



UNIVERSIDAD DE
COSTA RICA

CICOM

Centro de
Investigación en
Comunicación

ECCC

Escuela de
Ciencias de la
Comunicación Colectiva

PPC

Programa de
Posgrado en
Comunicación



Jornadas de
Comunicación
2021

MEMORIA

**Reconfiguraciones organizacionales en tiempos
de pandemia: Una mirada desde la comunicación.
15-18 de junio, 2021**

Modalidad virtual



302.2

M533m

Memoria, reconfiguraciones organizacionales en tiempos de pandemia: una mirada desde la comunicación, 15-18 de junio, 2021, modalidad virtual. – [San José, Costa Rica] : Universidad de Costa Rica, Centro de Investigación en Comunicación, [2022?].

1 recurso en línea (páginas de A-G, 176 páginas) : ilustraciones a color, gráficos a color, mapas (principalmente a color), archivo de texto, PDF, 2.3 MB.

“Jornadas de Comunicación, 2021”.

Algunos textos en portugués.

ISBN 978-9968-08-002-6

1.COMUNICACIÓN – ASPECTOS SOCIALES -- CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. 2. PANDEMIA COVID 19, 2020 -- ASPECTOS SOCIALES – CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. 3. REDES SOCIALES EN LÍNEA – ASPECTOS SOCIALES -- CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC. 4. TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN – ASPECTOS SOCIALES -- CONGRESOS, CONFERENCIAS, ETC.

CIP/3881

CC.SIBDI.UCR

Consejo Científico

Acosta Salazar Diana, M.Sc.

Alfaro Porras Eyleen, MSc.

Arce Sanabria José Luis, M.Sc.

Carazo Barrantes Carolina, Dra.

Marroquín Velásquez Lissette, Dra.

Martínez Toledo Yanet, Dra.

Ochoa Chaves Luisa, Dra.

Siles González Ignacio, Dr.

Tristán Jiménez Larissa, Dra.

Urcuyo Lara Carolina, M.Sc.

Zeledón Pérez Jorge, MSc.

Índice

Programa: Ciudadanía comunicativa, medios de comunicación y democracia	1
Una taxonomía de medios educativos para el desarrollo del pensamiento crítico: Dominios de acción y tipologías textuales	
<i>Aarón Elí Mena Araya</i>	2
Luchas sociales, comunicación y organización: estudio de 5 casos en Costa Rica entre 1995 y 2015	
<i>Marvin Amador Guzmán</i>	4
Acceso a la información pública y medios de comunicación en tiempos de pandemia: un análisis de los votos de la Sala Constitucional.	
<i>MSc. Giselle Boza Solano</i>	7
¿Es la contrapublicidad política un ejercicio de ciudadanía comunicativa?	
<i>Lhiam Vega Umaña</i>	10
La comunicación política en Twitter: análisis de la estrategia del presidente de El Salvador durante el primer período de la pandemia del Covid-19.	
<i>Álvaro Fernández Castex (UBA- IIGG) , Leandro Soto (UBA -IEALC)</i>	13
Programa: Narrativas, género y comunicación.....	16
Mujeres y consumo de agua: Propuesta de estudio para el caso de Isla Chira, Puntarenas, Costa Rica. (2000-2017)	
<i>MSc María Barboza Gutiérrez</i>	17
La 'mirada femenina' en el cine dirigido y protagonizado por mujeres en Costa Rica: el caso de Violeta al fin y de Medea	
<i>María José Merino, Sofía Méndez</i>	31
Continúan las malas noticias: Sexismo y patriarcado dominan las noticias y los medios.	
<i>Vilma Peña Vargas, Ana Xóchitl Alarcón Zamora</i>	40
Desigualdad de género en la profesión de relaciones públicas	
<i>Sandra Milena Ortega Restrepo</i>	44
La Liga Feminista Costarricense: actrices, redes de interacción y plataformas mediáticas.	
<i>Zeanny Morales Bejarano</i>	47

Lo que se quedó en las palabras: raíces bantúes en los costarriqueñismos <i>Isis Campos Zeledón</i>	52
Publicidad de cigarrillos y fumado femenino en perspectiva comparativa (1950-1960) <i>Virginia Mora Carvajal</i>	54
Gamificación para el fomento del bienestar de personas adultas mayores y sus cuidadoras no-profesionales <i>José Fonseca Hidalgo</i>	57
Taller: Explorando la escritura creativa como método movilizador de narrativas sobre experiencias de vida. <i>Coordina: Luisa Ochoa Chaves</i>	59
Derechos en discusión: Opinión pública virtual y violencia contra las mujeres en comentarios de noticias publicadas en Facebook (2019) <i>Yanet Martínez Toledo</i>	61
Resignación Crítica en el Sur Global: Audiencias Jóvenes y Recepción de Textos Mediáticos 'Americanos'. <i>Rodrigo Muñoz-González</i>	64
Narrativas mujeres colombianas migrantes <i>Luisa Ochoa-Chaves, Alejandra Zarate, Ana Belen Calderon Elizondo</i>	68
Nada pasa en solitario: Consideraciones teóricas y metodológicas para el estudio la agencia narrativa de las mujeres <i>Laura Chinchilla Alvarado</i>	70
Programa: Procesos de comunicación y organización	73
Sostenibilidad y salud tensiones dialécticas: Un relato desde América Latina durante la pandemia por COVID-19 <i>Sandra Idrovo Carlie, Lissette Marroquín Velásquez, Adriana Angel Botero</i>	74
La gestión de la comunicación hacia la sociedad civil en materia de gobierno abierto: el caso del Gobierno Central de Costa Rica. <i>Harold Hütt Herrera</i>	78
La praxis estatal de la evaluación: de lo institucional a lo comunicacional <i>Diana Acosta Salazar</i>	81

(Des) confianza hacia las instituciones gubernamentales y gestión de la pandemia: el caso de Chile <i>Claudia Labarca</i>	85
Taller: Cultura e identidad Teletrabajo ¿Cómo mantener al equipo vinculado? <i>MSc. Yesenia Salazar Brenes</i>	91
A comunicação das Unidades Acadêmicas da Universidade Federal de Goiás nas redes sociais on-line durante a pandemia de Covid-19 <i>Anna Beatriz Pereira de Souza, Daiana Stasiak</i>	92
La feria de emprendimiento Emprende como modelo de negocio virtual universidad -sociedad (E2C) <i>Otto Roberto Yela Fernández</i>	95
Gestão da comunicação institucional em contexto de pandemia: a experiência em uma universidade pública brasileira <i>Fábia Pereira Lima, Isaura Mourão Generoso</i>	98
Los Retos de la Comunicación Virtual en Tiempos de Pandemia en Universidades Públicas en México. <i>Martha Isabel Bojórquez Zapata, José Gerardo Ignacio Gómez Romero, Antonio Emmanuel Pérez Brito</i>	110
Experiencia docente universitaria en torno a la transición de la modalidad educativa presencial a la remota, en el contexto de la pandemia de COVID-19 <i>Catalina Soto Cota</i>	116
Pandemia de Covid-19: movilización social entre las fuerzas de erupción y disrupción de los públicos <i>Márcio Simeone Henriques: El carácter movilizador de la erupción de la pandemia</i>	118
<i>Laura Nayara Pimenta: Amenazas disruptivas a la movilización</i>	118
<i>Rafaela Pereira Lima, Emanuela São Pedro e Nathália Vargens: Reflexiones sobre el caso Periferia Viva, Brasil</i>	118
Microempresarias y microempresarios ante el COVID-19 <i>Denisse Alicia Ortiz Durán, Ana María Vázquez Espinoza, Griselda Guillén Ojeda</i>	120
Retos del emprendimiento costarricense ante el Covid-19 <i>Ramsés Alfaro Mora, Laura Arce-Chávez</i>	123

Impacto de la crisis sanitaria del Covid-19 en los procesos de comunicación interna en organizaciones brasileñas <i>Maria Aparecida Ferrari, Denise Pragana Videira</i>	142
Reconfiguración de las Estrategias de Comunicación en Tres Organizaciones en Tiempos de Pandemia en Mérida, Yucatán, México. <i>C.P. Claudia Gabriela Solís Rodríguez, M.A.N. Ana Ysabel Valle Escobedo, Dra. María Marlene Martín Méndez</i>	152
A Comunicação com Empregados do Setor da Saúde em Tempos de Pandemia <i>Michele Medeiros Martins de Almeida</i>	153
Teorizando el rol de las metáforas en la co-orientación de la acción colectiva: El ejemplo de la pandemia de Covid-19 <i>Consuelo Vásquez Donoso, Dennis Schoeneborn, Joep Cornelissen</i>	158
Trabajar en equipo en un contexto adverso: Subjetividad, individualismo y dinámicas organizacionales en el capitalismo contemporáneo. <i>Dra. Lisbeth Araya Jiménez</i>	161
Cultivando el sentido de pertenencia en la retención de voluntarios durante la pandemia: Una investigación-intervención en una organización sin fines de lucro de lucha contra el cáncer <i>Frédérique Routhier, Consuelo Vásquez Donoso</i>	164
Negociando un nosotros entre las tensiones: Dinámicas comunicativas de una colaboración interorganizacional entre organizaciones de la sociedad civil <i>Lisette Marroquín Velásquez</i>	167
Programa: Prácticas de desarrollo y apropiación tecnológica.....	168
Culpables, conjuros y remedios: análisis discursivo de las teorías de la conspiración y la desinformación sobre el COVID-19 en Costa Rica. <i>Larissa Tristán, Ivannia Sibaja</i>	169
Algoritmos vs. Fake News: desafíos en el contexto costarricense. <i>Andrés Segura, Adriana Céspedes, Brayan Rodríguez, Felipe Castillo</i>	170

Evaluación individual vs fact-checking en el reconocimiento y disposición a compartir noticias falsas asociadas al COVID-19 vía WhatsApp <i>Carlos Brenes, Rolando Pérez, Ignacio Siles</i>	171
El papel de las audiencias como dinamizador de la desinformación: dinámicas de recepción de noticias falsas en Costa Rica. <i>Carolina Carazo, Larissa Tristán</i>	172
Modos de ver la protesta social: YouTube y la recepción de la movilización colectiva durante el COVID-19 en Costa Rica. <i>Ximena Alvarenga Fournier, Ronald Saénz Leandro (ECP-IIS, UCR)</i>	174
Hacia una teoría popular del algoritmo. <i>Ignacio Siles, Edgar Gómez Cruz, Paola Ricaurte</i>	175
Debates de datos y algoritmos en la producción de apps para la participación ciudadana. <i>Luisa Ochoa-Chaves</i>	176
Redes sociales y ciencia: los audiovisuales en el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología en Costa Rica <i>Margoth Mena Young</i>	177
El más agresivo de todos los algoritmos: Conocimiento y apego por la personalización de contenidos en TikTok. <i>Ariana Meléndez Moran, Ignacio Siles</i>	1



Programa

Ciudadanía comunicativa,
medios de comunicación
y democracia



Una taxonomía de medios educativos para el desarrollo del pensamiento crítico: Dominios de acción

Aarón Elí Mena Araya

Bachiller en producción audiovisual (Universidad de Costa Rica), máster en ciencias de la cultura (Universidad de Ibaraki), y doctorante e educación escolar (Universidad de Tsukuba). Profesor asociado en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, Universidad de Costa Rica. Tiene publicaciones sobre televisión digital, propaganda política, uso de medios educativos en escuelas y colegios, y enseñanza y evaluación de pensamiento crítico en educación escolar.

Abstract

Se presenta un análisis de distintas aproximaciones a los objetos, procesos y enseñanza del pensamiento crítico, para proponer una taxonomía bidimensional. La primera dimensión se enfoca en las acciones generales y específicas relacionadas con los componentes centrales del pensamiento crítico, y plantea cinco dominios de acción: aplicación de lógica informal, resolución de problemas en las ciencias, resolución de problemas en la vida ciudadana, comprensión y creación de contenidos mediáticos y metacognición. La segunda dimensión ofrece un marco para la visualización sistematizada de las características formales de los distintos medios educativos que pueden apoyar el aprendizaje del pensamiento crítico, y se propone el uso de cinco tipologías textuales: narración, descripción, explicación, argumentación y diálogo. Adicionalmente se definen procedimientos concretos para la articulación de las dos dimensiones de la taxonomía en el análisis, clasificación y diseño de medios educativos dirigidos al desarrollo de habilidades de pensamiento crítico.

Palabras clave

Medios educativos – pensamiento crítico – taxonomía – objetivos de aprendizaje

Resumen en extenso

En esta investigación se realizó una revisión de literatura en castellano, inglés, japonés y francés, con el propósito de proponer un marco para la clasificación y creación de medios educativos orientados a apoyar la instrucción y evaluación del pensamiento crítico. Como primer paso, se identificaron los componentes de la instrucción del pensamiento crítico y se utilizaron para definir los dominios de acción relacionados con cada uno de esos componentes. Estos dominios de acción incluyen la aplicación de la lógica informal, la resolución de problemas en los campos científicos, la resolución de problemas en la vida ciudadana, la comprensión y creación de contenidos mediáticos, y la metacognición. Los dominios de acción constituyen la primera dimensión de una taxonomía bidimensional para los medios educativos sobre el pensamiento crítico, y proporcionan información sobre los objetos y los objetivos de aprendizaje de la instrucción del pensamiento crítico.

Adicionalmente, se operacionalizó la teoría de las tipologías textuales para definir la segunda dimensión de la taxonomía. En concreto, las tipologías textuales propuestas por Adam (1992) (explicación, descripción, argumentación, narración y diálogo) se utilizaron para abordar las características formales y estructurales de los medios educativos.



Las correlaciones dentro de los elementos de cada dimensión y entre las dos dimensiones de la taxonomía se utilizaron como guía para clasificar y crear medios educativos. Se clasificaron y analizaron medios educativos, audiovisuales y multimedia, de varios países (Japón, Estados Unidos, Alemania, Argentina, etc.). Asimismo, se propuso una representación gráfica de la taxonomía, como una herramienta para el diseño de medios educativos y se expuso los detalles para varios procedimientos de diseño. Estos procedimientos se aplicaron a la creación de medios educativos, cortos animados e historietas, utilizados en la instrucción del pensamiento crítico para la vida ciudadana en Costa Rica y Japón.

Esta investigación sugiere que través de una comprensión profunda de los componentes del pensamiento crítico, es posible determinar los objetos y objetivos de cualquier medio educativo. Por extensión, es posible visualizar los dominios de acción en los que se espera que los alumnos actúen y demuestren sus habilidades de pensamiento crítico. Asimismo, al utilizar tipologías textuales para reconocer las características formales y estructurales de los medios, es posible determinar a través de qué mecanismo se transmite la información a los estudiantes, y si ese es el mecanismo más apropiado para apoyar las acciones de los estudiantes dentro del proceso de aprendizaje. Se concluye que, al integrar las dos dimensiones de la taxonomía, los dominios de acción y las tipologías textuales, los educadores e investigadores pueden participar con confianza en el análisis, selección y creación de medios educativos adecuados.

Referencias

Adam, J. M. (1992). *Les textes: Types et prototypes: Recit, description, argumentation, explication et dialogue*. Paris: Nathan.



Luchas sociales, comunicación y organización: estudio de 5 casos en Costa Rica entre 1995 y 2015

Marvin Amador Guzmán

Comunicador, profesor de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC)
desde el 2007, investigador del CICOM desde el 2017.

Abstract

La ponencia pretende presentar una síntesis de los resultados del proyecto B7 301 - Dinámicas, estrategias y resultados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: estudios de caso de actores sociales organizados en Costa Rica (1995 a 2015).

Incluiría un balance de los resultados relacionados con las estrategias de comunicación participativa para el desarrollo y las dinámicas de organización de 5 casos de lucha social emprendidas por organizaciones sociales con el fin de transformar diferentes ámbitos de la realidad social costarricense en el período indicado. Los casos estudiados fueron los siguientes:

- Lucha contra la minería de Oro a Cielo Abierto
- El Foro Emaús y la Lucha Social Contra la Expansión Bananera Incontrolada
- Lucha Campesina por el Derecho a la Tierra en las Fincas Chánguena y Térraba
- Lucha Social Contra la Concesión de la Carretera San José – San Ramón
- Lucha Social por del Derecho al Beso Diverso (La Ruta del Beso Diverso)

Resumen extenso

La ponencia pretende presentar una síntesis de los resultados del proyecto B7-301 - Dinámicas, estrategias y resultados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: estudios de caso de actores sociales organizados en Costa Rica (1995 a 2015).

Incluiría un balance de los resultados relacionados con las estrategias de comunicación participativa para el desarrollo y las dinámicas de organización de 5 casos de lucha social emprendidas por organizaciones sociales con el fin de transformar diferentes ámbitos de la realidad social costarricense en el período indicado. Los casos estudiados fueron los siguientes:

- Lucha contra la minería de Oro a Cielo Abierto
- El Foro Emaús y la Lucha Social Contra la Expansión Bananera Incontrolada
- Lucha Campesina por el Derecho a la Tierra en las Fincas Chánguena y Térraba
- Lucha Social Contra la Concesión de la Carretera San José – San Ramón
- Lucha Social por del Derecho al Beso Diverso (La Ruta del Beso Diverso)



El contenido de la ponencia incluiría una contextualización teórica sobre los alcances de la comunicación participativa para el desarrollo, que es el referente conceptual en el que se fundamentó el estudio y metodológica, en la que se detallarían aspectos relativos al procedimiento seguido para realizar el estudio.

Posteriormente, se realizaría una ubicación sociopolítica, relativa al contexto dentro del cual se desarrollaron las luchas estudiadas, correspondiente, en su amplia mayoría, a la conflictividad social derivada de la implementación del modelo neoliberal en diferentes momentos de su proceso de evolución. De seguido, se pasaría a realizar una breve caracterización de cada lucha estudiada, y, para finalizar, se compartirían algunos de los principales hallazgos y conclusiones del estudio.

A modo de referencia, se comparten algunos de estos hallazgos del estudio, sobre los cuales se estarían ahondando en la ponencia:

- El estudio refuerza la pertinencia de ahondar en el conocimiento de las luchas sociales desde una perspectiva comunicacional y simbólica:
 - › como recurso para contrastar agendas mediáticas, así como coyunturas y procesos de la historia oficial;
 - › como recurso de reconocimiento intersubjetivo y de empoderamiento de colectivos sociales organizados,
 - › como recurso de fortalecimiento de la identidad organizativa y/o comunitaria,
 - › como recurso para el empoderamiento individual (que se da en el reconocimiento y atribución de valor para la autoestima de las personas que fueron parte de esos procesos).
- El estudio permite comprender este tipo de luchas, en tanto procesos sociales, como una expresión de sentido social con carácter disruptivo. Esto es así ya que, entre otros aspectos, constituyen un referente simbólico de las relaciones diferenciadas de poder existente en la sociedad, así como del

cuestionamiento o de la resistencia que hay respecto a las visiones de “verdad” y del orden imperante y normalizado, los cuales se reproducen desde los mecanismos (pre)dominantes de comunicación y reproducción social. Además, generan, ponen a circular y posicionan sentidos sociales alternativos, contestatarios y/o disidentes, que bien pueden llegar a adquirir legitimidad social y convertirse en dominantes.

- En esta misma línea, los hallazgos del trabajo permiten fortalecer la posición de que el ámbito organizativo constituye una propuesta de acción comunicativa, en tanto expresión de posiciones y propuestas simbólicas alternativas.
- En las luchas estudiadas, se identifica la apelación a elementos simbólicos del imaginario social que se “reivindican”, los cuales se posicionan como recursos que propician el vínculo identitario en la participación de los sujetos en las luchas. Estos elementos se constituyen en recursos simbólicos contestatarios y alternativos a elementos simbólicos dominantes, propios del imaginario del modelo de desarrollo modernista (neoliberal). Por ejemplo: la naturaleza y la vida (como “espacio vital natural”) vs. el progreso, el control-la destrucción de la naturaleza; la democracia real y la participación vs. la imposición desde la autoridad que dice representar al pueblo.
- El estudio permite confirmar que la comunicación constituye una dimensión consciente, planificada en diferentes niveles y bajo metodologías diversas, con claros elementos de evaluación y aprendizaje, de los procesos organizativos de este tipo.
- El estudio permite identificar claras líneas estratégicas de acción en lo organizacional, que corresponden, aproximadamente, a la siguiente lógica procesal:
 - › esfuerzo por asegurar sustento técnico para el contenido
 - › y legitimidad de las luchas,
 - › acompañamiento jurídico-legal,



- › sistematización del proceso,
- › comunicación participativa con enfoque de educación-alfabetización,
- › denuncia pública con sustento y participación de involucrados,
- › incidencia política permanente

Referencias

Amador y Salazar (1995). *La comunicación en el desarrollo Comunal autogestionario: diseño, ejecución y evaluación de un plan de capacitación en comunicación con las organizaciones comunales de Cieneguita, Santa Cecilia, Bella Vista y Tirrases*. Proyecto Final de Graduación para optar a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva. Universidad de Costa Rica.

Amador, Marvin (2020). Comunicación, luchas sociales y poder: conceptos, dimensión política y estrategias de la Comunicación Participativa, apuntes críticos sobre orígenes y lógicas de la Comunicación para el trabajo de colectivos y organizaciones sociales. *Inédito*. P. 16.

Navarro Díaz, Luis Ricardo (2008). Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico: una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia. En: *Investigación y Desarrollo*. Vol. 16, n° 2. Págs. 326-345.

Alvarado y García (2008). Características más relevantes del paradigma socio-crítico: su aplicación en investigaciones de educación ambiental y de enseñanza de las ciencias realizadas en el Doctorado de

Educación del Instituto Pedagógico de Caracas. En: *Sapiens, Revista Universitaria de Investigación*. Año 9, N° 2, diciembre 2008. Págs. 187 a 202.

Canceller, Aranza (2013). En: Losojosdehipatia, en línea, *Revista Sociocultural de Valencia*. Disponible en: <https://losojosdehipatia.com.es/cultura/historia/la-importancia-de-la-memoria-historica/>

Fuchs, Christian (2009). Teoría crítica de la Información, la comunicación, los medios y la tecnología. En: *glossariumBITri*. Disponible en: <http://glossarium.bitrum.unileon.es/Home/teoria-critica-de-la-informacion>

Gumucio, Alfonso (2001). *Haciendo olas. Historias de Comunicación participativa para el Cambio Social*. Informe para la Fundación Rockefeller. The Rockefeller Foundation.

INADP (sf). *Metodologías Participativas*. Instituto de Desarrollo Agropecuario, Ministerio de Agricultura Chile. Disponible en: <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/default-document-library/metodolog%C3%ADas-participativas.pdf?sfvrsn=0>

Vásquez-Rivera, Oscar (2016). La cultura organizacional desde sus paradigmas de estudio: una aproximación a la perspectiva interpretativa- simbólica. En: *Entramado*, vol. 12, núm. 1, 2016. Universidad Libre de Colombia. Disponible en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/2654/265447025005/html/index.html>



Acceso a la información pública y medios de comunicación en tiempos de pandemia: un análisis de los votos de la Sala Constitucional.

MSc. Giselle Boza Solano

Periodista y abogada. Tiene una Maestría en Ciencias Penales de la Universidad de Costa Rica y cursa el Doctorado en Derecho de la misma Universidad. Profesora de Derecho de la Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC), Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y Coordinadora del Programa de Libertad de Expresión y Derecho a la Información (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica.

Abstract

En esta ponencia nos ocupamos de los alcances y garantías para el ejercicio de del derecho de acceso a la información pública y su relevancia para la libertad de prensa en el contexto de la pandemia, a partir de un análisis de las sentencias dictadas por la Sala Constitucional durante la emergencia sanitaria y en las que figuran como recurrentes periodistas o representantes de medios de comunicación

Palabras clave: Derecho de acceso a la información, medios de comunicación, libertad de prensa, pandemia, información pública.

Resumen extenso

El acceso a la información pública resulta esencial para las democracias contemporáneas, supone el control democrático de los gobernantes y la posibilidad de participar en la cosa pública por parte de la ciudadanía. Costa Rica no cuenta con una ley marco de acceso a la información, pero sí con una vastísima jurisprudencia constitucional que garantiza el derecho a la ciudadanía y, en particular, a quienes ejercen las tareas de buscar y difundir información a través de los medios de comunicación, para acceder a información en poder del Estado.

La Sala Constitucional, en gran cantidad de votos, ha

desarrollado la naturaleza jurídica de este derecho y su relevancia para el ejercicio de las libertades comunicativas en una sociedad democrática.

Este reconocimiento jurisprudencial adquiere gran relevancia en el campo del ejercicio de la libertad de prensa. Una de las garantías esenciales para el ejercicio amplio y desinhibido de la libertad de informar por parte de los medios de comunicación en las sociedades democráticas es el acceso a la información de interés público. En muchas ocasiones es gracias a la prensa que la ciudadanía puede conocer asuntos de relevancia pública que el poder político pretendía mantener en secreto o ejercer derechos fundamentales.

En el ejercicio de la libertad de informar, periodistas y representantes de medios de comunicación han buscado, en muchas ocasiones, la tutela del derecho de acceso a la información pública por la vía del recurso de amparo ante la Sala Constitucional.

Guevara, M.E. (2013, 208) al referirse en general al rol de la prensa en relación con el acceso a información pública sostiene que "su particularidad reside en la intermediación de un sujeto profesional-comúnmente el periodista que elabora la información-que es aquel que hace posible que



se conozcan los hechos que son de interés público en una sociedad y que el público, por sí mismo, no tiene posibilidad de conocer”

Para el 2020 y 2021, el derecho de acceso a la información pública adquiere una relevancia particular en el contexto de la crisis sanitaria; el conocimiento oportuno sobre las medidas de salud pública y de aquellas que suponen la restricción de derechos fundamentales, el acceso a información científica pertinente, el necesario control sobre la actuación de los órganos públicos son algunas de las razones por las que se requiere de órganos públicos que ejerzan una transparencia activa.

La información de interés público, oportuna y de calidad, supone además una vía para atender la llamada “infodemia”. Para la Organización Mundial de la Salud, asistimos una cantidad excesiva de información en algunos casos correcta, en otros no que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan. El concepto se aplica a esos altísimos niveles de información relacionada con la pandemia, que resulta difícil discriminar y en la que aparecen insospechados niveles de desinformación con intenciones dudosas. El fenómeno se amplifica por las redes sociales con un amplia capacidad de viralización.

En ese sentido, el acceso de los medios de comunicación a información de interés general, adquiere mayor relevancia en el contexto de la pandemia, en el que la prensa cumple una misión fundamental.

Interesan aquí analizar las resoluciones dictadas por la Sala Constitucional sobre el acceso a la información pública por parte de la prensa en el contexto de la pandemia. Se seleccionarán los votos, en los que figuren únicamente como recurrentes periodistas o medios de comunicación, desde marzo de 2020 a mayo de 2021.

Uno de los votos de análisis en este estudio es el

recurso de amparo interpuesto por periodistas de las Radios de la Universidad de Costa Rica por la negativa del Ministerio de Salud de entregar la base de datos despersonalizada, con información desagregada, sobre los pacientes confirmados con Covid-19. La Institución alega que nos es posible, por la misma emergencia, brindar información tratada de manera diferente ya que los recursos están destinados prioritariamente a atender la situación.

El Tribunal Constitucional concluye que esta no es justificación para negar a la prensa el acceso a la información:

...partiendo de que la escasez de recursos materiales o humanos no es una justificante válida para sacrificar un derecho fundamental, que la base de datos general a la cual los promoventes fueron referidos no les es de ninguna utilidad, y de la duda razonable que queda este Tribunal sobre la verdadera imposibilidad de facilitar la información tal y como fue pedida; en aplicación de los principios pro homine y pro libertate, esta Sala Constitucional debe intervenir para salvaguardar el derecho de los tutelados de acceso a la información en relación con la libertad de prensa. Debe quedar claro que la información solicitada debe ser facilitada, garantizando la exclusión de cualquier dato sensible e información que pueda dar lugar a la identificación o localización, directa o indirecta, de las personas diagnosticadas con el coronavirus COVID – 19.

Referencias

- Córdoba, J. (2004). *La legislación costarricense y el derecho de acceso a la información pública. Un estudio actual*. San José, Costa Rica: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UCR, 2004.
- Córdoba, J. (2018) *Libertad de Expresión y acceso a la información. Marco jurídico, desarrollo jurisprudencial y situación actual*. En Primer Informe del Estado de la Libertad de Expresión en Costa Rica. 7-36. San José: Proledi-UCR, 2018.



Guevara, M.E. (2013). *De la libertad de expresión al derecho a la información*. En Libertad de Prensa. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni, 2013.

Ramírez-Alujas, A. (2014). Gobierno abierto. Eunomía. *Revista en Cultura de la Legalidad*. No. 5 (septiembre 2013-febrero 2014): 201-217 <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/EUNOM/article/view/2180>

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2009). *El derecho de acceso a la información en el marco jurídico interamericano*. Washington: CIDH.

Rodríguez, M. J. (2002). *Derecho a la información y conflictos con otros derechos humanos en Argentina*. En Los Derechos de la Información y de la Comunicación. Bogotá, Colombia.

Unesco, Directrices para Políticas de Desarrollo y Promoción del acceso abierto. (2013) http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/publications/policy_guidelines_oa_sp_reduced.pdf

Sala Constitucional de Costa Rica, Resolución No. 14292-2020 de las 9:20 horas del 31 de julio de 2020



¿Es la contrapublicidad política un ejercicio de ciudadanía comunicativa?

Lhiam Vega Umaña

Politólogo, docente universitario. Bachiller y licenciado en Ciencias Políticas, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Costa Rica. Egresado de la maestría académica en Ciencias Políticas, con énfasis en Gobernabilidad democrática y Políticas públicas, Programa de Posgrado Centroamericano en Ciencias Políticas, Sistema de Estudios de Posgrado (SEP) de la Universidad de Costa Rica. Areas de interés investigativo: comunicación política y metodología de la investigación científica.

Abstract:

Este es un avance de investigación de la tesis *Contrapublicidad política: conceptualización y método de análisis*, que atiende los componentes conceptuales de esta forma de comunicación política, asumida como una categoría de análisis de la comunicación electoral. Se plantea la cuestión de si constituye, además, un ejercicio de ciudadanía comunicativa emancipadora, como insumo para la fundamentación de una categoría de comunicación política denominada *alternativa o contrahegemónica*. Según Sibaja (2012), comunicación política es “el proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder de [los actores que] lo ejercen, lo aspiran, lo respaldan o lo adversan” (p. 40). Esta tipología de comunicación política, predominante en el abordaje del fenómeno comunicativo con contenido político, omite la denominación de la comunicación política de aquellos actores que adversan -desde la informalidad- un ejercicio de poder determinado, contemplando sólo la comunicación gubernamental, electoral y de cabildeo (*lobby político*). La propuesta se basa en las técnicas de revisión y análisis documental de literatura especializada.

Palabras clave:

Comunicación política, comunicación política alternativa, contrapublicidad política, ciudadanía comunicativa, ciudadanía comunicativa emancipadora.

Resumen extenso

Comunicación, ciudadanía y contrapublicidad política

Según Sibaja (2012), comunicación política es “el proceso de gestión de la visibilidad del ejercicio del poder de [los actores que] lo ejercen, lo aspiran, lo respaldan o lo adversan” (p. 40). Esta tipología de comunicación política contempla y define la comunicación gubernamental, electoral y de cabildeo (*lobby político*). Sin embargo, omite la denominación de la comunicación política de aquellos actores que no solo adversan una determinada forma de ejercicio del poder, sino que lo hacen apelando a significados o sentidos contrarios a los valores que predominan en el contexto en el que se comunican.

Para atender ese vacío conceptual, a la par de los tipos comunicación gubernamental, electoral y de cabildeo (*lobby político*), se propone la categoría *comunicación política alternativa o contrahegemónica*, para dar cuenta de la diversidad



de procesos y mensajes políticos que se configuran desde el *contra poder* o la *resistencia* de los actores políticos: individuales o colectivos, destacando la contrapublicidad política.

La contrapublicidad política se entiende como una "estrategia de apropiación, cambio o reconfiguración de las imágenes que proliferan en la esfera de la publicidad electoral, posicionadas a través del *marketing político*" (Castro, 2010, p.16). Esta conceptualización permite diferenciar las imágenes contrapublicitarias a partir del proceso de transformación crítica (subversiva) del mensaje político electoral que implican. En este caso, se subraya que el carácter político de los mensajes puede estar o no vinculado con las prácticas electorales y mostrar luchas cotidianas (micro política).

La valoración de estos procesos comunicativos como ejercicios de ciudadanía comunicativa parte del entendimiento de esta como una nueva dimensión de la ciudadanía que proporciona agencia comunicativa a las personas ciudadanas para transformar diferentes estructuras sociales: materiales y/o simbólicas (Tamayo, 2012, p.116-117).

En ese marco, el consumo crítico de la oferta de los medios de comunicación masiva, en general, y la información, en particular, favorece la conformación de la ciudadanía comunicativa (Camacho, 2005, p. 28). Este ejercicio se evidencia en la generación y uso de imágenes contrapublicitarias con contenido político para expresar la crítica o posicionamiento de actores políticos determinados, desde la informalidad de los procesos políticos.

