



VINCULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN CRISIS Y LA SALUD MENTAL CIUDADANA

Caso de estudio Ecuador

Linking communication in crisis and citizen mental health. Ecuador study case

PAOLA ULLOA-LÓPEZ
Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ecuador

KEYWORDS

*Covid 19
pandemic
communication
crisis
Twitter
Ecuador
coronavirus*

ABSTRACT

In the context of the pandemic, the government of Ecuador had the challenge of implementing an emergency plan to mitigate the ravages of confinement and the risk of contagion. This research analyses the communication strategies implemented by the Government of Ecuador on Twitter during the first six months of the Covid-19 pandemic in 2020. It analyses how empathy with citizens was not achieved, the shortcomings of the strategy implemented in the Andean country and its repercussions on the mental processes of citizens.

PALABRAS CLAVE

*Covid 19
Pandemia
Comunicación en crisis
crisis
Twitter
Ecuador
Coronavirus*

RESUMEN

En el marco de la pandemia, el gobierno de Ecuador tuvo el reto de implementar un plan de emergencia para aplacar los estragos del confinamiento y del riesgo de contagios. En este trabajo se analiza las estrategias de comunicación implementadas por el Gobierno de Ecuador en Twitter durante los primeros seis meses de la pandemia por Covid-19 en el año 2020. Se analiza cómo no se logró una empatía con los ciudadanos, las falencias de la estrategia implementada en el país andino y sus repercusiones en los procesos mentales de los ciudadanos.

Recibido: 11/ 05 / 2022

Aceptado: 23/ 07 / 2022

1. Introducción

La conmoción que generó la Covid-19 en la sociedad mundial jamás se pudo haber previsto y los gobiernos tuvieron que implementar estrategias de comunicación creadas al andar. Los equipos de comunicación se pusieron a prueba y más que arriesgar la permanencia en el cargo de estos profesionales se trataba que los lineamientos de comunicación derivaran en mensajes que generaran calma y seguridad en los ciudadanos y que existiera la percepción en ellos de que los gobiernos podían encargarse de la situación sin que existieran grandes daños.

En el camino hubo equipos de comunicación que fallaron menos que otros y también se registró acciones de equipos que tuvieron errores que calaron en la tranquilidad de sus ciudadanos.

En este estudio se revisará la estrategia de comunicación que desarrollaron los gobiernos de Argentina y Ecuador para prevenir el Coronavirus en sus pobladores. El estudio se basa en una etnografía virtual realizada durante seis meses, entre abril y agosto de 2020, que es parte de una triangulación en la que se hizo una observación participante, análisis del discurso y también se analizaron los arquetipos de marca implementados desde los Ministerios de Salud y desde las cuentas de los presidentes de los dos países estudiados.

2. Objetivos

En este estudio se analizó la estrategia de comunicación implementada por el Gobierno de Ecuador en Twitter durante los primeros seis meses de la pandemia por Covid-19 en el año 2020. Además se analizó cómo no se logró una empatía con los ciudadanos y las falencias de la estrategia implementada en el país andino.

Una vez identificada la estrategia que se siguió desde el Estado Ecuatoriano se explica las repercusiones que esta tuvo en los procesos mentales de los ciudadanos; qué causó y hasta qué punto el gobierno de un país puede repercutir de esta manera en sus mandantes.

3. Metodología

El estudio es cualitativo porque se analizará el comportamiento y el discurso del sujeto investigado, el gobierno de Ecuador. En este estudio se analizará el accionar en el área de la comunicación de cara a la prevención de la COVID-19. En este sentido se ha recurrido al método de la netnografía (Kozinets, 2010) porque consiste en la observación de las múltiples formas de comunicación plasmadas en un texto diverso expuesto en la red social Twitter, y las interacciones de los individuos en dicho contexto digital, es decir, en internet. Este método se implementó en los primeros seis meses de la pandemia, entre febrero y agosto de 2020.

Finalmente, se aplica la técnica del análisis del discurso. Con esta técnica se estudia sistemáticamente tanto el contenido —sonoro, escrito y visual— como el contexto inmediato para comprender el sentido y la intención del discurso. Desde la perspectiva de que los textos expuestos en las redes sociales son sistemas de significación que están compuestos por intenciones de comunicar de manera explícita e implícita.

