que se iba a iniciar con convenios con dos empresas que serían las encargadas

de entregar los medicamentos a domicilio, además, mencionó cuál era el proceso que se debía seguir para que los pacientes logaran percibir estos beneficios.

Por otra parte, el ministro de seguridad pública, Michael Soto, indicó las restricciones vehiculares que estaban a punto de entrar en vigor en el país ese mismo día a partir de las 10 de la noche, Soto, mencionó cuales serían las medidas que se iban a aplicar según los horarios y fechas estipuladas y que estas reglas aplicaban para la totalidad de conductores en todo el país, el Ministro de Seguridad Pública, también se tomó el trabajo de explicar muy puntualmente las excepciones a esta restricción con la finalidad de evitar malentendidos en la población, asimismo, mencionó que para poder formar parte de las excepciones, se debía presentar una constancia laboral o carnet empresarial.

Soto, además, expresó que el documento donde constataba la información que estaba brindando, recién se había realizado, pero para lograr que la población la conociera iban a distribuirla por diferentes canales de comunicación, tanto en sus redes sociales y en los perfiles de la Casa Presidencial como en los diferentes medios de comunicación en el país, desde radio hasta televisión y prensa, escrita.

Una vez concluido el período de actualización de la situación en cuanto a los contagios en el país, el anuncio de las medidas sanitarias y demás informaciones, los jefes presentes se dispusieron a responder las preguntas por parte de los periodistas, referentes a la emergencia nacional del COVID-19 en el país para luego dar por terminada la conferencia de prensa del día.

La siguiente conferencia de prensa que se evaluó fue la correspondiente al día 31 de marzo del 2020. Para las personas que tuvieron la posibilidad de apreciar este encuentro pudo resultar interesante y hasta cierto punto crudo la manera en la que esta comenzó, ya que el presidente de la República, Carlos Alvarado Quesada, el ministro de salud pública, Daniel Salas, el presidente ejecutivo de la CCSS, Román Macaya y el gerente médico de la CCSS, Mario Ruiz se encontraban en el Centro Nacional de Rehabilitación (CENARE) ahora mejor conocido como Centro Especializado de Atención de Pacientes con COVID-19 (CEACO).

En esta conferencia de prensa el aspecto que más llama la atención es el hecho de que se realizó en lugar completamente diferente a lo que se venía realizando ya que muestra la realidad que se avecinaba en el país. Los jefes brindaron un recorrido en las instalaciones y explicaron las modificaciones que se habían realizado, de igual manera indicaron cuales eran los instrumentos nuevos que se adquirieron para tratar a los pacientes que presentaran complicaciones respiratorias.

En cierto momento, el presidente ejecutivo de la CCSS, Román Macaya, enseñó una de las cápsulas que se utilizan para trasladar a los pacientes positivos con COVID-19, lo que resulta llamativo es lo que mencionó Macaya: “Esto es tal vez la imagen más clara de porque hay que quedarse en casa, yo nunca quisiera conocer esta cápsula por dentro” (2020). El comentario es quizá tan acertado porque en su momento invitó a los costarricenses y habitantes del país a crear consciencia de que la situación realmente era preocupante y no para tomarse a la ligera.

El Dr. Salas aprovechó el espacio para externar un mensaje a la población:

Vean ustedes que somos capaces, que el sistema es capaz de hacer esta adaptación, de poner equipo de punta, de que nos unamos para poder contar con camas adicionales de las que ya se tienen para eventualmente usarlas si se requiriera, pero yo aquí abogo por la otra capacidad que tenemos también como país que es esa capacidad cívica, a acatar los llamados que hacemos las autoridades de salud (...) recuerden que esto no se va a usar de forma importante en la medida que mantengamos el distanciamiento físico, en la medida que si tenemos que salir a un público no nos toquemos la cara si no nos lavamos las manos. Esto que está acá es prueba de que tenemos un sistema de salud fuerte (...) pero también es un signo que les está diciendo a ustedes: no queremos que nadie ocupe esto en la medida de lo posible.

De todos los mensajes que habían emitido todos los jefes refiriéndose a las medidas que se debían seguir, este es uno de los mensajes que más impacto han generado ya que mostraron la realidad a la que muchos se podían enfrentar si se continuaba con el ritmo de aumento que se tenía en ese momento, a pesar de todo el esfuerzo económico que como órgano estaban haciendo no

dejaron de externar a la población la obligación que tenían de cuidarse y cuidar a sus seres queridos. Por su parte, el presidente de la República, Carlos Alvarado, aprovechó para brindar su agradecimiento y las felicitaciones a todo el personal médico por el esfuerzo que estaban realizando en el trabajo de la emergencia del COVID-19.

En la conferencia, como es de costumbre, el Dr. Salas brindó la actualización del reporte epidemiológico en el país, pero una vez más utilizó el espacio para emitir un mensaje para que las personas hicieran consciencia acerca de la importancia de que se continuaran cuidando, de que esperaban que las camas que acababan de poner en funcionamiento no fueran utilizadas, porque de ser usadas sería porque las personas no estaban cumpliendo con las normas y parámetros que ellos estaban dictando.

El ministro Salas, también indicó cual era el reporte referente a las multas de tránsito que se habían efectuado desde que entró en vigor la restricción vehicular, asimismo, acotó que por decisión unánime de los señores diputados, se acordó aumentar el costo de las multas, para así evitar que las personas continuaran irrespetando las medidas sanitarias y la restricción y para finalizar la rueda de prensa se procedió a realizar la sección de preguntas por parte de los periodistas.

En la ronda de preguntas, al Dr. Salas le consultaron que sí aún se mantenía la normativa de que el uso de la mascarilla continuaba sin ser obligatorio en la mayoría de la población y expresó que de no utilizarse correctamente podría resultar contraproducente, es por eso por lo que indicó que continuaba con la regla de que solo lo tenían que utilizar aquellas personas que cuidaran personas enfermas o las personas enfermas como tal.

Avanzando en el tema, se observó la conferencia de prensa del día 16 de abril del 2020, al igual que en todas las conferencias ya antes mencionadas, el ministro de salud pública, Daniel Salas, tomó la palabra para realizar la actualización de datos COVID-19 en el país. Por otra parte, el Dr. Salas también indicó que estaban enviando un proyecto de ley a la Asamblea Legislativa con la finalidad de agilizar el proceso de notificación a las personas que estuvieran positivas, contactos cercanos o casos sospechosos.

Como parte del compromiso que los jefes manifestaron tener con la población, el gerente médico de la CCSS, Mario Ruiz, expresó que se estaban dedicando a realizar visitas a diferentes centros médicos del país con la finalidad de garantizar que las personas recibieran la atención adecuada, asimismo, que en caso de que haya alguna persona que tenga síntomas evidentes de ser sospechoso o positivo con COVID-19 existe un equipo de aseo que se dedica a la limpieza para reducir la propagación del virus.

Al ministro Salas, le consultaron que si las medidas de distanciamiento social se deberían extender hasta el 2022 porque según un estudio de la Universidad de Harvard había que mantener esa regla para evitar futuras olas de contagio, a lo que el Dr. Salas contestó que no se podía tomar medidas desesperadas sin conocer cómo iba a evolucionar la situación en el país y en el resto del mundo y que sociedad había que aprender a vivir con la nueva realidad que conlleva la pandemia provocada por el SARS-Cov-2.

Como se ha mencionado con anterioridad, la conferencia de prensa avanzó con la sección de preguntas que fueron planteadas por los diferentes medios de comunicación, es relevante mencionar que durante toda esta sección los diferentes jefes se dedicaron a contestar con algunas terminologías que podrían sonar muy técnicas, pero cabe la posibilidad de que esto se dé porque el tema en sí resulta ser muy confuso, pero si hubiese sido funcional que planearan una estrategia donde se plantearan mejoras en cuanto a la comunicación para aclarar la manera en la que los mensajes son transmitidos.

Seguidamente, se procedió a evaluar la conferencia de prensa correspondiente al día 30 de abril del 2020, donde se encontraban presentes varios jefes del gobierno, incluido el ministro de salud pública, Daniel Salas, quien fue el encargado de realizar la actualización diaria de la situación de COVID-19 en el país, para ese día, las cifras de casos habían aumentado a 719 personas contagiadas. Además, en esta conferencia de prensa, representantes del Instituto Costarricense de Investigación y Enseñanza en Nutrición y Salud (INCIENSA) hicieron de conocimiento el descubrimiento del genoma completo del coronavirus.

Además, en esta conferencia, la ministra de trabajo y seguridad social, Geannina Dinarte, aprovechó el espacio para comentar que había sido aprobado por la Asamblea Legislativa un aporte extraordinario para ayudar económicamente a la población que había perdido sus trabajos o habían sufrido recesión salarial, esta ayuda se vería representada en un extracto económico llamado “Bono Proteger” y se esperaba colaborar con la ayuda a todas las personas que lo requirieran.

Al Ministro de Salud, se le cuestionó que si las normas de distanciamiento habían surtido efecto para reducir la ola de contagios, a lo que el Dr. Salas respondió que el distanciamiento social por sí solo no es útil si las personas cuando salen a lugares públicos no toman en consideración las demás normas de estornudo, tosido y lavado de manos, entonces no es practicar unas normas y las otras no, para que los contagios no se propaguen es necesario cumplir al pie de la letra todas las medidas que se habían venido reportando.

Como era de esperarse, las conferencias de prensa terminan con una ronda de preguntas por parte de los periodistas de los diversos medios de comunicación, es importante destacar que a pesar de que no se mencionen puntualmente las preguntas, estas son referentes a temas de interés social, de cómo va a proceder el país en los diferentes aspectos, ya sea turístico, económico, laboral, social, entre otros.

Con la finalidad de cumplir uno de los objetivos de esta investigación, se continua con la evaluación de las conferencias de prensa del Ministerio de Salud Pública durante la cobertura de la emergencia del COVID-19, es por eso por lo que seguidamente se analizará la conferencia de prensa correspondiente al miércoles 13 de mayo del 2020. Como es habitual, la rueda de prensa comenzó con el reporte epidemiológico en el país a cargo del ministro de salud pública, Daniel Salas. Para este día la cifra de casos positivos había aumentado a 815 y ya se registraban 7 fallecimientos y en cada conferencia de prensa, incluidas las anteriores, el ministro siempre externó sus condolencias con las familias afectadas.

Otro de los tópicos que el Dr. Salas mencionó fue que con el fin de brindar acompañamiento a las personas que habían sido positivos, se encontraban contagiados con el virus o tenían algún trauma causado por el confinamiento, iban a tener la posibilidad de obtener atención psicológica

mediante los números telefónicos 1322 o el 911, medios que también se utilizan para realizar reportes o consultas referentes al coronavirus, además, el Ministro indicó que las personas que atendían estas líneas son profesionales en psicología pero lo realizan de manera voluntaria.

Por otra parte, el Dr. Salas, invitó a la población a evitar acudir a instituciones donde se vieran obligados a realizar filas, aprovechó la oportunidad para indicar que hay muchos trámites que se pueden realizar mediante diversas plataformas digitales y eso es de gran ayuda para evitar que las personas se vean en la necesidad de salir de sus casas y además es posible que se agilicen los trámites mediante este aprovechamiento digital.

En esta conferencia también hubo participación de jefes del Instituto Nacional de Acueductos y Alcantarillados (AyA) con la finalidad de explicar la situación de detección de virus en aguas residuales que podría ser un medio de transmisión del virus del SARS-CoV-2 causante del COVID-19.