Ciudadanía comunicativa y comunicación alternativa De acuerdo con Martin (1997), los discursos no circulan libremente, sino que pueden descubrirse condiciones que regulan su producción

y circulación (p.7). Existen, entonces, discursos autorizados y no autorizados, discursos legitimados y deslegitimados. El ámbito de la comunicación alternativa agrupa a los diversos modos de discurso, presentes en la esfera pública, en los que se expresan todos aquellos sujetos y colectivos que, por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante de la política institucional.

Se puede entender, entonces, la comunicación alternativa como formas de participación diversa que contienen o expresan procesos de resistencia al poder, en nombre de intereses, valores y proyectos excluidos o subrepresentados (Castells, 2009, p.78). La contrapublicidad política cabe en el compendio de las formas de contrapoder que ejercen los actores políticos para defender valores e intereses alternativos, en el marco de un sistema económico capitalista que absorbe e instrumentaliza los demás ámbitos de interacción humana, reduciendo a las personas a su rol de consumidoras-votantes.

¿Es la contrapublicidad política un ejercicio de ciudadanía comunicativa?

En ese contexto, un aspecto trascendental del predominio del enfoque del *marketing político* en las dinámicas políticas, es la visibilización del uso de publicidad en los procesos electorales, lo que permite ubicar la contrapublicidad como una manifestación empírica de aquellas formas de participación política y representación, surgidas desde la persona -como sujeto político- como posible respuesta a la preeminencia de la lógica mercantilista en la interpretación y el ejercicio de la política.

La contrapublicidad política es una forma de comunicación política alternativa, en tanto hace uso de formas de *contra poder* para posicionar proyectos y valores alternativos en el marco de una sociedad en la que predomina

una lógica política mercantilista. En palabras de O'Donnell (1993), un contexto marcado por la reproducción de *ciudadanías de baja intensidad* (en Aguiló, 2009, p. 15), que nos reduce al papel de votantes. En ese contexto, constituye un ejercicio de ciudadanía comunicativa derivado del consumo crítico de la oferta de los medios de comunicación masiva, en general, y la información, en particular.

Por tanto, la contrapublicidad política es expresión y producto de las dinámicas y cambios descritos: procesos de transformación de lo popular y lo público, la resistencia o la capacidad de réplica política, las luchas sociales cotidianas; en un contexto caracterizado por la centralidad del discurso de las imágenes. Para dar cuenta de su funcionamiento y características distintivas se debe ampliar la tipología de comunicación política vigente, incorporando la categoría *comunicación política alternativa* o *contrahegemónica*, para aglutinar la diversidad de procesos y mensajes políticos que se configuran desde el *contra poder* o la resistencia de los actores políticos: individuales o colectivos, en lo cotidiano.

Referencias

- Aguiló, A. (2009) La ciudadanía como proceso de emancipación: Retos para el ejercicio de ciudadanías de alta intensidad. *Astrolabio. Revista Internacional de Filosofía*. (9), 13-24. Recuperado de: <https://www.raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/197698/264897>
- Camacho, C. (2005). Democratización de la sociedad: entre el derecho a la información y el ejercicio de la ciudadanía comunicativa. *Punto Cero*, 10(10), 28-36.
- Castells, M. (2009) Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro, M. (2010). La contrapublicidad electoral como categoría de la comunicación política. *Revista de Ciencias Sociales*. 131-143.
- Martin, L. (1997). El orden social de los discursos. *Discurso*, (21/22), 1-37.
- Sibaja, G. (2012) ¿Cómo estudiar la comunicación política? Un zoom a sus elementos clave. *Revista Digital Maspoderlocal*, 11, 40-42. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3976406>
- Tamayo, C. (2012) Communicative Citizenship, Preliminary Approaches. *Signo y Pensamiento*. 30 (60), 106-128.



La comunicación política en Twitter: análisis de la estrategia del presidente de El Salvador durante el primer período de la pandemia del Covid-19.

Álvaro Fernández Castex (UBA- IIGG)

Licenciado en Ciencia Política – Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de Buenos Aires/
Maestrando en Gobierno- Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de Buenos Aires/ Becario
Ubacyt de Estimulo– Instituto de Investigaciones Gino Germani. (alvarofcastex@gmail.com)

Leandro Soto (UBA -IEALC)

Licenciado en Ciencias de la Comunicación – Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de
Buenos Aires/ Maestrando en Periodismo- Facultad de Ciencias Sociales- Universidad de Buenos
Aires/ Becario Ubacyt de investigación categoría Maestría – Instituto de Estudios de América
Latina y el Caribe.
(sotomleandro@gmail.com)

Abstract

El estudio de las nuevas formas de mediatización de la política resultan ilustrativas para comprender el modo en que la comunicación política ocupa un rol preponderante en la dinámica de los procesos democráticos actuales. En el contexto de la crisis causada por el Covid-19 las redes se han convertido en una herramienta esencial para la circulación del discurso político. Es por eso que, retomando perspectivas teóricas de la comunicación y la ciencia política, esta ponencia caracteriza el tipo de liderazgo político del presidente Nayib Bukele a través del análisis de su estrategia comunicacional llevada a cabo en Twitter durante el desarrollo de los primeros meses de la pandemia en El Salvador. La metodología es de carácter descriptiva y se realiza un análisis de los tweets producidos por la cuenta @nayibbukele en el periodo de marzo a junio de 2020 en función de dos variables: el perfil institucionalista y el personalista.

Palabras claves: Democracia- Comunicación política- Redes digitales.

Resumen extenso

Desde una perspectiva situada a comienzos del siglo veinte las formas de mediatización han sufrido vertiginosas transformaciones. En el plano político el uso las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han cobrado protagonismo en diversas manifestaciones sociales, contiendas electorales y novedosas formas de circulación y producción del discurso político. La creciente centralidad de los medios de comunicación y de las redes sociales, más aún en el contexto de la pandemia causada por el covid-19, ha generado mayor acceso a la información por parte de los ciudadanos y además, la posibilidad de que los gobiernos informen en tiempo real. Por esta razón, la gestión de los mismos se encuentra constantemente sometida a publicidad. Canel (1999) considera que se establece, entonces, una “campaña permanente” en la que el líder político es altamente visible, ocupando un lugar central en los medios de comunicación para ser claramente reconocible e identificable por los ciudadanos. Novaro (1994) evidencia que desde la década

de los noventa se estructura en América Latina un nuevo sistema de representación que basa la capacidad de gestión y estabilidad política en la figura de nuevos líderes. En este contexto ocurren procesos caracterizados por la personalización de la política, en los que se imponen decisiones personales, no reglamentadas, concentradas en la persona que ejerce el liderazgo. Frente a este escenario el predominio de la imagen y la espectacularización moldean la identidad representativa del líder. Prevalece, entonces, la visibilidad del ámbito privado y un uso intensivo de los medios de comunicación. En consecuencia, la personalización de la política ha llevado a una comprensión simplificada de la vida política como el mero enfrentamiento entre personajes públicos. Además se oculta la complejidad estructural de la política, y sus relaciones de poder, y lo que prima es una concepción egocéntrica de las problemáticas en detrimento de una concepción social. En este sentido, no solo se ve afectada la calidad democrática, sino que “se minimiza algunos de los elementos básicos de la representación política misma: la argumentación y la deliberación” (D’Alessandro, 2011: 330).

En las actuales sociedades hipermediatizadas y en paralelo a la crisis de los medios masivos tradicionales (Carlón y Scolari, 2009), se establecen operaciones de digitalización del discurso político y nuevas formas de interacción entre representantes y representados sin la necesaria intermediación de la prensa (Slimovich, 2019). Esto implica, entre otros factores, que los internautas pueden expresar sus opiniones con menos filtros por lo que la circulación de los discursos en las redes adquiere mayor complejidad y dinamismo. En esta ponencia se estudiará la estrategia comunicacional llevada a cabo por Nayib Bukele, presidente de El Salvador, en la red social Twitter en el contexto de la crisis sanitaria causada por la pandemia del Covid-19. El análisis de dicha plataforma, la más usada por el presidente salvadoreño, resulta paradigmático para comprender la incidencia de las redes sociales en la dinámica política actual del país. Asimismo,

se considera que el estudio de esta red social y su dimensión comunicativa desempeña un papel fundamental para indagar sobre los liderazgos políticos actuales y el impacto sobre la calidad democrática.

Interesará especialmente el perfil comunicativo y político de Bukele en el contexto de la pandemia del Covid-19 teniendo en cuenta que su liderazgo carismático se sitúa por fuera de las instituciones políticas lo que dificulta la construcción de consensos, el debate deliberativo y las decisiones estables. Los interrogantes que conducen esta investigación suponen, primero la puesta en tensión respecto a la continuidad de una estrategia de comunicación basada en un perfil personalista o la necesidad de emplear una estrategia de carácter gubernamental en un contexto excepcional, ya que en general la comunicación de crisis impone el desafío de operar con paradigmas disruptivamente nuevos y bajo presión, lo cual implica cambiar las reglas de juego y los tiempos habituales. Segundo, la selección de las producciones con mayor cantidad de reacciones para observar qué perfil político se ajusta en mayor medida a las creencias y preferencias de los usuarios. Y por último, observar qué estilo de comunicación (Amadeo, 2014) empleó, para realizar conclusiones sobre el liderazgo que desarrolló Bukele en el manejo de la crisis del Covid-19.

La metodología es de carácter descriptiva con base empírica a través de un análisis de contenido de los tuits producidos por la cuenta @nayibbukele. El universo de análisis abarca los tuits producidos desde el 22 de marzo hasta el 30 de junio del año 2020 y fueron delimitados con el buscador avanzado de la red social. La muestra de tuits a analizar se seleccionó en base a mensajes producidos por Nayib Bukele, por lo tanto los retuits sin ninguna producción por parte de él no fueron tenidos en cuenta. Esta muestra se compone por 1.416 tuits que fueron recolectados y analizados de manera manual a través del buscador avanzado de twitter.



Referencias

- Amadeo, B. (2014): Diferentes miradas sobre la comunicación gubernamental. *Ficha Pedagógica de la materia Opinión Pública*, Cátedra Amadeo, Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Argentina.
- Canel, M. (1999): Comunicación política. *Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Tecnos, Madrid.
- Carlón, M. y Scolari, C. (2009): *El fin de los medios masivos: el comienzo de un debate*. Buenos Aires, La Crujía.
- D'Alessandro, M. (2011): Liderazgo político. *Política. Cuestiones y problemas*. Miguel De Luca y Luis Aznar coord. Buenos Aires. Cengage Learning Argentina.
- Novaro, M. (1994): *Pilotos de tormentas. Crisis de representación y personalización de la política en Argentina (1989-1993)*, Buenos Aires: Letra Buena.
- Slimovich, A. (2019): La mediatización contemporánea de la política en Instagram. Un análisis desde la circulación hipermediática de los discursos de los candidatos argentinos, en Revista Sociedad, N° 39, Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.



Programa

Narrativas, género
y comunicación



Mujeres y consumo de agua: Propuesta de estudio para el caso de Isla Chira, Puntarenas, Costa Rica. (2000-2017)

MSc María Barboza Gutiérrez

Estudiante de la Maestría en Comunicación y Desarrollo de la universidad de Costa Rica. Maestría en Historia por la Universidad de Costa Rica. Docente e investigadora de la Sede del Pacífico de la Universidad de Costa Rica. Sus investigaciones tienen como eje de análisis el consumo con perspectiva de género. Su trabajo la ha puesto en contacto con organizaciones comunitarias del Pacífico central y sur de Costa Rica. (maria.barbozagutierrez@ucr.ac.cr)

Abstract

En esta ponencia se exponen las principales líneas de análisis acerca del tema del agua y su relación con el estudio de una historia con perspectiva de género. Se resalta el papel de las mujeres en la gestión del agua, sus condiciones de acceso y de disponibilidad. La metodología utilizada es cualitativa, consiste en una revisión bibliográfica extensa que repasa distintas corrientes y disciplinas. Se comprueba que a pesar de que a nivel mundial las mujeres tienen un rol fundamental en la manejo del recurso hídrico, pocas investigaciones han abordado este tema con perspectiva de género. A partir de ahí se presenta una propuesta de abordaje para el estudio del caso concreto de Isla Chira en la Región Pacífica costarricense, entre el 2000 y el 2017, con el objetivo de rescatar la historia de la comunidad desde la narrativa de las mujeres que han gestionado el recurso hídrico.

Palabras clave

Historia de las mujeres, agua, historia de género, Isla Chira.

Resumen extenso:

Esta investigación tiene como objetivo general analizar las narrativas acerca de la experiencia de participación de las mujeres de Isla Chira en torno al manejo del recurso hídrico comunitario para el reconocimiento de su historicidad como sujetas creadoras de saberes entre el 2001 y el 2017.

La Isla Chira, ubicada en el Golfo de Nicoya, tiene una extensión de 43 kilómetros cuadrados y, según el Censo del 2011, presenta una población de 1576 habitantes. Es el distrito 13 del cantón de Puntarenas, posee un área de 43 kilómetros, siendo la isla más grande de la costa Pacífica. Como es usual en las islas, en Chira abunda el agua, pero esta es agua salada. En el año 2001, Isla Chira estrenó el segundo acueducto submarino (el primero se construyó en Isla Venado en 1997), las personas trabajaron arduamente desde el año 2000 junto a instituciones como Acueductos y Alcantarillados (AYA) y la Municipalidad de Puntarenas para completar el proyecto.

Como es usual en las islas se dispone de recurso hídrico en abundancia, pero esta es agua no potable. Ante dicha situación, la comunidad de manera organizada entabló demandas que hicieron posible la creación de la infraestructura necesaria para poder acceder y consumir agua potable, antes de contar con un acueducto los chirenses



hicieron uso de pozos subterráneos para dotar a su comunidad de agua potable. Con el paso del tiempo el consumo de agua aumentó, lo que hizo plantearse la necesidad de crear infraestructura que permitiera el acceso al recurso, de ahí nacen las demandas ante las instituciones pertinentes.

Las demandas para lograr el acceso al agua potable y garantizar su consumo no finalizó con la conclusión de las obras de infraestructura. Para el 2005, la comunidad registró falta del líquido. La carencia se debía a que los pozos que se utilizan para suplir de agua el acueducto submarino también se estaban utilizando para el regadío de campos agrícolas de la península.

Históricamente, las mujeres han participado en la gestión comunitaria de los servicios esenciales, no obstante, en las narrativas oficiales su participación pocas veces es tomada en consideración. Entonces, ante un proceso de tanta relevancia como la creación del acueducto rural ¿qué papel tuvieron las mujeres?, ¿cómo vivieron y recuerdan su experiencia?

El tema central de esta investigación son las narrativas sobre la participación de las mujeres en la gestión del agua potable en Isla Chira. Se presta atención al papel de las mujeres en las dinámicas comunitarias y la dimensión política que la participación femenina adquiere en la gestión de recursos.

¿Cómo orientaron las mujeres de Isla Chira su participación en la gestión del recurso hídrico? Se espera que en una dimensión más aplicada la respuesta a esta interrogante pueda servir de insumo para mejorar las decisiones que se tomen en política pública acerca del manejo de los recursos que son de interés para las comunidades, en este caso particular del recurso hídrico, y quizá también puede constituir un referente organizativo para otras mujeres.

La investigación inicia en el año 2000 cuando la comunidad se encontraba haciendo las gestiones ante la institucionalidad para acceder al recurso hídrico y finaliza en el año 2017 con la publicación de “La política nacional de agua potable de Costa Rica, 2017-2030” como instrumento de política pública para el manejo del recurso hídrico.

Para su realización se utilizará la metodología de la historia oral, que más que dar voz a las mujeres tiene como meta amplificar sus capacidades narrativas. Dicha metodología permite entrar en contacto con la experiencia de las mujeres y su naturaleza discursiva.

En la primera parte se presenta un estado de la cuestión para países anglosajones en comparación con Costa Rica, seguidamente se identifican las condiciones de acceso y disponibilidad de agua que presenta Isla Chira y su relación con las estructuras económicas locales y globales. En una etapa más avanzada del proceso de investigación que continúa en ejecución, se pretende describir las formas de participación de las mujeres en torno al manejo del recurso hídrico comunitario. Posteriormente se recuperan las narrativas de acceso al agua desde la perspectiva de las mujeres y se analizan los significados y saberes atribuidos a la experiencia de participación en la gestión de recurso hídrico.

Imagen 1: Conflictos ambientales en relación al Agua en América Latina



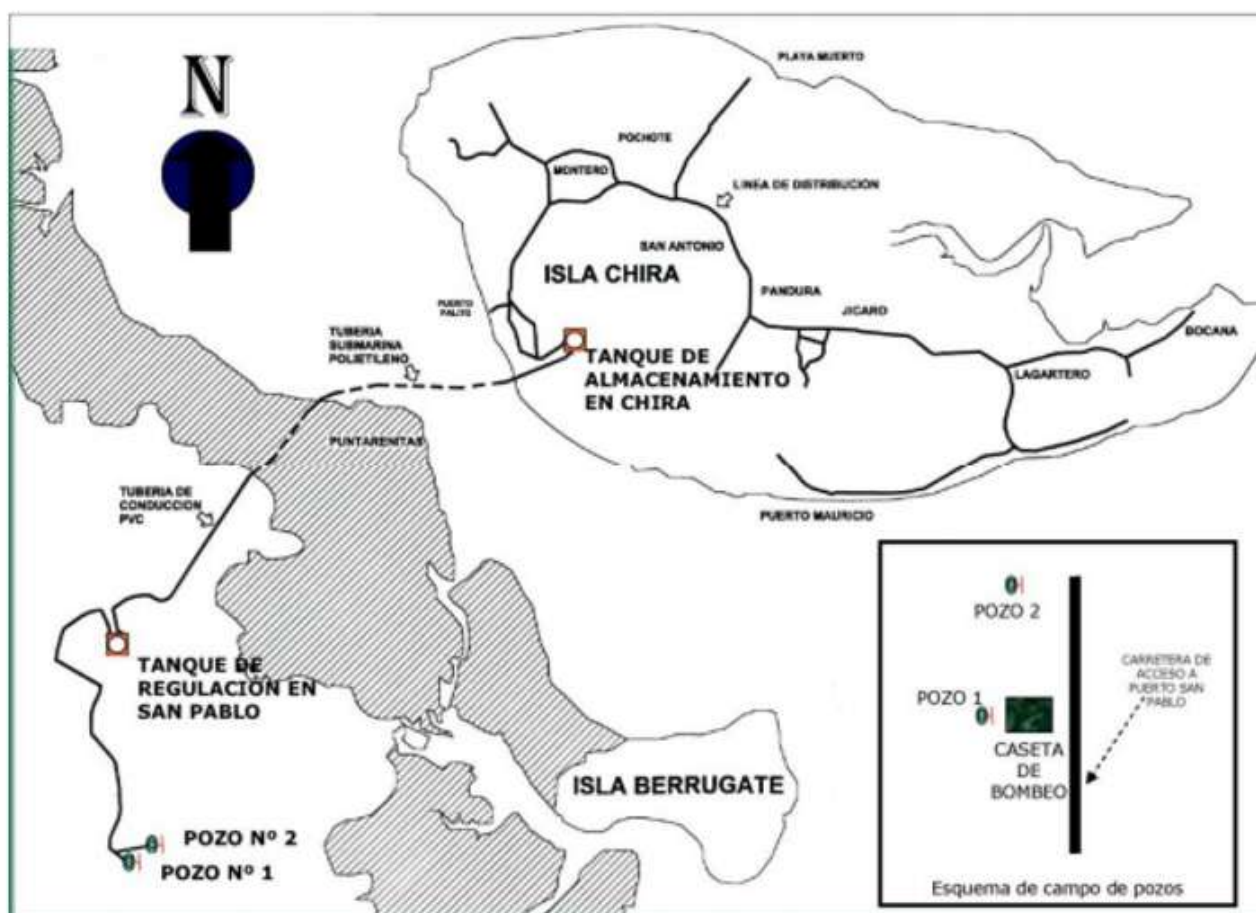
Fuente: Conflictos ambientales en relación a Agua (2020). Atlas de Justicia Ambiental. Disponible en: <http://ejatlas.org/about> [Fecha de acceso: 28/11/2020]

Mapa 2. Conflictos ambientales en relación al Agua en América Central



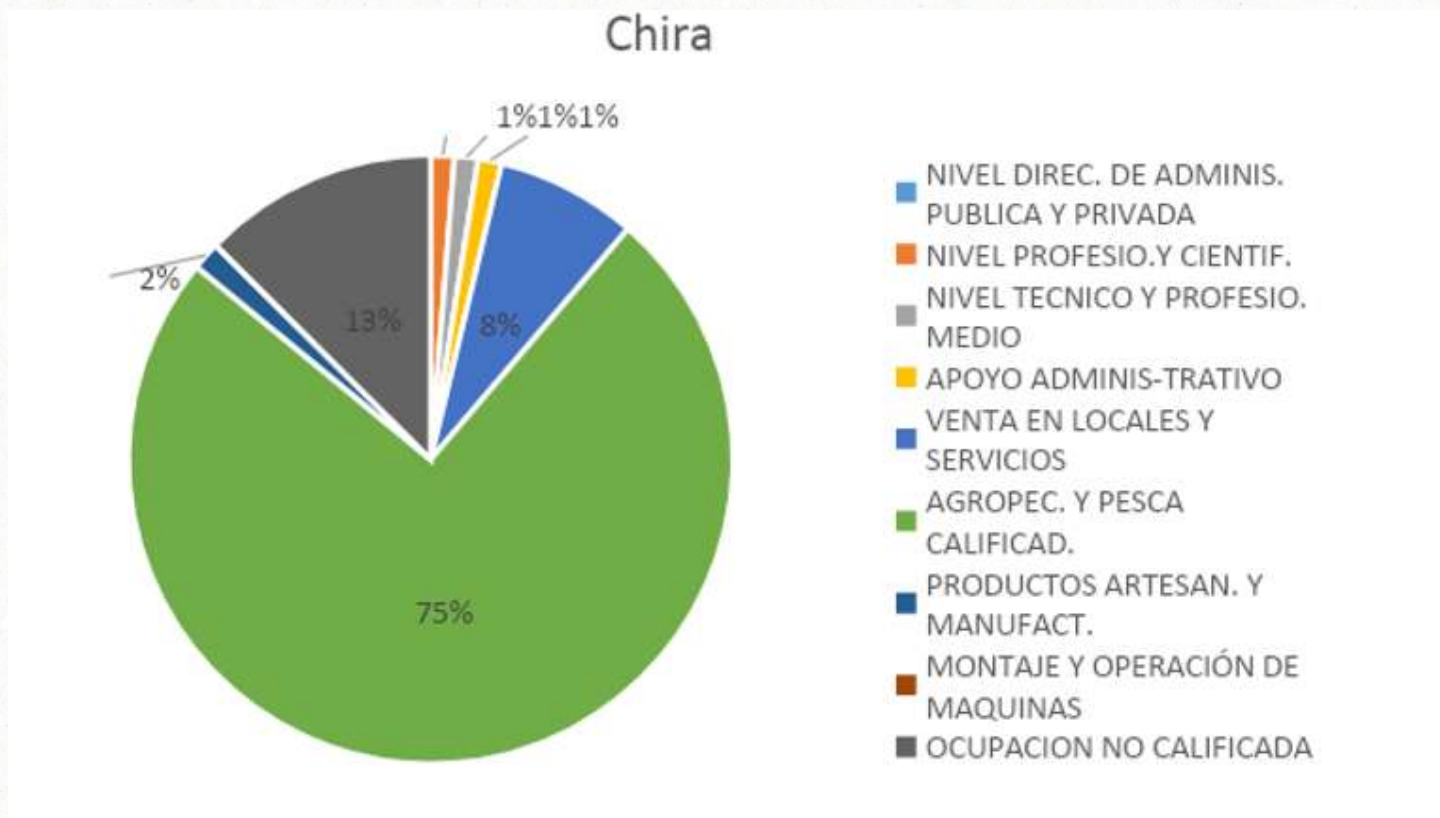
Fuente: Conflictos ambientales en relación a Agua (2020). Atlas de Justicia Ambiental.
 Disponible en: <http://ejatlas.org/about> [Fecha de acceso: 28/11/2020]

Imagen 3: Croquis del Acueducto submarino de Isla Chira.



omado de: Vega Díaz, E. (2011). Evaluación de la capacidad de explotación del sistema de conducción y almacenamiento y de la calidad de agua suministrada del Acueducto de la Isla Chira para tres escenarios de crecimiento. P. 2

Gráfico 1: Ocupaciones de Isla Chira, año 2000, en porcentajes.



Fuente: Censo de INEC 2000.

Referencias

Documentales

Vega Díaz, E. (2011). Evaluación de la capacidad de explotación del sistema de conducción y almacenamiento y de la calidad de agua suministrada del Acueducto de la Isla Chira para tres escenarios de crecimiento. <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/3486>

Periódicos

Avalos, Á. (2001). Chira lucha por su agua. La Nación, Grupo Nación. Recuperado 3 de enero de 2020, de <https://www.nacion.com/el-pais/chira-lucha-por-suagua/7QXJD3VXQ5CTT DCEWF5N5ZWNTA/story/>

Aragón, I. V. (2015, enero 20). Heroínas del agua. El País. https://elpais.com/elpais/2015/01/19/planeta_futuro/1421672862_411268.html

Barrantes, E. (2018, marzo 14). La Isla de Chira es mujer y comunidad • Semanario Universidad. Semanario Universidad. <https://semanariouniversidad.com/universitarias/la-isla-de-chira-es-mujer-y-comunidad/>

Vega, E. (2018, agosto 4). Don Catino es el cacique de la Isla Chira. La Teja, Grupo Nación. <https://www.lateja.cr/nacional/don-catino-es-el-cacique-de-la-isla-de-chira/BDO7F5E5VEBFGR5XA45BEPVD4/story/>



Bibliografía consultada

- Alcázar Huaylupo, y Sánchez Oviedo. (2012). Lineamientos para la elaboración del plan de acción para la promoción de la equidad de género en el sector agropecuario. Recuperado a partir de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/744>
- Ávila García, P. (1999). Conflictos sociales por el agua en la región norte de México: Los casos de Tijuana, Durango y Monterrey. *Ecología política*, (18), 37-44.
- Ayala Marín, A. (2017). Mujer, pobreza y medio ambiente en América Latina. *Temas de Nuestra América. Revista de Estudios Latinoamericanos*, 10(22), 51-54. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/tdna/article/view/9522>
- Balarezo, S. (1997). Las cuestiones de género en la evaluación de proyectos rurales. *Perspectivas Rurales Nueva Época*, 0(2). Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/3406>
- Ballesteros, M., Brown, E., Jouravlev, A., Küffner, U., y Zegarra, E. (2005). *Administración del agua en América Latina: Situación actual y perspectivas*. CEPAL.
- Barrantes Zamora, E., Bonilla Quesada, H. M., y Ramírez Cortés, O. M. (2011). Las subsistencias en una coyuntura de crisis. Producción, consumo y nivel de vida, Costa Rica. 1905-1925. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Beiras, A., Cantera Espinosa, L. M., y Casasanta García, A. L. (2017). La construcción de una metodología feminista cualitativa de enfoque narrativo-crítico. *Psicoperspectivas*, 16(2), 54-65. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol16-issue2-fulltext-1012>
- Benadiba, L. (2015). Historia oral: Reconstruir historias únicas desde la diversidad. *Revista Confluências Culturais*, 4(2), 90-99. <https://doi.org/10.21726/rccult.v4i2.206>
- Bonilla-Leiva, A., Bonilla-Leiva, A. R., Amador-Guzmán, M., y Hidalgo-Dittel, N. (2012). Fortalecimiento de la Red de Mujeres Rurales mediante la producción, procesamiento y comercialización de granos básicos. *Revista Tecnología en Marcha*, 25(5), 79-92. <https://doi.org/10.18845/tm.v25i5.481>
- Bonilla-Leiva, A., Bonilla-Leiva, A. R., Amador-Guzmán, M., y Hidalgo-Dittel, N. (2017). Fortalecimiento de la Red de Mujeres Rurales mediante la producción, procesamiento y comercialización de granos básicos. *Revista Tecnología en Marcha*; Vol. 25, Núm. 5 (2012): Número Especial; pág. 79-92. <https://doi.org/10.18845/tm.v25i5.481>
- Brenes Bonilla, L., y Bermúdez Mesén, L. (2015). DIFERENCIAS POR GÉNERO EN EL EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL COSTARRICENSE.
- Bruner, J. (2003). *La fábrica de historias. Derecho, literatura, vida*. Fondo de Cultura Económica.



- (Gender differences in the costa rican entrepreneurial environment). TEC Empresarial; Vol. 7, Núm. 2 (2013); pág. 19-27. Recuperado a partir de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/5557>
- Burns, S. (2013, mayo 13). El papel de la mujer como líder y su impacto en el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Maestría en administración de negocios). Universidad Estatal a Distancia. Recuperado a partir de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/827>
- Calderón, M. (2014). Hasta la última gota. Territorio e hidropolítica mercantil en el Chile neoliberal.
- Revista Rufián Año 4, Número 19 (2014). Recuperado de https://www.academia.edu/11785566/Hasta_la_%C3%BAltima_gota._Territorio_e_Casas, A. (2015). La gestión comunitaria del agua y su relación con las políticas públicas municipales. Intertisticios Sociales, septiembre(10). Recuperado de https://www.academia.edu/15335876/La_gesti%C3%B3n_comunitaria_del_agua_y_su_relaci%C3%B3n_con_las_pol%C3%ADticas_p%C3%ABlicas_municipales
- Calvo-Brenes, G., y Mora-Molina, J. (2009). Evaluación y clasificación preliminar de la calidad del agua de las Cuencas de los ríos Tárcoles y Reventazón. Revista Tecnología en Marcha, 22(1), 57. Recuperado a partir de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/196
- Cañada, E. (2019). Conflictos por el agua en Guanacaste, Costa Rica: Respuestas al desarrollo turístico. Anuario de Estudios Centroamericanos, 45, 323-344. <https://doi.org/10.15517/aeca.v45i0.37666>
- Casasola Vargas, K. (2013). Empoderamiento, vulnerabilidad y participación comunitaria de las mujeres en comunidades cercanas a Nueva Cinchona. Universidad en Diálogo: Revista de Extensión, 3(1 y 2), 15-30. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/dialogoarticle/view/6433>
- Castro Chaves, N. (2010). La acción afirmativa en materia de género y las cuotas de participación política en Costa Rica (Licenciatura en derecho). Universidad de Costa Rica. Recuperado a partir de <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/1783>
- Crespo Flores, C. (2000). La guerra del agua en Cochabamba: Movimientos sociales y crisis de dispositivos de poder. Ecología política, (20), 59-70.
- Colón, G. F. (2009). La crisis del agua en América Latina. Revista Estudios Culturales, (4), 80-96.
- Cuadrado Quesada, G. (2017). Gobernanza de aguas subterráneas, conflictos socioambientales y alternativas: Experiencias en Costa Rica. Anuario de Estudios Centroamericanos, 43, 393-418. <https://doi.org/10.15517/aeca.v1i1.28852>
- Dac, S. N., y Vericat, I. (1999). La contaminación del agua en Taiwan. *Estudios de Asia y África*, 34(1 (108)), 151-168.



Decenio Internacional para la Acción «El agua, fuente de vida» 2005-2015. Áreas temáticas: Derecho humano al agua y al saneamiento. (s. f.). Recuperado 8 de noviembre de 2020, de https://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/human_right_to_water.shtml

De Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Trilce.

Ferrarotti, F. (1991). *La historia y lo cotidiano*. Edicions 62.

Fernandez de Castro, H. E. (2018). El derecho fundamental al agua potable: Jurisprudencia Constitucional en Costa Rica y Colombia. *IUS Doctrina*, 11(1).

Fernández Ruiz, A. R. (2015). Emprendimientos productivos en grupos de mujeres indígenas: el caso de Talamanca. *Tecnología en Marcha*; Vol. 22, Núm. 1 (2009); pág. 90. Recuperado a partir de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/4543>

Francke A, D., y Ojeda V, P. (2013). Historiografía e historia de mujeres: Estrategias para su inclusión en los procesos de enseñanza-aprendizaje en la educación media chilena. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 39(1), 361-375. <https://doi.org/10.4067/S0718-07052013000100021>

Franulic, A. (2015). Por un análisis feminista del discurso desde la diferencia sexual. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso*, 15(1), 7-22.

Gaviria-Montoya, L., Soto-Córdoba, S., y Pino-Gómez, M. (2016a). Evaluación de la gestión de la ASADA de Guatuso, San Isidro, El Guarco, desde una perspectiva del uso sostenible del recurso hídrico. Instituto Tecnológico de Costa Rica.

Recuperado a partir de <http://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/7015>

Gaviria-Montoya, L., Soto-Córdoba, S., y Pino-Gómez, M. (2016b). Evaluación de la gestión de la ASADA de Quebradilla, Quebradilla, Cartago, desde una perspectiva del uso sostenible del recurso hídrico. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Recuperado a partir de <http://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/7016>

Gili, M. L. (2010). La historia oral y la memoria colectiva como herramientas para el registro del pasado. *Tefros*, 8(1-2), 10-10.