A ello se suma una encuesta a una muestra de 385, con el nivel de confianza del 95% y 5% de margen de error que se realizó a personas adultas compuestas por el 70 por ciento de hombres y la diferencia de mujeres, todos residentes en Guayaquil, la ciudad más afectada por la pandemia en Ecuador. Es así como, hay una triangulación porque lo hallado en la etnografía se corroborará con la técnica de la observación participante, luego el análisis del discurso y finalmente la encuesta.

4. Análisis de resultados y discusión

4.1. Los gobiernos como inmigrantes o nativos digitales

Durante la emergencia sanitaria, Ecuador manejó sus cuentas como migrante digital (Piscitelli, 2008). Las cuentas de *Twitter* del Gobierno de Ecuador, a través del usuario del Ministerio de Salud, @Salud_Ec, publicó documentos oficiales, los cuales estaban estructurados únicamente por párrafos (ver figura 1). La construcción del discurso del ministerio ecuatoriano priorizó las imágenes estáticas y el texto, por sobre los videos. Contenido multimedia. De esta manera, las infografías y descripciones saturaron su *feed*. Además existía una comunicación unidireccional que no invita al diálogo y que no respondía preguntas de quienes contestaban a las publicaciones.

En este sentido, desde la cuenta del presidente de la nación se connotó que la comunicación en *Twitter* tenía acento digital. Lenin Moreno (@Lenin) pertenece a la cohorte demográfica de los *baby boomers* y podría ser catalogado como inmigrante digital. A través de sus publicaciones, la cuenta de Moreno presentaba una imagen cordial y formal hacia los usuarios, pero siempre distante. También hay episodios en que demostró su inconformidad mediante un tono duro. Especialmente, en los primeros días de la pandemia, cuando la incertidumbre era norma general en Ecuador. Mayormente, la cuenta de *Twitter* del Jefe de Estado fue una plataforma para informar, ya sea a través de párrafos e imágenes estáticas o videos. Durante el tiempo que duró la netnografía se observó que desde esa cuenta no se retuiteaba o compartía contenido de otros usuarios, tampoco había interacción con los demás. Aunque existen dos casos en particular que rompieron el molde y mostró un atisbo de comportamiento

de nativo digital.

El primero fue desde el 25 hasta el 28 de abril que respondió, en algunos casos solo con emoticones, a las interacciones de los usuarios en sus publicaciones y a aquellos que pedían asistencia médica. El segundo episodio fue el 27 de mayo cuando informó sobre su reunión con la canciller de Alemania, Angela Merkel, acompañado con una foto que indicaba lo contrario. El episodio provocó que los usuarios hicieran memes y Moreno eliminó el tuit. Al día siguiente, compartió uno de los memes de los usuarios que hiperbolizaba la situación original.

Tanto desde el Ministerio de Salud de Ecuador como de la cuenta del jefe de Estado se reflejó un flujo vertical de la comunicación porque no se registran interacciones con los usuarios; es decir, establecer una conversación con quienes contestan a sus publicaciones. Tampoco se comparte contenidos de otros usuarios. No hay un contenido audiovisual que permita generar empatía entre los usuarios y las autoridades. Por el contrario, se levanta una barrera entre ellos cuando las autoridades expresan su inconformidad por el incumplimiento de medidas de aislamiento. Frente a ello, tenemos dos episodios que no permiten que se produzca una comunicación de doble vía, en la que los usuarios dejen de ser solo espectadores y puedan ejercer su rol de prosumidores (Scolari, 2008), es decir, como usuarios activos que, además de consumir, producen contenidos. Esta acción contribuye a un distanciamiento del Estado con sus ciudadanos, porque hay una estrategia de comunicación que no cuenta con los parámetros técnicos acordes a las nuevas audiencias y a la coyuntura de ese momento.

4.2. Comunicación en Crisis: Herramienta de posicionamiento o de debacle político

Según Stephan Gundel (2005), las crisis se pueden dividir bajo dos parámetros: previsibilidad e influenciabilidad. Para que una crisis sea predecible, al menos un tercero debe conocer el lugar, tiempo o forma de aparición. Además, tampoco se deben menospreciar las probabilidades de que ocurra. Una crisis es influenciable si se tiene el conocimiento y es factible ejecutar respuestas para detener o reducir los estragos de las causas. A partir de estos dos parámetros, se desglosan cuatro tipos de crisis.