Una vez concluido el espacio que se dedica a brindar la actualización de los datos referentes al coronavirus y demás informaciones pertinentes con el tema, se procedió a realizar la sección de preguntas por parte de los periodistas, con el fin de evitar el contagio en ese espacio, las preguntas de los diferentes medios de comunicación se realizaron de manera digital, es decir, cada medio hizo llegar sus preguntas al periodista moderador de la conferencia y él fue el encargado de formular las preguntas a los jefes.

El ministro también explicó que había muchas dudas referentes a las burbujas sociales y reiteró cuáles personas correspondían a una burbuja social y explicó que este término responde a las personas que generalmente conviven en un núcleo familiar o mejor dicho, es el grupo de personas con las que convive diariamente, además, aclaró que el hecho de que las personas sean familia no quiere decir que precisamente sean una burbuja social.

Para continuar con el trabajo de investigación, se va a evaluar la conferencia de prensa del día 28 de mayo del 2020. En esta rueda de prensa hay un aspecto relevante que llama la atención y es el hecho de que comenzaron con un vídeo donde mencionan los principales logros del país como

en la batalla con los filibusteros, o cuando trabajan en pro de evitar el analfabetismo en el país, mencionaron que los que pueden quedarse en casa lo hacen pensando en aquellos que sí tienen que salir, “Somos Costa Rica, el pueblo valiente que sin ejercito sabe luchar para proteger lo nuestro”, este es uno de los lemas que utilizaron para llamar la atención de las personas e invitarlos a crear consciencia.

Para dar inicio de manera oficial a la conferencia de prensa, el Dr. Salas brindó el reporte epidemiológico del día y explican puntualmente la cantidad de personas contagiadas, recuperadas, descartadas y fallecidos esto clasificado entre hombres, mujeres, rango de edad y nacionalidad. Un punto importante es que en la parte posterior del video implementaron un banner donde indican la página web donde se pueden consultar las medidas referentes a la emergencia nacional del COVID-19.

El periodista moderador de la conferencia hizo la acotación de que a pesar de la posibilidad de que los colegas periodistas tenían la opción de acudir a la sala de la conferencia, prefirieron no acudir presencialmente y decidieron enviar las preguntas de manera digital, el moderador le cuestionó al ministro qué procedía cuando una persona irrumpía la regla del confinamiento cuando se tiene una orden sanitaria, a lo que el ministro respondió que las personas sentían una falsa normalidad al no ver un aumento abrupto de casos o de fallecimientos pero que la realidad era otra, entonces que la regla a aplicar son sanciones económicas.

Además, mencionó que a pesar de la necesidad de la reactivación económica no había que tomar la situación a la ligera ya que si se realiza una apertura en el país, las personas comenzarían a salir de manera deliberada, pero en el caso de que haya transmisión comunitaria las personas no van a querer salir de sus hogares, esto a raíz de que el virus del SARS-CoV-2 podría estar en cualquier lugar y eso aumenta las posibilidades de infección a gran escala y ahí el ministro Salas, hizo el llamado al cumplimiento de los protocolos que ya venían mencionando y que la decisión de realizar nuevas aperturas o cierres en el país iban de la mano con los casos nuevos o recuperados.

Para continuar con el cumplimiento del objetivo de evaluación de los mensajes del Ministerio de Salud Pública, se evaluará la conferencia de prensa del día 11 de junio del año

anterior, como es de costumbre, la rueda de prensa comenzó con la actualización de la situación epidemiológica en el país, el encargado de brindar estos datos fue el Dr. Salas, para ese día ya los casos positivos habían aumentado a 1538. Un punto que a lo largo de las conferencias ha resultado constante es que el ministro Daniel Salas, siempre estuvo presente y se convirtió en la cara familiarizada con la situación, creando cierta confianza y empatía con las personas.

En esta conferencia se contó con la presencia de la Coordinadora Residente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Costa Rica, Alice Shackelford, quien emitió un mensaje reiterando el compromiso que tenía la organización con el país, además, mencionó que la manera en la que Costa Rica estaba haciéndole frente a la emergencia del COVID-19 era muy fructífera y gracias a los esfuerzos que estaban realizando era considerado un ejemplo a seguir, asimismo, aprovechó la oportunidad para enviar un mensaje a los costarricenses a no bajar la guardia y a no caer en acciones xenofóbicas ya que la pandemia no conoce de nacionalidades ni escoge a las personas por el lugar donde nacieron.

Una vez emitidos todos los mensajes de los representantes, se procedió a la sección de preguntas, ante el cuestionamiento, el Ministro de Salud Pública, aseveró que las decisiones referentes a los cierres y aperturas, en específico en cuanto a las exportaciones, siempre se tomaban en cuenta aspectos cualitativos técnicamente y también cuantitativos para conocer el comportamiento de los casos y las regiones donde se presentaban mayor aumento de contagios y que basados en esos datos se determinaba el proceder con la situación ya mencionada.

Además, refiriéndose al punto anterior comentó que también verificaban el cumplimiento de los protocolos porque eran conscientes en que, gracias a las exportaciones desde la zona norte del país, muchas personas tenían acceso laboral y por consiguiente el sustento de muchas familias costarricenses y nicaragüenses, asimismo, acotó que el aumento de casos en su mayoría estaba ligados a contagio en emparadoras en la zona norte pero también en cantones donde ya se habían registrado casos.

A continuación, se procede a analizar la conferencia de prensa del día del 24 de junio del año anterior, al igual que una de las ruedas de prensa, el video comenzó con un mensaje

motivacional haciendo referencia a la importancia de la labor que desarrollan muchas personas para preservar la salud de los y las costarricenses, además, este video invita a las personas a que se queden en casa para que entre todos se cuiden, todo esto bajo el lema “hacelo por la familia, hacelo por Costa Rica”.

En el auditorio de Casa Presidencial, como ya es costumbre, el ministro de salud pública, Daniel Salas, brindó la actualización epidemiológica de la situación del país para hasta ese día, cabe destacar que con el paso de los días se nota el desgaste emocional en el personal a cargo del trabajo que se ha venido desarrollando durante la cobertura de la emergencia provocada por la pandemia del COVID- 19. Además, el ministro acotó que, a raíz del aumento de casos, ya había cantones en el país que se encontraban en alerta naranja y para ese día, el cantón de Corredores y algunos poblados del distrito de Florencia de San Carlos se sumaban a la lista.

También mencionó que los cantones y poblados que se encuentran en alerta naranja debían cumplir una restricción vehicular diferente a la que se desarrollaba en el resto del país, las medidas de restricción vehicular para esos días se explican en el siguiente cuadro:

<b>Tabla 4</b>		
<b>Cantones y distritos en alerta amarilla</b>		<b>Restricción vehicular diferenciada. (Cantones o distritos zona fronteriza y alerta naranja)</b>
<b>DIURNO:</b>	<b>NOCTURNO:</b>	<b>Lunes a domingo de 5:00pm a 5:00am</b>
<b>L-V 5:00 am a 10:00 pm</b> <b>Restricción de placas en todo el país, salvo las excepciones, no circulan:</b> Lunes: 1 y 2 Martes: 3 y 4 Miércoles: 5 y 6 Jueves: 7 y 8 Viernes: 9 y 0 <b>S-D 5:00 am a 7:00 pm</b> <b>Salvo lista de excepciones, no circulan:</b>	L-V 10:00 pm a 5:00 am S-D 7:00 pm a 5:00 am <b>Únicamente circula lista de excepciones.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guatuso.</li> <li>• Duacaré (Guácimo).</li> <li>• La Cruz.</li> <li>• Los Chiles*.</li> <li>• Pococí*.</li> <li>• Río Cuarto.</li> <li>• La Fortuna*.</li> <li>• Llanuras de Gaspar y Curuña.</li> <li>• Pacuarito y Reventazón.</li> <li>• Upala*.</li> </ul>

Sábado: 0,2,4,6,8 Domingo: 1,3,5,7,9		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peñas Blancas*</li> <li>• Paquera*.</li> <li>• Alajuelita*.</li> <li>• Desamparados*</li> </ul> <p><b>*En alerta naranja.</b></p>
<b>El transporte público (sin personas de pie) y taxis funcionan con normalidad.</b>		
Tabla de elaboración propia con la información de Casa Presidencial (2020).		

Tabla 4

Además, el Dr. Salas, comentó que en Pavas se había encontrado residuos del virus SARS-CoV-2 en las heces, pero que anteriormente se habían referido a ese tema y se esto había provocado malentendidos porque las personas comenzaron a creer que no podían ingerir agua porque estaba contaminada o había dejado de ser potable, pero el ministro hizo especial énfasis en que la detección se dio en agua residuales donde eran depositadas las heces y que no existe posibilidad de infectarse al consumir agua del grifo.

Por otra parte, el presidente de la República, Carlos Alvarado Quesada, fundamentó que en el país iban a comenzar a regir una dinámica llamada “el baile y el martillo”, el martillo consiste en una serie de restricciones un poco más fuertes, con mayor cierre y más contención para la protección de la salud, esto en los sectores del país que se encontraban en alerta naranja. Pero en las zonas que se encontraban en alerta amarilla, las reglas son diferentes, esto significa que se puede proceder con las aperturas, pero de forma responsable, siguiendo los protocolos que se han establecido por el Ministerio de Salud Pública.

En esta conferencia de prensa además se contó con la participación del ministro de deportes, Hernán Solano, quien a vistas de la final de futbol de primera división en el país, invitó a la población a crear consciencia del trabajo que venían realizando sus colegas ministros y que sus labores eran en pro de la salud de toda la población y que la manera que tenían ellos de retribuir agradecimiento a este trabajo era disfrutando actividades como esas desde casa, sin la necesidad de exponerse y exponer a las demás personas, asimismo, indicó que en este momento no se debían hacer fiestas, que gracias a la organización que tenían, había mucho compromiso por parte de los jugadores, directores y demás personal involucrado e instó a la población a hacer lo mismo.

Es importante mencionar, que ese día en Costa Rica había sido el día con mayor de casos confirmados desde el inicio de la pandemia, es por esto por lo que el Dr. Salas, recalcó que como ya se había mencionado anteriormente el país se encontraba en la segunda ola pandémica y que ellos estaban realizando esfuerzos para reducir los contagios y mantener la salud de los y las costarricenses, porque sabían y eran conscientes de que este virus en cuestión de días podría cobrar la vida de muchas personas y ese era un escenario que querían evitar a toda costa. El ministro Salas, mencionó que, aunque haya sido la cara más representativa durante toda la pandemia, el compromiso de todos no era con él, sino con ellos mismos.

A continuación, se presenta la evaluación de la conferencia de prensa correspondiente al día 11 de julio del 2020, este video al igual que algunos de los ya mencionados anteriormente, comenzó con un video donde se instó a la población a cuidar su tanto su bienestar físico, como mental y emocional ya que son realistas de que muchas personas al enfrentarse al confinamiento y al temor de la pandemia, tienden a desarrollar problemas de ansiedad o temor y proceden a brindar algunos consejos de la manera más adecuada de llevar la situación que se estaba viviendo:

- Cuidarse para poder apoyar y dar soporte a otras personas.
- Realizar actividades físicas y mantenerse activo.
- Hacer cosas que nunca había hecho.
- Hablar abiertamente de los sentimientos.
- Hablar con abuelos y abuelas y expresar su cariño.
- Buscar información de confianza en fuentes oficiales.
- Establecer horarios para teletrabajar de manera más cómoda.
- Dejar que los niños expresen las emociones.
- Si se está en la primera línea de atención, recordar que la protección propia también es importante.