Gunt, G. (2015). Organización social y autogestión del agua Comunidades de la Cienega de Chapala, Michoacán. Recuperado de https://www.academia.edu/25371807/Organizacion_social_y_autogestion_del_agua_Comunidades_de_la_Cienega_de_Chapala_Michoaca_n

Hernando-Echeverría, L., Ruíz-Hernández, A., y Solís-Zamora, K. (2012). Disponibilidad del recurso hídrico en la microcuenca del río segundo. Región Central de Costa Rica. *Revista Geográfica de América Central*, 1(48), 117-132. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/4111>

Herrero, A. F. (2008). Los problemas económicos de la gestión del agua en los países pobres. 15. https://www.zaragoza.es/contenidos/medioambiente/cajaAzul/13S3-P3Alberto_FraguasACC.pdf

Herrera-Murillo, J., Rodríguez-Román, S., Solís-Torres, L. D., y Castro-Delgado, F. (2009). Aplicación de técnicas quimiométricas para clasificar la calidad de agua superficial de la microcuenca del río Bermúdez en Heredia, Costa Rica. *Revista*



- Tecnología en Marcha, 22(4), 75.
Recuperado a partir de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/127
- Hidalgo Barrantes, D. M. (1999). Identidad de género de las mujeres rurales en el grupo; Mujeres en Marcha Los Criques, San Ramón (Licenciatura en trabajo social). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Huaylupo Alcázar, J. A., y Sánchez Oviedo, O. M. (1998). Lineamientos para la elaboración del plan de acción para la promoción de la equidad de género en el sector agropecuario. Recuperado a partir de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/744>
- Jelin, E. (2005). *Exclusión, memorias y luchas políticas*. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Kruse, T. (2005). La Guerra del Agua en Cochabamba, Bolivia: Terrenos complejos, convergencias nuevas. En *Sindicatos y nuevos movimientos sociales en América Latina*. Buenos Aires: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Lachner-S, V. (2004). Un grito de alarma. Nos estamos quedando sin maderas, sin aguas y sin cosechas. *Revista Tecnología en Marcha*, 17(1), 3-11. Recuperado a partir de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/1426
- Nieto, N. (2011). La gestión del agua: Tensiones globales y latinoamericanas. *Política y cultura*, (36), 157-176.
- Madden Arias, L. (2012). Centro de Emprendimientos Productivos en Talamanca: componente de huertos familiares Aportes al conocimiento de las mujeres indígenas. *Revista Feminista Casa de la Mujer*, 21(1), 89-96. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/mujer/article/view/6533>
- Marengo Marrocchi, L., y Sequeira Rovira, P. (2008). Mujeres emprendedoras: entre el empoderamiento y la democratización de la economía. *Revista Feminista Casa de la Mujer*, 0(14), 73-80. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/mujer/article/view/6784>
- Mata Ureña, A. (1999). Evaluación preliminar hidráulica y operacional de la planta de tratamiento de agua potabilizadora de la ciudad de Puntarenas (Licenciatura en ingeniería civil). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Mateo, B., Bedoya del Olmo, C., María del Rosario, N., y Ducci, J. (2017). *Sobre los Derechos Humanos al Agua y al Saneamiento en Latinoamérica y el Caribe*. BID.
- Martín, L., y Justo, J. B. (2015). Análisis, prevención y resolución de conflictos por el agua en América Latina y el Caribe. 64.
- Mora Carvajal, V. (2017). La publicidad de productos de belleza femenina en Costa Rica (1900-1930). *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*; Volumen 14, número 1. 2017. <https://doi.org/doi.org/10.15517/c.a.v14i1.28618>
- Mora-Alvarado, D. A. (2003). Agua para consumo humano y disposición de excretas en Costa Rica: situación actual y expectativas. *Revista Tecnología en Marcha*, 16(3), 61-76. Recuperado a partir de http://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_marcha/article/view/1469



- Morales Rojas, C. (2014, agosto 8). Las cuotas mínimas de participación política: mecanismos para aumentar la representación política de las mujeres (Maestría). Universidad Estatal a Distancia. Recuperado a partir de <http://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/1313>
- Moore, J. w. (2020). *El capitalismo en la trama de la vida. Ecología y acumulación de capital*. Traficantes de sueños.
- OMS | *Informe 2015 del PCM sobre el acceso a agua potable y saneamiento: Datos esenciales*. (2015). WHO; World Health Organization. http://www.who.int/water_sanitation_health/monitoring/jmp-2015-key-facts/es/
- OMS | *Progresos sobre el agua potable y saneamiento*. (s. f.). WHO; World Health Organization. Recuperado 30 de noviembre de 2020, de https://www.who.int/water_sanitation_health/monitoring/jmp2012/fast_facts/es/
- Palerm, J., y Valdez, M. G. (2016). El abasto de agua por pipa en el valle de Texcoco, México. *Tecnología y Ciencias Del Agua VII*, 2 Pp 133- 148. Recuperado de https://www.academia.edu/23889082/El_abasto_de_agua_por_pipa_en_el_valle_de_Texcoco_M%C3%A9xico
- Paniagua Zúñiga, F. E. (2006). La participación política de las mujeres regidoras en propiedad, en los cantones del Área Metropolitana, San José. Costa Rica: periodo de mayo 1998 a mayo 2006 (Maestría Académica en Estudios de la Mujer). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Pérez, N. (2009). La cuota mínima de participación política de las mujeres y las minorías étnicas en Costa Rica: entre lo visible y lo no visible. *Revista Feminista Casa de la Mujer*, 0(15), 31-44. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/mujer/article/view/6792>
- Pérez, R., y Enrique, J. (2013a). El agua como bien económico. Recuperado a partir de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/1413>
- Pérez, R., y Enrique, J. (2013b). El agua como bien económico. Recuperado a partir de <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/handle/10669/1413>
- Pérez-Coto, L. A. (2016). Evaluación de la capacidad hidráulica de la red de distribución del acueducto de San Francisco de León Cortés (Licenciatura en Ingeniería Ambiental). Instituto Tecnológico de Costa Rica, Cartago, Costa Rica. Recuperado a partir de <http://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/7390>
- Pérez-López, E. (2016). Control de calidad en aguas para consumo humano en la región occidental de Costa Rica. *Revista Tecnología en Marcha*, 29(3), 3-14. <https://doi.org/10.18845/tm.v29i3.2884>
- Prieto, M. (2017). Practicando costumbres y la desmercantilización de la naturaleza: El mercado de aguas chileno y los atacameños. Recuperado de https://www.academia.edu/37425758/Practicando_costumbres_y_la_desmercantilizacion_de_la_naturaleza_el_mercado_de_aguas_chileno_y_los_Atacameno
- Prieto, M., y Sociales, R. de E. (2015). RES 55. Transando el agua, produciendo territorios e identidades indígenas: El modelo de aguas chileno y los atacameños de Calama* Compromising Water, Producing Indigenous Identities and Territories: The Chilean Water Model and the Atacameño People of Calama. Recuperado de https://www.academia.edu/26089713/RES_55_Transando_el_agua_produciendo_territorios_e



- identidades_ind%C3%ADgenas_el_modelo_de_aguas_chileno_y_los_atacame%C3%B1os_de_Calama
Compromising_Water_Producing_Indigenous_Identities_and_Territories_The_Chilean_Water_Model_and_the_Atacame%C3%B1o_People_of_Calama
- Quesada-Saravia, L. (2002). Educación para el empoderamiento: Experiencias con mujeres rurales costarricenses. *Revista Electrónica Educare*, 0(3), 189-196. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/EDUCARE/article/view/1000?Qu  se entiende por Historia Oral? – Otras Voces en Educación.org>. (2020). Recuperado 24 de octubre de 2020, de <http://otrasvoceseneducacion.org/archivos/21579>
- Ramírez Cover, A. (2008). Conflictos socio-ambientales y recursos hídricos en Guanacaste. Una descripción desde el cambio en el estilo de desarrollo (1997-2006). *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 359-385.
- Retana Céspedes, J. M., Arias Campos, L. D., y Torres Sand  , D. (2019). Las élites centroamericanas y la diversificación de inversiones: Los mercados de agua en Guatemala y Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 45, 345-371. <https://doi.org/10.15517/aeca.v45i0.40698>
- Rojas Morales, C. (2014). Las cuotas mínimas de participación política: mecanismos para aumentar la representación política de las mujeres (Maestría en derechos humanos). Universidad Estatal a Distancia.
- Rubio Herráez, E. (2020). La historiografía feminista y los estudios de las ciencias Nuevos marcos metodológicos. *Investigaciones Feministas*, 11(2), 287-296. <https://doi.org/10.5209/infe.65873>
- Ruiz-Fernández, A. R. (2010a). Fortalecimiento de estrategias productivas, tecnológicas de alianzas en emprendimientos de grupos de mujeres indígenas. Recuperado a partir de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/761>
- Ruiz-Fernández, A. R. (2010b). Fortalecimiento de estrategias productivas, tecnológicas de alianzas en emprendimientos de grupos de mujeres indígenas. Recuperado a partir de <https://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/761>
- Sánchez Acuña, N., Jiménez Dalorzo, L., y Restrepo Salazar, M. E. (2015). La Universidad y las organizaciones sociales. Las luchas comunales de las mujeres heredianas: historias no contadas. *Universidad en Diálogo: Revista de Extensión*, 5(1), 87-110. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/dialogo/article/view/7443>
- Sancho Elizondo, Y. G. (2011). El derecho fundamental de acceso al agua: el caso de Sardinal (Licenciatura en derecho). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Sandoval García, C. (s. f.). *De los medios a los fines. La comunicación como bien público*.
- Serrano, J. A. S. (2007). Geopolítica del agua en América Latina: dependencia, exclusión y privatización. 16.
- Serrano, J. D., y Pérez, E. C. (2018). Las organizaciones comunitarias del agua en el estado de Veracruz. Análisis a la luz de la experiencia latinoamericana



- / Community water organizations in the state of Veracruz. Analysis in light of the Latin American experience. *Estudios Demográficos y Urbanos*, 33(2 (98)), 469-504.
- Scott, J. W. (1992). Experiencia. En J. W. Scott y J. Buttler (Eds.), *Feminists Theorize the Political*. Routledge, Inc.
- Sequeira Rovira, P. (2008). Movimiento sindical y género. (Entrevista a María Elena Rodríguez efectuada el miércoles 17 de junio de 2008). *Revista Feminista Casa de la Mujer*, 0(14), 64-68. Recuperado a partir de <http://revistas.una.ac.cr/index.php/mujer/article/view/6782>
- Soto-Córdoba, S., Gaviria-Montoya, L., y Pino-Gómez, M. (2016a). Evaluación de la gestión de la ASADA de El Yas, Santiago, Paraíso, desde una perspectiva del uso sostenible del recurso hídrico. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Recuperado a partir de <http://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/7007>
- Soto-Córdoba, S., Gaviria-Montoya, L., y Pino-Gómez, M. (2016b). Evaluación de la gestión de la ASADA de Paso Ancho y Boqueron, Cipreses, Oreamuno, desde una perspectiva del uso sostenible del recurso hídrico. Instituto Tecnológico de Costa Rica. Recuperado a partir de <http://repositoriotec.tec.ac.cr/handle/2238/7010>
- Thomas, A. (2000). Meanings and views of development. En T. Allen y A. Thomas (Eds.), *Poverty and development into the 21st century* (Rev. ed). Open University in association with Oxford University Press. http://ls-tlss.ucl.ac.uk/course-materials/PUBLG054_51483.pdf
- Valencia, F. T. (2017). Gestión comunitaria del Agua Potable Rural en Chile: Contexto Institucional, Normativo e Intenciones de Reforma (2017). Recuperado de https://www.academia.edu/36928163/Gesti%C3%B3n_comunitaria_del_Agua_Potable_Rural_en_Chile_Contexto_Institucional_Normativo_e_Intenciones_de_Reforma_2017_
- Valencia, F. T. (2018). Situación del acceso al agua potable en zonas rurales y principales conflictos derivados. Recuperado de https://www.academia.edu/37298935/Situaci%C3%B3n_del_acceso_al_agua_potable_en_zonas_rurales_y_principales_conflictos_derivados
- Valverde, R. (2013). Disponibilidad, distribución, calidad y perspectivas del agua en Costa Rica. *Revista de Ciencias Ambientales*, 45(1), 5-12. <https://doi.org/10.15359/rca.45-1.1>
- Vargas Hernández, W. (2013). Participación social y proceso de construcción de identidad de género femenino: estudio comparativo en asociaciones de mujeres de las comunidades de San Ignacio de Acosta y Pacayas de Alvarado: año 2011-2012 (Licenciatura en sociología). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.
- Vargas Sanabria, A. (2001). El manejo histórico de los recursos hídricos en Costa Rica con énfasis en el periodo indígena y en los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 58-81. <https://doi.org/10.15517/aeca.v27i1.1877>



Vega Díaz, E. (2011). Evaluación de la capacidad de explotación del sistema de conducción y almacenamiento y de la calidad de agua suministrada del Acueducto de la Isla Chira para tres escenarios de crecimiento (Licenciatura en ingeniería civil). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

<http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/handle/123456789/1110>

Vega Romero, M. (2015). Análisis hidrológico del almacenamiento de agua del humedal Maquenque en la zona norte (Licenciatura en ingeniería civil). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Villalobos A., V. M., García, M., Ávila, F., & Inter-American Institute of Agricultural Sciences (Eds.). (2017). El agua para la agricultura de las Américas. México: IICA : Colegio de Postgraduados : Fundación COLPOS.

Viquez Brenes, E. G. (1999). Evaluación preliminar de dos tipos de biofiltro utilizados como tratamiento secundario de aguas residuales domésticas (Licenciatura en ingeniería civil). Universidad de Costa Rica, San José, Costa Rica.

Worster, D. (2008). *Transformaciones de la tierra: Ensayos de historia ambiental* (G. Castro, Trad.). Coscoroba.

Yáñez-Yáñez, Á. W. (2016). El agua en América Latina. *Journal of the Selva Andina Biosphere*, 4(2), 46-47.

Zúñiga, P., y Estelli, F. (2006). La participación política de las mujeres regidoras en propiedad, en los cantones del Área Metropolitana, San José. Costa Rica: periodo de mayo 1998 a mayo 2006 (magíster scientiae en estudios de la mujer). Universidad de Costa Rica. Recuperado a partir de



La ‘mirada femenina’ en el cine dirigido y protagonizado por mujeres en Costa Rica: el caso de Violeta al fin

María José Merino

María José Merino es Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Comunicación Audiovisual y Multimedial y Licenciada en Comunicación con énfasis en Comunicación Estratégica, ambas en la Universidad de Costa Rica. Se ha dedicado profesionalmente a la producción y dirección audiovisual y cinematográfica, especializándose en proyectos organizacionales relacionados con derechos humanos, género, juventud y desarrollo, así como en proyectos propios tanto documentales como de ficción. En cuanto a investigación, su tesis de Licenciatura abarca el tema de la mirada femenina en el cine costarricense dirigido y protagonizado por mujeres.

Sofía Méndez

Sofía Méndez es una comunicadora de profesión, graduada de Bachillerato con énfasis en Comunicación Audiovisual y Multimedial de la Universidad de Costa Rica, y de Licenciatura con énfasis en Comunicación Estratégica de la misma institución. Se dedica a la producción de fotografía y video de forma profesional desde el 2013, con su marca SM Media. Ha trabajado para marcas, empresas y revistas nacionales e internacionales como creadora de contenido, estratega en comunicación y periodista. En cuanto a investigación, su tesis de Licenciatura abarca el tema de la mirada femenina en el cine costarricense dirigido y protagonizado por mujeres.

Abstract:

La manera en la que contamos historias es tan importante como la historia misma. A partir de lo anterior nace el objetivo de analizar la construcción cinematográfica de los personajes principales mujeres de los largometrajes de ficción costarricenses dirigidos por mujeres y estrenados en el año 2017, para identificar si existe una mirada específica e intencional en relación con la mujer. La investigación delimita la muestra a los largometrajes Violeta al fin y Medea, dirigidos por Hilda Hidalgo y Alexandra Latishev, respectivamente. A partir de un análisis narrativo y multimodal, y una entrevista a profundidad con las directoras, se determina que efectivamente existe una mirada intencional y específica en la creación de las protagonistas, a la cual las investigadoras

deciden llamar “mirada femenina”. Reapropiándose del polémico término y resignificándolo para tomar en cuenta su inherente performatividad, como la del género mismo, se le dota a la mirada femenina en la investigación de características relacionadas con un desarrollo audiovisual y narrativo críticos, analíticos y creativos, resultantes de un trabajo profesional y reflexivo.

Palabras clave: Mirada femenina, Cine de mujeres, Análisis narrativo, Análisis multimodal, Teoría Fílmica Feminista, Género

Resumen extenso:

El cine, como campo artístico teórico y técnico, se ha quedado atrás en cuanto a la reflexión sobre la construcción del género. A pesar del esfuerzo de cineastas, mayoritariamente independientes, por

reflejar y cuestionarse el tema, la gran mayoría de películas con mayor distribución siguen sin acudir a perspectivas de mujeres. Lo anterior se manifiesta en cuanto a profesionales: a la hora de recurrir a mujeres directoras, cinematógrafas, productoras o sonidistas; y en cuanto a las narrativas: a la hora de construir personajes mujeres. Con la articulación, todavía viva y en constante movimiento, de la cuarta ola feminista, la pluralidad de puntos de vista y de construcciones diversas alrededor de temas como el género y la orientación sexual han tenido más voz en debates del sector de la cultura y la comunicación. Con todo, los vacíos siguen siendo sustanciales.

La investigación “La ‘mirada femenina’ en el cine dirigido y protagonizado por mujeres en Costa Rica: el caso de *Violeta al fin* y de *Medea*” busca dar un paso importante en cuanto al estudio teórico del cine en Costa Rica, aportando una aproximación enfocada en la llamada “mirada femenina” y su relación con la construcción de personajes mujeres desde el punto de vista de sus creadoras. La Teoría Fílmica Feminista ha establecido numerosos argumentos que confirman la predominante existencia de una “mirada masculina” en el cine. El público espectador se ha acostumbrado a mirar de manera masculinizada, pues tanto los directores con sus puestas en escena, como los mismos personajes de las obras que vemos, son mayoritariamente hombres que siguen reproduciendo roles de género patriarcales. Las mujeres han sido rezagadas en la historia del cine a ser objetos del deseo o, en casos menos halagadores, una excusa narrativa para que el personaje masculino principal tenga razones para seguir con sus proezas.

Es esta deshumanización de la mujer en el cine y en muchos otros ámbitos sociales, lo que motiva a indagar la manera en la que mujeres cineastas costarricenses han llevado historias de mujeres a la gran pantalla. Hilda Hidalgo y Alexandra Latishev son las dos directoras nacionales que estrenan largometrajes de ficción

protagonizados por mujeres en el año 2017, con *Violeta al fin* y con *Medea* respectivamente. Partiendo de ellas y de sus dos obras correspondientes como fuentes primarias, se propone esta investigación un análisis de los dos largometrajes, acompañados del testimonio de ambas directoras, con el fin de identificar si existe una mirada intencional y específica relacionada con la mujer como cineasta y como personaje principal. Llegando así a su objetivo principal: analizar la construcción cinematográfica de los personajes principales mujeres de los largometrajes de ficción costarricenses dirigidos por mujeres y estrenados en el año 2017, para identificar si existe una mirada específica e intencional en relación con la mujer.

El estudio parten de la concepción tríplica del concepto de mirada de Laura Mulvey, conformada por los puntos de vista del o la cineasta (una mirada que puede ser colectiva del equipo de filmación o única si consideramos solo el punto de vista de la dirección), del personaje y de la o el espectador.

Como estrategia metodológica se plantea un encuentro entre 3 importantes corrientes teóricas del cine: un análisis narrativo, utilizando la triangulación de Robert Mckee y el esquema narrativo de Jean-Marie Floch; un análisis multimodal, desde una perspectiva semiótica, mediante un instrumento metodológico propio con base en la teoría de Bateman y Schmidt; y una entrevista a profundidad con las directoras de los largometrajes, así como la Teoría Fílmica Feminista como eje transversal de la investigación. De esta manera, se evita la restricción que surge de enfoques únicamente formales o únicamente culturales; esto con el fin de abordar la construcción del género de la manera más íntegra y juiciosa posible.

Con los resultados del análisis narrativo y multimodal de las películas, junto con los resultados de las entrevistas a las directoras, se concluye que efectivamente existe una mirada intencional y específica en la creación

y representación de las protagonistas en las películas. Además, que esta mirada no es una mirada de mujer, es decir, no está relacionada al género del o la cineasta, sino que se compone de un trabajo crítico e ideológico feminista y de la capacidad profesional de transmitir ideas innovadoras a través del cine como herramienta artística. Además, se propone identificar esta mirada como femenina, desde una resignificación del término, donde la mirada femenina sea una mirada performática como lo es el género mismo, con un desarrollo audiovisual y narrativo crítico, analítico y creativo: el resultado de un trabajo profesional y reflexivo.

Referencias

- Adams, P. (2000). *Film Culture Reader*. [Lector de cultura fílmica] Nueva York, Estado Unidos: Cooper Square Press. Recuperado de: shorturl.at/iABWZ
- Aiestarán, A. y López, S. (2018). *Una aproximación a los estereotipos femeninos de las series estadounidenses de Disney Channel*. Recuperado de: <https://bit.ly/2x2NI14>
- Álvaro-Estramiana, J. L., Garrido-Luque, A. y Rosas-Torres, A. R. (2018). Estereotipos de género, maternidad y empleo: un análisis psicosociológico. *Pensando Psicología*, 14(23). Recuperado de: <https://doi.org/10.16925/pe.v14i23.2261>
- Anastasio, P. y Neville, C. (2018). Fewer, Younger, but Increasingly Powerful: How Portrayals of Women, Age, and Power Have Changed from 2002 to 2016 in the 50 Top-Grossing U.S. Films [Menos, más joven, pero cada vez más poderoso: cómo han cambiado las representaciones de las mujeres, la edad y el poder de 2002 a 2016 en las 50 películas de EE. UU.]. *Sex Roles*, 80, 503–514. Recuperado de: <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0945-1>
- Araya, M.A. y Ruiz, O. (2007). *Estudio de las imágenes y atributos de la feminidad en Costa Rica: un abordaje desde la perspectiva de la violencia ejercida contra el cuerpo de las mujeres*. (Trabajo final de graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson.
- Bateman, J. y Schmidt, K. (2012). *Multimodal Film Analysis*. Nueva York, Estado Unidos: Routledge.
- Behm-Morawitz, E. y Mastro, D. (2008). Mean Girls? The Influence of Gender Portrayals in Teen Movies on Emerging Adults' Gender-Based Attitudes and Beliefs [¿Chicas malas? La influencia de las representaciones de género en las películas para adolescentes sobre las actitudes y creencias basadas en el género de los adultos emergentes]. *J MC Quarterly*, 85(1), 131-146. Recuperado de: <https://bit.ly/2gS7PW8>
- Brewer, C. (2009). *La representación estereotipada de la mujer en películas slasher: Antes vs. ahora* (Tesis de maestría). Louisiana State University, Louisiana, Estados Unidos. Recuperado de: <https://bit.ly/2wZhjb6>
- Burgos, V. (2017). *La representación de la violencia de género en el cine español (1997-2011): Procesos de victimización, marcos de reconocimiento y estrategias narrativas* (Tesis doctoral). Universitat Jaume, Castellón, España. Recuperado de: <https://bit.ly/2N4BH0g>



- Butler, J. (2017). *El género en disputa*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (1999). *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona, España: Ariel.
- Caretti, P. (2011). *El Guión de Mckee*. Recuperado de: <https://es.scribd.com/doc/50933462/EL-GUION-mckee-resumen>
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.
- Centro de Cine. (17 de octubre de 2020). No a los recortes al cine y la cultura. *Centro de Cine*. Recuperado de: <https://www.centrodecine.go.cr/2020/10/17/articulo/no-recortes-cine-cultura>
- Centro de Cine. (s.f.). *Centro Costarricense de Producción Cinematográfica: Quiénes somos*. Recuperado de: <https://bit.ly/2Ohssj5>
- Centro de Cine. (s.f.). *Fondo El Fauno*. Recuperado de: <https://bit.ly/2OfYlba>
- Cestero, A. M. (2016). *La Comunicación no verbal: propuestas metodológicas para su estudio*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/320547286_La_comunicacion_no_verbal_propuestas_metodologicas_para_su_estudio
- Chaudhuri, S. (2006). *Feminist Film Theorists Laura Mulvey, Kaja Silverman, Teresa de Lauretis, Barbara Creed*. London and New York: Routledge.
- Choueiti, M., Granados, A., Pieper, K. y Smith, S. (2010). Assessing Gender-Related Portrayals in Top-Grossing G-Rated Films [Evaluando las representaciones relacionadas con el género en las películas más taquilleras clasificadas como G]. *Sex Roles*, 62(11-12), 774-786. Recuperado de: <https://bit.ly/2lg9ym7>
- Collier-Meek, M., Descartes, L. y England, D. (2011). Gender Role Portrayal and the Disney Princesses [Representación del rol de género y las princesas de Disney]. *Sex Roles*, 64(7-8), 555-567. Recuperado de: <https://bit.ly/2zvDQna>
- Corrales, M. (2017). *Reflejo de la situación de la mujer en Costa Rica*. Recuperado de: <https://bit.ly/2ycmRR1>
- Cortés, M. L. (2002). *El espejo imposible: un siglo de cine en Costa Rica*. San José, Costa Rica: HIVOS.
- Cortés, M. L. (2005). *La pantalla rota. Cien años de cine en Centroamérica*. San José, Costa Rica: HIVOS.
- Cortés, M. L. (2008). *Luz en la pantalla: cine, video y animación en Costa Rica*. San José, Costa Rica: Centro Cultural de España.
- Cortés, M. L. (2011). Historia del cine costarricense. *Diccionario del Cine Iberoamericano*, (2), 942-950. Recuperado de: <https://bit.ly/2lOgN5b>
- Cortés, M. L. (2013). El nuevo cine costarricense. *Revista Comunicación*, 20(2), 4-17. Recuperado de: <https://bit.ly/2ORaaBo>
- Cortés, M. L. (2016). *Fabulaciones del nuevo cine costarricense*. San José: Uruk Editores.
- Cortés, M. L. (2014). Mujer y madre en el cine centroamericano actual. *Cinemas d'Amérique latine [En línea]*, (22), 152-155. Recuperado de: <http://www.kerwa.ucr.ac.cr/bitstream/>



- handle/10669/81225/5.%20Mujer%20y%20madre%20en%20el%20cine%20centroamericano%20actual.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cowie, E. (1993). Women, representation and the image [Mujer, representación y la imagen]. *The Screen Education Reader*, (23), 48-60. Recuperado de: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-349-22426-5_4
- Cowie, E. (1978). Woman as a sign [Mujer como signo]. *m/f a feminist journal*, (1), 49-63. Recuperado de: <https://www.mffeministjournal.co.uk/issue-1>
- Decreto Ejecutivo N° 42113-S. La Gaceta Diario Oficial, Alcance N°281 a La Gaceta N°240, San José, Costa Rica, 17 de diciembre de 2019. Recuperado de: https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2019/12/17/ALCA281_17_12_2019.pdf
- De Lauretis, T. (1989). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, and Fiction* [Tecnologías del Género: Ensayos de Teoría, Cine y Ficción]. Londres, Inglaterra: Macmillan.
- De Lauretis, T. (1992). *Alicia ya no: feminismo, semiótica, cine*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- Delefoco. (2018). *Festival Shnit San José 2018*. Recuperado de: <https://bit.ly/2Ef5rbF>
- Delefoco. (2018). *El largometraje costarricense Medea, sigue en cines*. Recuperado de: <https://revista.delefoco.com/15343-el-largometraje-costarricense-medea-sigue-en-cines.aspx>
- Despentes, V. (2018). *Teoría King Kong*. Madrid, España: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Desueza, A. (2012). *Los códigos que establecen el orden signifiante de lo femenino y lo masculino en Caribe y "El Solitario"* (Tesis doctoral). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Díaz, D. (2017). *María Lourdes Cortés: Escribir historia mientras corre la cámara*. Recuperado de: <https://bit.ly/2LrJC8s>
- Floch, J. (1993). *Semiótica, marketing y comunicación: Bajo los signos, las estrategias*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica S.A. Recuperado de: <https://josezamalloaj.files.wordpress.com/2016/08/semioticamarketingcomunicacion.pdf>
- Fonseca, J. (2016). *Las historias que narramos: modelos narrativos y géneros dramáticos imperantes en el cine de ficción costarricense (2008-2012)*. Recuperado de: <https://bit.ly/2O1pSJv>
- Fonseca, J. (2017). Representaciones narrativas de la mujer en el cine de ficción costarricense (2008-2012). *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, 14(2), 77-95. Recuperado de: <https://bit.ly/2N1RahN>
- Galán, E. (2007). Fundamentos básicos en la construcción del personaje para medios audiovisuales. *Revista del CES Felipe II*, (7). Recuperado de: <https://bit.ly/2ogJqOY>
- Gamboa, D. (19 de febrero de 2017). ¿Quién es el director de la película? *La Cuarta CR*. Recuperado de: <https://bit.ly/2RJizZB>
- García, B.J. (2017). Aportes de Saussure al desarrollo de la Lingüística como ciencia. *Cuaderno de Pedagogía Universitaria*, 14(28), 34-44. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/>



- Hernández, F. A. Z. y Jiménez, B. H. (2014). Los estudios de género y la teoría fílmica feminista como marco teórico y metodológico para la investigación en cultura audiovisual. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 14(3), 5-21. Recuperado de: <https://bit.ly/2Q9DenP>
- Herrera, D. y Ruiz, V. (2012). *Una lectura psicoanalítica en la película Todo Sobre mi Madre de P. Almodóvar*. (Trabajo final de graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- INAMU. (2018). *Se obtiene el porcentaje más alto de mujeres diputadas en la historia de Costa Rica*. Recuperado de: <https://bit.ly/2EfaCZ9>
- INEC. (2020). *Población de 60 años y más por grupos de edad según sexo y tamaño del hogar y otros*. Encuesta Nacional de Hogares. Recuperado de: <https://www.inec.cr/social/poblacion-adulta-mayor>
- Izquierdo, R., Orozco, R., Rojas, A., Ugalde, J. y Zúñiga, P. (2014). *Análisis Crítico del Discurso sobre Género: El caso de Bondage, El Patio y Homo Erectus en el año 2013* (Trabajo final de graduación de Licenciatura). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Konigsberg, I. (2004). *Diccionario Técnico Akal de Cine*. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Ley N°5811. San José, Costa Rica, 10 de octubre de 1975. Recuperado de: <http://oimp.ciem.ucr.ac.cr/sites/default/files/recursos/Ley%205811%20y%20su%20reglamento.%20Ley%20de%20Control%20de%20Propaganda.pdf>
- Ley N° 6968. San José, Costa Rica, 2 de octubre de 1984. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/busqueda/normativa/normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC¶m2=1&nValor1=1&nValor2=34143&strTipM=TC&lResultado=5&strSelect=sel
- Ley N°7142. San José, Costa Rica, 8 de marzo de 1990. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=10806&strTipM=TC
- Ley N°7801. San José, Costa Rica, 30 de abril de 1998. Recuperado de: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=28787&nValor3=0&strTipM=TC
- Ley N° 8589. La Gaceta Diario Oficial, San José, Costa Rica, 30 de mayo del 2007. Recuperado de: https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2007/05/30/comp_30_05_2007.pdf
- Ley N°9877. La Gaceta Diario Oficial, Alcance N°226 a La Gaceta N°215, San José, Costa Rica, 27 de agosto de 2020. Recuperado de: https://www.imprentanacional.go.cr/pub/2020/08/27/ALCA226_27_08_2020.pdf?fbclid=IwAR36yWCSJBMuZpCfLWy1Si7iKrKtbE1wsgFLzDh2oShB2k4u49ce0gJ6WA
- Lexartza, L. (2015). *Estereotipos sexistas en el cine de animación infantil* (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica, San José, Universidad Nacional, Heredia, Costa Rica.