Tabla 1. Tipos de crisis según la previsibilidad e influenciabilidad

		Influenciable	
		(+)	(-)
Previsible	(+)	Convencionales	Intratables
	(-)	Inesperadas	Fundamentales

Fuente: Gundel (2005)

Las crisis convencionales son aquellas que se pueden prever y es factible mitigar las causas, como los fallos mecánicos. Por otro lado, las fundamentales no. Son las más peligrosas debido a que no se puede anticipar al suceso ni existe algún procedimiento de emergencia, como lo puede ser un acto de terrorismo o la detonación de las bombas nucleares en Hiroshima y Nagasaki en la Segunda Guerra Mundial. Finalmente, las crisis inesperadas, ontológicamente, son imprevisibles, pero son manejables como los incendios o un posible hundimiento. Las intratables son lo contrario, como los recurrentes huracanes o terremotos en una zona propensa a ellos que causan estragos tan devastadores que la intervención del gobierno se dificulta. En este tipo de crisis también se encuentran las pandemias como el Ébola o la COVID-19.

La comunicación del Estado durante las crisis fue, sin duda, muy necesaria porque informó a la nación de fuentes oficiales, evitando así las especulaciones. Debió eludirse por completo el secretismo. No intentar mantener o lenificar la información porque resulta contraproducente ya que la audiencia percibirá una falta de honestidad y transparencia, por ende, aumentarán los rumores y la desinformación.

No hay que olvidar que, en comunicación de crisis, minimizar el alcance o la gravedad de las crisis, aunque puede resultar una tentación para los gobernantes con el propósito de no causar alarma o pánico entre la población, suele ser siempre una estrategia equivocada. (Crespo & Garrido, 2020)

Además, debe existir un único portavoz para evitar las contradicciones en comparecencias públicas. Esta persona, como aconseja el Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad (2015), debe tener tanto conocimiento como autoridad. Así se creará un vínculo de confianza y credibilidad. Caso contrario, se puede establecer un equipo que denote estas características, aunque sea de dos personas.

Ante ello, sin ningún atisbo de duda, sí existió una campaña de comunicación sobre la COVID-19 durante la crisis sanitaria por parte del gobierno de Ecuador desarrollada en redes sociales. No obstante, para tener una base numérica, se tomó siete días de dos meses diferentes y se contabilizó el número de tuits de la cuenta del Ministerio de Salud Pública de Ecuador (@Salud_Ec). Con ello se obtuvo que @Salud_Ec tuvo una falta de control en las publicaciones. Es decir, que no tenía una hoja de ruta a seguir con objetivos claros, enfocados en informar y calmar a la población ante un panorama incierto como lo fue la confirmación de casos de COVID-19 en Ecuador.

La estrategia del Gobierno de Ecuador no se implementó de una manera técnica. Durante la etnografía realizada

en los primeros seis meses de la crisis sanitaria se determinó que se desarrollaron los siguientes pilares:

- a) Prevención de la COVID-19
- b) Difusión sobre qué es la COVID-19: entrevistas, comunicados, entrega de víveres e insumos médicos, recorrido de establecimientos de salud por parte de autoridades.
- c) Temas afines que no abarcan la COVID-19, pero sí su función pública.
- d) Temas no afines, referentes a funciones de otros ministerios en acciones ajenas a la pandemia.

Como se constató en el levantamiento de datos, este tipo de contenido ajeno a la situación sanitaria fue frecuente en el Ministerio de Salud de Ecuador. @Salud_Ec no dirige sus publicaciones a un público objetivo definido tampoco tenía como principal objetivo informar sobre la COVID-19 o temas relacionados a esta situación entre sus objetivos de comunicación. Este comportamiento, más la profusión de contenidos, generó ruido entre @Salud_Ec y sus usuarios porque distorsionaba la comunicación y comprensión del mensaje de manera efectiva. Primero, el usuario enfrentó una infodemia (Alcantara & Ferrerira, 2020) que no le permitía distinguir los contenidos importantes y desviaba su atención a temas secundarios como: ayudas sociales o programas Dar una Mano sin Dar la Mano y Canasta Solidaria; Educación o programa Aprendemos Juntos en Casa; entrega de tabletas con internet gratuito; y economía que difundía contenidos de Finanzas, programas como Reactívatelo Ecuador, Yo Nuevo al Ecuador y A Ecuador lo Sacamos Todos. También se usó para justificar la aprobación de leyes urgentes.