Además, aprovecharon para recordar la línea de atención telefónica donde se brinda apoyo psicológico y mencionaron que juntos como país, unidos como sociedad se podía hacer frente al COVID-19 y ganar esa batalla.

Un aspecto que puede resultar de peso es que en esta conferencia de prensa no se contó con la presencia del ministro de salud pública, Daniel Salas, sino que los encargados de brindar el reporte epidemiológico fueron el ministro de seguridad pública, Michael Soto y el director de la vigilancia de la salud del Ministerio de Salud Pública, Rodrigo Marín, este último fue el encargado de brindar la actualización de casos en Costa Rica. Es importante mencionar que a pesar de que el Dr. Salas no estuviera en la conferencia de prensa, el Dr. Marín brindó un reporte muy específico y detallado de los datos nuevos.

Por parte del ministro de seguridad pública, Soto, expresó que se habían presentado varios reportes de incidentes donde el protagonista era el alcohol, a raíz de eso, emitió una solicitud a las municipalidades, gobiernos locales y demás encargados a restringir la venta de bebidas alcohólicas y a las personas solicitó, con un mensaje algo vehemente, que ya era hora de parar la fiesta, que la situación que se estaba viviendo en país no era para tomarse a la ligera como si nada estuviera sucediendo y que tenían que velar por la salud individual y la salud colectiva.

Asimismo, el Dr. Marín, comentó que se disponían con tres albergues, uno en Guanacaste, otro en San Ramón y un tercero en el Valle Central, con la finalidad de aislar de la mejor manera a las personas que fueran positivas o estuvieran en estado sospechoso y así reducir las posibilidades de contagio y que los municipios o gobiernos locales que optaran por la creación de estos iban a adquirir puntos extras a la hora de enfrentar olas de contagio.

Como en esta conferencia de prensa no se contó con la presencia del ministro de salud pública, Daniel Salas, la mayoría de las preguntas fueron dirigidas al ministro de seguridad pública y solamente algunas al Dr. Marín. Cabe destacar que, durante los meses anteriores, la presencia del Dr. Daniel Salas creaba cierta confianza con lo que se quería transmitir, pero ese día si llamó la atención no ver al ministro por lo que muchas personas no prestaban igual atención a los mensajes transmitidos.

La siguiente conferencia en ser analizada es la del día 26 de julio del año anterior, para ese día ya en el país se reportaban 15.229 casos positivos, como es habitual el ministro Salas, brindó

un reporte muy explícito en cuanto a los casos, desde la ubicación, rango de edad, estados de hospitalización, nacionalidad, género y fallecimientos.

El Dr. Salas, emitió un mensaje que venía expresado por la iglesia católica, en vistas de que a tan solo días de esta conferencia se iba a estar celebrando la romería, explicó que este era un año atípico y muy diferente en relación con las costumbres que se realizan en el país, además, expresó que la Basílica de la Virgen de los Ángeles no se había acondicionado como se hacía generalmente ya que este acondicionamiento no estaba autorizado, es por esa razón que se les solicitó a los romeros, vivir sus costumbres desde sus hogares y evitar salir para protegerse y velar por la salud de los demás.

Como esta conferencia de llevó a cabo un fin de semana, los periodistas hicieron llegar sus consultas de manera remota, una de las preguntas más recurrentes fue causada por un malentendido ante un informe que brindó el Ministerio de Salud Pública, donde detallaron que cuando una persona se encontraba positiva, toda su burbuja social debía mantenerse en aislamiento por 14 días, aclararon que esto no significa que se aíslen porque son positivos, sino que se hace por si tienen el virus y aún está en el período de incubación, además, indicaron que si en el escenario anteriormente expuesto, alguien presenta síntomas, no se le realizará la prueba porque ya se encuentran en cuarentena y si se siguen las medidas tal y como se indicó, no habría riesgo de aumentar la propagación.

Otra de las conferencias de prensa que se evaluaron es la correspondiente al 9 de agosto del año anterior, como se venía trabajando, se realizó el reporte y actualización epidemiológico de casos COVID-19 en el país, la única diferencia en comparación con las que se han analizado anteriormente es que no se contaba con personal del Ministerio de Salud Pública y la actualización la realizó la directora general de la salud, Priscilla Herrera a través de un video que fue transmitido al inicio de la conferencia.

La primer vicepresidenta de la República, Epsy Campbell, también envió sus mensajes al país, donde argumentó que como gobierno eran conscientes de las afectaciones que esta pandemia estaba dejando durante su paso por el país, afectaciones desde el aspecto de salud hasta el

económico, mencionó que sabían que cada vez más personas buscaban como hacerle frente a la pandemia de la mejor manera y no quebrantarse ante la desesperación que se estaba viviendo y que la situación lo único que se esperaba era que se buscaran salidas de manera conjunta y era por eso que el gobierno de la República y sus representantes habían creado espacios de conversaciones con los diferentes públicos para conocer cuáles eran las necesidades de cada uno.

Es por esto que se realizó el anuncio de la creación de una iniciativa bajo el nombre “Costa Rica escucha, propone y dialoga” todo esto bajo una plataforma llamada “gobierno abierto” donde se exponían las diferentes necesidades que tenían todos los sectores del país, además, la viceministra de presidencia, Silvia Lara, mencionó que esa plataforma estaba dirigida a tres ejes principales: finanzas públicas y acuerdo con el Fondo Monetario Internacional (FMI), reactivación económica y creación y protección de empleos.

En esta plataforma de acceso público, las personas pueden exponer sus preocupaciones, consultas e incluso ideas para que sean escuchados por el gobierno y se tomen medidas convenientes para todos, además Lara, explicó las fechas más importantes referentes a la aplicación de decisiones para comenzar a poner en marcha acciones de ayuda para los ejes anteriormente mencionadas.

Posteriormente se analizarán los mensajes que envió el mensajes de que fueron emitidos por parte del Ministerio de Salud Pública durante la conferencia de prensa correspondiente al 20 de agosto del año anterior, la encargada de brindar esta actualización fue la Dra. Priscilla Herrera, al igual que en otras ocasiones, los datos del día fueron transmitidos mediante un video, el reporte emitido por la Dra. Herrera fue muy puntual al igual que los reportes que ya venían emitiendo anteriormente, se dio a conocer las edades, género, nacionalidad, estado hospitalario y también la cantidad de personas fallecidas.

En esta conferencia de prensa, los mensajes referidos a la salud y a las medidas que se toman en la emergencia provocada por el coronavirus solamente se dieron durante la actualización de casos, el tiempo restante de la conferencia fue utilizado para brindar información y datos

referentes a materia tributaria, estos mensajes fueron emitidos por personal del Ministerio de Hacienda.

Para finalizar el proceso de análisis y evaluación de los mensajes que se emitieron los primeros ocho meses de la pandemia del COVID-19 en Costa Rica, se analiza la conferencia de prensa correspondiente al 31 de agosto del 2020. Al inicio de la conferencia se explicó que los reportes de los domingos quedaban suspendidos y los datos referentes a esos días se iban a continuar dando los lunes, el Dr. Pedro González fue el encargado de indicar el reporte correspondiente al domingo 30 y lunes 31 de agosto. Como es de costumbre, los datos fueron muy puntuales en los aspectos que ya se han mencionado.

A pesar de que la conferencia tarda cerca de 46 minutos, se tocan temas referentes a materia económica y municipal, haciendo alusión a algunas medidas que se han tomado en los gobiernos locales para ayudar a la contención de los casos en los diversos cantones en el país, pero también la Comisión Nacional de Emergencias (CNE), representada por Sigifredo Pérez, presentó un modelo que tenía como objetivo reforzar las medidas que se tenían para contener la propagación y promover el bienestar propio y colectivo, integrando actores locales que ayude a este cometido.

Como la finalidad de este apartado es evaluar los mensajes que se emitieron, también es de relevancia mencionar que a pesar de la situación que se encontraba el país en ese entonces, muchos de los jefes que se encargaron de brindar los detalles del acontecer nacional, no todos utilizaron mascarillas a pesar de la poca distancia que había entre ellos, e incluso en algunas conferencias de prensa se pudo evidenciar que no todos utilizaban el alcohol en gel que se encontraba en las mesas de trabajo.

Estos aspectos son de importancia mencionarlos porque ellos como encargados crearon confianza y empatía con las personas que seguían la cobertura de la pandemia y hay quienes dicen que se predica con el ejemplo y si ellos como mandatarios no utilizaban mascarilla, practicaban distanciamiento social ni se aplicaban alcohol en gel, las personas podrían percibir mensajes contradictorios con lo que dicen y lo que hacen, es por esto que entra en contexto mencionar lo que

se dice popularmente “se predica con el ejemplo” y en esta ocasión ese es el punto a consideración y una de las principales falencias que se cometieron durante estas transmisiones.

Otro aspecto relevante, es el hecho de que hay estrategias de contención que si se analizan desde un punto de vista objetivo termina siendo contradictorio, dentro de las restricciones vehiculares que se establecieron, algunas personas mencionaron que no tenía sentido no utilizar los vehículos donde viajaban solos o con su burbuja social y verse obligados a utilizar el transporte público donde se mezclaban burbujas sociales y donde no todos respetaban los protocolos sanitarios o utilizaban la mascarilla de la manera incorrecta.

*Medición del impacto y credibilidad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública*

Uno de los objetivos de esta investigación es medir el impacto y la credibilidad que poseen los mensajes que emitió el Ministerio de Salud Pública se realizó un grupo focal con algunos profesionales en comunicación, a ellos se les solicitó que brindaran su opinión acerca de la estrategia de comunicación que había utilizado este ministerio durante los primeros ocho meses de la pandemia en Costa Rica. A continuación, se presenta un cuadro comparativo donde se explican los diferentes puntos de vista de los entrevistados:

<b>Tabla 5</b>	
<b>Entrevistado</b>	¿Considera que el Ministerio de Salud Pública ha sido claro con los mensajes que transmitió al inicio de la pandemia?
<b>Marcelo Castro.</b>	Pienso que en la mayoría de los temas sí hubo una línea clara de lo que la población debía hacer. Los mensajes fueron ciertamente cambiando con el tiempo. (caso del uso de la mascarilla), pero considero que esto era producto de las directrices que sobre el tratamiento del COVID-19 iba dando la Organización Mundial de la Salud (OMS).
<b>Jennifer Pazos.</b>	Evidentemente, no ha sido claro, puesto que ni siquiera tienen claro cómo comunicarse según los diferentes públicos, ni han generado una estrategia para transmitir las keyword a los públicos más vulnerables o los que han llegado a generar un foco de contagio.
<b>Iván Meza.</b>	Pienso que no. Lo argumento por lo siguiente: Hubo contradicciones por parte de los jerarcas, empezando por la tardía medida para el uso de la mascarilla en lugares públicos.