- López, M. y Miguel, M. (2013). La fémina Disney: análisis y evolución del personaje femenino en cuatro películas de la factoría Disney. *Sociedad y Economía*, (24), 121-142. Recuperado de: <https://bit.ly/2xPIUNh>
- Menéndez, S.M. (2012). Multimodalidad y estrategias discursivas: un abordaje metodológico. *ALED* 12(1), 57-73. Recuperado de: <https://raled.comunidadeled.org/index.php/raled/article/view/77>
- Martínez, M. (2012). *Análisis Hermenéutico Profundo acerca de la Femenidad en la Leyenda "La Soga": el caso de la Obra de Alberto Cañas* (Tesis doctoral). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Martínez, M. y Moreno, R. (2016). ¿Fantasía o realidad? Estereotipos de género en el cine. En *Mujeres e investigación. Aportaciones interdisciplinarias*. Ponencia llevada a cabo en el VI Congreso Universitario Internacional Investigación y Género, Sevilla, España. Recuperado de: <https://bit.ly/2K5GcLJ>
- Mckee, R. (2019). *El guión*. Barcelona, España: ALBA EDITORIAL.
- Méndez, S. Y Merino, M.J. (2020, Julio 1). *Entrevista a Alexandra Latishev*. Recuperado de Apéndice I.
- Méndez, S. Y Merino, M.J. (2020, Julio 3). *Entrevista a Hilda Hidalgo*. Recuperado de Apéndice H.
- Miller, M. y Summers, A. (2007). Gender Differences in Video Game Characters' Roles, Appearances, and Attire as Portrayed in Video Game Magazines [Diferencias de género en los roles, las apariencias y el vestuario de los personajes de videojuegos, como se describen en las revistas de videojuegos]. *Sex Roles*, 57(9-10), 733-742. Recuperado de: <https://bit.ly/2ObHNAJ>
- Morales, B. (2015). *Roles y estereotipos de género en el cine romántico de la última década. Perspectivas educativas*. (Tesis Doctoral). Universidad de Salamanca, España. Recuperado de: <https://bit.ly/2OQR8Lq>
- Morando, J. (2018). *Las variantes de la trama: arqui trama, minitrama y antitrama*. Recuperado de: https://nanopdf.com/download/leccion-vi-taller-de-escriitores_pdf
- Moreno, J. (27 marzo 2015). Por qué Instagram retiró esta imagen de una chica con la menstruación. *BBC News*. Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/03/150327_menstruacion_rupikaur_instagram_jm
- Mulvey, L. (1973) *Visual Pleasure and Narrative Cinema. Film Theory and Criticism: Introductory Readings*. [Placer visual y cine narrativo. Teoría fílmica y criticismo: lecturas introductorias]. Eds. Leo Braudy and Mars hall Co hen. New York: Oxford UP, 1999: 833-44.
- O'Neal, K. (21 de diciembre de 2015). La situación de los derechos humanos de las mujeres en Costa Rica es muy preocupante. *Oficina de Divulgación e Información de la Universidad de Costa Rica*. Recuperado de: <https://bit.ly/2Pr0PAI>
- Pante, M. (2017). Saussure: Los conceptos que permitieron el paso de una Teoría del Lenguaje a una Ciencia del Lenguaje. *Revista Científica Retos De La Ciencia*, 1(2), 58-70. Recuperado de <http://retosdelaciencia.com/Revistas/index.php/retos/article/view/114>



- Pardo, A. (1998). Cine y sociedad en David Puttman. *Comunicación y sociedad*, 6(2), 53-90. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4323742>
- Pardo, N. (2013). *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Bogotá, Colombia: OPR-DIGITAL.
- Plaza, J.F. y Sangro, P. (Eds.) (2010). *La representación de las mujeres en el cine y la televisión con temporáneos*. Editorial Laertes.
- Ramírez, G., Piedra, J., Ries, F. y Rodríguez, A. (2011). Estereotipos Y Roles Sociales De La Mujer En El Cine De Género Deportivo. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 12(2), 82-103. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/255950204_Estereotipos_y_rolles_sociales_de_la_mujer_en_el_cine_de_genero_deportivo
- Rodríguez, G. (2015). *Del ideal a la obligación: la construcción socio-cultural del cuerpo y la belleza femenina en Costa Rica entre 1950 y 1980*. (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.
- Salazar, D. (8 de marzo de 2017). En Costa Rica el 76% de las mujeres preferirían trabajar, pero solo un 39% lo consigue. *El Financiero*. Recuperado de: <https://bit.ly/2PsCKcA>
- Santander, P. (2011). Por qué y cómo hacer análisis del discurso. *Cinta moebio*, (41), 207-224. Recuperado de: <https://bit.ly/2hehDf9>
- Sciamma, C. (2019). [BAFTA Guru] Céline Sciamma on Letting Desires Dictate Writing | Screenwriters' Lecture Series. [Archivo de Video] Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=H7F9k-340fc&t=1393s&ab_channel=BAFTAGuru
- Silvestrini, M. y Vargas, J. (2008). Fuentes de información primarias, secundarias y terciarias. Recuperado de: <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>
- Soto, A. (2013). La Crítica Fílmica Feminista y el Cine de Mujeres. *Revista Escena Universidad de Costa Rica*, 36(72-73), 55-64. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/escena/article/view/14456>
- Teixido, G., Medina, P. y Alsina, R. (2012). La Perspectiva de género en el estudio de la representación de la inmigración en el cine español contemporáneo: el caso de "Princesas". *CIC: cuadernos de información y comunicación*, (17), 321-337. Recuperado de: <https://bit.ly/2ljlqmc>
- Tello, L. (2016). La 'mirada femenina': estereotipos y roles de género en el cine español (1918-2015). *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, (34), 1-16. Recuperado de: <https://bit.ly/2OeLzcG>
- Torres, P. (2008). La recepción del cine mexicano y las construcciones de género: ¿formación de una audiencia nacional?. *La ventana. Revista de estudios de género*, 3(27), 58-103. Recuperado de: <https://bit.ly/2N3fbot>
- Villa, A. D. (2016). *La construcción socio-cultural de la masculinidad: Un análisis de las identidades masculinas representadas en el cine español de principios del S. XXI* (Tesis Doctoral). Universidad de Alicante, España.
- Wallis, C. (2010). Performing Gender: A Content Analysis of Gender Display in Music Videos [Ejecución de género: Un análisis de contenido de la pantalla de género en videos musicales]. *Sex Roles*, 64(3-4), 160-172. Recuperado de: <https://bit.ly/2QWrvKy>



Zapelli, G. (2011). *Seis guiones en busca de autor: Narratividad audiovisual en Costa Rica. Relatos y discursos en los guiones de 6 largometrajes nacionales de la década de los 2000/2010* (Tesis doctoral). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Continúan las malas noticias: Sexismo y patriarcado dominan las noticias y los medios.

Vilma Peña Vargas

Comunicadora. Historiadora. Con Maestría en Estudios de Psicología Grupal y Doctorado en Educación con Mención en Mediación Pedagógica. Docente, extensionista e investigadora de la Universidad Estatal a Distancia, UNED Costa Rica. Con experiencia en trabajo universitario, comunicación para el cambio social, estudios de género y responsabilidad social. Es coordinadora de la RED UNED RESPONSABLE; coordinadora del Monitoreo Global de Medios, GMMP Costa Rica; integrante de la Alianza Global de Medios y Género, GAMAG; gestora del Observatorio de Género y Medios Centroamericano, GEMA.

Ana Xóchitl Alarcón Zamora

Planificadora, con Maestría en Evaluación de Programas y Proyectos Sociales, es productora audiovisual y docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva UCR, ha sido docente en la UNED en la Maestría de Tecnología Educativa. Cofundadora y coordinadora del Centro de Imagen del Instituto Nacional de Aprendizaje(1995-2004). Directora de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva UCR (2004-2008). Directora del Canal 15 UCR (2008-2012) Directora del Centro Costarricense de Producción Cinematográfica del MCJ 2018-2020. Es investigadora voluntaria del Monitoreo Global de Medios, GMMP Costa Rica desde el 2009.

Abstract

La afirmación del titular puede parecer exagerado, pero no lo es. Es la realidad de todos los días, en la mayoría de los países del mundo.

Es lo que revelan los datos del Monitoreo Global de Medios que realizamos a nivel mundial cada 5 años. El 2020, más de 120 países del mundo participaron y la observación se centró en un día usual de noticias, el 29 de setiembre. En Costa Rica, participaron 49 personas voluntarias aportando a esa investigación colectiva.

Codificamos a partir de una matriz para cada plataforma: impresos, radio, TV, portales noticiosos de Internet y Twitter, organizada en 5 secciones: 1. la información de la noticia, 2. un análisis desde

la perspectiva de género, 3. identificación de la persona periodista, 4. análisis de las personas en las noticias y 5. una valoración si la noticia debe ser posteriormente analizada, con un espacio para comentarios o descripción de imágenes si las hubiera.

Este ejercicio, nos permite un análisis de la perspectiva de género, un importante retrato de los medios de comunicación y una aproximación al tratamiento periodístico costarricense.

Palabras clave: Medios de comunicación, género y realidad, noticias, sexismo, patriarcado.

Resumen extenso

En Bangkok 1994, en el marco de la conferencia



mundial «Women Empowering Communication», un grupo de mujeres aliadas a la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana, (WACC, por sus siglas en inglés), tomaron el desafío de imaginarse: ¿cómo se verían hombres y mujeres en un día usual de noticias? Así nace la iniciativa del Monitoreo Global de Medios (GMMP).

Esa iniciativa se puso en marcha en 1995, marcando el inicio del estudio de género y medios de mayor dimensión e importancia a escala mundial. Actualmente el GMMP tiene un marco de acción mundial y este ejercicio de investigación e incidencia se repite cada cinco años y cada vez más países se suman a la iniciativa. Costa Rica participó de esta investigación por primera vez en el 2010.

Las mujeres representan la mitad de la especie humana, son seres que llegan al mismo tiempo que los hombres a la vida, no son producto de una costilla como lo enuncia el mito bíblico de la creación, ni son el premio de nadie cuando la vida llega a su final. Tampoco las mujeres son observadoras pasivas de lo que ocurre en el planeta, ni cuerpos ni caras lindas que se asocian a distintos productos o servicios; ni presa fácil de matar, pese a las estadísticas nacionales y mundiales, datos reveladores que muestran que las mujeres están siendo violentadas y muertas por ser mujeres y ser consideradas propiedad de al menos un hombre. (Observatorio de Justicia, 2017, 2018).

En el mundo y según las Naciones Unidas, un 35% de las mujeres alrededor del mundo han experimentado algún tipo de violencia, solo por el hecho de ser mujeres. (ONU MUJERES, 2019).

Un breve recuento histórico del Monitoreo Mundial de Medios nos revela desde 1995 y hasta el presente que es necesario:

- Correlacionar la representación y la representación de las mujeres en los medios de comunicación de todo el mundo.

- Desarrollar un instrumento de investigación de base.

- Construir solidaridad entre los grupos de estudio, el activismo de género y de la comunicación en todo el mundo.

- Crear conciencia y transformación de los medios de comunicación.

- Desarrollar las habilidades de los medios de vigilancia a nivel internacional. (GMMP, 2015).

El primer informe del GMMP fue presentando en setiembre de 1995 en la plataforma de Beijing, de manera que el GMMP está directamente relacionado con el objetivo estratégico J.2 que busca: «Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios de comunicación.» (Declaración de Beijing, 1995).

Ya para Beijing +5, en el año 2000 este estudio se enfoca en cuatro grupos de indicadores de género en los medios:

- Representación y voces de las mujeres y hombres como sujetos de noticias.

- Entrega noticiosa -características y responsabilidades de periodistas.

- Contenido de las noticias —estereotipos de género e iniquidades de género

- Práctica periodística —refuerzo o retos de los estereotipos.

En el 2010, se comprueba que 15 años después la situación se mantiene prácticamente idéntica, esto significa que los hombres siguen dominando la información, ondas y pantallas, mientras que la invisibilidad de las mujeres se mantiene. El 25 de marzo del 2015, se realizó el quinto monitoreo, reuniendo a 114 países. A la fecha, esta investigación continúa siendo la investigación en estudios de género en los medios más extensa que existe. Es también, la iniciativa de incidencia pública más grande en el mundo que evalúa cómo ha ido cambiando la representación de género en los medios y es además la investigación con mayor cantidad de personas investigadoras en género



y medios de diversas procedencias que trabajan de manera voluntaria.

El 29 de setiembre del 2020, se produjo en plena pandemia y por primera vez de manera virtual, el trabajo de los equipos que sumaron 120 países, los resultados lamentablemente refuerzan las tendencias, no hay suma ni se presentan variaciones significativas en relación a la representación de las mujeres en los medios, con excepción de la televisión y el COVID, que por supuesto exalta la presencia de las mujeres en el tema de salud, aunque siempre es minoría, la posibilidad de retar los estereotipos de género desde las noticias se reduce a un solo 3%.

Tabla 1. Resumen de las ediciones mundiales del GMMP

Año	Cantidad de países participantes	Desigualdad de mujeres y hombres en las noticias
1995	70	17%-83%
2000	70+	18%-82%
2005	76	21%-79%
2010	100	24%-76%
2015	114	24%-76%
2020	120	26%-74%

Fuente: Elaboración propia.

Así, las cosas no parecen progresar al ritmo que deberían, sino por el contrario, se produce una tendencia que muestra regresión y estancamiento de las formas en cómo aparecen las mujeres y los hombres en los medios y en las noticias, hecho que atenta contra la justicia e igualdad de género, pero especialmente se convierte en un indicador de rezago de la especie humana, al seguir apostando a una

sociedad patriarcal que ha degenerado en violencia y destrucción de la vida.

Nos proponemos presentar un resumen de la evolución histórica de los resultados del GMMP de 1995 al 2020. Haciendo especial énfasis en el capítulo Costa Rica que ya ha participado en 3 ocasiones.

Referencias

ACNUR. Agencia de la ONU para refugiados. «9 datos sobrecogedores sobre violencia de género en el mundo.» *ACNUR Blog Noticias*. Acceso el 8 de marzo 2019, <https://eacnur.org/es/actualidad/noticias/emergencias/9-datos-sobrecogedores-sobre-violencia-de-genero-en-el-mundo>

AGEMI. *Advancing gender equality in the media*. «Macharia, Sarah. The power of media monitoring: the Global Media Monitoring Project.» Entrevista efectuada en 2018. Video en Youtube. Acceso el 10 de junio 2019. https://www.youtube.com/watch?v=_yI3IWHmbNw

Azevedo de Aguiar, Leonel y Angela Schaun. «A notícia e a lógica das sensações: uma contribuição para as teorias do jornalismo». *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui* N°132 (2016): 225-243.

Herrera Gómez, Coral. «*La Construcción Sociocultural de la Realidad, del Género y del Amor Romántico*.» Tesis en Humanismo. Universidad Carlos III, 2009.

Herrera Gómez, Coral. «*La construcción de la realidad en los medios*.» Ponencia realizada en el taller del Monitoreo Global de Medios Costa Rica, 7 de setiembre, 2019.



- GEMA, Observatorio de Género y Medios. «*Presentación de resultados Monitoreo Global de Medios 2015.*» Video en Youtube 2015. Acceso el 5 de junio de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=jyckSaS3XVY>
- GEMA, Observatorio de Género y Medios. *Informe nacional 2015. Monitoreo Global de Medios.* San José: GEMA, 2015.
- GEMA, Observatorio de Género y Medios. «*Monitoreo Global de Medios Costa Rica.*» Video en Youtube 2015. Acceso el 9 de abril de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=tH7fOFNG5TE>
- ONU, Organización de las Naciones Unidas. «*Declaración y Plataforma de Acción de Beijing.*». Acceso el 19 de abril de 2019, <http://www.un.org/womenwatch/daw/beijing/pdf/BDPfA%20S.pdf>
- ONU MUJERES. «Según un informe de las Naciones Unidas se han de tomar medidas urgentes para combatir la violencia contra mujeres y niñas». Noticias. Acceso el 24 de setiembre, 2015 <https://www.unwomen.org/es/news/stories/2015/9/cyber-violence-report-press-release>
- Peña-Vargas, Vilma. «La Universidad Estatal a distancia, humanismo y ruralidad. Claves desde la responsabilidad social, el género, y la ecología». En *La educación a distancia y virtual, estrategias de impulso al desarrollo rural en América Latina. Edición de Claudio Rama y Claudia Toro*, 17-35. Colombia: Universidad Agraria-Virtual Educa, 2018.
- República de Costa Rica. Poder Judicial. «*Estadísticas del Observatorio de Violencia de Género contra las Mujeres y Acceso a la Justicia.*» Acceso el 19 de junio de 2019, <https://observatoriodegenero.poder-judicial.go.cr/soy-especialista-y-busco/estadisticas/femicidio/>
- UNESCO. *Indicadores de género para medios de comunicación.* París: UNESCO, 2014.
- Vega Montiel. Aimée. *La dimensión de género en los indicadores de medios y tic de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.* Mexico: UNAM, 2017. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6435762>
- Vega Montiel. Aimée. «El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación.» *Comunicación y Medios* N°30 (2014): 9-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5242615>
- WACC-ISIS. *The Bangkok Declaration.* Bangkok: Women Empowering Communication Conference, 1994. Acceso el 24 de agosto, 2019, <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20declaration.pdf>
- WACC. *The New York Declaration.* New York: Gender & media: challenges and opportunities in the Post 2015 era, 2017. Acceso el 24 de agosto, 2019, <http://cdn.agilitycms.com/who-makes-the-news/Imported/documents/bangkok%20declaration.pdf>
- WACC. *Reporte Global Monitoreo Global de Medios.* Toronto: WACCGlobal, 2015. Acceso el 24 de agosto de 2019, <http://whomakesthenews.org/gmmp/gmmp-reports/gmmp-2015-reports>
- WACC. *Reporte Preliminar del Global Monitoreo Global de Medios.* Toronto: WACCGlobal, 2021. Acceso el 3 de marzo de 2021.



Desigualdad de género en la profesión de relaciones públicas

Sandra Milena Ortega Restrepo

Nacida en la ciudad de Medellín, Colombia en 1983. Con formación en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas de la Universidad de Medellín y especialista en Marketing por la Universidad Pontificia Bolivariana. Tengo experiencia profesional de más de 10 años en el sector público y privado, así como en asesoría de empresas. Actualmente estoy realizando la Maestría en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sao Paulo con beca de estudios. Estoy casada y soy madre de un hijo de 3 meses de edad.

Abstract

Este texto pretende traer elementos para discutir sobre la importancia de desarrollar investigaciones sobre mujeres y género en el campo de la comunicación y relaciones públicas en Brasil, así como reflexionar sobre la condición desigual de las mujeres profesionales de relaciones públicas en el escenario organizacional. Para ello, presentamos el estado del arte de la investigación sobre la temática en Brasil, así como la estructura de la investigación cualitativa en curso, con historias de vida de cuatro mujeres relaciones públicas.

Palabras clave

Igualdad de género, historias de vida, relaciones públicas

Resumen

Hoy en día los términos diversidad e igualdad de género son comunes en el ámbito organizacional, sin embargo, ¿qué significan realmente para las mujeres y cómo impactan sus vidas?

Existe un problema social en Brasil: la persistencia de la condición de desigualdad de las mujeres en el ámbito laboral, que se traduce en la baja representación de las mujeres en los puestos de decisión dentro de las organizaciones, la marginación del trabajo y la brecha salarial, como lo muestra los informes de estadísticas de género: indicadores sociales de la mujer en Brasil (2018) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)¹ y Global Gender Gap Report (2020)² del Foro Económico Mundial.

Esta realidad ha impedido que las mujeres asciendan en las organizaciones para alcanzar posiciones de liderazgo, fenómeno denominado techo de cristal, "barrera transparente que evita elevarse por encima de cierto nivel en la corporación" (MORRISON; WHITE; VAN VELSOR, 1987, p. 13). Los autores ven esto como una barrera para las mujeres como grupo, que impide que las personas avancen simplemente porque son mujeres y no porque no puedan ocupar puestos de trabajo en niveles superiores.

¹ Estudio realizado en 2018 por el IBGE con el objetivo de ubicar la igualdad de género como uno de los ejes de las políticas públicas en Brasil. Disponible en: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101551_informativo.pdf.

² Global Gender Gap Report (2020 es un informe anual sobre las desigualdades de género realizado desde 2006 por el Foro Económico Mundial y que tiene como objetivo cuantificar la magnitud de las disparidades de género en los países para crear una conciencia global de los desafíos que representan las brechas de género, así como las oportunidades que surgen cuando estas se toman medidas para reducirlos. Disponible en: <https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>.

Este problema rara vez se aborda en el campo de la comunicación y las relaciones públicas. Esta conclusión se tomó de la revisión bibliográfica realizada por Ortega (2019) de la producción académica sobre mujer y género en las relaciones públicas. En el referido estudio, las palabras clave “mujer” y “género” se utilizaron para buscar en el catálogo de tesis y disertaciones de CAPES³ durante los últimos cinco años (2015-2019). En total se encontraron 162 disertaciones y 50 tesis. La mayoría de ellos son estudios de arte y medios. También fueron revisadas las revistas electrónicas de producción científica Intercom⁴ y Organicom⁵ entre los años 2015 a 2019, así como los anales del congreso Abrapcorp⁶ en sus 13 años de existencia (2007-2019). En total, se encontraron 86 artículos en las áreas de periodismo, publicidad y comunicación pública, y sólo 11 artículos abordan el tema de la mujer en el entorno organizacional.

Además podemos decir que los estudios de género están tradicionalmente relacionados con los medios de comunicación, como fue constatado en la revisión bibliográfica realizada por Escosteguy (2008), donde los temas de los trabajos encontrados se ubican en las subáreas de periodismo y publicidad. En las subáreas de comunicación organizacional y relaciones públicas, existe poca producción científica sobre mujer y género y no hay un estudio específico sobre mujeres relaciones públicas.

Debido a la persistencia de la condición desigualdad entre géneros en el ambiente laboral en Brasil, mi investigación de maestría aborda los reveses y desafíos que enfrentan las mujeres de relaciones públicas a lo largo de sus carreras por el simple hecho de ser del sexo femenino.

Con el propósito de aproximarnos a las prácticas

organizacionales que contribuyen a la permanencia o exclusión de las mujeres en las empresas y analizar las representaciones del género femenino contenidas en las trayectorias de las mujeres profesionales de relaciones públicas, hemos optado por la investigación cualitativa con historias de vida, que según Hodgkin (2008), permite dar voz a las experiencias de las mujeres.

En esta metodología de investigación, es importante generar un ambiente de confianza donde las personas se sientan cómodas compartiendo sus experiencias de vida, sin embargo, debido al escenario pandémico, los encuentros fueron virtuales y fue necesario realizar varias videollamadas antes de comenzar la investigación propiamente dicha, para construir una pequeña relación entre la investigadora y las participantes. Posteriormente, cuando fue posible generar un ambiente de confianza, se realizaron tres reuniones con cada una.

La grabación de las reuniones se realizó con la autorización previa de las participantes y las historias fueron transcritas íntegramente, conservando, en la medida de lo posible, toda su riqueza, falta de lenguaje, lapsos, mecanografía, modismos, así como los silencios o pausas de las narradoras.

Para el tratamiento de las historias de vida fue elegido el Análisis Crítico del Discurso (ACD), que es una forma de ciencia social crítica, diseñada para mostrar los problemas que enfrentan las personas. Según Fairclough, que utilizó por primera vez el término análisis crítico del discurso, en el texto titulado Metas críticas y descriptivas en el análisis del discurso, publicado en 1985, “como condición de las ciencias sociales críticas, la ACD tiene

³ Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior é uma fundação vinculada ao Ministério da Educação do Brasil <https://www.gov.br/capes/pt-br>

⁴ Revista Brasileira de Ciências da Comunicação <https://www.portalintercom.org.br/>

⁵ Revista da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo <https://www.revistas.usp.br/organicom>

⁶ Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas <http://portal.abrapcorp.org.br/anaais/>



objetivos emancipatorios y se centra en llamados "perdedores" dentro de ciertas formas de vida social: los pobres, los socialmente excluidos, los que están sujetos a relaciones opresivas de raza y sexo, etc. "(p.6).

Esperamos que los resultados de esta investigación posibilite la comprensión de cómo operan los discursos de igualdad de género en el ambiente organizacional, y sus implicaciones reales en la vida de las mujeres, así como mostrar caminos para la construcción de una sociedad mejor, donde las mujeres también puedan progresar en sus carreras y ocupar cargos de gestión.

Referencias

ESCOSTEGUY, A. C. (2008). Uma introdução aos Estudos Culturais. *Revista FAMECOS*, 5(9), 87-97. Disponible en <<https://doi.org/10.15448/1980-3729.1998.9.3014>> Ingreso: 26 de octubre de 2019

HODGKIN, S. Telling It All: A Story of Women's Social Capital Using a Mixed Methods Approach. *Journal of Mixed Methods Research*. October 1, 2008. Disponible en <<https://doi.org/10.1177%2F1558689808321641>>. ingreso: 13 enero 2020

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Relatório Estatísticas de Gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil, 2018. Disponible en: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/>

multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=publicacoes>. ingreso: 08 abril 2019.

MORRISON, ANN M., RANDAL P. WHITE, AND E. V. V. Breaking the Glass Ceiling: Can Women Reach tAe Top of America's Largest Corporations? Addison Weed. New York, 1987

WORLD ECONOMIC FORUM. Global Gender Gap Report, 2020. Disponible en: <<https://www.weforum.org/reports/gender-gap-2020-report-100-years-pay-equality>> Ingreso: 13 enero 2020.

FAIRCLOUGH, N. & MELO, I. F. de. (2012). Análise Crítica do Discurso como método em pesquisa social científica. *Linha D'Água*, 25(2), 307-329. Disponible en: <<https://doi.org/10.11606/issn.2236-4242.v25i2p307-329>> Acesso em: 03 junio 2020.



La Liga Feminista Costarricense: actoras, redes de interacción y plataformas mediáticas.

Zeanny Morales Bejarano

Bachiller en Publicidad y Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva por la Universidad e Costa Rica. En la actualidad egresada de la Maestría Académica en Historia por la misma institución. Las líneas de investigación son afines con la historia de las mujeres, en particular, la participación política, la representación mediática, la propaganda, así como la circulación de conocimiento que posibilitan las organizaciones nacionales e internacionales de mujeres. Con estudios incipientes en Historia Ambiental.

Abstract

La ponencia presente el avance de una investigación que analiza los vínculos que establecen las integrantes de la Liga Feminista con organizaciones de mujeres en el marco del feminismo transnacional de inspiración sufragista y el grado de centralidad de Ángela Acuña en la articulación de esos vínculos. También esboza el perfil sociodemográfico de las integrantes de la Liga Feminista y las plataformas mediáticas que permitieron la difusión de sus ideas. Se toma prestado el concepto agencia social de Saba Mahmood (2001) para comprender la capacidad de acción del grupo, así como al Análisis de Redes Sociales (Molina, 2005) y la teoría de grafos para verificar las relaciones que propician sus integrantes y hacer visibles los nodos y el grado de cohesión de la red.

Palabras clave Feminismo- Liga Feminista-Redes sociales

Resumen

Cuando se aborda la historia de las mujeres de Costa Rica, la Liga Feminista se convierte en un referente obligado. Si bien este grupo ha sido estudiado desde diversas disciplinas, la ponencia revisita esta agrupación como un ente que genera interacciones personales e institucionales tomando como fuente de inspiración el sufragismo europeo y estadounidense que, como plantea Asunción

Lavrín (2014) es, en ese sentido global. A este primer impulso se sumarían nuevas propuestas que de a poco introducen la mirada de las mujeres latinoamericanas pero, como lo afirma la autora, la propuesta inicial a las argentinas por ejemplo, fue desde esa perspectiva y lo mismo se puede decir de las costarricenses.

Las integrantes de la Liga Feminista adoptan varias medidas para dar a conocer sus propuestas y llamar a la acción política, en un entorno renuente a los cambios. Por ello, el trabajo toma prestada la propuesta de Saba Mahmood (2001) que entiende la agencia como la capacidad de actuar dentro de estructuras socioculturales que limitan la acción de las mujeres.

Se recurre al Análisis de Redes Sociales porque siguiendo a Molina (2005), este acercamiento permite observar interacciones institucionalizadas (intercambios culturales) en el marco de estructuras sociales preexistentes que las condicionan en razón de clase, etnia, género, estatus, etc. De acuerdo con J.A. Barnes, los contactos que establece una persona pueden visualizarse como puntos conectados por líneas que representan la interacción, y la teoría de grafos porque facilita el análisis de esas estructuras, hace visible la fuerza de las conexiones, la solidez de la intermediación y la cohesión de la red social.

Se busca responder a preguntas tales como: ¿Qué vínculos establecieron las integrantes de la Liga Feminista con otras organizaciones? ¿Qué grado de centralidad tuvo Ángela Acuña y otras de sus compañeras en la articulación de esos vínculos? ¿Qué medios de comunicación sirven de plataforma a las integrantes de la Liga Feminista? y ¿Qué características sociodemográficas comparten?

En lo que toca al estado del arte, varios estudios profundizan en la génesis de organizaciones de mujeres en el período liberal (Nash, 2004; Ezama, 2011; y Montenegro, 2012)¹, en el asociacionismo con fines religiosos, filantrópicos, etc., (Salinas, 1987; Maqueira, 1995; Galeana, 2012; Ortiz, 2013; Ludec, 2017; y Del Valle, 2001)²; en el impulso que recibe el sufragismo de América Latina de organizaciones transnacionalistas (Luna, 1985, Luna 2003, Cano, 2013)³; y en las pioneras feministas (Cano, 1990; Ramos, 2011; Cano, 2011; Rodríguez, 2012; y Fernández, 2016). Estos trabajos abordan aristas de la participación en América Latina (Miller, 1991) que, rara vez, aborda la situación de las centroamericanas y mucho menos de las costarricenses.

El grado de centralidad de Ángela Acuña Braun y las relaciones que establece le permiten alcanzar objetivos concretos. Ella describe los primeros años de su lucha como un trabajo en solitario (1969) que con el tiempo cuenta con el apoyo de mujeres con las que crea filiales de organizaciones internacionales como la Liga Internacional de Mujeres por la Paz y la Libertad, la Mesa Redonda

Panamericana, la Liga Internacional de Mujeres Ibéricas e Hispanoamericanas, la Comisión Interamericana de Mujeres y la Unión de Mujeres Americanas.

La revisión constata el liderazgo de Acuña pero, también, de otras integrantes de la Liga cuyos aportes han sido poco reconocidos cuando no invisibilizados. Las estrategias de comunicación utilizadas por este grupo son diversas: varias publican textos educativos, literarios; algunas son ponentes en congresos; otras publican en revistas y periódicos, e incluso, fundan revistas con el fin de difundir su pensamiento. Se hallaron referencias sobre la asistencia a conferencias internacionales y la organización de eventos en el país, así como el intercambio de telegramas y correspondencia. En ese proceso, superaron fronteras nacionales, idiomáticas y culturales evidenciando que, en el fondo, compartían inquietudes similares alrededor de la naturalización de la subordinación de las mujeres.

Referencias

- Acuña, A. (1969). *La mujer costarricense a través de cuatro siglos*. Tomo I y II. San José, Costa Rica: Imprenta Nacional.
- Barnes, J.A., (1954). Class and Committees in a Norwegian Island parish," Sage Journals , p.43. En <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001872675400700102>

¹ Miller aborda los movimientos feministas en América Latina (en especial en Perú, Chile, Uruguay, Brasil, Argentina y México; y, en Centroamérica estudia la participación de las guatemaltecas y las costarricenses en las luchas de sus respectivos países en la década de 1940. Ezama estudia la preeminencia de la carrera pedagógica en las sufragistas y los vínculos de estas mujeres con los medios de prensa. Montenegro sigue la genealogía y organiza en cuatro olas la evolución del sufragismo: una primera ola contempla los Países Nórdicos y Oceanía (1869 a 1918); la segunda, a otros países de Europa, América Latina y el Caribe (1919 a 1944); la tercera, a Asia, el Medio Oriente y África (1945 a 1955); y la última, a países que habían quedado rezagados. Nash por su parte, revisa los movimientos de mujeres estudiando los casos de Francia, Inglaterra, España, Holanda, Rusia y los Estados Unidos y la forma en que la condición de las mujeres se inserta en el debate de los organismos internacionales en las primeras décadas del siglo XX.

² Salinas enfoca el análisis en las tensiones que impulsaron la creación de agrupaciones feministas en Chile; Galeana estudia el asociacionismo católico, las mujeres cronistas en Brasil y las monjas en Hispanoamérica; Ortiz aborda la participación de las mujeres españolas en la masonería y en los movimientos nacionales e internacionales de corte sufragista en la década de 1920; mientras que Ludec analiza el papel de la filantropía como espacio de tránsito que posibilitó el paso de las mujeres al ámbito público.

³ Lola Luna analiza el caso de Colombia y México.