Otros temas tratados fueron campañas de otros ministerios referentes a temas ajenos a la prevención de la COVID-19 o sobre el avance de esta en el país. Esto permite determinar en la investigación que Ecuador no se centró en reforzar las medidas de prevención.

De igual forma, se evalúa que mientras la COVID-19 y el aislamiento persistía en Ecuador, el contenido referente al estado de alerta decrecía. Conjuntamente lo hicieron los tuits de prevención y afines a la COVID-19. No así se impulsó publicaciones de información referente a propaganda de personalidades políticas en funciones en el gobierno de la época. Lo que supuso que dedicaran esfuerzos a gestionar contenidos no afines a las funciones del Ministerio de Salud de Ecuador.

Entre los temas afines a la COVID-19 se destacó un flujo importante de *fakenews* que se viralizaron durante la emergencia, en Ecuador. @Salud_Ec recomendó obviarlas y utilizar solo cuentas oficiales del Estado para informarse. Sin embargo, al hacerlo, se estableció un flujo de información vertical, poder-ciudadanos. Esto puede funcionar con los inmigrantes digitales, pero no con los nativos (Piscitelli, 2008) porque no solo poseen un mejor manejo de las herramientas tecnológicas, sino que interactúan con varias fuentes en entornos virtuales (Castells, 2009). Por ello, las recomendaciones no tuvieron asidero.

A la infodemia presente durante los meses de este estudio se sumó la falta de datos de fallecidos y enfermos del Ministerio de Salud. Frente a una falta de vocería eficiente, en estos temas, ciudadanos independientes de @Salud_ec levantaron las estadísticas por su cuenta y las compartieron en sus cuentas de Twitter.

4.2.1. El llamado de atención de las autoridades y la falta de empatía

Cinco días después del anuncio del toque de queda parcial en Ecuador, el entonces vicepresidente del país andino, Otto Sonnenholzner, realizó una cadena nacional para llamar la atención a la ciudadanía por el incumplimiento de la cuarentena. Una parte de la cadena fue compartida en la cuenta de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (@ComunicacionEc). @Salud_Ec, 22 minutos después, compartió específicamente el video en que se reprendía a la ciudadanía y llamaba a la unidad contra la enfermedad.

Las descripciones de los tuits son similares, solo que @Salud_Ec invirtió el orden de la mención de la cuenta de Sonnenholzner y la etiqueta #JuntosEcuador. Ver figura 1 y 2. En el video, se observa al entonces vicepresidente en un espacio cerrado y vestido formalmente. La transcripción del video es la siguiente:

No puede ser, ecuatorianos, que hoy tengamos más detenidos por incumplimiento del aislamiento obligatorio del toque de queda, que contagiados por el COVID. Sí, hago un llamado de atención a quienes no tienen claro que nos estamos jugando la vida de nuestros seres queridos, a quienes no tienen claro que no hay sistema de salud que alcance, si no ponen de su parte. [Jump cut] Solo si todos sumamos. Solo si somos un puño: juntos, fuertes. Es la única forma. (Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2020).

Figura 1. Cadena nacional del Vicepresidente de Ecuador



Fuente: Cuenta de Twitter de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia (2020).

Figura 2. Llamado de atención de Otto Sonnenholzner al país en cadena nacional.

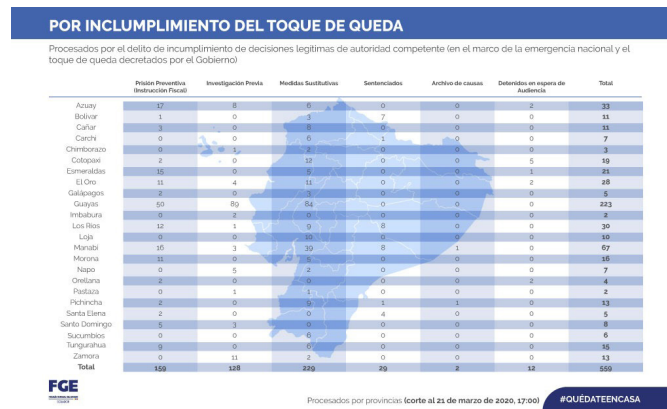


Fuente: Ministerio de Salud Pública del Ecuador (2020).