	<p>Fue una medida en la que se titubeó, posteriormente se llamó a usar caretas cuando se sabía que COVID-19 se transmitía por el aire.</p> <p>Por último, los mensajes para la población no han sido claros ni sencillos, con terminologías rebuscadas como el martillo. Restricciones de alertas confusas como por ejemplo la restricción de placas.</p>
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 5

Tabla 6	
<b>Entrevistado</b>	¿Qué tan certera considera que ha sido la estrategia de comunicación que ha empleado este ministerio?
<b>Marcelo Castro.</b>	En primer término, habría que preguntar si se trabajó con base en una estrategia de comunicación local. A mi criterio no la hubo al inicio (tal vez luego sí). Aunque debo dejar claro que esta es una presunción mía, pueda que sí hubiese una estrategia. Sin embargo, yo pienso que fundamentalmente se tomaban criterios con base en lo que la OMS y porque fue algo para lo que las autoridades no estaban preparadas.
<b>Jennifer Pazos.</b>	Básicamente no considero que hayan tenido una estrategia de comunicación, ha sido pura improvisación y se han mantenido con la base de enviar comunicados de prensa y hacer conferencias. No han ido más allá. Caso contrario, la CCSS.
<b>Iván Meza.</b>	Como le acoté en la anterior respuesta, no ha sido una política clara y contundente, que demuestre liderazgo, visión y que oriente a un buen puerto a la población.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 6

Tabla 7	
<b>Entrevistado</b>	Los mensajes que emitía en ministerio durante las conferencias de prensa y las acciones que realizaban, ¿tenían concordancia desde su punto de vista?
<b>Marcelo Castro.</b>	A mí me parece que sí. Al principio lo que vimos fueron mensajes muy contundentes llamando a la población a tomar medidas y cuidarse. Una de las cosas que más éxito le dieron al mensaje fue la figura del ministro de Salud, quien al inicio de la pandemia se proyectó como una figura de peso, con conocimiento y autoridad. Su popularidad aumentó rápidamente y la gente le ponía cuidado. Siempre generó credibilidad.

	Luego sucedió algo extraño, que no sabemos si fue por las típicas intrigas políticas que surgen siempre en un Gobierno, o si fue por decisión propia, y fue que el ministro prácticamente fue desapareciendo de las pantallas. De pronto dejó de ser el eje central de la comunicación en materia de COVID-19.
<b>Jennifer Pazos.</b>	Evidentemente, no. Esto se ejemplifica bien con la renuncia del director de vigilancia de la salud, Dr. Rodrigo Marín, por hacer todo lo contrario a lo que replicaba en las conferencias de prensa.
<b>Iván Meza.</b>	En algunos momentos coincidí en que los cierres drásticos eran lo mejor para evitar el colapso del sistema hospitalario.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 7

Tabla 8	
<b>Entrevistado</b>	¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública?
<b>Marcelo Castro.</b>	A mí me parece que un error general que se comete con esta pandemia y no solo en Costa Rica, sino en casi todo el mundo, es acudir al mensaje del miedo. Esto puede generar rechazo y hasta indiferencia o rebeldía si se quiere. Además, con el auge de las redes sociales, la gente recibía muchos mensajes contradictorios de grupos que afirman que no existe la pandemia y que la vacuna es un arma perversa. Desde ese punto de vista yo habría acudido mucho a temas con trasfondo emocional, que tocaran la fibra humana.
<b>Jennifer Pazos.</b>	Generar una estrategia personalizada para cada público meta según los canales donde más se informen. Utilizar estrategias para redes sociales diferente a la publicidad en medios de comunicación, etc.
<b>Iván Meza.</b>	Más allá de dar un parte de muertos o contagiados, hubiese creado mensajes clave para proteger a la población, mucho periodismo e información de servicio para el ciudadano de a pie. Información simple y útil que permitiera enfrentar la pandemia con empoderamiento y seguridad.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 8

Tabla 9	
<b>Entrevistado</b>	Desde su punto de vista, ¿qué tan grande ha sido el impacto de los mensajes que han brindado los diferentes jerarcas en los diversos canales utilizados?
<b>Marcelo Castro.</b>	A mi parece que han logrado mucho de sus propósitos. Costa Rica no será el mejor ejemplo de éxito a nivel mundial, pues a

	otros países les fue mejor. Pero creo que en términos generales se lograron cumplir muchas metas. Un caso para mí bastante claro es que luego de las fiestas de navidad y fin de año, no se dispararon los casos como muchos pensaban.
<b>Jennifer Pazos.</b>	El impacto ha sido en dos extremos: al inicio el pánico nacional que generaron los mensajes alarmistas. Y el segundo, el que vivimos desde noviembre del año anterior, aproximadamente, donde la mayoría de las personas dejaron de creer en el impacto y la gravedad de la pandemia.
<b>Iván Meza.</b>	Los mensajes como tal para mi gusto han recaído en figuras ya desgastadas e incluso que han perdido su cuota de credibilidad. Lo que si tiene y seguirá teniendo impacto son las medidas que toma el gobierno como la restricción vehicular sanitaria que tiene una relación directa con las mediciones en la disminución de contagios.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 9

Tabla 10	
<b>Entrevistado</b>	¿Considera que realmente el ministerio tenía una estrategia de comunicación clara cuando comenzó la pandemia?
<b>Marcelo Castro.</b>	Como lo dije al principio, dudo que se tuviera una estrategia de comunicación. La sensación que uno tiene es que ellos actuaron de acuerdo con cómo se iban moviendo las cosas, y de acuerdo con los lineamientos que dicta la OMS.
<b>Jennifer Pazos.</b>	No. No se podía tener una estrategia clara al inicio, cuando ni siquiera se sabía a ciencia cierta a lo que nos íbamos a enfrentar. Hay que recordar que semanas antes del primer caso en Costa Rica, el ministro Daniel Salas expresó que esto era una gripecita y que no iba a llegar al país. No estaban preparados a nivel de salud, menos a nivel de comunicación.
<b>Iván Meza.</b>	No para nada ni el ministerio ni el gobierno. Nadie estaba preparado para una cosa como esta sin precedentes.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

Tabla 10

Tabla 11	
<b>Entrevistado</b>	¿Qué tan creíbles son los mensajes de este ministerio?
<b>Marcelo Castro.</b>	Para saber si son realmente creíbles habría que hacer un estudio profundo y preguntarle a la gente. Como lo dije en otra pregunta, para mí el éxito mayor lo tiene el ministro Daniel Salas, quien con estrategia o sin ella, se proyectó como una autoridad creíble y seria. Probablemente no sea un excelente comunicador y tal vez al inicio cometía el error de regañar

	mucho a la gente, pero que si a alguien hay que atribuirle éxito es a él.
<b>Jennifer Pazos.</b>	La credibilidad se ha perdido, debido a la utilización de la pandemia como instrumento de publicidad gratuita y RRPP que generó el Gobierno el año anterior.
<b>Iván Meza.</b>	Depende creíbles para quién o desde el punto de vista de quién o qué mensaje sea. Como le repito, la imagen del ministro está desgastada y su autoridad ha venido a menos, incluso goza de animadversión de algunos sectores de la población, principalmente los más afectados por las medidas sanitarias.
Tabla de elaboración propia con las respuestas del grupo focal (2021).	

*Tabla 11*

Tomando en consideración las respuestas y diferentes puntos de vistas de los tres profesionales en comunicación, se puede discernir que hay muchas posiciones divididas en cuanto a la percepción de la manera en la que el ministerio expresó sus mensajes, algunos de ellos como ya se expuso anteriormente, tienen la sensación de que en materia de comunicación no tenían la certeza de como comunicarse con los diversos públicos meta que hay en el país.

En otro punto es importante mencionar que en el mes de julio, se presentó una situación que puso en tela de juicio los mensajes e indicaciones que se venían brindando, el director de la vigilancia de la salud del Ministerio de Salud Pública, Rodrigo Marín, no acató estas normativas y rompió la burbuja social cuando se fue a vacacionar a Guanacaste en compañía de terceras personas que no formaban parte de su burbuja social, cuando se dio a conocer esta situación solo fue cuestión de horas para que el Dr. Marín presentara la renuncia, argumentando lo siguiente:

Me equivoqué, no mantuve la distancia fuera de mi burbuja y no utilicé el equipo de protección personal. Estas acciones inoportunas no representan el actuar comprometido del Ministerio de Salud y de cada uno de sus funcionarios que han estado trabajando incansablemente contra la emergencia (2020).

Este acontecimiento, junto con las reiteradas ocasiones en las que el Dr. Salas mencionó que no era obligatorio utilizar mascarillas, forman parte de las principales falencias que presentó esta organización en cuanto a los mensajes que transmitían y las incoherencias que existieron en cuanto a lo que decían y hacían. Aquí lo que importante es la percepción que la población obtenía

porque ellos pedían responsabilidad, pero los propios jefes actuaban de maneras muy irresponsables.

Otro de los problemas que se presentó fue, como ya se ha mencionado, que durante los primeros meses ya se acostumbraba que el ministro de salud pública, Daniel Salas, verlo como el encargado de brindar las declaraciones y actualizaciones del país, pero luego de unos meses no era tan frecuente verlo en esos espacios, esto no significa que dejó de aparecer del todo, esto lo que quiere decir, es que él fue el que creó un perfil de confianza con toda la población y con el profesionalismo también se ganó credibilidad.

Para conocer la percepción de la población que no son expertas en el tema de las estrategias de comunicación, se les realizó una entrevista, aplicando las mismas interrogantes que se les hizo a los profesionales en la materia, esto con la finalidad de conocer diferentes opiniones y la manera en la que evaluarían el trabajo del ministerio, además, de obtener un resultado para la presente investigación equivalente entre las masas, arrojando los siguientes resultados:

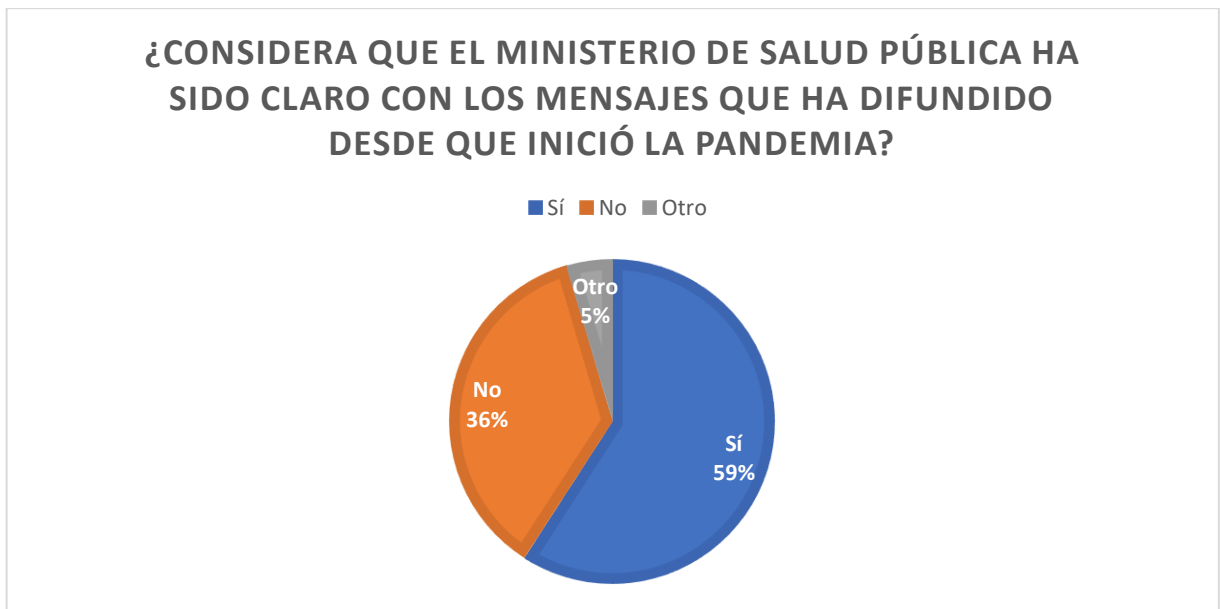


Ilustración 1

**DESDE SU PUNTO DE VISTA, ¿CÓMO HA SIDO EL IMPACTO DE LOS MENSAJES QUE HAN BRINDADO LOS DIFERENTES JERARCAS EN LOS DIVERSOS CANALES UTILIZADOS?**