- Cano, G. (1990). México 1923: Primer Congreso Feminista Panamericano. *Debate feminista*, pp. 303-318.
- Cano, G. (2011). Elena Arizmendi, una habitación propia en Nueva York, 1916-1938. *Revista de historia de las mujeres* 18, pp. 85-114. Acceso el 10 de abril de 2018. <http://revistaseug.ugr.es/index.php/arenal/article/view/1442>
- Cano, C. (2013). Debates en torno al sufragio y la ciudadanía de las mujeres en México. *Estudios Sociológicos*, pp.7-20. Acceso 10 mayo de 2018. https://www.jstor.org/stable/43202531?seq=1#page_scan_tab_contents
- Del Valle, T. (2001). Asociacionismo y Redes de Mujeres ¿Espacios puente para el cambio? *Anuario de hojas de Warmi* 12.
- Ezama, A. (2011). Ana de Castro Osorio, una mujer que traspasó fronteras: sobre unos textos olvidados en la española Revista de la Raza. *Revista de Escritoras Ibéricas* 1 (2013) Ana Aguado y Teresa Ortega (Coords.), *Feminismos y antifeminismos. Culturas políticas e identidades de género en la España del siglo XX*, Valencia, pp. 01-128.
- Fernández, M. (2016). Activismo político y feminismo en la República Dominicana. Petronila Angélica Gómez y Fémina (1922-1939). *Revista Chilena de Estudios Latinoamericanos* 7.
- Galeana, P. (2012). *Historia comparada de las mujeres en las Américas*. México: Instituto Panamericano de Geografía e Historia-UNAM.
- Lavrín, A. Lavrín, A. (2014). Mujeres latinoamericanas en la historia: diálogos con Asunción Lavrín". *Mora*, nº 8, Diciembre 2002, p. 124. María José Guerra Palmero, "Feminismo transnacional, globalización y derechos humanos", *Dilemata* año nº 15, 161-169.
- Ludec, N. (2012). La filantropía femenina en la construcción de la ciudadanía: *Semillas, una experiencia mexicana. Amérique Latine Histoire et Mémoire. Les Cahiers ALHIM*. Acceso el 12 junio 2017. <http://alhim.revues.org/4354>
- Luna, L. (2003). *Los movimientos de mujeres en América Latina y la renovación de la historia política*, Centro de Estudios de Género, Mujer y Sociedad. Santiago de Cali: Universidad del Valle.
- Luna, L. (2013). Los Movimientos de Mujeres en Colombia feminismo y feminidad (1930-1943). *Boletín Americanista* (35), pp. 169-190.
- Mahmood, S. (2019), "Teoría feminista y el agente social dócil: algunas reflexiones sobre el renacimiento islámico en Egipto", *Papeles del CEIC*, vol. 2019/1, papel 202-308. (<http://dx.doi.org/10.1387/pceic.20282>).
- Maquieira, V. (1995). Asociaciones de mujeres en la Comunidad Autónoma de Madrid. En *Las mujeres de Madrid como agentes de cambio social*. Margarita Ortega López (Dir.), Ma. Jesús Matilla, Esperanza Frax, Pilar Folguera, Ma. Jesús Vara, Virginia Maquieira. España: Instituto Universitario de Estudios de la Mujer, Universidad Autónoma de Madrid.
- Miller, F. (1991). *Latin American women and the search for social justice*. Hanover and London: Universitypress of New England.



Molina, J.L. (2005) El estudio de las redes personales: contribuciones, métodos y perspectivas EMPIRIA. Revista Metodología de Ciencias Sociales. N.º 10, 71-105.

Montenegro, R. (2012). El voto femenino en Nicaragua: una historia oculta. *Encuentro* 91, pp. 91-115. <http://lamjol.info/index.php/ENCUENTRO/article/viewFile/682/507>.

Nash, M. (2004). Mujeres en el mundo. Historia, retos y movimientos. España: Alianza Editorial.

Ortiz, N. (abril-2013). Las Mujeres en la Masonería Española (1868 - 1939). *REHMLAC*, 76, 4, (2), pp. 75-88, acceso el 5 de julio de 2018. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/REHMLAC/article/viewFile/12185/11468>

Ramos, M. D. (2011). Feminismo laicista: voces de autoridad, mediaciones y genealogías en el marco cultural del modernismo. En *Feminismos y Antifeminismos. Culturas Políticas e Identidades de Género en la España del Siglo XX*. Ana Aguado y Teresa Ortega (Coords.) Valencia: Universitat de Valencia.

Rodríguez, E. (2012). Desde hoy el voto queda bajo las caprichosas influencias del sexo. Ciudadanía, participación política y luchas por el sufragio femenino en América Central (1890-1965). En *Historia comparada de las mujeres en las Américas*. Coord. Patricia Galeana. México: Instituto Panamericano de Geografía e Historia. UNAM.

Salinas, C. (1987). *La mujer proletaria: una historia por contar*. Santiago: Ediciones Literatura Americana Reunida.



Programa

Narrativas, género y comunicación

Panel 1
Rompiendo el silencio.
Voces que traspasan el humo.

Objetivo

Presentar resultados de investigación del Programa Prácticas culturales, enfatizando en los distintos sujetos de estudios, históricamente silenciados y son eje central de las investigaciones del programa

Compartir con actores clave, resultados de las investigaciones



Lo que se quedó en las palabras: raíces bantúes en los costarriqueñismos

Isis Campos Zeledón

Desde hace 20 años comenzó a laborar en la estatal Universidad de Costa Rica, donde ha fungido como docente, investigadora y encargada de proyectos de acción social. En 2014 concluye su primera investigación, que reporta -en formato de audiovisual documental- los hallazgos en torno a la profunda raíz afro que nutre a la población costarricense. En 2021 concluyó su última investigación sobre la presencia de palabras en lenguas bantúes que sobreviven en el habla popular del Valle Central

Resumen

Parte de la construcción de la identidad costarricense gira en torno a la "blanquitud" derivada del origen europeo de su población; adscribiendo las "particularidades" del lenguaje (costarriqueñismos) a herencias de lenguas indígenas y a la creatividad de sectores campesinos a quienes sí admite como representantes de una época colonial donde todas las personas eran "igualiticas".

Este artículo hace una primera exploración sobre las huellas Bantúes -una raíz que comparten una gran cantidad de lenguas africanas- presentes en los costarriqueñismos, como evidencia depugnas interculturales marcadas por quienes llegaron de África a Costa Rica desde la conquista y, que aún enfrentados a la obligación de asumir la lengua hegemónica, encontraron las formas para seguir pronunciando palabras que guardan tiempos de sometimientos y resistencias a través de las bocas de sus tataranietas y sus tataranietos.

Palabras clave:

Violencia intercultural- costarriqueñismos- lenguas Bantúes- afromestizaje

Referencias bibliográficas

- Agüero, A. (1996). Diccionario de Costarriqueñismos y Fonología y Fonética Españolas. Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.
- Gagini, C. (1892). Diccionario de Barbarismos y Provincialismos de Costa Rica. Tipografía Nacional.
- Portilla, M. (2013). Heterogeneidad lingüística en La vorágine. Filología y Lingüística, 39(2), 61-74
- Portilla, M. (2013). Etimologías del Español de Costa Rica. Káñina, 38(3), 153-162
- González Dobaño, D. (2013-2014). Glosario de africanismos recogidos en la parte no lexicográfica de la obra El Monte de Lydia Cabrera [Trabajo de Diploma, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas]



- Guerrero Ruiz, P., Pastor Pastor, B. y Depestre Catony, L. (2003). Glosario Popular Cubano (Estudio de cubanismos actuales). *Lenguaje y Textos*, 20(1), 139-160
- Leyva Escobar, M. (2016). Cambios semánticos en los vocablos de origen bantú presentes en el habla coloquial cubana. *Islas*, 58(182), 28-36
- Valdés Acosta, G. (2000). La herencia bantú en el centro de Cuba los hechos lingüísticos *Islas*, 42(124), 23-31
- De Ávila Torres, D. R. (2017). San Basilio de Palenque y su organización social El kuagro como referente histórico cultural. *Hexágono Pedagógico*, 8(1), 155-163. <https://doi.org/10.22519/2145888X.1071>
- Maglia, G. y Moñino, Y. (2015). Oralitura de San Basilio de Palenque temas europeos, africanos y criollos. *Cuadernos de Literatura*, 19(38), 171-201. <http://doi.org/10.11144/Javeriana.cl19-38.osbp>
- Avaes Delgado, A. (2012). El uso de bantuisms no religiosos en el municipio Primero de Enero. [Trabajo de diploma, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas] *Electronic Bibliography for African Languages and Linguistics* (2009). *Bantu Online Bibliography*
- Fernández-Rasines, P. (2001). *Afrodescendencia en el Ecuador raza y género desde los tiempos de la colonia*. Abya Yala.
- Guerrero Mosquera, A. (2014). Misiones, misioneros y bautizos a través del Atlántico evangelización en Cartagena de Indias y en los reinos del Kongo y Ngola. Siglo XVII. *Memoria y Sociedad*, 18(37) 14-32. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.mys18-37.mmyb>
- Real Academia Española (1969). *Boletín de la Real Academia Española Afronegrismos rioplatenses*. Rolando A. Laguarda Trias
- López Morales, H. (1998). Índices de mortandad léxica en Puerto Rico afronegrismos. *Nueva Revista de Filología Hispánica (NRFH)*, 36(2), 733-751. <https://doi.org/10.24201/nrfh.v36i2.697>
- Luján Villar, J. D. (2018). El kikongo y su continuum en afrohispanoamérica; posibilidades etimológicas para su estudio. *Lingüística Y Literatura*, (75), 94-120. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n75a05>
- Ortiz, F. (1924). *Glosario de afronegrismos*. Siglo XX
- Santos Rovira, J. M. (2014). Sobre la (in) existencia del criollo afrohispano antillano, en J. M. Santos Rovira (Ed), *Fronteras y diálogos el español y otras lenguas* (pp. 131-136). AXAC



Publicidad de cigarrillos y fumado femenino en perspectiva comparativa (1950-1960)

Virginia Mora Carvajal

Máster y Licenciada en Historia de la Universidad de Costa Rica. Docente en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, donde actualmente imparte el curso de Historia de la Comunicación, e investigadora del Centro de Investigación en Comunicación, ambos de la Universidad de Costa Rica. Sus temas de investigación se sitúan en el campo de la Historia de las mujeres, especialmente en el área de la Comunicación. Actualmente realiza investigaciones sobre la historia de la publicidad con perspectiva de género y sobre la construcción de la belleza femenina en el siglo XX.

Resumen

El fumado, tradicionalmente asociado a los hombres incluso como un símbolo de masculinidad, comienza a cambiar esa visión cuando desde la década de 1920 se busca involucrar a las mujeres en él, para lo cual las empresas productoras de cigarrillos y la publicidad, desarrollan una serie de estrategias con el fin de lograr dicho objetivo, incluso colocando al fumado como un aliado en la lucha por la igualdad femenina. En el caso de Costa Rica, desde la primera mitad del siglo XX se pueden observar en la publicidad impresa de cigarrillos algunos elementos en esa dirección, pero no es sino hasta las décadas de 1950 y 1960, que se hacen más evidentes las estrategias para introducir a las mujeres en el fumado –sobre todo en espacios públicos–, de ahí que esta investigación estudia los anuncios publicitarios de cigarrillos durante esas dos décadas, correspondientes a los periódicos Diario de Costa Rica y La Nación, con el propósito de explicar cómo se produce ese proceso en el caso costarricense, cuáles son las estrategias publicitarias utilizadas para atraer al público femenino y cómo se redefinen –si es que lo hacen– las visiones acerca del

fumado, en términos de la masculinidad y de su utilización por parte de las mujeres como un elemento de sociabilidad compartido con los hombres, así como una práctica de placer individual que les permite una mayor incursión en el espacio público.

Referencias

- Bennett, James. 2020a. «*Cosmetics and skin. Indelible Lipsticks*». <http://www.cosmeticsandskin.com/cdc/indelible.php>
- Bennett, James. 2020b. «*Cosmetics and skin. Pond's Extract Company*». <https://cosmeticsandskin.com/companies/ponds.php#>
- Bennett, James. 2020c. «*Cosmetics and skin. Revlon*». <http://cosmeticsandskin.com/companies/revlon.php>
- Bennett, James. 2020d. «*Cosmetics and skin. Yardley*». <http://www.cosmeticsandskin.com/companies/yardley.php>



Crespo, Irene. 2014. «La magnate de la cosmética. Helena Rubinstein, el poder de la belleza». *El País*, 31 de octubre. http://elpais.com/elpais/2014/10/31/estilo/1414759487_454301.html

Dirección General de Estadística y Censos. 1975. *Censo de población de 1950. Ocupación de la población económicamente activa (de 12 años y más), según rama de actividad (industria) y sexo, por provincias: 1950*. San José, Costa Rica: Dirección General de Estadística y Censos. <http://ccp.ucr.ac.cr/bvp/censos/1950/pdf/Tabla26-50.pdf>

González, Alfonso. 2005. *Mujeres y hombres de la posguerra costarricense (1950-1960)*. San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

Gourley, Catherine. 2008. *Gidgets and Women Warriors. Perceptions of Women in the 1950s and 1960s*. Minneapolis, United States: Twenty-First Century Books.

IMDb. 2020a. «Doris Day Biography». https://www.imdb.com/name/nm0000013/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

IMDb. 2020b. «Jean Parker Biography». https://www.imdb.com/name/nm0662335/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

IMDb. 2020c. «Priscilla Lane Biography». https://www.imdb.com/name/nm0485509/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

IMDb. 2020d. «Virginia Dale Biography».

https://www.imdb.com/name/nm0197713/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

IMDb. 2020e. «Virginia Mayo Biography». https://www.imdb.com/name/nm0562920/bio?ref_=nm_ov_bio_sm

Infante, Mamen. 2015. «La historia de la cosmética en 10 hitos». *Harper's BAZAAR*. <https://www.harpersbazaar.com/es/belleza/piel-belleza/g213265/historia-cosmeticos-maquillaje-perfumes/>

Lanco. 2020. «¿Qué es la lanolina?» <http://www.lanco.com.uy/que-es-la-lanolina/>

Lupfer, Eric. 2007. «The Business of American Magazines». In *A History of the Book in America. The Industrial Book, 1840-1880*, Vol. 3, edited por Scott Casper, Jeffrey Groves, Stephen Nissenbaum & Michael Winship, 248-258. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Mora Carvajal, Virginia. 2013. «El desarrollo de las agencias de publicidad y su relación con el caso costarricense (1900-1950)». *Reflexiones*, 92(2): 43-63. http://www.reflexiones.fcs.ucr.ac.cr/images/edicion_92_2_A/04-MORA.pdf

———. 2017. «La publicidad de productos de belleza femenina en Costa Rica (1900-1930)». *Cuadernos Inter.c.a.mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, 14(1): 112-144. <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intercambio/article/download/28618/28626>



Neuhaus, Jessamyn. 2011. *Housework and Housewives in Modern American Advertising*. New York, United States: Palgrave Macmillan.

Pérez Porto, Julián y Merino, María. 2013. *Definición.de*. «Definición de cosmético». <https://definicion.de/cosmeticos/>

Real Academia Española. 2020. *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed. «Definición de cosmético». <https://dle.rae.es/cosm%C3%A9tico?m=form>

Risatti, Francisca. 2013. «Nivea, una crema curtida al sol y en mil batallas». *El País Economía*, 3 de julio. https://cincodias.elpais.com/cincodias/2013/07/03/sentidos/1372867061_831848.html

Rosero, Luis y Caamaño, Hernán. 1984. Tablas de Vida de Costa Rica 1900-1980. En *Mortalidad y Fecundidad en Costa Rica*, 7-19. San José: Asociación Demográfica Costarricense. http://roserobixby.com/RoseroBixby/Publicaciones_files/120.pdf

Stanpa. Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. s.f. *Breve historia de la protección solar*. https://www.stanpa.com/files/noticias//HistoriaProt_Solar.pdf

Vega Jiménez, Patricia. 2007. «El reinado de la publicidad. Historia de la publicidad en los periódicos en Costa Rica 1900-1930». En *Encrucijadas de la comunicación*, compilado por Patricia Vega Jiménez, 3-31. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

———. 2008. «Estrategias publicitarias en Costa Rica (1900-1930)». *Pensar la Publicidad*, 2(1): 45-78. <http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/download/PEPU0808120045A/15524>



Gamificación para el fomento del bienestar de personas adultas mayores y sus cuidadoras no-profesionales

José Fonseca Hidalgo

Docente de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e Investigador del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y el Instituto de Investigación en Educación (INIE) de la Universidad de Costa Rica.

Resumen

Costa Rica experimenta un envejecimiento poblacional que plantea una serie de retos en los ámbitos de salud, economía, política y cultura. Entre esos retos, se encuentra el fortalecimiento de las redes informales de apoyo de las personas adultas mayores, siendo la principal de éstas su familia inmediata. Como lo indica un reportaje reciente de “La Nación” actualmente más de 300 mil personas enfrentan la tarea diaria de cuidar a familiares adultos mayores, pero carecen del soporte y la capacitación necesaria para asumir su rol y velar por su propio bienestar físico y psicológico (Ávalos, 19 de Enero).

Esta situación nacional se presenta llena de oportunidades para proyectos interdisciplinarios dirigidos a incidir positivamente en las vidas de estas dos poblaciones vulnerables. Entre las herramientas que pueden ser valiosas para este fin se encuentra la gamificación, un tipo de diseño de experiencia que emplea elementos y dinámicas propias de los juegos para fomentar la participación, el involucramiento y la motivación en contextos no-lúdicos. En esta ponencia se explorarán algunas consideraciones teóricas y experiencias de

uso de la gamificación aplicada al fomento del bienestar integral de las personas adultas mayores y sus cuidadores.

Palabras clave: Gamificación, Vejez, Envejecimiento, Cuido Informal, Persona cuidadora.

Referencias bibliográficas

- Ávalos, A. (19 de Enero, 2020) 300.000 ticos asumen la agotadora tarea de cuidar a sus adultos mayores. La Nación. Recuperado de: <https://www.nacion.com/el-pais/salud/300000-ticos-asumen-la-agotadora-tarea-de-cuidar/H33J3JZVAVG6FP56TIBMPYAYW4/story/>
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., Nacke, L. (2011) From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification”. MindTrek’ 11 Proceedings. ACM Nueva York, 9-15.
- Fernández, X., Robles, A. (Coord.) (2008) I Informe estado de situación de la persona adulta mayor en Costa Rica.



- San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Recuperado de <https://ccp.ucr.ac.cr/espam/espam.html>
- Kohn, A. (1999) Punished by Rewards: the trouble with gold stars, incentive plans, A's, praise and other bribes. Boston: Houghton Mifflin.
- Landers, R.N., Auer, E.M., Collmus, A.B. & Armstrong, M.B. (2018) Gamification Science, its history and future: definitions and a research agenda. *Simulation and Gaming*, 49 (3). 315-337.
- Silva, A., Texeira, H., Cardoso, M., Freitas, S. (2013) The needs of informal caregivers of elderly people living at home: an integrative review. *Scandinavian Journal of Caring Sciences*, 27, pp- 792-803.
- Marczewski, A. (Enero 2, 2019) Introduction to Gamification. Part 1: What is Gamification? Gamified UK: Thoughts on Gamification and more. <https://www.gamified.uk/2019/01/02/introduction-to-gamification-part-1-what-is-gamification/>
- Marczewski, A. (Enero 30, 2019) Introduction to Gamification. Part 4: Motivation (R.A.M.P, Maslow, SDT and more) Gamified UK: Thoughts on Gamification and more. <https://www.gamified.uk/2019/01/30/introduction-to-gamification-part-4-motivation-r-a-m-p-maslow-sdt-and-more/>
- Maslow, A. H. (1943) A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Nicholson S. (2015) A RECIPE for Meaningful Gamification. *Gamification in Education and Business* Reiners T., Wood L. (eds). Springer, Cham.
- Yarce, E., Coral, J., Lagos, G., López, K. (2015) El cuidador informal del adulto mayor de la ciudad de Pasto. *Revista Criterios*, 22 (1), pp. 307-316.
- Ryan R.M., Deci E.L. (2000) Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, pp. 68-78.
- Universidad de Costa Rica. Centro Centroamericano de Población (2020) II Informe estado de situación de la persona adulta mayor en Costa Rica. Coordinadores: Gilbert Brenes Camacho, Karen Masís Fernández, Marisol Rapso Brenes. San José, Costa Rica. Universidad de Costa Rica. Recuperado de: https://archivo.cepal.org/pdfs/ebooks/segundo_Informe_estado_persona_adulta_mayor_CostaRica.pdf
- Van Durme, T., Macq, J., Jeanmart, C., Gobert, M. (2012) Tools for measuring the impact of informal caregiving of the elderly: a literature review. *International Journal of Nursing Studies*, 49, pp. 490-504.



Taller: Explorando la escritura creativa como método movilizador de narrativas sobre experiencias de vida.

Autores: Equipo TCU-636. Voces comunitarias. Responsables: Luisa Ochoa Chaves y Esteban Espinoza Torres.

Coordina: Luisa Ochoa Chaves

Duración: 2 horas.

Participantes: Máximo 20 personas.

Resumen

Este taller surge de la experiencia vivida por el TCU-636. Voces comunitarias. Experiencias de comunicación para el fortalecimiento de la democracia en el año 2021, en la aplicación de talleres de escritura creativa dirigidas a mujeres migrantes colombianas en Costa Rica, junto a la cantautora y gestora cultural Natalia Vargas, más conocida como "Nativa"; con el objetivo de brindarles herramientas para que desarrollen narrativas creativas sobre sus experiencias de vida entorno a los procesos migratorios.

Además, este taller se enriquece de otros espacios de formación como las *Charlas de Gestión de talleres TCU: Explorando posibilidades*, que facilitó Claudia Rojas Bravo en el 2020, donde se realizó un ejercicio de diseñar un taller de narrativas que tomara en cuenta temas como la construcción de las necesidades formativas del taller, encuadre ético, actividades de caldeamiento y la escritura creativa.

Nuestra propuesta se centra en presentar esta metodología de trabajo desde una perspectiva más didáctica, y que aprendamos participando del proceso creativo que significa escribir y generar narrativas para conocer las experiencias de vida de distintos grupos sociales y culturales.

El taller de narrativas consiste en una metodología de trabajo participativo y horizontal, que busca promover la creación colectiva y el respeto por la

diversidad de opiniones, basados en herramientas y técnicas de arte-educación. Mediante el desarrollo de dinámicas como el "Paisaje sonoro", la "Maraña de palabras", "Binomios fantásticos" y el uso de fotografías como elementos importantes para activar la agencia narrativa y dar lugar a la creación de relatos, con lo cual, buscaremos generar en nuestra audiencia un aprendizaje significativo de esta técnica de trabajo.

Palabras clave: necesidad formativa, encuadre ético, actividad de caldeamiento, narrativas, escritura creativa.

Referencias

Carvajal, Natalia. (2021). *Diseño de taller de narrativas creativas*. Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad de Costa Rica.

Espinoza Torres, Esteban; Alejandro Durán López, Athina Madrigal Durán, Meicel Cruz Cantillo y Felipe Mora Cano. (2020). *Plan de Trabajo: Taller Historias de Mujeres Colombianas Migrantes*. TCU-636. Voces comunitarias. Experiencias de comunicación para el fortalecimiento de la democracia: https://docs.google.com/document/d/1lzHJ7_uSz5Hu1O0OU1jVU5uTVewN6BFH3ESxYHEuBTo/edit

Rojas Bravo, Claudia. (2020). *Charlas TCU: Gestión de talleres TCU. Explorando posibilidades*. Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva.



Programa

Narrativas, género y comunicación

Panel 2

Rompiendo el silencio.

Voces que traspasan el humo.



Derechos en discusión: Opinión pública virtual y violencia contra las mujeres en comentarios de noticias publicadas en Facebook (2019)

Yanet Martínez Toledo

Investigadora del CICOM desde 2013 donde ha trabajado las narrativas mediáticas de la violencia contra las mujeres, Además, es Coordinadora del Programa de Investigación Narrativas, Género y Comunicación (CICOM) en el que investiga sobre violencia política contra las mujeres. Además, de realizar distintas actividades como el Encuentro Feminismo, género y comunicación; y los cursos de "DDHH para profesionales de la comunicación".

Resumen

En esta ponencia se analizan comentarios a las noticias sobre violencia contra las mujeres (OEA, 2008) publicadas en la página de Facebook de los diarios digitales crhoy.com y nacion.com (Siles, Carazo, Tristán, 2019), para visibilizar las discusiones en torno a las noticias: su abordaje, criterios acerca de los hechos narrados. Para la construcción de los perfiles se analizaron los comentarios con más interacciones, para identificar posturas ante el tema y reconocimiento de actores de opinión pública en el espacio virtual. A partir del análisis de los comentarios se identificaron los siguientes tipos de interacciones:

- 1) Comentarios critico-partidarios. Aparecen con mayor frecuencia en las páginas en Facebook de ambos diarios (44% en nacion.com, 55% en crhoy.com).
- 2) Comentarios que denuncian el abordaje noticioso, desde una perspectiva de derechos humanos de las mujeres (39% en nacion.com). Aparecen en ambos diarios, pero tienen mayor presencia en nacion.com.
- 3) Comentarios contra el acceso de las mujeres

a sus derechos (17% en nacion.com, 22% en crhoy.com)

Es importante señalar la clara delimitación de cada uno de los perfiles y sus agendas que se expresa en la discusión acerca de la violencia contra las mujeres, a la vez que muestra una polarización de posiciones en torno al tema, que se repite de manera sistemática en el análisis de los comentarios.

Los comentarios realizados por los perfiles 1 y 3 no se concentran en el análisis y discusión de los contenidos de las noticias. El único perfil que lo hace es el 2. Las opiniones emitidas en los perfiles 1 y 3 no se basan de manera directa en la interacción con las noticias, sino en preconcepciones y sentidos comunes que las personas exponen en la discusión. Sus opiniones no son informadas ni contribuyen al debate ciudadano sobre la violencia contra las mujeres.

En el caso del perfil que realiza una crítica de los medios y las instituciones públicas directamente vinculadas con la prevención y atención de la violencia contra las mujeres, si se aprecia una lectura previa de la noticia, lo cual



es utilizado como marco para hacer demandas generales en torno a la ética periodística y la necesidad de un abordaje noticioso con perspectiva de derechos humanos de las mujeres.

En los hallazgos se evidencia la falta de capacidades de lectura crítica de los medios de comunicación que se aprecia a partir de los comentarios. Y el reto de construir bases para la discusión informada y responsable en redes sociales.

Palabras clave

esfera pública virtual, violencia contra las mujeres, facebook,

Referencias bibliográficas

Benavides Santos, T. (2019). El efecto de los mecanismos de paridad vertical y horizontal en la representación política en Costa Rica: El caso de las elecciones legislativas de 2018. *Revista de Derecho Electoral*, 151–183. https://doi.org/10.35242/RDE_2019_27_8

Canada y, M. (2003). Promising Alliances: The Critical Feminist Theory of Nancy Fraser and Seyla Benhabib. *Feminist Review. Fiction and Theory: Crossing Boundaries*, 74, 50–69.

Delmas, F. (2015). Tramas de la violencia simbólica. con X, Universidad Nacional de la Plata, (1), 19–45. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/conequis>

D'Ignazio, C., & Klein, L F. (2020). *Data Feminism* (Kindle). MIT.

González, K. P. (2018, febrero 9). Histórico: Mujeres representan 45,6% de curules para próxima Asamblea Legislativa. Recuperado de: <https://www.elmundo.cr/costa-rica/historico-mujeres-representan-456-curulesproxima-asamblea-legislativa/>

Kislinger, L. (2016). Viejas realidades, nuevos conceptos: Violencia mediática y violencia simbólica contra la mujer. *Temas de Comunicación*, 0(31). Recuperado de <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/2880>

Krook, M. L., & Restrepo Sani'n, J. (2016a). Género y violencia política en América Latina. Conceptos, debates y soluciones. *Política y gobierno*, 23(1), 127–162. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-20372016000100127&lng=es&nrm=iso&tlng=pt

Krook, M. L., & Restrepo Sani'n, J. (2016b). Violencia contra las mujeres en política. En defensa del concepto. *Política y gobierno*, 23(2), 459–490. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1665-20372016000200459&lng=es&nrm=iso&tlng=es



Laudano, C. N. (2010). Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: Continuidades y cambios en Argentina. *Revista Derecho y Ciencias Sociales*. instituto de Cultura Jurídica y Maestría en Sociología Jurídica. Universidad Nacional de La Plata, Octubre(3), 88–110.

Ley No 8589. (2007). Ley de Penalización de la Violencia Contra las Mujeres. Asamblea Legislativa República de Costa Rica. Losch, E., & Wernimont, J. (2018). Introduction. En E. Losch & J. Wernimont (Eds.), *Bodies of information* (Kindle). University of Minnesota Press.

Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. (2016). *Political Turbulence. How social media shape collective action*. Princeton University Press.



Resignación Crítica en el Sur Global: Audiencias Jóvenes y Recepción de Textos Mediáticos ‘Americanos’.

Rodrigo Muñoz-González

Rodrigo Muñoz-González es doctor en medios y comunicaciones por The London School of Economics and Political Science (LSE). También posee una maestría en medios y comunicación global por la Universidad de Helsinki y un bachillerato en Relaciones Públicas por la Universidad de Costa Rica. Sus áreas de investigación abarcan los estudios de audiencias, la sociología de la comunicación, y los estudios culturales

Resumen:

Desde la presencia de la United Fruit Company hasta tratados de libre comercio recientes, Costa Rica ha mantenido una relación geopolítica cercana con los Estados Unidos. La influencia estadounidense en el país resulta palpable en su sistema de medios de comunicación, el cual tiende a depender de producciones y plataformas de origen ‘americano’ en términos de oferta y de consumo. En esta ponencia, analizo cómo personas jóvenes costarricenses interpretan su interacción con medios de comunicación estadounidenses. Mi propósito es entender cómo ellos y ellas comprenden su consumo de textos mediáticos foráneos, y cómo estos textos operan como un puente para entender dinámicas geopolíticas más amplias.

El presente estudio se deriva de un trabajo de campo que realicé en Costa Rica entre marzo y septiembre del 2019. Durante este tiempo, trabajé en dos instituciones educativas en las cuales llevé a cabo una serie de grupos focales y entrevistas en pares con personas jóvenes adolescentes. Mi objetivo implicó entender a estos y estas estudiantes como

audiencias que no solamente interactúan con textos mediáticos, sino también con complejos procesos históricos, sociales, económicos, y culturales (Livingstone y Das, 2013; Livingstone, 2019). En este sentido, mi foco de análisis se centra en la recepción de un tipo específico de textos mediáticos tomando como punto de partida su origen geográfico.

Así, en esta ponencia argumento que la interacción entre personas jóvenes costarricenses y textos mediáticos ‘americanos’ implica una resignación crítica, una operación interpretativa que conlleva la aceptación de una situación geopolítica que se percibe como de sumisión e inferioridad, pero que al mismo tiempo acarrea una conciencia crítica de los acentos y ausencias presentes en los textos mediáticos provenientes de los Estados Unidos. Para esto, examino 1) cómo estas audiencias jóvenes entienden el rol de los Estados Unidos en su país; 2) cómo, a pesar de evidenciar una criticidad pronunciada hacia una relación geopolítica, estas personas jóvenes idealizan la construcción estética de los textos mediáticos ‘americanos’; y 3) cómo estas y estos estudiantes interpretan una omnipresencia percibida de

medios de comunicación estadounidenses en Costa Rica.

Con esta ponencia, busco evidenciar cómo las llamadas dinámicas de 'Americanización' en el Sur Global no ocurren de manera transparente ni son recibidas irreflexivamente. Aunque estas dinámicas son parte de procesos globalizados de formación de identidades, estas son promulgadas a través de diversos matices y resistencias (Siles, 2017, pp. 193-195). Mi intención es confrontar y retar la idea de que 'leer tiras cómicas del pato Donald' implica, casi por ósmosis, la transmisión y aceptación de valores imperialistas 'americanos' (Dorfman & Mattelart, 1991; Tomlinson, 1991).

Palabras claves:

Audiencias, Recepción, Sur Global.

Referencias bibliográficas

- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage Publications.
- Athique, A. (2008). Media Audiences, Ethnographic Practice and the Notion of a Cultural Field. *European Journal of Cultural Studies*, 11(1), 25-41.
- Athique, A. (2016). *Transnational Audiences: Media Reception on a Global Scale*. Cambridge and Malden: Polity.
- Bernstein, T. M. (2019, Octubre 26). 'The kids are just an added bonus': How streaming giants are appealing to parents' nostalgia. Yahoo! Finance. Consultado de: <https://www.msn.com/en-us/tv/news/the-kids-are-just-an-added-bonus-how-streaming-giants-are-appealing-to-parents-nostalgia/ar-AAJnZqx>
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. New York: Basic Books.
- Ciravegna, L. (2012). *Promoting Silicon Valleys in Latin America: Lessons from Costa Rica*. London & New York: Routledge.
- Couldry, N. & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality*. London & Malden: Polity.
- Farrar, M. E. (2011). Amnesia, Nostalgia, and the Politics of Place Memory. *Political Research Quarterly*, 64(4), 723-735.
- Fiske, J. (1992). Audiencing: A Cultural Studies Approach to Watching Television. *Poetics*, 21, 345-359.
- du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Madsen, A. K., Mackay, H., & Negus, K. (2013). *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman (Second Edition)*. London: Sage. Grainge, P. (2000). Nostalgia and Style in Retro America: Moods, Modes and Media Recycling. *Journal of American Culture*, 23 (1), 27-34.
- Hall, S. (1980a). Cultural Studies: Two Paradigms. *Media, Culture and Society*, 2, 57-72.