La cadena nacional comenzó a las 11H00, del 22 de marzo. La afirmación de Sonnenholzner la hizo basándose en las cifras del día anterior. El Ministerio de Salud reportó 532 casos confirmados. Ver figura 3. Por su parte, la Fiscalía General del Ecuador (@FiscaliaEcuador) anunció 559 detenidos por incumplimiento (ver figura 3).

Las cifras, efectivamente, eran preocupantes, sobre todo a inicios del toque de queda debido a que los ciudadanos no eran muy resilientes a romper su rutina laboral y también se muestran escépticos respecto a la mortalidad de la enfermedad. Por lo que hacer hincapié en respetar las medidas establecidas por el Gobierno es correcto, pero no en la forma cómo lo hizo Sonnenholzner. Su preocupación fue notoria, pero su tono y su lenguaje kinestésico fueron más de reprensión. En su defecto, podía haber intentado hablar más calmado para persuadir mejor a los ciudadanos.

Figura 3. Cifra por incumplimiento del toque de queda del 21 de marzo de 2020



Fuente: Cuenta de Twitter de la Fiscalía General del Estado (2020).

4.3. La creación de la realidad subjetiva a partir del uso del lenguaje y pensamiento

Una discusión del campo de la psicología y la pedagogía durante largo tiempo ha sido descubrir si podemos colocar en primer lugar de la estructuración de la realidad de un sujeto al pensamiento o al lenguaje, según Regier & Kay (2009), el lenguaje influye en el pensamiento y viceversa por tal razón podríamos concluir que ambos aparecen de manera simultánea en la vida de un sujeto. Desde este punto de vista un sujeto en sus primeros años habrá estructurado su realidad a partir de la dinámica entre estos dos elementos, mientras que un individuo adulto estructurará su realidad a partir de su forma única de pensar y la lectura de los elementos de su entorno, por ende, siguiendo esta premisa, podríamos arriesgarnos a decir que en la primera infancia el uso que hagan los cuidadores y el entorno del sujeto será determinante para la lectura o construcción de la realidad subjetiva.

Desde esta postura podemos comenzar a plantearnos cómo un ecuatoriano promedio podía leer a los representantes de su gobierno en el periodo de pandemia como ejecutivos confiables, si las cuentas manejadas por los mismos representantes del estado estaban constantemente disparadas por fuera del tema, manteniéndose en la distancia de solo informar, no crear vínculos con la población o, como en el caso de la donación del vicepresidente, ofreciendo soluciones no éticamente favorables.

El lenguaje funge también como un creador del vínculo afectivo entre los sujetos y el grupo social, le permite al sujeto, a partir del uso de las palabras compartir su emoción frente a una situación con otro u otros iguales, dependiendo del grupo y sus particularidades la emoción será canalizada de cierta manera ya dispuesta por sus miembros, esto le dará al sujeto la libertad de movilizar sus afectos de manera favorable o no favorablemente para alguna de las partes.

En su crecimiento el sujeto irá caracterizándose, caracterizando a su grupo familiar, de amigos, estudiantil, grupo social y su comunidad en general, este proceso se manejará simultáneamente de adentro hacia afuera y de afuera hacia adentro, es decir yo soy a partir de ellos y ellos son a partir de mí, en su texto La representación Social, Jodelet (2022), ofrece varios ejemplos de esta idea, permitiéndonos comprender cómo el concepto de representación social es útil para considerar el universo de opiniones que constituirá el sujeto como la realidad social o hechos sociales.

Así pues, la representación social estará marcada por el intercambio constante entre unos y otros de la comunidad, la lectura que hagan los miembros del grupo de lo que sucede en el entorno influirá en la lectura individual dándoles espacios y roles de importancia diferentes a las instituciones sociales, dentro del gobierno de Moreno en el periodo de la pandemia por COVID-19 el Ministerio de Salud, manejaba una comunicación con diferentes frentes no solo sobre la pandemia y la prevención, si no, con otros como ayudas sociales, educación, economía y finanzas, entre otros, restándole importancia como comunicador al mismo ministerio que debía, por sus propias funciones, cuidar y prevenir de enfermedades a la población, acá encontramos una clara razón de una comunicación no acorde al momento que se vivió en pandemia.