■ Excelente ■ Bueno ■ Regular ■ Deficiente ■ Malo

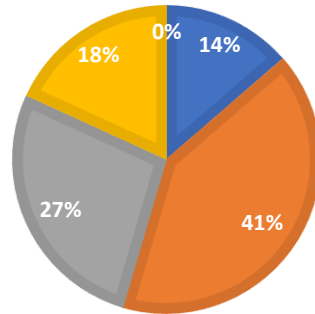


Ilustración 2

**¿QUÉ TAN CREÍBLES SON LOS MENSAJES DE ESTE MINISTERIO?**

■ Muy creíbles ■ Creíbles ■ Regular ■ No creo mucho ■ No creo del todo

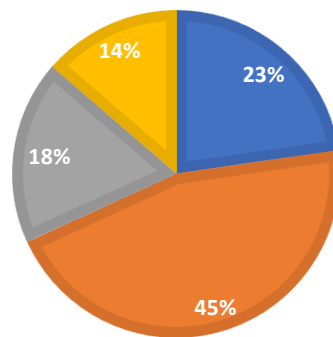


Ilustración 3

**DURANTE LOS PRIMEROS OCHO MESES DE PANDEMIA,  
¿HA SENTIDO QUE EL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA HA  
OCULTADO INFORMACIÓN?**

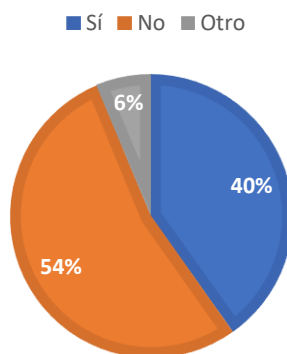


Ilustración 4

Además, se les consultó acerca de los asuntos que ellos sin conocimiento o preparación en materia de comunicación, habrían abordado de manera diferente, en el siguiente cuadro se presentan las principales respuestas de los entrevistados:

<b>Tabla 12</b>	
<b>¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública?</b>	
<b>Respuestas:</b>	
	Campañas publicitarias y que otros jerarcas expliquen los casos ya que el ministro Daniel Salas parece el presidente y no el ministro de Salud por el exceso de protagonismo que le da el gobierno.
	Mantener a la población más informada con respecto a las movidas que se venían y además tener cuidado con respecto a las restricciones aplicadas.
	Mensajes claves cortos, infografías de información concreta, videos cortos explicando determinados temas. No tantas conferencias de prensa porque no son efectivas.
	No insertar en miedo a las personas, llamar a la calma y la solidaridad
	Digitalizar o generar alguna plataforma móvil en donde se pudiera mantener informado a todas las personas de una manera más eficiente y no solamente por medios de redes sociales si no mediante notificaciones instantáneas.

Siento que han dudado en muchas decisiones y no generó confianza en algunos puntos. Que todas personas que dieran el mensaje estuvieran enfocadas en el mismo punto hubiera ayudado más a tener más claridad.
Aumentar la cantidad de conferencias o realizar semanalmente un espacio de consultas a la prensa que sea transmitido a través de FB live para garantizar la veracidad de la información.
Evitar ambigüedades y cambios de criterio entre las instituciones.
Desde el principio hablar más claro sobre los casos, porque en su momento no parece que dieran los datos reales sobre la pandemia.
Me parece que han logrado utilizar todos los medios de comunicación.
Evitar ambigüedades y cambios de criterio entre las instituciones.
<b>Tabla de elaboración propia. Fuente: información recopilada por medio de entrevistas realizadas (2021).</b>

*Tabla 12*

Como se evidencia en la tabla anterior, durante los primeros ocho meses de la pandemia en Costa Rica hubo muchas opiniones divididas y no todas las personas captaban la información de la manera en la que la institución de salud la transmitían, pero también hay personas que consideran que el trabajo en general de este ministerio ha surtido un buen efecto y sus mensajes han sido lo suficientemente claro.

Esto, en conjunto con las declaraciones de los profesionales, dejan en claro que aunque hayan posiciones divididas pero si conscientes de que hubo muchos errores comunicacionales, aunque también se aprecia que hubo gente que estaba de acuerdo con su trabajo y esto pudo provocar que la población se confundiera y con algunos mandatos que se prestaron para mal entendidos, como el caso ya mencionado de no uso obligatorio de la mascarilla, que si se analiza a largo plazo pudo haber evitado que se diera una ola de contagios.

*Examinación de las estrategias de comunicación del Ministerio de Salud Pública*

Con la finalidad de cumplir con el objetivo de examinar las estrategias de comunicación que el Ministerio de Salud Pública ha utilizado para lograr transmitir los mensajes e información a la población, se analizan las mismas en los siguientes párrafos.

Durante todas las conferencias de prensa mencionadas anteriormente, en un banner informativo indicaban sitios web donde podían encontrar diferentes informaciones referentes a los casos, alertas, medidas y restricciones.

Cuando se ingresa a la página principal del Ministerio de Salud Pública hay una sección llamada “Todo sobre COVID-19, coronavirus” y al ingresar a ese portal se puede encontrar todos los datos de la situación de los casos en el país, utilizan gráficos dinámicos que se actualizando utilizando como referencia la información que se brinda durante las conferencias de prensa, desde la perspectiva de la comunicación, la implementación de estos elementos resulta muy importante, ya que como ya se ha mencionado anteriormente, existen personas que perciben mejor los mensajes cuando la información es visual y no tanto textual.

En ese mismo portal, hay una sección bajo el nombre “documentación COVID-19” donde se encuentran textos referentes a las medidas administrativas y las resoluciones, además de productos gráficos como imágenes donde se ejemplifica la manera correcta para estornudar, toser y lavarse las manos, un aspecto importante es que todo el material mencionado está disponible en español, inglés y también adaptados para la población indígena, siendo esta una forma de inclusión bastante importante y necesaria.

Además, se encuentra una sección de lineamientos nacionales para la vigilancia de la infección por coronavirus (COVID-19) donde se incluyen planes de contingencia en diversos sectores del país y las actualizaciones que se desarrollan en estos planes. También hay disponible una sección de lineamientos para la población en general, para servicios públicos e institucionales dirigidos a la población, lineamientos para servicios de salud de atención de las personas, protocolos y otros documentos.

Otra de las secciones disponibles es una llamada “COVID-19” donde están disponibles documentos e imágenes referentes a la utilización correcta de la mascarilla, información para sectores turísticos, mitos y realidades de la pandemia, videos informativos en inglés, español y francés, aprovecharon a ciertos actores conocidos en Costa Rica para brindar recomendaciones a los diversos públicos y una serie de reglas de oro exponiendo una serie de consejos para reducir la cantidad de contagios y proteger a toda la población.

Como se puede ver, el portal web del Ministerio de Salud Pública, cuenta con mucha información y muchos recursos visuales que pueden resultar de suma importancia para los periodistas, empresarios y población en general, pero la incógnita ante esta situación es que no todas las personas tienen acceso a estas plataformas, ya sea por falta de dispositivos con conectividad o por falta de conexión a internet.

Cuando una organización o una empresa se realiza el trabajo de realizar una estrategia de comunicación, deben tomar en consideración varios aspectos como los públicos meta, los mensajes específicos que se van a emitir, los canales a utilizar, la periodicidad y otros aspectos visuales. Cuando se analiza la estrategia del Ministerio de Salud Pública se puede ver que los colores que usan son los mismos que tienen en sus redes sociales y en su página web.

Al tratarse de una emergencia mundial, hubiese resultado más llamativo utilizar paletas de colores que a simple vista crearan una conexión con el usuario y así mejorar las experiencias. En la parte de los canales de emisión de mensajes se puede decir que tenían muy claro cuáles eran los medios que más utilizan las personas, sus conferencias de prensa fueron transmitidas en su perfil de Facebook y además en los canales de los medios de comunicación más reconocidos del país, además, todos los comunicados de prensa que enviaron se encuentran disponibles en su página web.

En cuanto a los mensajes que se indicaron, resulta contraproducente decir que fueron o no acertados hasta cierto punto, hay mucha terminología que por más que los jefes quisieran resultaban casi imposibles manifestar de manera clara, porque al tratarse de una enfermedad provocada por virus hay términos y conceptos que requieren de cierta preparación académica para

poder entenderlos e interpretarlos, sin embargo, hablando de los mensajes específicos referentes a las restricciones o medidas sanitarias sí existió claridad.

Un punto muy importante para destacar es el horario que se eligió para realizar las conferencias de prensa, si se evalúa desde un punto de vista objetivo, realizar estas conferencias al medio día pudo provocar que no toda la población pudiera acceder a la información, ya que hay que tomar en cuenta que no todos estaban desde sus hogares o no tenían acceso al televisor o a las redes sociales, quizá pudo hacerse una adaptación a los horarios procurando que más personas estuvieran atentas a estos.

En cuanto a los público meta, es importante subrayar que aunque en su página web sí poseen información detallada para diversos públicos, en las conferencias de prensa la realidad fue otra, ya que los mensajes iban enfocados en una sola dirección y no emitían distinción alguna entre personas jóvenes, adultos, niños o adultos mayores, hay que tomar en consideración que no todas las personas consumen el mismo tipo de contenido y por consiguiente no se pueden informar utilizando los mismos mensajes.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de aplicar los instrumentos anteriormente citados para el cumplimiento de los objetivos y dar respuesta al problema que se busca explicar, en el presente capítulo se presentarán las conclusiones a las que se llegó, este apartado es posible desarrollarlo gracias a la aplicación de las entrevistas a los voluntarios, el grupo focal a los profesionales en comunicación o periodistas y la observación y el análisis de las estrategias de comunicación del Ministerio de Salud Pública.

De la misma manera, se expondrán algunas recomendaciones dirigidas al ministerio en cuestión y al mismo tiempo, a la Universidad Internacional de las Américas para que este objeto de estudio pueda ser tomado en consideración en futuras investigaciones.

### *Conclusiones*

Una vez finalizada la recolección de información y datos, se concluye que, aunque los esfuerzos que realizó en cuanto a salud el Ministerio de Salud Pública durante los primeros ocho meses de la pandemia en Costa Rica, su trabajo pudo verse opacado por la falta de claridad en la manera en la que se referían al público, algunas personas catalogaron que este ministerio no poseía una estrategia de comunicación específica que les ayudara a que sus mensajes obtuvieran la aceptación que esperaban.

Además, considerando lo que en reiteradas ocasiones mencionó el Dr. Daniel Salas, acerca de la utilización obligatoria de las mascarillas, se puede concluir que no existía una claridad amplia de lo que sucedía o podía suceder si la población no aplicaba esta medida, cabe la posibilidad de que este problema se diera principalmente porque a pesar de que en Costa Rica la regla era utilizar mascarilla solo cuando se estaba enfermo o si se cuidaba a una persona enferma, muchas personas también consumen noticias de otros países donde ya se podía apreciar que sí era obligatorio utilizar cubrebocas, esto aunque no sea un mensaje emitido para el país como tal, si provocó que muchas personas tuvieran la sensación de que no había claridad o había cierta información que estaba siendo tergiversada.