- Hall, S. (1980b) Encoding/Decoding. In Hall S. Hobson, D. Lowe, A. & Willies P. (Eds.), *Culture, Media, Language* (pp.128-138). London: Hutchinson.
- Harvey-Kattou, L. (2019). *Contested Identities in Costa Rica: Construction of the Tico in Literature and Film*. United Kingdom: Liverpool University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New media Collide*. New York & London: New York University Press.
- Jiménez, A. (2015). *El imposible país de los filósofos*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Ladino, J. (2004). Longing for Wonderland: Nostalgia for Nature in Post-Frontier America. *Iowa Journal of Cultural Studies*, 5, 88-109.
- Liebes, T. (1997). *Reporting the Arab-Israeli Conflict: How Hegemony Works*. London & New York: Routledge.
- Livingstone, S. (2007). On the Material and the Symbolic: Silverstone's Double Articulation of Research Traditions in New Media Studies. *New Media & Society*, 9(1), 16-24.
- Livingstone S. & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a Digital Future: How Hopes and Fears about Technology Shapes Children's Lives*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Lobato, R. (2019). *Netflix Nations: The Geography of Digital Distribution*. New York: New York University Press.
- Martínez, J. & Sánchez-Ancochea, D. (2014). Filling in the Missing Link Between Universalism and Democracy: The Case of Costa Rica. *Latin American Politics and Society*, 56(4), 98-118.
- Molina, I. & Palmer, S. (2017). *Historia de Costa Rica: breve, actualizada, y con ilustraciones*. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Niemeyer, K. y Wentz, D. (2014). Nostalgia Is Not What It Used To Be: Serial Nostalgia and Nostalgic Television Series. En K. Niemeyer (Ed.), *Media and Nostalgia Yearning for the Past, Present, and Future* (pp. 129-138). New York: Palgrave Macmillan.
- Pickering, M. & Keightley E. (2006). The Modalities of Nostalgia. *Current Sociology*, 54(6), 919-941.
- Siles, I., Espinoza, J. & Méndez, A. (2016). ¿El Silicon Valley latinoamericano?: La producción de tecnología de comunicación en Costa Rica. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 42, 411-431.
- Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Silverstone, R. (2002). Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life. *New Literary History*, 33, 761-780.



Staiger, J. (2005). *Media Reception Studies*. New York & London: New York University Press.

Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de siècle Effect. *Journal of Advertising*, 21 (4), 11-22.

Velásquez, A. (2019, Octubre 11). Why Nostalgic Fashion Holds a Deeper Meaning for Millennials. *Sourcing Journal*. Consultado de: <https://sourcingjournal.com/denim/denim-trends/nostalgic-fashion-millennials-retro-vintage-80s-90s-172152/>

Volcic, Z. (2007). Yugo-Nostalgia: Cultural Memory and Media in the Former Yugoslavia. *Critical Studies in Media Communication*, 24(1), 21-38.

Williams, R. (1977). *Marxism and Literature*. United Kingdom. Oxford University Press.



Narrativas mujeres colombianas migrantes

Luisa Ochoa-Chaves

Luisa Ochoa Chaves: Doctora en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Complutense de Madrid. Investigadora del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) y el Programa de Libertad de Expresión, Derecho a la Información y Opinión Pública (PROLEDI) de la Universidad de Costa Rica (UCR). Docente de grado y posgrado de la UCR.

Alejandra Zarate

Estudiante de la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva (ECCC) con Énfasis en Relaciones Públicas de la Universidad de Costa Rica (UCR). Actualmente es colaboradora del proyecto de investigación Narrativas de Mujeres Migrantes Colombianas, y del BETALAB de la ECCC. E-mail: anabecaeli@gmail.com

Ana Belen Calderon Elizondo

Estudiante de la ECCC, del énfasis de Comunicación Audiovisual y Multimedia. Lectora de libros y comics en su tiempo libre. Su mayor interés siempre ha sido en el área de escritura, hilar narrativas y las artes gráficas. E-mail: alita2324@gmail.com

Resumen

Esta ponencia expone los hallazgos preliminares de la investigación *Narrativas de mujeres migrantes colombianas*: Relatos desde Costa Rica. La investigación busca conocer la migración desde una perspectiva narrativa y feminista, que enfoca su atención en la experiencia de las mujeres, en un contexto de feminización de las migraciones internacionales.

A partir de los datos preliminares, compuestos por la aplicación de tres instrumentos de recolección de información: la convocatoria, el diagnóstico

y un taller virtual (de dos sesiones) de escritura creativa. Se caracterizan diversos relatos de las mujeres migrantes y se identifican significados atribuidos a la experiencia migratoria.

En la ponencia también se hace una reflexión metodológica en tiempos de pandemia, situando el aporte de formularios virtuales y llamadas telefónicas para procesos diagnósticos, y de la realización de un taller virtual de escritura creativa, como una técnica participativa para abordar el trabajo con grupos sociales especialmente en temas sensibles, como los procesos migratorios.

Palabras Clave: narrativas, migración, mujeres.

Referencias bibliográficas

Riessman, C. K. (2001). Analysis of Personal Narratives. En J. Gubrium & J. Holstein (Eds.), *Handbook of Interview Research* (pp. 695-710). SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412973588.n40>

Galaz Valderrama, C. (2016). Producciones narrativas: la agencia y reflexividad en las prácticas de interventoras sociales. V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales 16 al 18 de noviembre de 2016 Mendoza, Argentina. Métodos, metodologías y nuevas epistemologías en las ciencias sociales: desafíos para el conocimiento profundo de Nuestra América.

Lucas, S. D. (2016). The primacy of narrative agency: A feminist theory of the self [University of Sydney]. <https://ses.library.usyd.edu.au/handle/2123/15896>

Chárriez-Cordero, M. (2012). Historias de vida: Una metodología de investigación cualitativa. *Griot*, 5, 50-67. <http://revistagriot.uprrp.edu/archivos/2012050104.pdf>



Nada pasa en solitario: Consideraciones teóricas y metodológicas para el estudio la agencia narrativa de las mujeres

Laura Chinchilla Alvarado

Laura Chinchilla Alvarado es comunicadora social y productora audiovisual, especializada en género, derechos comunicativos y ambiente. Master en Comunicación y Desarrollo, docente de cursos de comunicación social y comunicación audiovisual y multimedial en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora en el Centro de Investigación en Comunicación, ambos de la Universidad de Costa Rica..

Resumen

Esta ponencia sugiere algunas consideraciones teóricas, epistemológicas y metodológicas que deben tenerse en cuenta a la hora de estudiar la agencia narrativa de los actores sociales subalternizados, de adentrarse en sus discursos y maneras de percibir y narrar el mundo y hacerse espacio en la esfera pública. Poniendo en diálogo una investigación concluida, sobre el movimiento social que promueve el parto respetado y otra que inicia, sobre ciberactivismo feminista en Costa Rica, la ponente se pregunta cómo estudiar, desde la comunicación, la agencia narrativa de un sujeto político concreto y diverso: las colectivas que defienden y promueven los derechos humanos de las mujeres y que usan el espacio digital para la visibilidad y la incidencia política.

Palabras claves: agencia narrativa, epistemologías feministas, esfera pública

Referencias bibliográficas:

- Accossatto, Romina y Sendra, Mariana (2018). Movimientos feministas en la era digital. Las estrategias comunicacionales del movimiento Ni Una Menos.
- Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico. 6 (8.) Agosto-Diciembre 2018, (117-136). Disponible en: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Venezuela/ceshc-unermb/20180909030404/07_Accossatto.pdf
- Baer, Hester. (2016). Redoing feminism: Digital activism, body politics, and neoliberalism. *Feminist Media Studies*, 16(1), (17-34) .
- Boasso, Florencia (2017). El cerco y el poder: Agencia en las narrativas y



- prácticas del lugar de mujeres guaraníes. Tesis para obtener el título de maestría en Antropología Visual. Quito: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador Departamento de Antropología, Historia y Humanidades
- Butler, Judith (2017). *Cuerpos aliados y lucha política. Hacia una teoría performativa de la asamblea*. Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Chinchilla, Laura (2019). De "mejorarse" a "dar a luz": el discurso del Movimiento Costarricense por el Parto Humanizado o Respetado. Tesis de maestría. San José: Universidad de Costa Rica.
- DeVault, Marjorie (1999). *Liberating method: Feminism and social research*. Philadelphia: Temple University Press.
- Encinas, Natalia y Paganini, María Eugenia (2020). ¡Ahora que sí nos ven! Activismo artístico feminista en la lucha por la legalización del aborto. *Feminismos en la comunicación. Medios, redes y artivismo al calor de la cuarta ola*. Rodríguez, Eva y Encinas Natalia (Comps.). Universidad Nacional de Cuyo: Mendoza.
- Freire, Paulo (1970). *Pedagogía del oprimido*. Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.
- Haraway, Donna (1995). *Ciencia, Cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra.
- Kannengießer, Sigrid (2012). *Digital storytelling as a feminist practice*. Disponible en: <https://www.genderit.org/articles/digital-storytelling-feminist-practice>
- Lucas, Sarah (2016). *The Primacy of Narrative Agency: A Feminist Theory of the Self*. Thesis submitted in fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy. Sidney: The University of Sydney
- Maldonado, Claudio (2014). *Subalternidad y decolonialidad: aportes conceptuales para pensar el estudio de la comunicación. Discurso y poder. Aproximaciones teóricas y prácticas*. del Valle, Carlos y Torres, Esteban (Eds.). Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera, (339-348).
- Rosales, María Belén (2018). *Ciberactivismo: praxis feminista y visibilidad política en #NiUnaMenos*. Pléyade. *Revista de humanidades y ciencias sociales*. 22, (julio-diciembre), (63-85). Disponible en https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-36962018000200063&script=sci_arttext
- Rovira, Guiomar (2018). *El devenir feminista de la acción colectiva: las redes digitales y la política de prefiguración de las multitudes conectadas*. *Teknokultura*, 15 (2), (223-240).



Schoeneborn, Blaschke, Cooren, McPhee, Seidi & Taylor, (2014). The Three Schools of CCO Thinking: Interactive Dialogue and Systematic Comparison. Management Communication Quarterly, 28 (2), pp. 285-316.

Schongut-Grollmus, Nicolás (2015). Producciones narrativas: una propuesta metodológica inspirada en la epistemología feminista. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.

Segato, Rita (20 de abril de 2021). Escuchar la pandemia... qué nos dice sobre el espacio, el tiempo y el género. Conferencia Inaugural del Centro de Investigación en Estudios de la Mujer, San José, Costa Rica.

Vega, Aimée. (2010). Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, 52(208), 81-95. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-



Programa

Procesos de comunicación y organización

Eje 1

Institucionalidad y gestión
de la comunicación gubernamental



Sostenibilidad y salud tensiones dialécticas: Un relato desde América Latina durante la pandemia por COVID-19

Adriana Angel Botero

A través de una beca Fulbright estudió su doctorado en *Communication Studies* en Ohio University (Estados Unidos). También es Magíster en *Communication Studies* (Ohio University) y en Comunicación Educativa (Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia) y profesional en Comunicación Social y Periodismo (Universidad de Manizales, Colombia). Está clasificada por Colciencias como "Investigadora Senior". Actualmente es profesora asociada de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana (Colombia) e investigadora miembro del Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa y Organizacional, CICCO. Entre sus intereses investigativos se encuentran el estudio de las retóricas y, específicamente, de los discursos, narrativas, lenguajes y representaciones en las organizaciones y en diferentes fenómenos sociales de amplio espectro.

Lisette Marroquín Velásquez

Doctora en Comunicación por la Université de Montréal (Canadá), investigadora y coordinadora del Programa de Investigación en Procesos de Comunicación y Organización en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM). Sus investigaciones muestran la constitución comunicativa de las organizaciones y han girado en torno a los procesos de colaboración interorganizacional, cambio y cultura organizacional. También se ha interesado en desvelar el aporte de la academia latinoamericana al campo de la comunicación organizacional identificando puentes entre este campo y la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Sandra Idrovo Carlie

Doctora en Comunicación por la Universidad de Navarra (España), Profesora Ordinario de INALDE Business School de la Universidad de La Sabana (Colombia); Investigadora Senior en Colciencias. Directora del Centro de Investigación "Cultura, trabajo, Cuidado" de INALDE Business School, Universidad de La Sabana. Es autora de artículos académicos y divulgativos sobre: balance trabajo-vida; mujer y alta dirección; innovación y capital humano; cultura, diversidad y comunicación en las organizaciones.



Abstract

En esta ponencia reflexionamos sobre la relación entre sostenibilidad y salud en el contexto de la pandemia por COVID-19. Nos centramos en los discursos mediatizados en Latinoamérica, la segunda región con el índice más alto de muertes por el virus. Siguiendo la pista propuesta por varias autoras y autores (Hakovirta y Denuwara, 2020; Kjærgard, Land y Bransholm, 2013) consideramos que la salud debería constituirse como la cuarta dimensión de la sostenibilidad. Tras revisar la relación entre los discursos mediatizados de sostenibilidad y salud, encontramos las siguientes tensiones a) salud y economía; b) aislamiento y interconexión en la gestión de la salud; y c) acceso y exceso de información sobre la pandemia. Estas tensiones analizadas desde una perspectiva dialéctica podrían contribuir a darle un lugar destacado a la salud en las discusiones sobre sostenibilidad.

Palabras clave: sostenibilidad, salud, análisis dialéctico, Covid-19

Resumen extenso

En un año, la pandemia por COVID-19 se ha transformado de una emergencia sanitaria en una crisis económica que plantea serios retos políticos y sociales que amenazan la vida tal y como la conocemos. Esto nos lleva a redefinir la noción de sostenibilidad como lo sugieren Hakovirta y Denuwara (2020) de forma tal que incluya la salud como una de sus dimensiones constitutivas. El propósito de esta ponencia es mostrar cómo se puede fortalecer la relación entre sostenibilidad y salud.

Para convertir a la salud en protagonista del concepto de sostenibilidad como varios autores lo han propuesto (Hakovirta y Denuwara, 2020; Kjærgard, Land y Bransholm, 2013) implica varios retos en la forma en la que abordamos la salud. Hasta hora, las agendas de desarrollo sostenible

han considerado la salud, principalmente, en términos biomédicos, que tienden a ubicar las acciones para atender los asuntos de salud en el ámbito de los gobiernos y los sistemas locales de salud. Una visión más amplia de la salud entendida "como un logro cotidiano" (Gavidia y Talavera, 2012, p. 172) reconoce simultáneamente la capacidad de acción de las personas, el papel central de la información y los procesos de comunicación en los asuntos de salud.

La sostenibilidad como concepto y en la práctica implica el balance entre las dimensiones económica, social y ambiental en el accionar de personas, organizaciones y Estados. Adoptamos una perspectiva constructivista de la sostenibilidad (Feindt y Oels, 2005), ya que consideramos que es en el discurso y la interacción que se entienden, se comunican y se atienden los problemas que vinculamos con la sostenibilidad. Exploramos entonces cómo se presenta la relación entre las dimensiones mencionadas y la salud en el discurso mediático sobre la pandemia desde una perspectiva dialéctica. Esta perspectiva identifica tensiones y contradicciones en las prácticas sociales (Putnam y Fairhurst, 2014), pero en vez de favorecer un polo de la tensión, la dialéctica se enfoca en el juego entre opuestos.

Nuestro análisis plantea que la relación entre sostenibilidad y salud en el contexto de la pandemia se puede expresar a partir de las tres tensiones. Primero, la tensión salud y economía. En varios países, la esfera política, los medios y la ciudadanía han creado sentido en torno a pandemia como una situación que en la que se debe escoger entre preservar la vida humana o salvar la economía. El caso de Latinoamérica muestra como el discurso "quédate en casa" subraya las desigualdades sociales, ya que una parte considerable de la población latinoamericana suple sus necesidades con trabajo informal en la vía pública de manera cotidiana. El adoptar un marco dialéctico implica ver la salud y la economía como



dos lados de una misma moneda. Otra contradicción está representada en el binomio local-global. Por un lado, la interconexión de nuestro mundo globalizado provocó la rápida expansión del virus, pero la atención local y autónoma de la pandemia también ha generado dificultades para contener su propagación. La interconexión entre países para el desarrollo de las vacunas contrasta con el carácter local y autónomo de la campaña de vacunación, donde resaltan nuevamente las desigualdades. Finalmente, el acceso y exceso de información, por un lado, los gobiernos necesitan proveer información exacta sobre la pandemia, y por otro las dinámicas de comunicación actuales hacen que las personas estén expuestas a grandes cantidades de información de fuentes muy variadas lo que genera fenómenos como el fake news, la desinformación en salud, o infodemia que entran en el proceso de creación de sentido sobre la pandemia.

Seo, Putnam y Bartunek (2004), explican que podemos manejar a las tensiones y las contradicciones en cuatro formas que incluyen estrategias de selección, separación, integración y trascendencia. Encontramos que la estrategia de selección fue la más utilizada, ya que en diferentes momentos de la pandemia algunas dimensiones se favorecieron sobre otras, creando desbalances y consecuencias no esperadas.

Nosotras entendemos el término “nueva normalidad” como un intento por reencuadrar las prácticas cotidianas, pero también como una forma de trascender las tensiones (Seo et al., 2004) que la pandemia plantea. La trayectoria del concepto de desarrollo sostenible nos da algunas pistas para pensar la relación entre salud y economía en términos dialécticos. Al inicio, las teorías de desarrollo se enfocaban en aspectos económicos, luego siguieron una serie de teorías orientadas en los aspectos sociales y el desarrollo humano. Finalmente, las perspectivas de la sostenibilidad que subrayan la relación entre la naturaleza y el desarrollo económico y el

desarrollo social lograron integrar dimensiones que hasta entonces se consideraban opuestas “permitiendo nuevas formas de alianza y acción y abriendo posibilidades” (Livesey, 2020, p. 317). Consideramos que para que la salud humana se convierta en una dimensión de la sostenibilidad, necesita entenderse desde la promoción de la salud tomando en cuenta los procesos de comunicación que contribuyen a la creación de sentido que orienta las acciones de las personas en materia de salud, tanto en tiempos regulares como en tiempos de crisis. El acceso a la información, así como la calidad de la información y la alfabetización en las dinámicas de la comunicación digital es crucial, particularmente en contexto de crisis, para evitar fenómenos como la desinformación que atentan contra la participación individual y comunitaria en la gestión de eventos como la pandemia.

Referencias

- Feindt, P. H., Oels, A. Does discourse matter? Discourse analysis in environmental policy making. *Journal of Environmental Policy & Planning* 2005, 7, 3, 161-173.
- Gavidia Catalán, V., & Talavera, M. La construcción del concepto de salud. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales* 2012, 26, 161-175.
- Hakovirta, M., Denuwara, N. How COVID-19 Redefines the Concept of Sustainability. *Sustainability* 2020, 12, 3727.
- Kjærgård, B., Land, B., Pedersen, K. B. Health and sustainability. *Health Promotion International* 2014, 29, 3, 558-568.
- Livesey, S. M. The discourse of the middle ground: Citizen Shell commits to sustainable development. *Management Communication Quarterly* 2002, 15, 3, 313-349.



Putnam, L. L., Fairhurst, G. T. Organizational discourse analysis. In *The SAGE Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*, 3rd ed.; Putnam, L. L., Mumby, D. K. Eds.; Sage: Thousand Oaks, CA, USA, 2014; pp. 271–295.

Putnam, L. L., Fairhurst, G. T., Banghart, S. Contradictions, dialectics, and paradoxes in organizations: A constitutive approach. *The Academy of Management Annals* 2016, 10, 1, 65–171.

Seo, M. G.; Putnam, L.; Bartunek, J. M. Dualities and tensions of planned organizational change. In *Handbook of Organizational Change and Innovation*; Poole, M. S., Van de Ven, A. H., Eds.; Oxford University Press: 2004; pp. 73–107.

Yeh, M. J. Discourse on the idea of sustainability: with policy implications for health and welfare reform. *Medicine, Health Care and Philosophy* 2020, 23, 2, 155–163.



La gestión de la comunicación hacia la sociedad civil en materia de gobierno abierto: el caso del Gobierno Central de Costa Rica.

Harold Hütt Herrera

Docente, Relaciones Públicas. Con más de 20 años de experiencia profesional en el ejercicio de las Relaciones Públicas, y más de 13 años de desempeñarse como docente en la Universidad de Costa Rica y en la Universidad Estatal a Distancia, el señor Harold Hütt ha acumulado una gran trayectoria en instituciones de gobierno como fue el caso de la Dirección General de Servicio Civil y el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, donde se desempeñó como asesor en comunicación. Adicionalmente, fungió como consultor en el sector privado a través de la agencia de Relaciones Públicas, Comunicación Corporativa de Centroamérica, y como asesor independiente, tanto a nivel nacional como internacional. El señor Hütt desarrolló sus estudios de Bachiller en Ciencias de la Comunicación Colectiva y Licenciado en Relaciones Públicas, en la Universidad de Costa Rica. Tiene una Maestría en Administración Pública con Énfasis en Mercadeo de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, y actualmente se encuentra cursando un programa de Doctorado en Gobierno y Políticas Públicas en la Universidad de Costa Rica.

Abstract

La presente ponencia analiza la gestión de comunicación en el marco de la implementación del modelo de Gobierno abierto en Costa Rica durante el período 2014-2019. Lo anterior, a partir de un abordaje de las estrategias y tácticas utilizadas para articular los vínculos entre el Gobierno y la ciudadanía, en procura de incentivar espacios colaborativos y de co-creación, con el fin de orientar la toma de decisiones y de contribuir con la elaboración de políticas públicas, en un contexto donde el fortalecimiento de la gestión democratizante y la nueva gobernanza constituyen grandes promesas para una ciudadanía que ha experimentado un fuerte desencanto con la clase política y la gestión pública.

Palabras clave: Co-creación, procesos colaborativos, Gobernanza, Políticas Públicas, gestión democratizante.

Resumen extenso:

La presente ponencia analiza la gestión de

comunicación implementada por el gobierno central de Costa Rica –durante el período mayo 2014 – mayo 2019–, en el marco de la Estrategia Nacional para un Gobierno Abierto, ofreciendo un abordaje descriptivo y analítico de las prácticas y estrategias que se llevaron a cabo para motivar la participación ciudadana en este contexto.

Como parte del análisis conceptual realizado, se logró identificar que si bien no hay un consenso en cuanto a la definición de Gobierno Abierto, se puede concluir que se trata de un paradigma de gestión gubernamental en el que se incentiva la participación de la sociedad civil en la definición de políticas públicas y la gestión de lo público, impulsado una gestión democratizante por medio de la cual, se informa de manera suficiente y oportuna a la población sobre la gestión de gobierno y sus resultados, y se le incentiva a brindar aportes para la toma de decisiones, propiciando un esquema de trabajo colaborativo multipartita y multidireccional, tal y como lo anotan Aucoin (1990), Barria (2017) y Conde (2014).



A nivel estructural, y de acuerdo con la literatura analizada, son tres prácticas principales que caracterizan la gestión del Gobierno Abierto (Barria, 2017; Cubero, 2015 y García, 2014): transparencia, participación ciudadana y rendición de cuentas.

Estas tres aristas implican una relación activa entre el gobierno y la sociedad civil, siendo que este vínculo está determinado en gran medida por la gestión de comunicación, como eje articulador a través del cual se procura informar y sensibilizar a la población sobre esta práctica, su relevancia, y sus alcances, así como también, se establecen los mecanismos y canales disponibles para la interacción.

Si bien la comunicación resulta ser un factor crucial para la implementación del gobierno abierto, la literatura consultada muestra una tendencia al abordaje de este tema desde los aspectos políticos, históricos y tecnológicos de este proceso, dejando de lado el análisis de la gestión de comunicación y de la implementación de estrategias de información y sensibilización, por lo que se considera que el presente análisis propone un aporte significativo en esta materia.

Como parte de los contenidos se incluye la identificación y análisis de las tácticas de comunicación utilizadas por el Gobierno central; el nivel de conocimiento y percepciones de los grupos representantes de la ciudadanía sobre la gestión de comunicación; así como las fortalezas y debilidades de este proceso.

Referencias

- Arellano, N. y Castro, B. (2016). *Participación, ciudadanía y voto: reflexiones para el trabajo social a partir del caso chileno*. Revista Katálisis. Jul-set. Recuperado de https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-49802016000200232
- Barria, D., González, B. y Cisternas, C. (2017). *La Literatura sobre Gobierno abierto en Español. Análisis sobre las dinámicas de producción y citación*. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Vol 28. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com.ezproxy.sibdi.ucr.ac.cr:2048/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=30be6a57-4f76-4c7b-8151-777482010761%40sessionmgr4007>
- Cook, K. y Rice, E. (2006). *Social Exchange Theory*. Revista Social Forces, Enero.
- Cubero, M., Martínez, V., Rocha, D. y Martínez, M. (2015). *El modelo de Gobierno abierto en América Latina. Paralelismo de las políticas públicas de transparencia y la corrupción*. Ecuador.
- Domínguez, J. (1978). *La Teoría del Intercambio Social desde la perspectiva de Blau*. Revista Española de Investigaciones Sociológicas. Oct-Dic. Pp. 129-146.
- García (2014) *Gobierno abierto: transparencia, participación y colaboración en las Administraciones Públicas*. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Volumen 24, No. 54. Recuperado de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/46441/47951>
- Lattimore, D.; Baskin, O; Heiman, S. y Toth, E. (2008). *Relaciones Públicas: profesión y práctica*. México: McGraw Hill
- Matamoras, Sharon (2018). Coordinadora Nacional de Gobierno Abierto 2017-2018. Entrevista personal realizada el día 6 de junio.



Mori, M. (2009). *Responsabilidad Social. Una mirada desde la psicología comunitaria*. Revista Liberabit, Facultad de Ciencias de la Comunicación Turismo y Psicología de la Universidad San Martín de Porres. Perú.

Sánchez, C. (2016). *Ciudadanía, elecciones, sufragio y representación política*. Open Edition Journals. Recuperado de <https://journals.openedition.org/etudesromanes/5162>

Sojo, Geannina (2019). Coordinadora Nacional de Gobierno Abierto 2018-2019. Entrevista personal realizada el día 17 de julio.

Urteaga, E. (2009). La teoría de sistemas de Niklas Luhmann. Revista Internacional del Filosofía. Vol XV. ISSN11364076. Universidad del País Vasco. Recuperado de <https://www.uma.es/contrastes/pdfs/015/contrastesxv-16.pdf>

Zúñiga, Ana Gabriel (2018). Coordinadora Nacional de Gobierno Abierto 2014-2017. Entrevista personal realizada el día 13 de agosto.

La praxis estatal de la evaluación: de lo institucional a lo comunicacional

Diana Acosta Salazar

Docente en Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva e investigadora en el Centro de Investigación en Comunicación, Universidad de Costa Rica, Licenciada en Ciencias de la Comunicación Colectiva. Máster en Comunicación y Mercadeo, Costa Rica. Sus temas de investigación giran en torno a la estrategia de comunicación y a los procesos y prácticas de evaluación de las organizaciones, y como cultura en el gremio de comunicadores.

Abstract:

La práctica de la evaluación en el sistema estatal costarricense está regida por un entramado normativo y procedimental exhaustivo. Sin embargo, esta plataforma no ha regido necesariamente la ejecución de la comunicación en las instituciones. De acuerdo con un estudio realizado en instituciones costarricenses en 2019-2020, se identificaron prácticas poco rigurosas de evaluación en las unidades de comunicación estatales, no existe obligación de realizar planificación operativa de sus actividades anuales, ni de aplicar evaluaciones sistemáticas, tampoco están obligadas a elaborar informes sobre las labores ejecutadas. Aunque se tiene la percepción interna de evaluar, la práctica identifica mayoritariamente reporte de ejecución.

Palabras claves: comunicación, evaluación, instituciones públicas, prácticas de evaluación, planificación

Resumen extenso (800 sin bibliografía)

Durante la investigación realizada acerca del perfil de las unidades de comunicación en 43 instituciones públicas costarricenses --2019-- se identificaron prácticas poco rigurosas y poco sistemáticas de evaluación de los procesos comunicativos y de la labor en general de las unidades. Posteriormente,

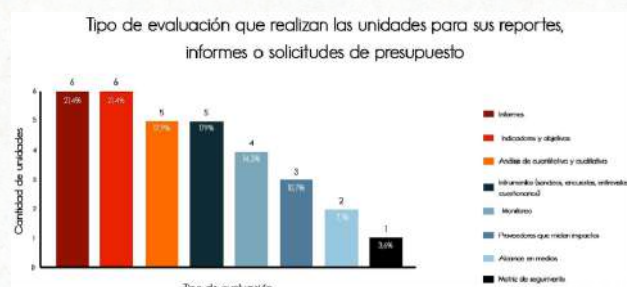
profundizando en la indagación documental y con base en 18 entrevistas a jefaturas de planificación estatales (UPIs) --2020--, se reconoció una amplia producción de lineamientos e instrumentos generados por la rectoría de evaluación pública del país, el Ministerio de Planificación y Política Económica (MIDEPLAN).

Pese a esto, los formatos actuales que se aplican para los informes de planes institucionales están orientados a un reporte de acciones ejecutadas, lejos de acciones evaluativas. Esta práctica permea hasta las unidades de comunicación, pues según las instituciones consultadas, las unidades hacen Plan Anual Operativo, en su mayoría, pero hay un porcentaje que no lo hace, o un año sí y otro no. Las unidades tienen esta praxis porque, según los entrevistados, sus acciones son muy puntuales, no poseen proyectos o bien su contribución está dirigida solo a una parte de la gestión institucional.

Este modo de operar en la institucionalidad pública estanca la aplicación de verdaderas prácticas evaluativas, al dejar los requerimientos en indicadores de cumplimiento y productos, que no reflejan el valor público ni el aporte institucional al desarrollo. Del mismo modo, las unidades de comunicación, cuando presentan informe, lo hacen bajo los mismos estándares, lo que deja entrever que persiste una gestión de la comunicación que

no alcanza a toda la organización y no se desarrolla como una función directiva.

El estudio inicial identificó precisamente que de las unidades consultadas en ese momento (43), 28 unidades (65%) dicen que sí hacen evaluación cuando concluyen proyecto o campaña; frente a 15 que no. Sin embargo, de esas 28 unidades, 17 hacen mediciones y verificación de indicadores (medición no evaluación), cinco hacen informes de cumplimiento (que no es evaluación), tres hacen sondeos, focus group o encuestas y tres hacen valoración/análisis de objetivos, resultados o alcance logrado (ver gráfico 1).



Fuente: elaboración propia, 2019.

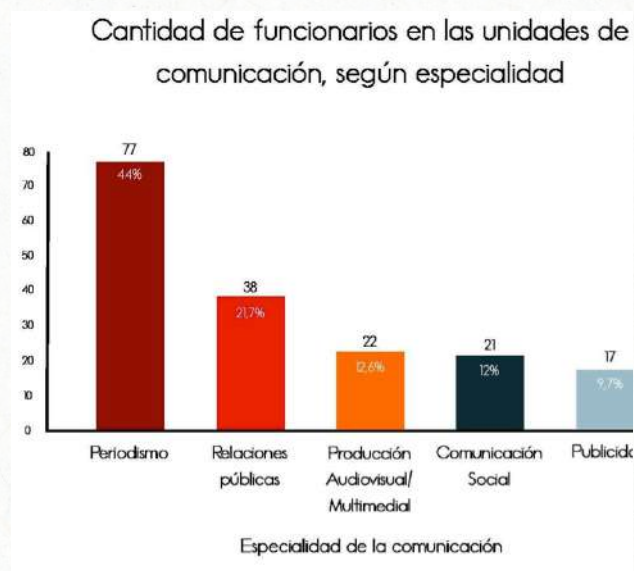
De acuerdo con las UPIs, las unidades de comunicación deben reportar avances a su departamento o dirección, no así si funcionan como línea staff. En ese sentido, la gran mayoría (79%) de las unidades indicaron que responden a la máxima autoridad institucional, lo que plantea que la mayoría no reporta necesariamente sus actividades en informes de resultados.

Según las unidades, las funciones vinculadas a medición, evaluación e investigación, solo se realizan en poco más de la mitad de ellas (22). No obstante, cuando se detallan estos resultados en términos de evaluación, la gran mayoría reporta solo mediciones de producción, exposición e indicadores, mientras que 12 de ellas (27,9%) reporta sondeos en línea que se consideran dentro de acciones evaluativas.

La diferencia entre evaluar y medir ofrece un mejor panorama para entender el alcance de la praxis de las unidades. Alvarez (2011 con base en Oliveira, 2002; Castro Lopes y Grandi, 2009; Watson, 2001) define la evaluación como “la etapa del proceso de planificación que verifica el desempeño de un plan previamente establecido y que ocurre a lo largo de su implementación, en busca de posibles ajustes” (p. 74). Mientras que la medición se aplica en términos numéricos (Irazú, citado por Acosta, 2018), sin que se acote con ellos criterios de valoración de esas cuantificaciones.

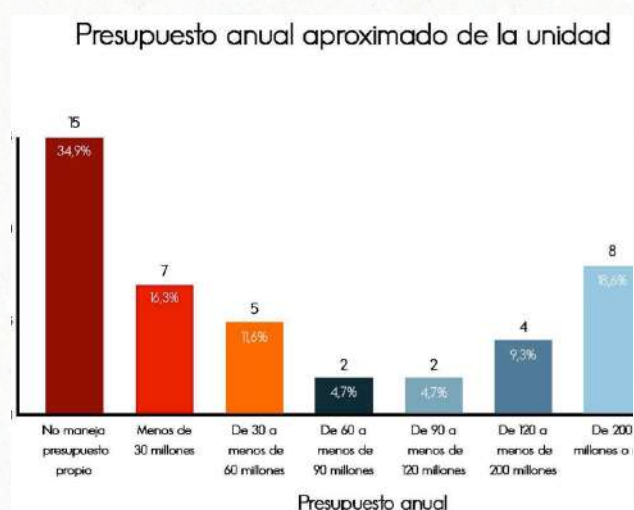
La mayoría de los entrevistados de las oficinas de planificación admitieron que uno de los obstáculos para pasar de cumplimiento y producto, a resultados, logro y efectos es precisamente la dificultad para formular objetivos que sean evaluables. Igualmente, esta práctica podría estar permeando a las unidades de comunicación en el planeamiento de sus actividades, y elaboración de planes anuales, proyectos o programas.