Muchos de los comunicados que se hicieron respaldados por fotos evidenciaban a los funcionarios del ministerio en lugares cerrados y con posturas muy cercanas entre ellos lo cual provocaba un mensaje encontrado con el discurso gubernamental que instaba a los ciudadanos a mantenerse solo con su familia o a dos metros de distancia de quienes no lo fueran.

Así pues en su texto Ochoa (2009) plantea que “desde una comprensión simbólica la salud es una forma de ser como sociedad; esta interpretación ha estado presente en el pensamiento humano, entretejiendo el sentido del cuidado de sí mismo desde el mito hasta la ciencia” (Ochoa, 2019), con esta definición queda claro que cada ciudadano debe poseer información clara y precisa para hacerse cargo de su salud de manera autónoma,

en el periodo de la pandemia por COVID-19, la información objetiva sobre el tratamiento y la prevención era escasa debido a que simultáneamente vivíamos la pandemia y se investigaba referente al virus y a los cuidados preventivos necesarios para evitar contagios y reponerse si el caso era haber sido contagiado.

Por ende, una estrategia que hubiera dado resultados exitosos como permitirle a la ciudadanía identificarse con las instituciones de salud pudo ser que las campañas que acogieran los gobiernos sean planteadas desde la actualización de la información que hacían los centros de investigación de mayor respaldo o ser un vocero de esos centros para la población, de tal manera que, si los lectores de las redes buscaban respaldar la información que recibían sus dudas fueran aplacadas con las respuestas de la ciencia moderna.

Una de las funciones del lenguaje es constituir la identidad del individuo, el periodo en el que Nayid Bukele (2020) utilizó al Estado Ecuatoriano como contraejemplo del cuidado y prevención frente al COVID-19 fue otra oportunidad no aprovechada por el gobierno de Lenin Moreno (2020), este uso inapropiado de contraejemplo pudo ser una invitación del gobierno a la población para trabajar en equipo y plantear propuestas precisas y claras de los pasos a seguir, sin embargo, el mandatario utilizó este periodo para hablar de “intencionalidad política” provocando una desestimación de la población a su propia gestión.

La tendencia actual del uso del lenguaje es inclusiva, es decir constantemente convoca a las pequeñas comunidades a ser parte del macro a pesar de las diferencias, este elemento tampoco fue utilizado apropiadamente por la institución gubernamental siendo que a pesar de campañas de cuidado para la población de la periferia no se remitió a grupos poblacionales como los adolescentes o niños a diferencia del gobierno argentino.

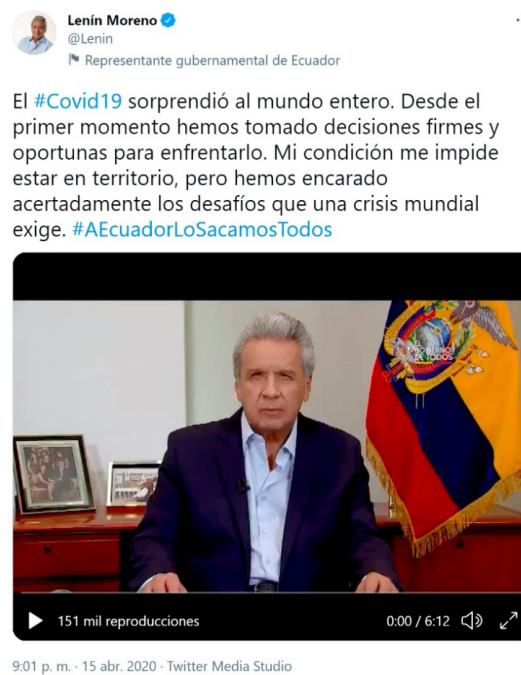
En su artículo de Biosemiótica, constructivismo e inconsciente colectivo, Blanco (2010), relaciona la psicología jungniana con la semiótica y el constructivismo, cito:

(...)los arquetipos también son estructuras a priori que posibilitan una representación. Esta ya es una concreción y una formalización del arquetipo, y es mudable según la época histórica. El ambiente cultural, la formación particular del individuo que se deja influir por ellos (p.77).