Por otra parte, se puede expresar que un punto que le brindó mucho soporte a este ministerio fue la utilización e implementación de infografías que se actualizaban de manera diaria, donde se brindaba información acerca de los casos de coronavirus, estas infografías se dividen en regiones, sexo, casos activos, nuevos casos, edades y fallecimientos. Estas infografías son de mucha utilidad para los periodistas a la hora de complementar las notas. Además, cuentan con una serie de infografías que se crearon para que los negocios los imprimieran y lo implementaran en sus negocios y de esta manera más personas tuvieran conocimiento de las medidas que debían aplicar.

Asimismo, es de importancia recalcar la importancia de la creación de estrategias de comunicación basadas en el público meta y la sectorización que debe existir, esto brindaría una mayor aceptación, entonces tomando en cuenta lo mencionado, se logra concluir que los mensajes que se enviaron durante las conferencias de prensa no estaban enfocados en diferentes públicos, por el contrario, solamente se emitían mensajes estandarizados, sin tomar en consideración que no todas las personas consumen la información de la misma manera.

Otra de las conclusiones que surgieron es que aunque no hay evidencia de una estrategia de comunicación clara, el Ministerio de Salud Pública creó comunicados de prensa, información y videos inclusivos acondicionados a diferentes idiomas, como inglés, francés y las lenguas nativas de la población indígena en Costa Rica, esto resulta importante, ya que como mencionó en una de las conferencias de prensa la Coordinadora Residente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en Costa Rica, Alice Shackelford (2020), la pandemia no conoce de nacionalidades ni escoge a las personas por el lugar donde nacieron. Entonces, no se puede pretender que todos comprendan los mensajes tomando en consideración la variedad étnica que existe en el país.

Como otra conclusión, cabe destacar que también cuando comenzó la pandemia en el país, muchas personas percibieron que los mensajes que mandaba el ministerio en cuestión, resultaron alarmantes y unos meses más tarde, a finales de año, las personas ya habían perdido el miedo a la pandemia y comenzaron a hacer fiestas, romper las medidas e incluso irrumpir las restricciones, situación que se le salió de las manos a los jefes y provocó que se dieran olas de contagio que se pudo evitar si los mensajes hubiesen sido claros desde un principio.

También se logró concluir que en los espacios que se dedicaban diariamente para las conferencias de prensa, se trataban otros temas no referentes a la pandemia y esto podía ser confuso para los oyentes o televidentes y si en realidad el espacio fue creado para hablar asuntos de COVID-19, hablar de otros tópicos resulta contraproducente.

### *Recomendaciones*

Una de las partes más fundamentales de todas las investigaciones es realizar un análisis donde se evalúen las falencias y la información, para que de esta manera se puedan brindar una serie de recomendaciones, en este caso estas se orientan y dirigen al Ministerio de Salud Pública, estudiantes y profesionales de la comunicación para que obtengan ideas de cómo deben realizar estrategias de comunicación.

Se recomienda realizar un análisis de los públicos meta a los que se desea transmitir mensajes para que la aceptación sea de mayor impacto, asimismo, poder determinar cuáles son los canales o medios de comunicación que utilizan para mantenerse informados, esto con la finalidad de transmitir los mensajes claves por dichos canales.

Una vez analizados los públicos, es importante que se cree una estrategia de comunicación más certera, ya que ha quedado en evidencia la falta de preparación y organización de estrategia comunicativa para con la población en general, esto a razón de que no se puede comunicar temas tan relevantes como en este caso, la salubridad, de una única manera, sin considerar que no todas las personas procesan o comprenden la información de la misma forma.

Con el argumento anteriormente mencionado, una de las recomendaciones del presente objeto de estudio, es que en el caso de futuras crisis salubres o pandemias, exista una mayor preparación comunicativa, aunque esta haya sido carente, se pueden tomar aspectos relevantes, solamente que tomar como base la experiencia del coronavirus, acoplándola de manera tal que no se vuelvan a cometer errores que al final llevaron a la población a caer en un caos o pánico colectivo, como es el caso del desabastecimiento en las cadenas de supermercados.

Ahora bien, en manera de síntesis, otra recomendación que no se encuentra de más en este apartado, es que el Ministerio de Salud Pública, debe realizar un filtro de información relevante en cada situación en específico, dado que ese mismo filtro sea utilizado desde el inicio hasta el fin, es decir, mantener un criterio firme en cuánto a lo que se dice y no estar variando las informaciones.

Siguiendo la misma línea de lo expresado en el párrafo anterior, otra de las principales recomendaciones, surge por la falta de claridad de mensajes, esta consiste en evitar los tecnicismos a la hora de referirse al público, con la finalidad de ayudar a que los mensajes sean percibidos de una mejor manera y así evitar que la población tenga confusiones, tal es el caso de las restricciones vehiculares, con esto no se pretende que los mensajes sean transmitidos con un lenguaje coloquial o popular, solo se recomienda expresarse de una manera más sencilla y directa.

Se recomienda además, que en las conferencias de prensa o comunicados referentes a temas del COVID-19, se abstengan de tratar otros tópicos que puedan confundir o crear exaltación en la población, tal como es el caso de asuntos del Ministerio de Hacienda, que si bien resulta importante, las personas pueden captar mal la información o brindarle más importancia a una que a otra, ya que en este caso podrían provocar que las personas se enfoquen en que, por ejemplo, hay mucho desempleo o pobreza y no en el cumplimiento a cabalidad de las medidas sanitarias.

Otra de las recomendaciones que se brindan a este ministerio es que continúen aumentando el contenido y las publicaciones que desarrollan en redes sociales, esto a raíz de la utilización que se le da a esta plataforma ya que la mayor parte de la población posee acceso a internet y por consiguiente a una red social y esta sería una herramienta de suma importancia para mantener a las personas más informadas y que el contacto con ellos sea más directo.

Finalmente, se recomienda a los estudiantes de periodismo y a las personas ya profesionales a no dejar que una crisis como esta opaque la comunicación, por el contrario, esto podría ser una oportunidad para mejorar o crear estrategias de comunicación afines a lo que se desea transmitir. La crisis que provocó el COVID-19 puso en evidencia que muchas organizaciones estaban

preparadas para tratar asuntos de salud, pero en cuanto a comunicación no fueron lo suficientemente claros.

A la Universidad Internacional de las Américas (UIA), se recomienda instar a más estudiantes a que realicen más investigaciones similares al enfoque del presente objeto de estudio, es de menester que cada vez más estudiantes conozcan la importancia que poseen las estrategias de comunicación en todas las organizaciones, ya que de estas dependen la relación que pueda tener la empresa con los diversos públicos. En especial en el caso de la presente investigación que, al ser un tema tan actual, ayuda a visualizar las fallas y puntos a favor de organizaciones cuando trabajan en temas de crisis.

## Referencias

Alcántara, (2008). La definición de salud de la Organización Mundial de la Salud y la interdisciplinariedad. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/410/41011135004.pdf>

Aleixandre, Castelló y Valderrama, (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. Extraído de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/79622>

Alvarado, C y Salas, D. (2020, 16, marzo). Conferencia Prensa COVID-19 [LUNES 16 MARZO 2020]. San José, Costa Rica. Extraído de: [https://www.youtube.com/watch?v=YCQZg3Ick\\_E](https://www.youtube.com/watch?v=YCQZg3Ick_E)

Arrueta, (2013)\_La línea editorial como estrategia de demarcación de zonas periodísticas. El caso de un diario conservador de Jujuy (Argentina). Extraído de <https://www.unicentro.br/rbhm/ed04/artigos/05.pdf>

Bermúdez, (2020). Los medios de comunicación, el periodismo y la representación de la violencia: reproducción y perpetuación. Extraído de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/1990/199062926006/199062926006.pdf>

Bizberge y Segura (2020), Los derechos digitales durante la pandemia COVID-19 en Argentina, Brasil y México. Extraído de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332020000200061&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332020000200061&script=sci_arttext)

Cáceres, (2021).\_La comunicación y el modelo de Lasswell, análisis de la vigencia de la aguja hipodérmica en tiempos actuales. Obtenido de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19923/1/UPS-TTQ250.pdf>

. Extraído de: <https://www.ccss.sa.cr/cultura-organizacional>

Campbell, E, Herrera, P y Lara, S. (2020, 9 de agosto). Conferencia de Prensa COVID-19 [DOMINGO 09 DE AGOSTO 2020]. San José, Costa Rica. Sustraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=NZvjSrj445U>

Caro, (2021). ¿Para qué sirve Facebook? Sus 11 usos principales. Recuperado de <https://www.lifeder.com/para-que-sirve-facebook/>

Cascales, Cortés y Galmés, (2015) Social Media y Estrategias de Comunicación de las Redes Sociales en el Sector Hotelero de la Comunidad de Madrid. Extraído de: <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/13443>

Castañeda y Ramos, (2020). Principales pandemias en la historia de la humanidad. Obtenido de <http://www.revpediatria.sld.cu/index.php/ped/article/view/1183/714#results>

Clínica Mayo. Enfermedad del coronavirus (2019) COVID-19. Recuperado de: <https://www.mayoclinic.org/es-es/diseases-conditions/coronavirus/symptoms-causes/syc-20479963?p=1>

Del Campo, (2020). Las Redes Sociales más utilizadas: cifras y estadísticas. Extraído de: <https://www.iebschool.com/blog/medios-sociales-mas-utilizadas-redes-sociales/>

Donstrup, (2018). Una introducción a los efectos de la comunicación de masas. Extraído de: <https://www.raco.cat/index.php/adComunica/article/download/343012/434152>

Egas y Yance (2018), Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil – Ecuador. Sustraído de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>

Ellison y Boyd, (2007). Sitios de redes sociales: definición, historia y becas. Extraído de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Etienne, (2020). Distanciamiento social, vigilancia y sistemas de salud más fuertes son clave para controlar COVID-19. Obtenido de: <https://www.paho.org/es/noticias/2-6-2020-distanciamiento-social-vigilancia-sistemas-salud-mas-fuertes-son-clave-para>

Fernández y Baptista (2016) Estrategia de comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la sierrita, municipio Cumanayagua. Extraído de: [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202016000400003](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000400003)

Fernández y Batista (2016) Estrategias de comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la sierrita, municipio Cumanayagua. Extraído de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n4/rus03416.pdf>

Fortanille, (2017). Semiótica del discurso. Primera edición digital. Obtenido de: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=g9SEDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=semiotica+&ots=oQhaV3FJDL&sig=mVbDxm02sTR1DNL3WK7YwHcuf0k#v=onepage&q&f=false>

France 24, (12,08,2020). Pandemia expone miseria y desigualdad de cuarterías en ciudades costarricenses. Obtenido de: <https://www.france24.com/es/20200812-pandemia-expone-miseria-y-desigualdad-de-cuarter%C3%ADas-en-ciudades-costarricenses>

Fundación Gabo, (2016) ¿Qué es la línea editorial de un medio de comunicación? Sustraído de: <https://fundaciongabo.org/es/consultorio-etico/consulta/888>

González, P y Pérez, S. (2020, 31 de agosto). Conferencia de Prensa COVID-19 [LUNES 31 DE AGOSTO 2020]. San José, Costa Rica. Obtenido de: [https://www.youtube.com/watch?v=FSQ6Xq\\_7FXU](https://www.youtube.com/watch?v=FSQ6Xq_7FXU)

Gopegui, (s.f.). Organización Mundial de la Salud (OMS). Extraído de: <http://www.exteriores.gob.es/representacionespermanentes/oficinadelasnacionesunidas/es/quees2/paginas/organismos%20especializados/oms.aspx>

Hernández L, (2006). Estrategias de intervención, conferencias de prensa. Obtenido de: <http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/bitstream/handle/123456789/468/6%20Conferencia%20de%20prensa.pdf?sequence=1>

Hernández y Mendoza, (2018). Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativas, cualitativas y mixta.