Si bien las unidades de comunicación estudiadas están integradas mayoritariamente por personal formado en comunicación (175 funcionarios de 284) –ver gráfico 2–, algunos incluso con una segunda especialidad, el manejo de la temática de evaluación muestra baja claridad con respecto a estos temas, dada la confusión entre evaluación y medición por un lado, entre evaluación y análisis de resultados, y entre indicadores y mecanismos formales de evaluación por otro. Persiste la idea de que se evalúa, pero en la realidad las acciones que se identifican como evaluación son mediciones, reporte de indicadores cumplidos o producciones ejecutadas y distribuidas. Este tipo de valoración del trabajo quedaría en el nivel básico y de outputs-outtakes, indicados por Lindenmann (1997, citado por Wilcox et al. 2010) e igualmente corresponden con lo que Wilcox (2010) llama las mediciones de producción y exposición.



Fuente: Elaboración propia, 2019.

El tema presupuestario se podría presumir como otro factor incidente en la práctica de la evaluación en el Estado. Existen fuertes disparidades en la asignación de presupuesto para las unidades de comunicación –15 de ellas (34,9% de las estudiadas) no maneja presupuesto propio. (ver gráfico 3)



Fuente: Elaboración propia, 2019.

Esta condición, aunada al hecho de que la medición y el reporte de cumplimiento son los requerimientos esperados desde la planificación institucional, muestra que existe poca motivación para concentrar esfuerzos en esta dirección.

Referencias

Acosta, D. (2018). La cultura de evaluar en relaciones públicas. *Revista Razón y Palabra*, vol. 22, número 103, 2018. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp> (último acceso: 13/08/2019)

Acosta, D. (2021). Mapeo de unidades de comunicación de las instituciones públicas de Costa Rica. Informe de investigación (no publicado). Centro de Investigación en Comunicación, Universidad de Costa Rica.

Álvarez, A. (2011). Medición y evaluación en comunicación. España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).

MIDEPLAN (2017). Guía de productos de evaluación. Recuperado de: <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/eL8fAMmqTJem726UWTVm4g>

MIDEPLAN y Ministerio de Hacienda (2019). Lineamientos técnicos y metodológicos para la planificación, programación presupuestaria, seguimiento y la evaluación estratégica en el sector público en Costa Rica. https://www.hacienda.go.cr/5ad615ab933e6_Lineamientos_POI_2019

Mideplan (2020). Informe de seguimiento semestral al Plan de Acción de la Política Nacional de Evaluación. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/-AAxHUdhTs6Pc5dC8Gm0Hw>



Mideplan (2020). Política Nacional de Evaluación. Plan de Acción: Seguimiento 2019. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/mLjcyMPmR6OrzlrnwV4igA>

Wilcox, D., Cameron, G. y Xifra, J. (2010). *Relaciones Públicas: Estrategias y tácticas*. Madrid: Pearson Education.

Mideplan (2019). Política Nacional de Evaluación 2018-2030. Seguimiento al Plan de Acción 2019-2023. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/Da8MqwXwTk2lZrZ050lzGQ>

Mideplan (2018). Guía del uso de la evaluación. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/DDVZ114kTjCsTAxiihi5Kw>

Mideplan (2018). Guía de evaluabilidad. https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/3DA5QyCnQ8G_ujtqaM37hw

Mideplan (2018). Guía de informes de evaluación. https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/l4gDmfbZSRy_Ze0nsMW9sA

Mideplan y Ministerio de Hacienda (2018). Informe de avance: Marco conceptual y estratégico para el fortalecimiento de la Gestión de Resultados en el Desarrollo en Costa Rica. Setiembre 2016-marzo 2018. <https://documentos.mideplan.go.cr/share/s/uA5XuJw0Se-njEXO1AtKwg>

Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo (2017). Fortalecimiento de capacidades en evaluación en Costa Rica y países seleccionados de América Latina-FOCEVAL III. <http://foceval.org/wp-content/uploads/2016/12/FOCEVAL-III-Documento-del-proyecto.pdf>



(Des) confianza hacia las instituciones gubernamentales y gestión de la pandemia: el caso de Chile

Claudia Labarca

Claudia Labarca es profesora Asociada de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile, donde ejerce como docente de pre y post-grado, investigadora y Secretaria Académica. Periodista de la misma universidad, Master en Dirección de Comunicaciones de la UAB (Barcelona) y PhD en Relaciones Internacionales de la Universidad de Durham, Reino Unido. Autora de *Ni Hao Mr. Pérez*, *Buenos días Mr. Li*, traducido al inglés y al chino y de diversos artículos en revistas académicas. Ha presentado su investigación en ICA, AEJMC, LASA e IS, entre otras conferencias internacionales. Directora del Diploma en Comunicación Corporativa, consultora en Comunicaciones.

Palabras Clave; Covid 19, confianza institucional, Chile

Abstract:

La pandemia de Covid 19 planteó desafíos a las organizaciones como nunca en este siglo, impactando tanto a instituciones, como negocios y a la sociedad en general (Bailey & Breslin (2021). De hecho, esta pandemia y de acuerdo a las notificaciones de la organización mundial de la salud, ha impuesto distancia social (Cruz Roja, 2020) lo que ha determinado que los gobiernos de todo el mundo dispongan de cuarentenas y tras medidas sanitarias. En América Latina, las medidas sanitarias impuestas por los gobiernos locales -y su éxito o fracaso- varían por país (García et al, 2021) y se asocian al entorno sociopolítico en el que este se encuentra. Chile, por ejemplo, recibió la pandemia en una sociedad polarizada (García et al. 2021) y posterior a un estallido social que sacudió las bases del actual sistema económico y político (Grassau et al, 2019, Bachmann et al., en imprenta) en el que la desconfianza de la sociedad hacia instituciones claves para la gobernabilidad democrática estuvo en grave cuestionamiento y que finalmente fue canalizado en la convocatoria a un plebiscito para

crear una nueva Constitución y así derogar la vigente, creada durante la dictadura de Augusto Pinochet.

Este artículo reflexiona sobre la actual crisis de confianza en Chile y explora casos de estudio relevantes que pueden explicar la crisis político institucional en la que se encuentra, y los analiza a la luz de los desafíos que se imponen no sólo para enfrentar la pandemia, sino que también para llevar a cabo eventos políticos de crucial magnitud que se desarrollarán en abril en el país: elección de alcaldes y concejales y elección de constituyentes para el proceso de escribir una nueva Constitución.

Resumen extenso:

La pandemia de Covid 19 planteó desafíos a las organizaciones como nunca en este siglo, impactando tanto a instituciones, como negocios y a la sociedad en general (Bailey & Breslin (2021). De hecho, esta pandemia y de acuerdo a las notificaciones de la organización mundial de la salud, ha impuesto distancia social (Cruz Roja, 2020) lo que ha determinado que los gobiernos de todo el mundo dispongan de cuarentenas y tras medidas sanitarias. En América Latina, las medidas sanitarias impuestas por los gobiernos locales -y su

éxito o fracaso- varían por país (García et al, 2021) y se asocian al entorno sociopolítico en el que este se encuentra. Chile, por ejemplo, recibió la pandemia en una sociedad polarizada (García et al. 2021) y posterior a un estallido social que sacudió las bases del actual sistema económico y político (Grassau et al, 2019, Bachmann et al., en imprenta) en el que la desconfianza de la sociedad hacia instituciones claves para la gobernabilidad democrática estuvo en grave cuestionamiento y que finalmente fue canalizado en la convocatoria a un plebiscito para crear una nueva Constitución y así derogar la vigente, creada durante la dictadura de Augusto Pinochet.

Este artículo reflexiona sobre la actual crisis de confianza en Chile y explora casos de estudio relevantes que pueden explicar la crisis político institucional en la que se encuentra, y los analiza a la luz de los desafíos que se imponen no solo para enfrentar la pandemia, sino que también para llevar a cabo eventos políticos de crucial magnitud que se desarrollarán en abril en el país: elección de alcaldes y concejales y elección de constituyentes para el proceso de escribir una nueva Constitución.

En consonancia con el resto de América Latina (Wences y Güemes, 2016) los niveles de confianza institucional en Chile han bajado sustancialmente durante los últimos años, lo que redundaría en riesgos para la estabilidad y legitimidad del sistema democrático (Levi y Stoker, 2000). Más aún, diversos autores y centros de estudios locales han destacado el desplome de los índices de confianza (ver, por ejemplo, Arana, 2017; Gamboa y Segovia, 2016), lo que ha sido refrendado por diversas encuestas, tales como Encuesta Bicentenario (2020), WVS en su última ola.

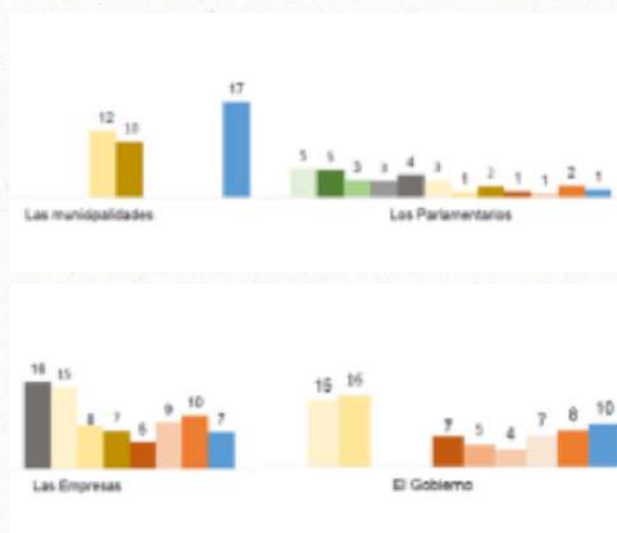
La confianza institucional, para fines de este artículo, se entiende como la expectativa de la ciudadanía sobre el comportamiento de las instituciones, en relación con la potencial

vulnerabilidad que experimentan los ciudadanos (agentes) respecto a ellas. En este sentido, concuerda con definiciones anteriores en que se entiende la confianza institucional como las expectativas ciudadanas acerca de cómo las instituciones debieran tratar a las personas y cómo esperan que funcionen (Thomas et al., 2015)

La confianza en instituciones claves para la democracia tienen cifras devastadoras. Mediáticos escándalos conocidos como "el pacogate"¹, en el que se descubre un fraude sistemático en altos mandos de Carabineros (policía uniformada nacional), el "milicogate"², fraude ocurrido en el Ejército de Chile con presupuesto de la Ley Reservada del Cobre y el caso del financiamiento irregular de la política en el que se descubre cómo empresas privadas desviaron fondos a campañas de parlamentarios utilizando mecanismos fraudulentos.

La figura siguiente muestra los niveles de confianza en parlamento, partidos políticos y otras instituciones chilenas:

Figura 1: Confianza hacia instituciones chilenas. Fuente: Encuesta Bicentenario. En general, cuánto confía en las instituciones que le nombraré



Desde el punto de vista de confianza hacia las empresas, tampoco existe un panorama muy

aliciente. La misma encuesta bicentenario apunta a una baja confianza hacia el mundo privado, con apenas un 7% de confianza hacia las empresas, lo que representa una caída de 9 puntos con respecto a la misma medición en 2010. Así como en el mundo público, mediáticos escándalos han también afectado la confianza ciudadana. Por nombrar algunos, se explicitan el caso de la Polar, multitienda en la que se repactaron unilateralmente deudas con los clientes a intereses abusivos, la colusión de las farmacias (en la que las tres cadenas principales, con aproximadamente un 85% del mercado se coludieron para subir artificialmente los precios de remedios) y la colusión de los pollos (en la que 3 productoras de pollo, que tienen la mayoría de la cuota de mercado a nivel nacional, se coludieron igualmente para subir artificialmente el precio del pollo).

Si tomamos en cuenta que la confianza se entiende como un mecanismo que reduce la complejidad de los sistemas y por tanto baja los niveles de percepción de riesgo (Gambetta, 1988; Luhmann, 1979), es entonces una manera de lidiar con la incertidumbre y la vulnerabilidad (Child, 2001; Heimer, 2001). Como punto de partida, se toma la definición de Gambetta, quien señala que “la confianza (o, simétricamente, la desconfianza) es un nivel particular de probabilidad subjetiva con la que un agente estima que otro agente o grupo de agentes realizará una acción particular, antes de que el agente pueda monitorear dicha acción y en un contexto en el que afecte sus propias acciones” (1988, p. 217). Asimismo, se considera la definición de Newton que la entiende como la creencia o expectativa de un actor (en este caso, la opinión pública o ciudadanía) de que otros (instituciones y actores políticos) al menos no le dañarán y actuarán cuidando sus intereses (2001, p. 202). Asimismo, se considera las dimensiones propuestas por Meyer et al (1995) en el que se entiende la confianza desde la competencia (capacidad del otro de realizar las tareas acorde con su definición y de acuerdo a las expectativas), la integridad (en el que se entiende al otro como concordante entre sus discursos y sus acciones) y la benevolencia (que refiere a

las intenciones de aquél en que se deposita la confianza).

A esto se suma la creciente caída de la confianza generalizada desde el establecimiento de la democracia en 1991. Entendemos este tipo de confianza como aquella que refleja los niveles de confiabilidad de una sociedad a niveles macro (Ostrom & Ahn 2008). Stolle (2001) la entiende como aquél tipo de confianza que va más allá de los límites de la interacción directa y se dirige hacia aquellas personas que no se conocen directamente, lo que determina una capacidad de confiar en abstracto en los otros y, desde esa perspectiva, abrir la posibilidad para actuar cooperativamente con los demás

De hecho, y de acuerdo a la Encuesta Mundial de Valores, la confianza generalizada en Chile ha caído casi 10 puntos en los últimos años. En 1991 la respuesta a la pregunta “se puede confiar en la mayoría de las personas era de 22,1% , mientras que en 2018 era de solo 12,9%-.

Para algunos (Labarca, en imprenta) esta desconfianza generalizada unido a una creciente sensación de inequidad y de frustración con respecto al sistema político/social y económico sostenido por los gobiernos post dictadura, conllevaron al estallido social producido en Chile el 18 de octubre de 2019: Ese día, miles de chilenos salieron a las calles en protesta, gatillados por un alza en el pasaje del metro de Santiago de 30 pesos (aproximadamente 0,05 USD). Las protestas siguieron durante los meses siguientes, determinando no solo inestabilidad política social (que finalmente culmina en un proceso constitucional actualmente en curso) sino que también violencia policial y consecuencias económicas.

Es en este contexto en el que aparecen los primeros contagiados de COVID 19 (marzo 2020) y con ello las medidas de distintos actores sociales para prevenir el contagio y mitigar el colapso hospitalario.

Desde el punto de vista gubernamental, el enfoque se puso primero en lo que se dio a conocer como inmunidad de rebaño. El ministro de Salud de la época, Jorge Mañalich, determinó como estrategia el concepto de inmunidad de rebaño, esto es contagiar a un número alto de personas de manera de crear inmunidad social. Esta estrategia, que si bien, se ha negado públicamente³, fue ineficiente en la llamada primera ola de contagios, lo que determinó finalmente en la abrupta salida del Ministro. El presidente de la república, en tanto, Sebastián Piñera, llamó a luchar contra “un enemigo poderoso, cruel, que no respeta a nadie”⁴ posicionando discursivamente el tema desde la lógica de la guerra y del enemigo, cuestión que también había hecho anteriormente en el curso del estallido social. Estas dos estrategias configuraron la inexistencia de una política clara, coordinada y de prevención del COVID a nivel comunicacional. La científica política Claudia Heiss, declara que existió una “reticencia inicial del gobierno a tomar medidas de aislamiento social” (Heiss, 2020, pp 3), lo que en definitiva llevó a mediados del 2020 a un aumento sostenido de los casos de infecciones en el país y a poner en riesgo la capacidad hospitalaria. Una segunda etapa comienza con la llegada masiva de vacunas a Chile y la llegada de un segundo ministro (ex presidente del Colegio Médico, Dr. Enrique Paris) en la que se inicia una estrategia comunicacional dedicada exclusivamente a fomentar la vacunación masiva. Con el hashtag #Yo me vacuno, el gobierno enfatiza la importancia de la vacunación como medida definitiva hacia la pandemia, enmarcando el mensaje en la seguridad y confianza

Algunos ejemplos los podemos encontrar en <https://www.instagram.com/p/CPG2y0D6NQ/>, <https://www.facebook.com/watch/?v=1208702789526719>

En este vacío comunicacional, surgen las voces de las empresas y la sociedad civil que comienzan a asumir un rol preponderante en la prevención de la pandemia y en la educación sobre las medidas

sanitarias necesarias para contener el virus. Un caso notable es la del supermercado Unimarc (del conglomerado SMU; una de las cadenas importantes en Chile, y dirigidos a un segmento de clase media) que comienza la campaña #quédate en casa con conocidos rostros de televisión que invitaban a quedarse en casa, a pesar de que dicho supermercado no contaba en ese momento con despacho hacia los hogares, sino que era presencial. En el siguiente link, puede verse uno de dichas piezas publicitarias. <https://www.youtube.com/watch?v=ch2Nz1Uv9Dg> (Fecha: Abril, 2020). El mundo privado, adquiere entonces una significancia ciudadana en el sentido de ser vector y comunicador de políticas públicas como son las campañas de salud. El ejemplo de Unimarc es seguido por diversas marcas. Esto puede entenderse como una estrategia necesaria. Un estudio realizado por la consultora ICREO muestra que la ciudadanía busca en las marcas responsabilidad, empatía y colaboración con el gobierno, desplegando autoridad y confianza (Icreo, 2020), por tanto le exige un comportamiento ciudadano al mundo empresarial.

Paralelamente surge el Colegio Médico de Chile como actor relevante, al mando de una médica joven y de tendencias políticas de izquierda. Como contrapunto al gobierno, sus vocerías comienzan a tomar cada vez más relevancia en la necesidad del cuidado y control de los ciudadanos frente a la pandemia. En el contexto caótico gubernamental, el Colegio Médico es una voz científica y especializada en la materia que adquiere relevancia mediática y política. Si bien en la etapa que hemos denominado inicial, el Colegio Médico comunica a través de vocerías, medios y RRSS solamente, en la segunda etapa (en la que el gobierno aún no se moviliza comunicacionalmente), en la segunda etapa convoca a figuras relevantes (influencers) del mundo artístico e intelectual con la campaña “vivos nos necesitamos”⁵ explican medidas básicas para la prevención del virus. Un ejemplo de esta campaña, puede verse en <https://www.facebook.com>.

com/watch/?v=293957199068562.

La última encuesta CEP (abril 2021) nos da un indicio de la situación (a más de un año de inicio de la pandemia, en marzo 2020) de cómo la ciudadanía en Chile da respuesta, en términos de confianza institucional, a los diversos actores políticos del país.



Tabla 2: Confianza en los distintos actores con respecto a la información entregada sobre Covid 19. Fuente: Encuesta CEP.

Estos números muestran la arremetida de actores sociales como el Colegio Médico (47% de confianza) en desmedro de voces gubernamentales o empresariales como el ministerio de salud o la Municipalidad a la que se pertenece. Un punto importante, y que se condice con una sociedad como la chilena, con alta desconfianza social y alta confianza en familiares o amigos pertenecientes al propio círculo, o lo que Putnam, llamaría capital social Inklusivo (Putnam, 2000), es la importancia que adquieren las relaciones interpersonales, frente a la baja confianza institucional. Así, un 47% muestra mucha confianza en familiares y amigos cercanos, frente al 38% del ministerio de salud.

Esto se condice con un reciente estudio realizado por El Monitoreo Nacional de Síntomas y Prácticas

COVID-19 en Chile (MOVID-19), compuesto por la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Chile y el Colegio Médico, con la Facultad de Psicología de la Universidad Diego Portales muestra que "las personas tienden a vacunarse con mayor probabilidad (OR= 1,27) si creen que su entorno valida y refuerza la importancia de vacunarse. En cambio, la percepción individual de riesgo frente a la pandemia no es un factor significativamente relevante, y sólo afecta la decisión de vacunarse cuando va acompañada de esta norma social"⁶. Asimismo, el estudio advierte que la población más vulnerable es la más reticente a vacunarse, lo que resulta preocupante si se considera que son las poblaciones socioeconómicamente más vulnerables las que han sido mayormente afectadas por la pandemia, y las que menor acceso tienen a salud de calidad (Mena, 2021).

La pandemia aún no está superada en Chile y los contagios siguen expandiéndose, ahora a las poblaciones más jóvenes, por lo que resulta preocupante que la población más vulnerable (la misma que salió a las calles para el estallido social) es la más afectada no sólo en términos de salud, sino que también económicamente, tal como lo señalan diversos estudios y encuestas. Sumado a la crisis de confianza en la que se encuentra sometido el país, las campañas comunicacionales de actores gubernamentales o del establishment empresarial tienen poca incidencia y efecto público.

Referencias:

- Arana, Ignacio. (2017). Chile 2016: ¿El nadir de la legitimidad democrática?. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 37(2), 305-334. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2017000200305>
- Bachmann, I., Grassau, D. y Labarca, C. Aliens, Spies, And Staged Vandalism: Disinformation in the 2019 Protests in Chile. En H. Wasserman y D. Madrid-Morales (eds.), *Rumors,*



- False News, and Disinformation in the Global South. Nueva York: Wiley Blackwell. Aceptado, en imprenta
- Bailey, K. and Breslin, D. (2021), The COVID-19 Pandemic: What can we learn from past research in organizations and management? *International Journal of Management Reviews*, 23: 3-6. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12237>
- Child, J. (2001). Trust: the fundamental bond in global collaboration. *Organizational Dynamics*, (29)4, 274-288.
- Gamboa, R. y Segovia, C. (2016). Chile 2015: Falla política, desconfianza y reforma. *Revista de ciencia política* 36(1), 123-144. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2016000100006>
- Gambetta, D. (1988). Can we trust trust? En D. Gambetta (ed.), *Trust: making and breaking cooperative relations*. Oxford: Basil Blackwell, pp. 213-237.
- García, P. J., Alarcón, A., Bayer, A., Buss, P., Guerra, G., Ribeiro, H., Rojas, K., Saenz, R., Salgado de Snyder, N., Solimano, G., Torres, R., Tobar, S., Tuesca, R., Vargas, G., & Atun, R. (2020). COVID-19 Response in Latin America, *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(5), 1765-1772. Recuperado Marzo 15, 2021, from <https://www.ajtmh.org/view/journals/tpmd/103/5/article-p1765.xml>
- Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019).
- Heimer, C. A. (2001). Solving the Problem of Trust. En K. S. Cook (ed.), *Trust in society*. New York: Russell Sage Foundation. II, pp. 40-88.
- Levi, M. y Stoker, L. (2000). c. *Annual Review of Political Science*, 3. 475-507 <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.3.1.475>
- Luhmann, N. (1979). *Trust and power: two works*. Chichester, Wiley
- Mayer et al, (1995) An integrative model of organizational trust *The Academy of Management Review* 20(3) 709-734. <https://doi.org/10.2307/258792>
- Mena et al. (2021) Socioeconomic status determines COVID-19 incidence and related mortality in Santiago, Chile <https://science.sciencemag.org/content/early/2021/05/13/science.abg5298.full>
- Newton, K. (2001). Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy. *International Political Science Review* 22(2), 201-214.
- Red Cross . (2020, April 21). What social distancing means. <https://www.redcross.org/aboutus/news-and-events/news/2020/coronavirus-what-social-distancing-means.html>
- Thomas, Troy Devon, Koen Abts, Koenraad Stroeken, and Patrick Vander Weyden (2015), Measuring Institutional Trust: Evidence from Guyana. *Journal of Politics in Latin America*, 7, 3, 85-115.
- Wences, I. y Güemes, C. (2016). Democracia republicana y confianza en América Latina: la esperanza que no llega, que no alcanza. *Andamios*, 13(30), 13-37. Recuperado en 27 de agosto de 2018, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632016000100013&lng=es&tlng=en.

Taller: Cultura e identidad Teletrabajo ¿Cómo mantener al equipo vinculado?

MSc. Yesenia Salazar Brenes

Comunicadora y Psicóloga Grupal
Socia Directora de Kerigma

Resumen

Durante el tiempo de pandemia muchas empresas experimentaron la modalidad de teletrabajo, y para muchos empleadores el reto ha sido cómo mantener el equipo vinculado y la cultura organizacional.

En el taller se compartieron recomendaciones para mantener la cohesión grupal; algunas de ellas fueron:

- Promueva liderazgos y organizaciones más empáticas.
- Abra espacios de interacción no relacionados con la tarea.
- Construya grupos sociales alrededor de temáticas o intereses similares.
- Escuche a su gente y tome de decisiones oportunas.
- Manténgase cerca de su equipo, no se puede guiar lo que no se conoce.
- Comunique de manera constante.
- Conecte constantemente con los valores.
- Organice un café virtual o espacios de interacción que aumenten el bienestar.
- Fomente espacios capacitación.
- Brinde herramientas para la salud y bienestar.

El taller cerró haciendo énfasis en que no hay vínculo social que funcione sin confianza, es parte fundamental de la cultura y de la competencia clave del líder. El balance entre la productividad y el desarrollo de este vínculo a través de la confianza es el mayor reto para todo el equipo y sus líderes.



A comunicação das Unidades Acadêmicas da Universidade Federal de Goiás nas redes sociais *on-line* durante a pandemia de Covid-19

Daiana Stasiak

Professora do Curso de Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (FIC-UFG). Doutora em Comunicação pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB).

Anna Beatriz Pereira de Souza

Estudante do curso de Relações Públicas da Universidade Federal de Goiás.
Membro da Iniciação Científica.

Resumo: O artigo descreve e analisa as formas de visibilidade e interação por meio das redes sociais *on-line* das Unidades Acadêmicas da UFG realizadas no período de suspensão do calendário acadêmico em 2020, devido a pandemia de Covid-19.

Palavras-chave: comunicação organizacional; visibilidade; interação; redes sociais *on-line*; Universidade.

Resumo extendido

Pela sua história e relevância, as Universidades são objetos de pesquisa da área da comunicação organizacional há muitos anos, dentre as autoras encontramos Margarida K. Kunsch (1991), Eugenia M. M. R. Barichello (2000), Cleusa Maria Andrade Scroferneker (2000) e Teresa Ruão (2005, 2008).

Na atualidade, é fundamental que as Universidades adaptem os seus discursos e busquem as melhores formas de comunicação, para construir sua identidade, imagem e reputação organizacionais de forma coerente com seus princípios. A comunicação organizacional é a gestora dos processos e responsável por operacionalizar os valores da comunicação pública. Por sua vez, a

comunicação pública ajuda na conservação dos laços sociais, cabendo às instituições públicas a responsabilidade e o dever de cumprir a missão de interesse coletivo, Zemor (1995).

Nas vivências da sociedade midiaticizada (Sodré, 2002; Fausto Neto, 2006; Hjavard, 2012), a comunicação deixou de ser apenas um conjunto de atividades desenvolvidas de maneira fragmentada para se constituir em um processo integrado que orienta o relacionamento da empresa ou entidade com todos os seus públicos de interesse (Bueno, 2009, p. 7).

Neste sentido, o desenvolvimento de estudos sobre a comunicação nas Universidades justifica-se, pois, a informação é a matéria-prima para a construção de uma identidade e imagem pública de qualidade, que prime pela transparência das ações. Desta forma, compreender o ambiente comunicacional torna-se fundamental, em especial em momentos de dificuldade, como os impostos pela pandemia do Coronavírus, que geraram a suspensão do calendário acadêmico da UFG durante alguns meses de 2020.

Neste contexto, o artigo desenvolve uma das

propostas do Projeto “Pesquisa e diagnóstico da Comunicação Institucional da Universidade Federal de Goiás (UFG)” e evidencia as transformações na essência e na práxis da comunicação organizacional da UFG a partir da aprovação da Resolução da Política de Comunicação da Universidade, ocorrida em maio de 2019.

Como objetivo geral, o trabalho analisa as formas de visibilidade e interação por meio das redes sociais *on-line* das Unidades Acadêmicas da UFG adotados no período da pandemia. Como objetivos específicos, o artigo identifica a presença de perfis das 29 Unidades Acadêmicas (UA) da UFG, nas seguintes redes sociais *on-line*: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter e YouTube. Descreve os principais conteúdos e as formas de interação com os públicos nos perfis e destaca as formas de atuação das três Unidades Acadêmicas com maior presença de conteúdos publicados.

Para analisar os fenômenos apresentados a pesquisa de abordagem qualitativa com caráter descritivo-exploratório (GIL, 1987), tem como base o estudo de casos múltiplos (YIN, 2005), tendo como objeto de estudo cerca de 3.325 posts que fazem parte dos perfis das 29 Unidades acadêmicas da Instituição. A análise empírica de caráter exploratório-descritivo utiliza a técnica da documentação *on-line*.

Os resultados iniciais apontam a presença da maioria das UA nas redes sociais *on-line*, porém, ainda se destacam a falta da padronização da identidade visual e a baixa interatividade mútua, de toda a forma, a autonomia das Unidades Acadêmicas em relação aos conteúdos publicados e a potencialidade em dar visibilidade às informações num período conturbado como o da pandemia demonstram a preocupação com a transparência e a busca do relacionamento com os públicos, fatores que se conectam com a política de comunicação aprovada recentemente na instituição.

Referências

- Barichello, Eugenia. M. M. R. (2000) *Universidade e comunicação: Identidade institucional, legitimidade e territorialidade na cena da nova ordem tecnocultural*. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro - RJ.
- Bueno, Wilson da Costa. *Comunicação Empresarial: políticas e estratégias*. São Paulo: Saraiva
- Fausto Neto, A. (2008). Fragmentos de uma «analítica» da midiatização. *Revista MATRIZES* s n. 2, abril.
- Gil, A. C. (1987). *Como elaborar projetos de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Hjarvard, Stig. (2012). *Midiatização: Teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural*. *Revista Matrizes*. V. 5, n. 2.
- Kunsch, M. M. K. (1991). *Universidade e comunicação na edificação da sociedade*. Tese (Doutorado em Comunicação). São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- Scroferneker, C. M. A. (2000) *Os (des) caminhos da comunicação na implantação do programa de qualidade total na universidade brasileira*. Tese (Doutorado em Comunicação) São Paulo: Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- Ruão, Teresa. (2005). O papel da identidade e da imagem na gestão das universidades. IV Congresso da SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, *Anais...* Universidade de Aveiro.



Ruão, Teresa. (2008). *A comunicação organizacional e os fenómenos de identidade: a aventura comunicativa da formação na Universidade do Minho: 1974-2006*. 524 p. Tese (Doutoramento em Ciências da Comunicação) -Universidade do Minho.

SODRÉ, M. (2002). *Antropológica do Espelho*. Por uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes.

ZÉMOR, Pierre. (1995). *La Communication publique*. Paris: PUF.



La feria de emprendimiento **Emprende como modelo de negocio virtual universidad-sociedad (E2C)**

Otto Roberto Yela Fernández

Profesor Titular VI, Universidad de San Carlos de Guatemala -USAC-, Escuela de Ciencias de la Comunicación Comunicólogo, neurosemiólogo. Postdoctorado en Cine y Resiliencia en la Universidad de Lodz, Polonia. Doctor en Desarrollo Psicológico, Aprendizaje y Educación por la Universidad de Alcalá, España. Maestría en Sociología y Comunicación en la Universidad Iberoamericana, México. Especialización en Educación y Desarrollo Sustentable en CREFAL, México. Publicista y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la USAC. Artículos e investigaciones publicados en revistas especializadas y en congresos académicos de diversos países.

Abstract:

La propuesta virtual de la feria de emprendimiento universitario **Emprende** constituye un modelo de negocio innovador, ya que pone en contacto a los estudiantes que ofrecen sus productos y servicios con sus compradores prospecto. Este modelo lo definimos como E2C, es decir Education to Costumers, lo que en español significa el sector educativo, dígame la universidad, para los consumidores. En otras palabras, enlaza a los futuros empresarios, que hoy se forman en las aulas, con su público

Palabras clave: emprendimiento, universidad, pandemia, modelo de negocio

Resumen extenso:

A partir de la pandemia, los mecanismos de venta en línea han ido en aumento. La feria de emprendimiento universitario **Emprende** implementó una plataforma on line en la que se promovió la venta de los proyectos de más de 200 estudiantes, quienes tuvieron la oportunidad de vender sus productos y servicios en tiempo real.

La feria se caracteriza por incluir estudiantes de todas las unidades académicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en su sede central de la Ciudad de Guatemala tiene 19 entre facultades y escuelas de todas las ramas del conocimiento.

La propuesta virtual de la feria constituye un modelo de negocio innovador, ya que pone en contacto a los estudiantes que ofrecen sus productos y servicios con sus compradores prospecto. Este modelo lo definimos como E2C, es decir Education to Costumers, lo que en español significa el sector educativo, dígame la universidad, para los consumidores. En otras palabras, enlaza a los futuros empresarios, que hoy se forman en las aulas, con su público.

Este ejercicio constituye un factor de aprendizaje clave para los estudiantes, ya que de otra manera no tendrían la oportunidad de someter sus productos al juicio y calificación de sus potenciales compradores.