Cuando hablamos de arquetipos, estamos diciendo estas imágenes o conceptos forman el inconsciente colectivo, desde ahí, podemos entender que el uso de una misma imagen para un tema inconscientemente graba la imagen en la mente del sujeto, pues bien, en el periodo de la pandemia el constante cambio en las imágenes que usó el gobierno de Moreno en sus comunicaciones de campañas o noticias sobre los que sucedía en las calles no favoreció a la identificación colectiva, a la unión de la población ni a la claridad del mensaje que se deseaba transmitir. Tampoco favoreció a sostener la relación que se intentó crear entre la imagen de Lenin Moreno con el arquetipo del cuidador, siendo que el vicepresidente o alguno de los representantes del Ministerio de Salud tampoco lograron mantenerse en perfil arquetípico.

Es importante considerar algunos elementos los discursos que se dieron sostenidos en imágenes, cadenas nacionales y campañas no sostenían una conexión entre sí ni estaban pensadas para el momento que vivíamos a nivel mundial, por ejemplo, no se usaba un lenguaje que fuera cálido, empático o emotivo, si no, un lenguaje que discrepaba o colocaba al receptor del mensaje como culpable o irresponsable, a pesar de tener clara evidencia del nivel de desinformación en el que estábamos sumidos todos por el desconocimiento del virus, revisar la cadena del vicepresidente, figura 28, y el mensaje del presidente Moreno (ver figura 4).

Figura 4. Lenin Moreno asevera que él toma las decisiones finales durante la emergencia sanitaria.



Fuente: Cuenta de Twitter de Lenin Moreno (2020).

Tampoco se mantuvo coherencia en los temas de las publicaciones informativas para lograr claridad en las mismas, logrando así mantener criterios unificados, si no, hubo desorden en la información que se ofrecía manteniendo de esta manera el caos que ya se vivía por el momento histórico que atravesábamos.

La cercanía que manejaba el presidente a través de las redes fue distante como hemos visto en el presente documento, no había mayores intervenciones que le permitieran al presidente Moreno crear lazo o promover la sensación de ser un presidente cercano a su pueblo, esto lo pone en una posición distante, además, de ser blanco de críticas porque no se informaba al pueblo de sus gestiones ni se mantenía un canal abierto que diera cuenta de ellas, por el contrario habían llamados de atención y desorden en la información que se ofrecía. En una encuesta levantada en Guayaquil, la ciudad que fue más golpeada en la pandemia se reflejó que el 90% de los encuestados tenían ansiedad leve a causa de las condiciones de desinformación que vivieron en la pandemia. El 6,67% ansiedad moderada y el 3,33% ansiedad severa.

5. Conclusiones

Este estudio determina que si hubo una estrategia de comunicación rente a una crisis inesperada. Pero la hoja de ruta del Gobierno de Ecuador carecía de parámetros técnicos que propiciaran la empatía con los ciudadanos y que se transmitiera desde las autoridades de Ecuador un mensaje claro de prevención contra la COVID-19.

La implementación de una estrategia de comunicación deficiente contribuyó a que los ciudadanos no sientan a un presidente cercano para con ellos. Más bien sus pocas apariciones lo pusieron en una posición distante, lo que abonó a que fuera blanco de críticas porque no había un canal abierto para conversar con los ciudadanos. Asimismo, no se usó un lenguaje cálido, empático o emotivo, si no, un lenguaje que discrepaba o colocaba al receptor del mensaje como culpable o irresponsable, a pesar de tener clara evidencia del nivel de desinformación en el que se encontraba la población. El gobierno de Ecuador, en sus comunicaciones de campañas o noticias sobre los que sucedía en las calles, no favoreció a la identificación colectiva, a la unión de la población ni a la claridad del mensaje que se deseaba transmitir. En este sentido, ni el presidente ni ninguno de sus funcionarios supo cumplir el rol de cuidador o protector que requería la población ante un panorama incierto como la pandemia. Todos estos factores derivaron en un aumento del nivel de ansiedad; además de una postura no cuidadosa ante la gente generó que generó el caos, que se vio reflejado en ataques de pánico.

6. Agradecimientos

El presente texto nace en el marco de un proyecto de investigación de la Escuela Superior Politécnica del Litoral de Guayaquil, Ecuador: "Estudio de la influencia que ejercen los contenidos audiovisuales expuestos en los medios digitales en la sociedad" (EDCOM-01-2019).