Herrera, P. (2020, 20 de agosto). Conferencia de Prensa COVID-19 [JUEVES 20 DE AGOSTO DE 2020]. San José, Costa Rica. Sustraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=bME6WikALCk>

Hütt, (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Jiménez, (2020). Voz experta: Más allá de las cuarterías, una San José exclusiva y excluyente. Extraído de: <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/08/04/voz-experta-mas-alla-de-las-cuarterias-una-san-jose-exclusiva-y-excluyente.html>

Llano y Águila, (2020). Conferencias de prensa y COVID-19: explorando la respuesta gubernamental mexicana desde la comunicación en salud. Obtenido de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529652https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7529652>

López, (2015) Comunicación y Salud. Enfermedades raras y estrategias de comunicación. Sustraído de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=177063>

López, Garrido y Hernández, (2020). Desarrollo histórico de la epidemiología: su formación como disciplina científica. Obtenido de: <https://www.scielosp.org/pdf/spm/v42n2/2382.pdf>

Madrigal, (2020). Renunció el director de Vigilancia de la Salud de Costa Rica, Rodrigo Marín. Sustraído de: <https://delfino.cr/2020/07/renuncio-el-director-de-vigilancia-de-la-salud-de-costa-rica-rodrigo-marin>

Martínez, (2020) Uso de personajes y metáforas en la gestión de la crisis sanitaria del COVID-19. Revisión de la comunicación de sanidad pública en España y México. Sustraído de: <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/RECS/article/view/5458>

Martínez, (s.f.) Comunicación formal: qué es y cuáles son sus características. Extraído de: <https://psicologiyamente.com/social/comunicacion-formal>

Martínez, Miguel y Vázquez, (2004). La titulación en la prensa gráfica. Obtenido de: [https://perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/apunte\\_titulacion.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/grafica1/htmls/apuntescatedra/apunte_titulacion.pdf)

Ministerio de Salud Costa Rica (12, mayo, 2020) Uso de mascarilla se recomienda en transporte público, atención al público y reuniones. Extraído de: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1660-uso-de-mascarilla-se-recomienda-en-transporte-publico-atencion-al-publico-y-reunione>

Ministerio de Salud Pública, (2020). Costa Rica y el COVID-19. Extraído de: [https://www.ministeriodesalud.go.cr/sobre\\_ministerio/prensa/docs/medidas\\_lunes\\_11052020.pdf](https://www.ministeriodesalud.go.cr/sobre_ministerio/prensa/docs/medidas_lunes_11052020.pdf)

Ministerio de Salud Pública. (2020, 10 de marzo). Conferencia de Prensa COVID-19 [MARTES 10 DE MARZO 2020]. San José, Costa Rica. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=wTd72veOKWY>

Ministerio de Salud Pública. Recuperado de: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/sobre-ministerio/mision-y-vision>

Mora, (2018). Análisis de contenido de las noticias falsas. Caso: proyecto de valorización Alcaldía de Rionegro 2018. Extraído de: [https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13545/Diego\\_MoraAriza\\_2019.pdf;jsessionid=B493475FDF768830AC36E15555668540?sequence=2](https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13545/Diego_MoraAriza_2019.pdf;jsessionid=B493475FDF768830AC36E15555668540?sequence=2)

Morales, (2015) Estrategias de comunicación política en redes sociales: el caso del Partido Acción Ciudadana en Facebook y Twitter en las elecciones costarricenses 2013-2014. Sustraído de: <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/xmlui/handle/123456789/6002>

Moreno, (2001) Los géneros periodísticos informativos en la actualidad internacional. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/819/81944306.pdf>

Moreno, (2020) La divulgación de la información en la encrucijada de la crisis del COVID-19 en Paraguay. Reacciones y transmisión de datos falsos y científicos a través de las redes sociales y los medios masivos. Extraído de [http://scielo.iics.una.py//scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2617-47312020000100058&lang=es](http://scielo.iics.una.py//scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2617-47312020000100058&lang=es)

Moreno, (2020) La divulgación de la información en la encrucijada de la crisis del COVID-19 en Paraguay. Reacciones y transmisión de datos falsos y científicos a través de las redes sociales y los medios masivos. Obtenido de [http://scielo.iics.una.py//scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2617-47312020000100058&lang=es](http://scielo.iics.una.py//scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2617-47312020000100058&lang=es)

National Geographic España (16, marzo, 2020) El coronavirus y la compra compulsiva de papel higiénico. Recuperado de: [https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/coronavirus-y-compra-compulsiva-papel-higienico\\_15318](https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/coronavirus-y-compra-compulsiva-papel-higienico_15318)

Negrete y Rivera, (2018) Estrategias de comunicación en redes socio-digitales desde la práctica del gobierno abierto. Extraído de: [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2018000100183](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2018000100183)

Organización de Cruz Roja Americana, (2020). Coronavirus: Qué significa el distanciamiento social. Extraído de: <https://www.redcross.org/cruz-roja/nosotros/noticias-y-eventos/articulos-de-noticias/2020/coronavirus-que-significa-el-distanciamiento-social.html>

Organización Mundial de la Salud, (1948). ¿Cómo define la OMS la salud? Obtenido de: <https://www.who.int/es/about/who-we-are/frequently-asked-questions>

Organización Mundial de la Salud, (2010). ¿Qué es una pandemia? Extraído de: [https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently\\_asked\\_questions/pandemic/es/](https://www.who.int/csr/disease/swineflu/frequently_asked_questions/pandemic/es/)

Organización Mundial de la Salud. Epidemiología. Extraído de: <https://www.who.int/topics/epidemiology/es/>

Organización Panamericana de la Salud. Recuperado de: <https://www.paho.org/es/quienes-somos>

Parselis, (2014). Función e innovación social: el caso Twitter. Extraído de: <https://www.redalyc.org/pdf/924/92429919004.pdf>

Peláez y Más, (2020). Brotes, epidemias, eventos y otros términos epidemiológicos de uso cotidiano. Obtenido de: <https://www.scielosp.org/article/rcsp/2020.v46n2/e2358/es/>

Rivera y Negrete, (2018) Elecciones 2.0 en México. Análisis de estrategias de comunicación en Facebook de los candidatos presidenciales de 2018. Obtenido de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-49112020000100095](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100095)

Rozas, (1997) La selección noticiosa, entre la importancia y el interés. Extraído de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2938985>

Ruiz y Sierra, (2013). Las voces de las comunicaciones informales en el mundo organizacional. Sustraído de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/15726/Documento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Saad, (2012). El sensacionalismo o la "insurrección" de la masa. Extraído de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199524192026.pdf>

Salas, (2020). Uso de mascarilla se recomienda en transporte público, atención al público y reuniones. Obtenido de: <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/centro-de-prensa/noticias/741-noticias-2020/1660-uso-de-mascarilla-se-recomienda-en-transporte-publico-atencion-al-publico-y-reunione>

Salas, D (2020, 1 de marzo). Cadena Nacional: Coronavirus #CODVID19, San José, Costa Rica. Extraído de: <https://www.facebook.com/CasaPresidencial/videos/1576562722491508/>

Salas, D y Dinarte, G. (2020, 30 de abril). Conferencia de Prensa COVID-19 [JUEVES 30 DE ABRIL 2020]. San José, Costa Rica. Sustraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=GKpgLg6RAyc>

Salas, D y Macaya, R. (2020, 31 de marzo). Conferencia Prensa COVID-19 [MARTES 31 MARZO 2020]. San José, Costa Rica. Extraído de: [https://www.youtube.com/watch?v=eC4xwb\\_rYXc](https://www.youtube.com/watch?v=eC4xwb_rYXc)

Salas, D y Macaya, R. (2020, 6 de marzo). Se confirma primer caso positivo de COVID-19 en Costa Rica. San José, Costa Rica. Obtenido de: [https://www.facebook.com/watch/live/?v=1076426826058411&ref=watch\\_permalink](https://www.facebook.com/watch/live/?v=1076426826058411&ref=watch_permalink)

Salas, D y Ruiz M. (2020, 16 de abril). Conferencia de Prensa COVID-19 [JUEVES 16 DE ABRIL 2020]. San José, Costa Rica. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZyUtxYkcMYQ>

Salas, D, Alvarado, C y Solano, H. (2020, 24 de junio). Conferencia de Prensa COVID-19 [MIÉRCOLES 24 DE JUNIO 2020]. San José, Costa Rica. Extraído de: [https://www.youtube.com/watch?v=AGdEp\\_NJGcA](https://www.youtube.com/watch?v=AGdEp_NJGcA)

Salas, D, Macaya R y Soto M. (2020, 24 de marzo). Conferencia de prensa #COVID19 - 24 de marzo. San José, Costa Rica. Obtenido de: <https://www.youtube.com/watch?v=B6qH1BqgCVM>

Salas, D, y Shackelford, A. (2020, 11 de junio). Conferencia de Prensa COVID-19 [JUEVES 11 DE JUNIO 2020]. San José, Costa Rica. Extraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=NUwNnH6w5Xo>

Salas, D. (2020, 13 de mayo). Conferencia de Prensa COVID-19 [MIÉRCOLES 13 DE MAYO 2020]. San José, Costa Rica. Extraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=QGMF4pH42dM>

Salas, D. (2020, 28 de mayo). Conferencia de Prensa COVID-19 [JUEVES 28 DE MAYO 2020]. San José, Costa Rica. Sustraído de: <https://www.youtube.com/watch?v=703rjlSuo88>

Salazar, (2016) Estrategias de comunicación de los museos nacionales. Extraído de: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/dialogo/article/view/8802>

Shum, (2021). Resumen de Twitter 2021: 353 millones de usuarios activos. Obtenido de: <https://yiminshum.com/twitter-2021-digital/>

Sierra, (2011). Las redes sociales, sus riesgos y la manera de protegerse. Obtenido de: <https://repository.ces.edu.co/bitstream/10946/1970/1/Articulo%20de%20grado%20de%20las%20redes%20sociales%20aprobado.pdf>

Soto, M y Marín, R. (2020, 11 de julio). Conferencia de Prensa COVID-19 [SÁBADO 11 DE JULIO 2020]. San José, Costa Rica. Sustraído de: [https://www.youtube.com/watch?v=6pYAykg\\_bHo](https://www.youtube.com/watch?v=6pYAykg_bHo)

Torres (s.f.)\_Los 8 elementos de la comunicación: características y ejemplos. Obtenido de <https://psicologiamente.com/cultura/elementos-de-comunicacion>

Van Dijk, (1990).\_La noticia como discurso Comprensión, estructura y producción de la información. Extraído de: <http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20La%20Noticia%20como%20Discurso.pdf>

Wilhelm, Ramírez y Sánchez (2009). Las Relaciones Públicas: herramienta fundamental en la creación y mantenimiento de la identidad e imagen corporativa. Obtenido de: <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520478017.pdf>

Yang, Saladrigas y Torres, (2016) Proceso de comunicación en la gestión del conocimiento. análisis teórico del comportamiento a partir de modelos típicos. Sustraído de: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n2/rus21216.pdf>

## Apéndices

### Apéndice A: Grupo focal

<b>Tabla 13</b>	
<b>Perfil del entrevistado: Jennifer Pazos. Periodista y profesora de periodismo</b>	
<b>Preguntas:</b>	<b>Respuestas:</b>
<b>1. ¿Considera que el Ministerio de Salud Pública ha sido claro con los mensajes que transmitió al inicio de la pandemia?</b>	Evidentemente, no ha sido claro, puesto que ni siquiera tienen claro cómo comunicarse según los diferentes públicos, ni han generado una estrategia para transmitir las keyword a los públicos más vulnerables o los que han llegado a generar un foco de contagio.
<b>2. ¿Qué tan certera considera que ha sido la estrategia de comunicación que ha empleado este ministerio?</b>	Básicamente no considero que hayan tenido una estrategia de comunicación, ha sido pura improvisación y se han mantenido con la base de enviar comunicados de prensa y hacer conferencias. No han ido más allá. Caso contrario, la CCSS.
<b>3. Los mensajes que emitía en ministerio durante las conferencias de prensa y las acciones que realizaban, ¿tenían concordancia desde su punto de vista?</b>	Evidentemente, no. Esto se ejemplifica bien con la renuncia del director de vigilancia de la salud, Dr. Rodrigo Marín, por hacer todo lo contrario a lo que replicaba en las conferencias de prensa.