Referencias

- Belli, S. (2009). Emociones y Lenguaje. Tesis Doctoral, Barcelona. <https://bit.ly/3clLge3>
- Blanco Martín, C., (2010). Biosemiótica, constructivismo e inconsciente colectivo. Paideia: Revista de filosofía y didáctica filosófica, Concepción. <https://bit.ly/3CtHnyl>
- Bukele, N. [@nayibbukele] (1 de abril de 2020). Primera mención de Nayib Bukele sobre la situación sanitaria de Ecuador [Captura de pantalla]. <https://bit.ly/3R7REo1>
- Bukele, N. [@nayibbukele] (1 de abril de 2020). Segunda mención de Nayib Bukele sobre la situación sanitaria de Ecuador [Captura de pantalla]. <https://bit.ly/3R6RvRD>
- Castells, M. (2006). La sociedad red. España: Alianza Editorial. Madrid
- Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. España: Alianza Editorial. Madrid
- Centro de Estudios de Ciencia, Comunicación y Sociedad. (2015). Informe quiral 2014: La comunicación pública sobre la enfermedad del Ébola. Barcelona. <https://bit.ly/2NXzzNz>
- Crespo, I., & Garrido, A. (abril de 2020). La pandemia del coronavirus: Estrategias de comunicación de crisis. Más Poder Local, 1 (41), 12-19. <https://bit.ly/3TeOhxf>
- Di Masso Tarditti, A., Vidal, T., Pol, E. (año). La construcción desplazada de los vínculos persona-lugar: una revisión teórica. Anuario de psicología. Barcelona. <https://bit.ly/3AmCLHw>
- Fiscalía General del Estado. [@FiscaliaEcuador] (21 de marzo de 2020). Cifra por incumplimiento del toque de queda del 21 de marzo [Infografía]. <https://bit.ly/3cmDv70>
- Gundeln, S. (septiembre de 2005). Towards a new typology of crises. Journal of Contingencies and Crisis Management, 13 (3), 106-115. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5973.2005.00465.x>
- Jaramillo-Moreno, R., Jaramillo-Pérez, M. (2009). Vínculos entre representaciones sociales, pensamiento, lenguaje y la conciencia. Psicología, Avances de la disciplina. Colombia. <https://www.redalyc.org/pdf/2972/297225531009.pdf>
- Jodelet, D. (2022). La representación social. Academia. Buenos Aires. shorturl.at/fgjos
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. [@Salud_Ec] (22 de marzo de 2020). Otto Sonnenholzner realiza un llamado de atención a la ciudadanía en cadena nacional [Captura de pantalla]. https://twitter.com/Salud_Ec/status/1241879257577635844
- Morris Ayca, M. V. (2019). La Neuroeducación En El Aula: Neuronas Espejo Y La Empatía Docente. La Vida & La Historia, (3), 7-18. <https://doi.org/10.33326/26176041.2014.3.364>
- Moreno, L. [@Lenin] (1 de abril de 2020). Lenin Moreno responde acerca de las declaraciones de Nayib Bukele, presidente de El Salvador [Captura de pantalla]. <https://bit.ly/3wrJfng>
- Ochoa-Manjarrés, M.T. (2019). El lenguaje ambiental: una cultura del cuidado de la salud. Academia. Bogota. <https://bit.ly/3Q1TeqJ>
- Piscitelli, A. (2008). Nativos digitales. Contratexto, 1 (16), 43-56. <https://bit.ly/3AI09km>
- Salatino, D. (2017). Tratado de Lógica Transcursiva – Origen evolutivo del sentido en la realidad subjetiva. ResearchGate. Cuyo. <https://bit.ly/3pJZgRO>
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. [@ComunicacionEc] (22 de marzo de 2020). Otto Sonnenholzner realiza un llamado de atención a la ciudadanía en cadena nacional [Captura de pantalla]. <https://twitter.com/ComunicacionEc/status/1241873697859874822>
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa, Barcelona.
- Vigo, A. (1993). Persona, hábito, tiempo, constitución de la identidad. DADUN. Pamplona. <https://bit.ly/30aYqYg>
- Vigotsky, L. (1934). Pensamiento y Lenguaje. Paidós Surcos 39. Barcelona