<p><b>4. ¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública?</b></p>	<p>Generar una estrategia personalizada para cada público meta según los canales donde más se informen. Utilizar estrategias para redes sociales diferente a la publicidad en medios de comunicación, etc.</p>
<p><b>5. Desde su punto de vista, ¿qué tan grande ha sido el impacto de los mensajes que han brindado los diferentes jerarcas en los diversos canales utilizados?</b></p>	<p>El impacto ha sido en dos extremos: al inicio el pánico nacional que generaron los mensajes alarmistas. Y el segundo, el que vivimos desde noviembre del año anterior, aproximadamente, donde la mayoría de las personas dejaron de creer en el impacto y la gravedad de la pandemia.</p>
<p><b>6. ¿Considera que realmente el ministerio tenía una estrategia de comunicación clara cuando comenzó la pandemia?</b></p>	<p>No. No se podía tener una estrategia clara al inicio, cuando ni siquiera se sabía a ciencia cierta a lo que nos íbamos a enfrentar. Hay que recordar que semanas antes del primer caso en Costa Rica, el ministro Daniel Salas expresó que esto era una gripecita y que no iba a llegar al país. No estaban preparados a nivel de salud, menos a nivel de comunicación.</p>
<p><b>7. ¿Qué tan creíbles son los mensajes de este ministerio?</b></p>	<p>La credibilidad se ha perdido, debido a la utilización de la pandemia como instrumento de publicidad gratuita y RRPP que generó el Gobierno el año anterior.</p>

Tabla 13

<p><b>Tabla 14</b>  <b>Perfil del entrevistado: Marcelo Castro.</b>  <b>Periodista</b></p>
--

<b>Preguntas:</b>	<b>Respuestas:</b>
<p><b>1. ¿Considera que el Ministerio de Salud Pública ha sido claro con los mensajes que transmitió al inicio de la pandemia?</b></p>	<p>Pienso que en la mayoría de los temas sí hubo una línea clara de lo que la población debía hacer. Los mensajes fueron ciertamente cambiando con el tiempo. (caso del uso de la mascarilla), pero considero que esto era producto de las directrices que sobre el tratamiento del COVID-19 iba dando la Organización Mundial de la Salud, OMS.</p>
<p><b>2. ¿Qué tan certera considera que ha sido la estrategia de comunicación que ha empleado este ministerio?</b></p>	<p>En primer término, habría que preguntar si se trabajó con base en una estrategia de comunicación local. A mi criterio no la hubo al inicio (tal vez luego sí). Aunque debo dejar claro que esta es una presunción mía, pueda que sí hubiese una estrategia. Sin embargo, yo pienso que fundamentalmente se tomaban criterios con base en lo que la OMS y porque fue algo para lo que las autoridades no estaban preparadas.</p>
<p><b>3. Los mensajes que emitía en ministerio durante las conferencias de prensa y las acciones que realizaban, ¿tenían concordancia desde su punto de vista?</b></p>	<p>A mí me parece que sí. Al principio lo que vimos fueron mensajes muy contundentes llamando a la población a tomar medidas y cuidarse. Una de las cosas que más éxito le dieron al mensaje fue la figura del ministro de Salud, quien al inicio de la pandemia se proyectó como una figura de peso, con conocimiento y autoridad. Su popularidad aumentó rápidamente y la gente le ponía cuidado. Siempre generó credibilidad.</p> <p>Luego sucedió algo extraño, que no sabemos si fue por las típicas intrigas políticas que surgen siempre en un Gobierno, o si fue por decisión propia, y fue que el ministro prácticamente fue desapareciendo de las pantallas.</p> <p>De pronto dejó de ser el eje central de la comunicación en materia de COVID-19.</p>
<p><b>4. ¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del</b></p>	<p>A mí me parece que un error general que se comete con esta pandemia y no solo en Costa Rica, sino en casi todo el mundo, es acudir al mensaje del miedo. Esto puede generar rechazo y hasta indiferencia o rebeldía si se quiere. Además, con el auge de las redes sociales, la gente recibía</p>

<b>Ministerio de Salud Pública?</b>	<p>muchos mensajes contradictorios de grupos que afirman que no existe la pandemia y que la vacuna es un arma perversa.</p> <p>Desde ese punto de vista yo habría acudido mucho a temas con trasfondo emocional, que tocaran la fibra humana.</p>
<b>5. Desde su punto de vista, ¿qué tan grande ha sido el impacto de los mensajes que han brindado los diferentes jerarcas en los diversos canales utilizados?</b>	<p>A mi parece que han logrado mucho de sus propósitos. Costa Rica no será el mejor ejemplo de éxito a nivel mundial, pues a otros países les fue mejor. Pero creo que en términos generales se lograron cumplir muchas metas. Un caso para mí bastante claro es que luego de las fiestas de navidad y fin de año, no se dispararon los casos como muchos pensaban.</p>
<b>6. ¿Considera que realmente el ministerio tenía una estrategia de comunicación clara cuando comenzó la pandemia?</b>	<p>Como lo dije al principio, dudo que se tuviera una estrategia de comunicación. La sensación que uno tiene es que ellos actuaron de acuerdo con cómo se iban moviendo las cosas, y de acuerdo con los lineamientos que dicta la OMS.</p>
<b>7. ¿Qué tan creíbles son los mensajes de este ministerio?</b>	<p>Para saber si son realmente creíbles habría que hacer un estudio profundo y preguntarle a la gente. Como lo dije en otra pregunta, para mí el éxito mayor lo tiene el ministro Daniel Salas, quien con estrategia o sin ella, se proyectó como una autoridad creíble y seria. Probablemente no sea un excelente comunicador y tal vez al inicio cometía el error de regañar mucho a la gente, pero que si a alguien hay que atribuirle éxito es a él.</p>

Tabla 14

<p><b>Tabla 15</b></p> <p><b>Perfil del entrevistado: Iván Meza.</b></p> <p><b>Periodista.</b></p>
--

<b>Preguntas:</b>	<b>Respuestas:</b>
<p><b>1. ¿Considera que el Ministerio de Salud Pública ha sido claro con los mensajes que transmitió al inicio de la pandemia?</b></p>	<p>Pienso que no. Lo argumento por lo siguiente:</p> <p>Hubo contradicciones por parte de los jerarcas, empezando por la tardía medida para el uso de la mascarilla en lugares públicos.</p> <p>Fue una medida en la que se titubeó, posteriormente se llamó a usar caretas cuando se sabía que COVID-19 se transmitía por el aire.</p> <p>Por último, los mensajes para la población no han sido claros ni sencillos, con terminologías rebuscadas como el martillo. Restricciones de alertas confusas como por ejemplo la restricción de placas.</p>
<p><b>2. ¿Qué tan certera considera que ha sido la estrategia de comunicación que ha empleado este ministerio?</b></p>	<p>Como le acoté en la anterior respuesta, no ha sido una política clara y contundente, que demuestre liderazgo, visión y que oriente a un buen puerto a la población.</p>
<p><b>3. Los mensajes que emitía en ministerio durante las conferencias de prensa y las acciones que realizaban, ¿tenían concordancia desde su punto de vista?</b></p>	<p>En algunos momentos coincidí en que los cierres drásticos eran lo mejor para evitar el colapso del sistema hospitalario.</p>
<p><b>4. ¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública?</b></p>	<p>Más allá de dar un parte de muertos o contagiados, hubiese creado mensajes clave para proteger a la población, mucho periodismo e información de servicio para el ciudadano de a pie. Información simple y útil que permitiera enfrentar la pandemia con empoderamiento y seguridad.</p>
<p><b>5. Desde su punto de vista, ¿qué tan grande ha sido el impacto de los mensajes que han brindado los diferentes jerarcas en los diversos canales utilizados?</b></p>	<p>Los mensajes como tal para mi gusto han recaído en figuras ya desgastadas e incluso que han perdido su cuota de credibilidad. Lo que si tiene y seguirá teniendo impacto son las medidas que toma el gobierno como la restricción vehicular sanitaria que tiene una relación directa con las mediciones en la disminución de contagios.</p>

<p><b>6. ¿Considera que realmente el ministerio tenía una estrategia de comunicación clara cuando comenzó la pandemia?</b></p>	<p>No para nada ni el ministerio ni el gobierno. Nadie estaba preparado para una cosa como esta sin precedentes.</p>
<p><b>7. ¿Qué tan creíbles son los mensajes de este ministerio?</b></p>	<p>Depende creíbles para quién o desde el punto de vista de quién o qué mensaje sea. Como le repito, la imagen del ministro está desgastada y su autoridad ha venido a menos, incluso goza de animadversión de algunos sectores de la población, principalmente los más afectados por las medidas sanitarias.</p>

*Tabla 15*

*Apéndice B: entrevistas a voluntarios*

Preguntas realizadas a un grupo de voluntario:

- ¿Considera que el Ministerio de Salud Pública ha sido claro con los mensajes que transmitió al inicio de la pandemia? Explique.
- ¿Qué tan certera considera que ha sido la estrategia de comunicación que ha empleado este ministerio? Explique.
- Los mensajes que emitía en ministerio durante las conferencias de prensa y las acciones que realizaban, ¿tenían concordancia desde su punto de vista? Explique.
- ¿Qué cosas habría hecho diferente usted para mejorar la claridad de los mensajes del Ministerio de Salud Pública? Explique.
- Desde su punto de vista, ¿qué tan grande ha sido el impacto de los mensajes que han brindado los diferentes jerarcas en los diversos canales utilizados? Explique.
- ¿Considera que realmente el ministerio tenía una estrategia de comunicación clara cuando comenzó la pandemia? Explique.
- ¿Qué tan creíbles son los mensajes de este ministerio? Explique.

*Apéndice C: Participantes voluntarios en entrevistas*

<b>Participantes:</b>	<b>Profesión:</b>
Alex Solís Cordero.	Independiente.
Joel Aguilar Prado.	Estudiante de geografía, Universidad Nacional de Costa Rica.
Sebastián Porras Fallas.	Ingeniero en computación.
Anyelith Cerdas Leiva.	Estudiante de contabilidad pública, Universidad Americana.
Paula Córdoba.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.
Cristina Hidalgo.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.
Fabián López Quesada.	Ingeniero en computación.
Daniel Matamoros.	Asistente servicio al cliente.
Adrián Villalobos.	Estudiante de periodismo, Universidad Internacional de las Américas.
Ana Belén Calderón Elizondo.	Estudiante de comunicación colectiva, Universidad de Costa Rica.
Alicia Paz Barahona.	Periodista y profesora en la Universidad Internacional de las Américas.

*Tabla 16*