La feria on line se realizó del 1 al 3 de octubre de 2020, con horario de 8:00 a 17:00. Durante el evento, además de la plataforma de venta on line (landing page), se generaron diversos enlaces vía Zoom en los que los consumidores pudieron conocer de cerca los productos y servicios de los estudiantes. Además se invitaron a profesionales en las distintas áreas del campo del emprendimiento, para dar a los estudiantes los conocimientos más vigentes en cuanto al tratamiento de su negocio y actividades para dar a conocerlo (comunicación del mismo, su respectiva comercialización, etc.).

En 2020 se tuvo un número de 549 proyectos de emprendimientos, de las distintas facultades y unidades académicas de la USAC, todos los cuales tuvieron un protagonismo vía internet a través de las distintas plataformas que se utilizaron (Zoom, Landing Page, páginas Web, páginas Facebook tanto oficiales de Emprende, como de cada uno de los proyectos, mismas que fueron el vehículo tanto para promocionar sus productos y servicios, así como para hacer los negocios en línea. Planteamiento del problema:

En este año, 2021, la feria se llevará a cabo el 22 al 24 de abril, por cuanto constituye un movimiento semestral híbrido: tanto educativo como comercial. La filosofía de la Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser una entidad estatal y pública, está ligada a una toma de conciencia de la responsabilidad por parte de los estudiantes hacia las principales problemáticas sociales. En Guatemala, como en otros países latinoamericanos, se viven graves problemas en cuanto a altos niveles de pobreza en la población, pocas oportunidades de trabajo, escaso margen de ganancia en los negocios particulares. La feria Emprende se propone salvar las distancias entre consumidores y proveedores de los productos y servicios, que son a la vez proyectos de clase de las distintas facultades.

Objetivo de esta propuesta:

El presente estudio tiene como objetivo analizar los aprendizajes adquiridos por los estudiantes emprendedores participantes de la feria 2021, a llevarse a cabo en abril. Con ello podremos dar razón de la efectividad de la metodología de enseñanza aprendizaje recreada con la feria.

Índice de gráficos:

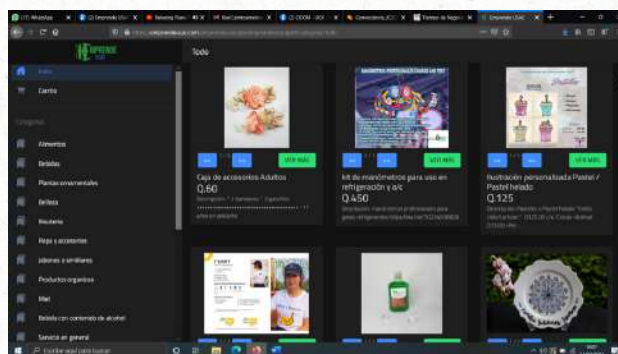


Gráfico 1: Tienda virtual desde donde se realizan las operaciones de negocios. La página vincula al comprador con el proveedor, los pone en contacto para el pedido, en envío y la venta.



Gráfico 2: Página Facebook de la feria Emprende, desde donde se hacen las labores del branding, la viralización de publicaciones, el vínculo con los emprendedores, así como con los consumidores.



Gráfico 3: Página web <http://emprendeusac.com>, desde donde se hacen los procesos de inscripción a la feria, convocatoria a la feria, visibilización de los proyectos de emprendimiento, tienda virtual, visibilización de los casos de éxito, etc.

Referencias:

Tiempo de Negocios (2017). *Los once modelos más rentables en internet*. Consultable en: <https://tiempodenegocios.com/los-6-modelos-de-negocio-mas-rentables-en-internet/>



Gestão da comunicação institucional em contexto de pandemia: a experiência em uma universidade pública brasileira¹

Fábia Pereira Lima²

Professora do Departamento de Comunicação Social e Diretora do Centro de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Brasil.

Isaura Mourão Generoso³

Coordenadora do Núcleo Assessoria de Imprensa do Centro de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais, Professora no curso de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

Resumo:

O trabalho apresenta uma discussão sobre o conceito de jornalismo institucional, no âmbito das práticas de relações públicas e assessoria de imprensa, no Brasil. Para analisar como o jornalismo institucional apresenta uma dimensão de comunicação pública e também estratégica, toma as noções de organização comunicada, comunicante e falada, a partir de postagens no Facebook da Universidade Federal de Minas Gerais, em momentos distintos no enfrentamento da covid-19, e a repercussão delas nos dois principais jornais de Belo Horizonte, Estado de Minas e O Tempo. Defende, como conclusão, que a gestão da comunicação institucional, nos esforços de defesa da imagem midiática institucional, é estratégica na medida em que fortalece tanto a própria organização como instituição social quanto o que ela representa enquanto tal, ou seja, os princípios democráticos que regem a comunicação pública e seu compromisso com a sociedade brasileira.

Palavras-Chave: Jornalismo institucional. Comunicação pública. Visibilidade estratégica.

Introdução

O trabalho, de natureza exploratória, propõe uma reflexão sobre alguns preceitos que fundamentam a análise de processos de comunicação pública e de comunicação estratégica a partir da perspectiva da ação emanada por uma Instituição Federal de Ensino Superior (Ifes). Para isto, estrutura-se em três partes: em primeiro lugar, para contextualizar historicamente o jornalismo institucional, baseia-se na narrativa trazida por Chaparro (2011) sobre os cem anos da atividade de assessoria de imprensa e de Nassar, Farias e Oliveira (2016) sobre as Relações Públicas, no Brasil. Na sua fundamentação teórica, dialoga com o trabalho de Weber (2011) para quem instituições públicas fazem comunicação

¹ Trabalho apresentado nas Jornadas de Comunicación 2021, CICOM, Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Costa Rica.

² Professora do Departamento de Comunicação Social e Diretora do Centro de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais. Brasil. Email: fabialima@ufmg.br.

³ Coordenadora do Núcleo Assessoria de Imprensa do Centro de Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais, Professora no curso de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Email: mouraoisaura@gmail.com.

estratégica para obter visibilidade pública, prestar contas e construir uma imagem pública; e de Weber e Coelho (2011), que registram diferenças entre o jornalismo midiático e o jornalismo institucional em suas funções de testemunhar e narrar os acontecimentos do mundo sem, contudo, deixar de apontar a legitimidade de ambos os tipos de jornalismo, bem como seus paradoxos. Já na fase analítica, parte de Baldissera (2009), que defende que a comunicação organizacional é disputa de sentidos e para quem devemos atentar para suas três dimensões: a organização comunicada, a organização comunicante e a organização falada, como arcabouço teórico-metodológico. Assim, o presente trabalho pretende enfocar o processo pelo qual uma lfe, no caso a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), projeta sua pauta na arena de circulação midiática e as reverberações nas dimensões da organização comunicante e falada podem ser apreendidas, pelo seu próprio sistema de comunicação pública, em sua dimensão estratégica. Considerando as premissas apresentadas, o trabalho buscou identificar e analisar duas postagens em redes sociais da Universidade Federal de Minas Gerais e sua repercussão em veículos de imprensa.

Assessoria de imprensa e jornalismo institucional: uma perspectiva brasileira

A atividade de assessoramento de comunicação em organizações, sobretudo no relacionamento com a imprensa, é devedora pelas ações precursoras de Ivy Lee, no início dos anos 1900. O jornalista, que abandonou os veículos para inaugurar o primeiro escritório de relações públicas (RP) do mundo, foi quem delineou os princípios da atividade de assessoria de imprensa, prestando serviços junto a grandes empresários que necessitavam mudar sua imagem perante a opinião pública. Considerado o pai das relações públicas, era mais do que um “informante profissional competente” (CHAPARRO, 2011, p. 8). Para além do fornecimento de notas e informações sobre seus clientes, “desenvolveu

habilidades e técnicas de criar fatos noticiáveis, de preferência retumbantes”. Contudo, ao mesmo tempo que abriu um novo campo de atuação na área da comunicação, “também fez jogo sujo, com práticas de emprego duplo, propina, favores escusos, almoços sedutores, viagens prazerosas e outras formas de convívio vantajoso com o poder econômico” (CHAPARRO, 2011, p. 8).

No Brasil, a atividade das Relações Públicas tem início nas primeiras décadas do século XX, com a presença de profissionais em corporações internacionais sediadas no país e a criação de departamentos específicos em órgãos governamentais. Com forte influência funcionalista, baseada sobretudo na bibliografia norte-americana que

se tornou hegemônica no país e referência no mundo, a prática de RP voltava-se para ações de promoção da imagem das instituições, sobretudo com atividades de assessoria de imprensa, buscando pautar assuntos e enquadramentos pretendidos pelas organizações contratantes, seguindo os preceitos de Ivy Lee.

Um marco na atividade de RP no Brasil foi a regulamentação profissional, em 1967, sendo o Brasil o primeiro país no mundo a fazê-lo. Ainda hoje, é um dos poucos

que reservam, nos termos da legislação, a atuação em RP para os profissionais com registro profissional na área. Para possibilitar tanto o registro como a fiscalização da atividade, inclusive, foi criado, no mesmo período, o sistema do Conselho (Federal e Regional) de Relações Públicas no país, responsável tanto por conferir o registro

quanto por fiscalizar que a prática fosse (seja) realizada por profissional registrado.

Contudo, há de se fazer uma digressão relevante já que, em 1964, após um golpe de Estado, o Brasil passou a ser governado por um regime militar, instaurando um período ditatorial que durou mais de 20 anos. Ou seja, a profissão de Relações Públicas, regulamentada pela Lei no 5.377 de 11 de dezembro de 1967 e legalizada pelo Decreto-

Lei no 63.283 de 26 de setembro de 1968 (que restringe o exercício da atividade a graduados em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas), foi legalmente constituída no âmbito de um regime de governo que exercia seu poder de forma autoritária e antidemocrática. Mais do que isso, foi regulamentada precisamente para atender aos interesses dos governantes na construção de uma imagem baseada na simbologia patriótica e na divulgação em massa. Um regime absolutamente refratário à comunicação dialógica, que não se ocupava com a garantia de direitos fundamentais básicos como a liberdade de expressão e a possibilidade do contraditório e da crítica ao próprio governo.

Conforme relatam Nassar, Farias e Oliveira (2016), prova disto está na criação da Assessoria Especial de Relações Públicas (Aerp) que, com seus desdobramentos, funcionava como gabinete do governo para promoção de uma pauta desenvolvimentista, desviando o foco das atrocidades no ambiente político e do cerceamento às liberdades civis. E foi com esta atuação pouco honrosa, comprometida com interesses de uma casta governante e não com os princípios de uma sociedade democrática, que as RP marcaram a construção de sua própria imagem, alinhada à das próprias instituições da época.

Durante o governo do general Médici (1969-1974), a Aerp constituiu-se em verdadeiro escritório político de propaganda para 'promover' o regime ditatorial, mascarando, assim, a intervenção de censura mais violenta na história do Brasil. Torquato criticou fortemente a abordagem da ditadura: a máquina de relações públicas bem equipada, usada pelos governantes militares como um centro de propaganda e comunicação vangloriosa, se caracterizou pela linguagem grandiloquente da comunicação empresarial no início de 1970 e foi bem respeitada pelos veículos da grande mídia, a maioria dos quais foi submetida à censura prévia. (...) A imagem dos profissionais de relações públicas foi manchada pelas ações empreendidas pela ARP,

onde atuavam como spin doctors, tentando mudar a narrativa de fatos como a prisão e a tortura de milhares de brasileiros que exigiam o retorno da democracia (NASSAR, FARIAS, OLIVEIRA, 2012, p. 155).

Foi apenas nos anos de 1985 que o Brasil iniciou o processo de (re)abertura política aos princípios democráticos, o que veio acompanhado por mais visibilidade e organização da sociedade civil em torno de pautas de interesse público e por forte demanda social por transparência das organizações. Como campo de prática profissional, as RP se fortaleceram tanto pela atuação empresarial interessada em promover sua imagem quanto em prestar contas à sociedade. Como campo de pesquisa, as RP também floresceram, especialmente tentando dar conta de justificar seus resultados e investimentos organizacionais. Assim, o desenvolvimento das RP no Brasil se deu por uma perspectiva pouco crítica quanto às práticas empresariais até então utilizadas para promoção das organizações no país. Nesse cenário,

O jornalismo tornou-se (...) o espaço público da socialização dos discursos particulares, para os confrontos da atualidade, em todos os campos da atividade humana organizados sob a lógica da competição (...). E porque noticiar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir, as relações com a imprensa passaram a constituir preocupação prioritária na estratégia das instituições, tanto as empresariais quanto as governamentais, para as interações com a sociedade – à qual se ligam, hoje, mais por teias comunicativas do que por atividades ou ações de materialidade objetiva (CHAPARRO, 2011, p.3).

Conforme aponta Chaparro (2011), desde a década de 1980, o Brasil começa a romper, numa perspectiva prática que transcende o formalismo legislativo, com o modelo de assessoria de imprensa como atividade de relações públicas, instaurando um modelo de assessoria de imprensa jornalística, ou de jornalismo institucional, único no mundo. Mas o autor reflete que, embora devamos

reconhecer que as relações entre instituições e imprensa apresentam interfaces conflitantes como se de um lado estivessem os jornalistas e o interesse público e, de outro, as instituições orientadas por interesses particulares, com “um natural confronto de perspectivas, que a tradição e a cultura do jornalismo reforçam” (p.20), trata-se de um falso conflito. Para ele, é uma simplificação moralista supor que o interesse público se opõe ao interesse particular, a partir de uma ideia binária entre o bem e o mal.

O que se opõe a um interesse particular é outro interesse particular. E o jornalismo não tem como, nem por que, temer ou desprezar os interesses particulares; além de legítimos, está neles a engrenagem dos conflitos da atualidade, dos quais o jornalismo ocupa-se (...). De alguma forma, depende (...) da confiabilidade do jornalismo o sucesso dos confrontos discursivos que a notícia viabiliza. E, por causa dessa confiabilidade, a sociedade espera, da atuação jornalística, comportamentos e critérios valorativos vinculados às razões do interesse público, para que os conflitos manifestados no espaço e no tempo do jornalismo sirvam ao aperfeiçoamento dos acordos sociais (CHAPARRO, 2011, p.20).

Comunicação pública e visibilidade institucional estratégica

A comunicação pública, como a disputa por versões sobre os fatos na arena do debate público em pautas de interesse comum, é tomada neste trabalho em sua dimensão estratégica, pelos esforços intencionalmente empreendidos (planejados ou não) por atores individuais ou coletivos, para trazer mais visibilidade para suas pautas e argumentos, visando a construir sua imagem pública e influenciar a opinião pública em seu favor. Com as contribuições de Weber (2011), entende-se que a ocupação de espaços midiáticos, por constituírem uma forma de demonstração e exercício de poder, tem sido uma preocupação de entes e órgãos públicos, que congregam equipes e estruturas profissionalizadas para dar conta da produção de conteúdo informativo, persuasivo,

promocional e institucional.

Para a autora, a comunicação pública tem natureza normativa e é parâmetro de qualidade das democracias contemporâneas, ou seja, o nível com que se asseveram os princípios de uma esfera pública - a argumentação pública baseada na livre argumentação e debate para a formação da opinião pública -, numa perspectiva habermasiana, indica o quão democrática é esta sociedade. Por conseguinte, as instituições públicas, com suas estratégias, mídias e produtos, são atores centrais na conformação do tecido social, não apenas por pautarem temas de interesse público como por promoverem debates públicos em torno deles - de modo planejado ou não, restringendo ou ampliando o próprio sistema democrático (WEBER, 2020).

O fortalecimento da democracia significa a possibilidade de efetivação de instituições (...) que se coloquem do ponto de vista dos direitos e sejam marcadas por processos mais democráticos. É um cidadão forte em direitos que fortalece a democracia, exatamente porque reconhece o direito dos outros cidadãos. Ou seja, porque oferece limites ao poder através do exercício público de direitos. (...) É no espaço público, através de instituições públicas e políticas públicas, que as pessoas podem se transformar em cidadãos que não defendem simplesmente seus interesses privados, mas compartilham reconhecimentos mútuos e, dessa forma, podem ter acesso à democracia (WEBER; CARNIELLI, 2016, p.6-7).

No entanto, conforme apontam Weber e Carnielli (2016), essa reflexão abrange uma questão paradoxal. Se por um lado é preciso buscar o fortalecimento das instituições sociais para assegurar a qualidade da democracia, por outro, a busca de visibilidade por elas, no esforço de construção de uma imagem pública favorável, pode diminuir a qualidade democrática do debate público, na medida em que as organizações modulam pautas e temáticas de acordo com interesses particulares. É neste sentido que o “conceito sobre comunicação pública articula, portanto, aspectos normativos e práticas

associados ao caráter estratégico demarcado pela visibilidade” (WEBER; CARNIELLI, 2016, p.6).

Os processos e produtos do sistema de comunicação pública, segundo Weber (2011), podem ser agrupados de acordo com a funcionalidade estratégica pretendida em: publicização, debate público, prestação de contas, prestação de serviços, informação jornalística, mídias públicas, mídias sociais, propaganda e relações públicas. A função de publicização, que nos estudos de comunicação organizacional e relações públicas é conformada na comunicação institucional, refere-se aos esforços de empreender ações que vão ao encontro da missão da organização e dos direitos dos cidadãos, a fim de dar-lhes visibilidade. A instância do debate público implica nas iniciativas de sondagem de interesse social e certo grau de discussão e deliberação entre os envolvidos. A prestação de contas (*accountability*) refere-se às iniciativas que sustentam o princípio da transparência quanto aos atos (gastos e resultados) dos entes públicos. A prestação de serviços se materializa nas ferramentas utilizadas para permitir o acesso dos interessados a toda estrutura organizacional e seus acervos técnicos.

Ainda, conforme a pesquisadora, os esforços comunicacionais estratégicos são orientados com vistas à obtenção de 1) visibilidade, que consiste na projeção do discurso na esfera pública e implica na construção de um acervo informacional e uma memória sobre posicionamentos e ações políticos; 2) credibilidade, refere-se à busca por reconhecimento e legitimação simbólica que ratifiquem as ações de determinado ente público; 3) autonomia, relaciona-se com a profissionalização dos comunicadores públicos para disputar com a qualidade de sua produção a visibilidade midiática; 4) relacionamento direto, que compreende os esforços de interatividade e participação para ampliar a proximidade efetiva e simbólica entre os entes públicos e os cidadãos; 5) propaganda, refere-se à dimensão persuasiva da comunicação pública; e 6) imagem pública, entendida como a coesão entre a representação política e simbólica, aquilo que resta apurado

entre as versões disputadas sobre um ente público (WEBER, 2011).

No que concerne ao tratamento da informação jornalística, temos os processos de construção, enquadramento e divulgação de notícias e os sistemas de mídias públicas que congregam, sobretudo, as emissoras de televisão e os veículos de radiodifusão, regulados constitucionalmente. Temos ainda outros formatos e canais como as mídias sociais digitais, que permitem a interação instantânea entre as partes; a propaganda, que formula campanhas voltadas para pautas sociais (a chamada propaganda legal); e, por fim, as relações públicas, que atuam na direção de possibilitar formas de relacionamento com interação personalizada, em alguma medida, entre determinado ente público e os cidadãos (ou um grupo deles). Considera-se a partir de tais premissas, que

A identificação e o uso dos produtos de comunicação permitem problematizar questões de ordem ética (limites entre o público e o privado); de ordem estética (qualidade e repercussão da produção); de ordem profissional (qualificação de técnicos e especialistas e a ampliação do campo de trabalho junto ao Estado); de ordem técnica (espaços e sistemas da tecnologia de informação e comunicação); de ordem da comunicação política (limites da informação, propaganda e publicização); e sobre a disputa de visibilidade e versões entre a informação e as notícias geradas pelas instituições políticas e aquelas veiculadas pelas mídias (WEBER, 2011, p. 111).

Nessa visada, emergem questões de diversas perspectivas, sendo que interessa à discussão em tela a dimensão política que atravessa as demandas por informação, propaganda e publicização na relação entre entes ou entidades públicas e a sociedade, na arena da disputa por visibilidade de narrativas sobre os fatos de interesse social.

Ressaltamos que o sistema de comunicação pública fortalece o regime democrático na medida em que fomenta o acesso a informações de interesse

público aos cidadãos e que torna reconhecidos, em ações e discursos, os seus entes públicos, comunicando-se estrategicamente e disputando “a opinião pública com as mídias, a partir da sua versão dos fatos e da sua promoção” (WEBER, 2011, p.112).

3. A construção do acontecimento público pelo jornalismo institucional

No esforço de identificar e problematizar os limites do jornalismo institucional e do jornalismo midiático, Weber e Coelho (2011) lembram que o jornalismo não apenas parte de uma realidade que é socialmente construída como também participa de sua construção. No sentido de que há uma “intencionalidade coletiva” que orienta o que é notícia para uma sociedade – o que é de interesse público e merece ser noticiado, como se deve divulgar, narrar e relatar –, o fazer jornalismo pode ser entendido como uma instituição social. Nessa perspectiva, a função social de narrar os fatos deriva da necessidade social de conhecer os acontecimentos e assim também participar do que acontece no mundo.

Conforme define Babo-Lança (2012, p. 15), acontecimento é aquilo que não é esperado e que, portanto, “nos apanha de surpresa. É por isso que, no mundo social e nos contextos de ação cotidianos, nem tudo o que acontece constitui acontecimento, sendo considerado acontecimento apenas aquilo que é improvável e inesperado”. Por seu caráter de ineditismo e imprevisibilidade, o acontecimento introduz tanto uma descontinuidade (uma certa ruptura na ordem previsível das coisas) como uma indeterminação (uma incerteza quanto às suas consequências), o que o torna “muitas vezes incompreensível e não identificável num primeiro momento” (Idem).

Dentre os tipos de acontecimento, a autora se alinha aos pensadores que tomam os acontecimentos públicos como aqueles

que entram em desacordo com as práticas instituídas e correntes e com as expectativas morais, além de provocarem rupturas dos quadros da experiência, dando lugar a situações que constituem problema ou ligando-se a problemas já instituídos. (...) O acontecimento que constitui problema efetua uma ruptura da normalidade social ou da ‘tranquilidade da ordem’ (na expressão de S. Tomás de Aquino) e desencadeia uma tematização. (BABO-LANÇA, 2012, p.20).

Normalmente, o acontecimento público parte de um problema local que é generalizado, passando a dizer respeito a toda uma comunidade e cujo enfrentamento depende de uma ação coletiva. Nesta ordem de coisas, o acontecimento público demanda ações de publicização na arena pública midiática, mobilizando a atenção pública e tornando-se assunto de atenção e discussão coletivas.

Podemos, portanto, considerar que o jornalismo participa da construção dos acontecimentos públicos na medida em que confere publicidade a questões de interesse comum e sustenta uma arena de debate em torno de determinadas pautas sociais. Os processos jornalísticos são constrangidos não apenas pelas suas lógicas profissionais, tecnológicas e deontológicas, mas pelo

repertório de discursos, conceitos, categorizações, direitos públicos e privados, princípios ético-jurídicos que impregnam a vida institucional e pública. Na medida em que vivemos os acontecimentos, somos afetados por eles e reagimos-lhes em função dos discursos, conceitos, princípios e formas de vida decorrentes das esferas da vida pública e da ordem institucional. Os discursos dos media e os debates públicos são também devedores desses repertórios, que organizam a construção da identidade do acontecimento no campo midiático em geral (BABO-LANÇA, 2012, p.25).

Portanto, o jornalismo trabalha com a produção de notícias conformando acontecimentos públicos, publicizando-os e reconstruindo-os discursivamente. Para isso, “estão envolvidos momentos de seleção, hierarquização, organização, elaboração, demarcados por pressões espaciais, temporais, organizacionais” (WEBER e COELHO, 2011, p.63). Ainda conforme as autoras, há jornalismo no plural demarcando, sobretudo, diferenças entre o jornalismo institucional e o midiático. Para Weber e Coelho (2011, p. 73), o jornalismo no nível das instituições configura “uma nova zona de visibilidade, em que sua dimensão pública está associada a uma dimensão estratégica”. Assim, as diferenças não se relacionam aos profissionais, às práticas ou aos valores que emergem de uma mesma origem, mas ao lugar de seu exercício no campo social, que lhes imprime dinâmicas e diretrizes próprias.

Nessa perspectiva, na medida em que “o jornalista de imprensa persegue (em tese) a informação e procura todas as suas angulações, o jornalista da instituição publica com as fontes institucionais e avalia a repercussão. Tem responsabilidade sobre a notícia e sobre a instituição” (Idem, p.63). Essa situação não exige o jornalista das instituições de se pautarem pela ética jornalista e por normativas sobre os critérios de noticiabilidade nos veículos institucionais. No entanto, esses seguem uma política editorial consubstanciada por seu caráter institucional. Deste modo, as práticas jornalísticas balizadas pelo interesse público são tanto exercidas nas mídias tradicionais como em organizações públicas.

Desse jornalista profissional reconhecido por seus pares depende a qualidade da informação veiculada, a capacidade de gerar agendamento, de desencadear um processo de *advocacy* das mídias em relação a uma instituição que defende

projetos de interesse público, por exemplo. Pode-se afirmar que a diferença entre os jornalismo não está no profissional. Elimina-se, assim, a questão de não considerar o jornalismo aqui chamado de institucional como jornalismo, como bem justificam Benetti e Moreira (2005, p. 123), baseadas na ausência de “iniciativa da divulgação de notícias negativas à imagem da instituição (que não costuma ser tomada)” e na baixa “diversificação das fontes e dos assuntos (que fica limitada pela área de atuação de cada instituição)”. No primeiro caso, há que se referir que nenhuma instituição jornalística tem também a iniciativa de divulgar notícias negativas sobre si; a pouca diversidade de fontes e temas também existe no jornalismo especializado, mas aqui a questão da dimensão pública x estratégica do jornalismo institucional é que sobrevém (WEBER e COELHO, 2011, p. 65).

Portanto, em seu esforço de comunicação e busca por visibilidade, as organizações públicas têm no jornalismo institucional a possibilidade de produzir informações, ao mesmo tempo, de interesse público e institucional, ou seja, sua prática jornalística é permeada por uma dimensão estratégica publicitária (no sentido de publicização de sua agenda). Assim, ao contrário da informação produzida pelo jornalismo midiático, a comunicação de entes públicos é sobretudo estratégica, evidenciando o paradoxo da visibilidade anteriormente abordado: se, por um lado, contribui para ampliar os processos de transparência para pleno exercício da cidadania e preservação dos sustentáculos democráticos, por outro, ancora-se nos princípios de informação persuasiva, defendendo pontos de vista específicos.

A ampliação e a profissionalização dos sistemas de comunicação dos entes públicos demonstram sua capacidade em disputar espaço na arena midiática com suas pautas, mantendo os cidadãos informados sobre suas ações e sobre o conhecimento produzido

4 Disponível em: <https://www.facebook.com/ufmgbr/posts/2864905303545116>. Acesso: 01/03/2021.

5 Disponível em: <https://www.facebook.com/ufmgbr/posts/4026473394054962>. Acesso: 11/05/2021.



intramuros. O jornalismo institucional insere-se nesta seara e constitui uma expansão do campo jornalístico. Para Weber e Coelho (2011), trata-se do jornalismo que se diferencia não apenas em suas margens, mas sobreposto a outros campos.

Nas margens do campo da política – sem alterar seu capital, seu habitus –, em encontro com o campo jornalístico, surge uma estrutura profissional de tal magnitude que provoca não apenas a mediação pretendida entre Estado e imprensa, na clássica função do agendamento: o que está em questão é a conformação de uma nova zona de visibilidade pública, com a profissionalização do jornalismo e a força do Estado (WEBER e COELHO, p.69-70).

As autoras sugerem pensar que os entes públicos trabalham seus veículos públicos no jornalismo institucional, que têm como fonte primeira o próprio Estado e os cidadãos, beneficiários das políticas públicas. Como consequência, o jornalismo institucional passa a competir ou a complementar o jornalismo midiático na produção de informações e na conformação dos acontecimentos públicos.

A origem destas notícias – o campo da política – é demarcada: não se espera (e não se cobrará) nestes discursos a fala contrária. (...) Fontes que contribuam para uma posição da instituição são bem-vindas. Esta postura é esperada em relação às notícias veiculadas pelo jornalismo institucional, mas não o é em relação à mídia – embora se possa argumentar que as empresas jornalísticas têm seus recursos para a defesa de interesses próprios, há os limites da dimensão pública. O lugar da instituição jornalística faz com que esta possa ser cobrada pelas regras que professa (WEBER e COELHO, 2011, p.72-73).

Assim, subsidiadas pelas reflexões até aqui apresentadas partimos para a análise do posicionamento institucional da UFMG, observado em três dimensões: como agenda, pautada por sua Agência de Notícias, cujo trabalho é aqui compreendido como jornalismo institucional; como pauta que gera interações com a organização em suas redes sociais; e como a organização é falada,

pelo que repercute nos veículos de imprensa e suas seções de comentários.

4. Comunicação pública e visibilidade estratégica no posicionamento institucional da UFMG durante a pandemia de covid-19

Para a análise pretendida, será utilizado como aporte teórico-metodológico as reflexões de Baldissera (2009), para quem a comunicação organizacional é disputa de sentidos e para quem devemos atentar para suas três dimensões, aqui considerados como operadores analíticos: a organização comunicada (fala oficial, autorizada), a organização comunicante (que incorpora também as interações com a organização) e a organização falada (aquilo que se refere a ela, indiretamente).

Na dimensão da organização comunicada, tomaremos a postagem de dois posicionamentos institucionais divulgados no Facebook da universidade: uma nota oficial, em 13 de março de 2020⁴, como primeiro posicionamento em relação à pandemia de covid-19; e uma publicação de 11 de maio de 2021⁵, mais de um ano após o início da pandemia. As postagens direcionam o usuário para *link* da matéria jornalística sobre a nota oficial, divulgada no Portal UFMG. Como critério de seleção, elegeu-se o Facebook (161.572 seguidores) por ser a rede que detém o maior número de seguidores dentre as que são utilizadas pela Universidade, já que o Instagram conta com 102 mil seguidores, o Twitter com 106,9 mil e o Youtube com 8,57 mil, segundo dados de maio de 2021.

Na dimensão da organização comunicante, serão analisados os comentários trazidos nas postagens realizadas e, por fim, na dimensão da organização falada, serão trazidas as repercussões sociais de tais posicionamentos, por meio da veiculação dos fatos na imprensa mineira, a partir da postagem digital nos dois principais jornais do estado, Estado de Minas e O Tempo, assim como os comentários que as matérias encamparam. Aqui, tomamos as reflexões de Babo-Lança (2012, p.20) sobre o papel da mídia

na reprodutibilidade do acontecimento, para quem os “media são operadores de publicitação dos acontecimentos para um público, constituindo por isso autênticos suportes de uma *accountability* (descritibilidade), entendida frequentemente como construção do acontecimento e das notícias.”

As redes sociais digitais da UFMG são gerenciadas pelos profissionais do Centro de Comunicação (Cedecom) da Universidade, órgão auxiliar da Reitoria da UFMG, responsável pela sua comunicação institucional. Sob sua gestão estão o Portal UFMG, o Boletim UFMG, a Rádio UFMG Educativa, a TV UFMG, o núcleo web, de comunicação integrada, a assessoria de imprensa e as redes sociais da UFMG – Facebook, Twitter, LinkedIn e Youtube. Possui em sua estrutura 70 profissionais e 40 bolsistas de jornalismo, relações públicas, *design*, mídias sociais, tecnologia da informação, técnica, fotografia, programação musical, administração e outras áreas.

Durante o período de março a dezembro de 2020, primeiro ano (não completo) de enfrentamento da pandemia, o Cedecom produziu 1.230 reportagens no Portal da UFMG, fez cerca de 4.000 atendimentos à imprensa, produziu 960 releases enviados à imprensa, gravou 770 entrevistas e 66 episódios de *podcasts* na Rádio UFMG Educativa, cerca de 300 vídeos na TV UFMG, além de mais de 5.300 postagens e stories nas redes sociais da Universidade. Quantitativamente, esse resultado dos núcleos do Cedecom demonstra que a produção foi, ao menos, duplicada em relação a períodos anteriores, chegando a índices como três a quatro vezes o volume produtivo, como resposta aos anseios da comunidade UFMG e da sociedade, quanto ao acesso a informações qualificadas sobre a pandemia.

Em nota do dia 13 de março de 2020, a UFMG anunciava a manutenção das aulas presenciais, a instituição do Comitê Permanente de Enfrentamento ao Novo Coronavírus e uma série de recomendações para sua comunidade, com anúncio de acompanhamento diário da situação epidemiológica no país para embasar novas tomadas de decisão. A nota foi postada no Facebook oficial da universidade, conforme ilustrado a seguir:

Figura 1: postagem no Facebook da UFMG (13/03/2020)



A postagem da nota no Facebook atingiu um total de 102 compartilhamentos e 100 comentários, sendo os três filtrados como os mais relevantes, com 54, 39 e 22 curtidas, respectivamente:

Comentário 1: A UFMG mantém as aulas o que me obriga a pegar dois ônibus nos horários mais lotados e estar numa sala com 50 pessoas. Muito legal, parabéns. Se eu pegar esse trecho no *bus* eu ainda posso passar pra várias pessoas da minha sala ou vice-versa.

Comentário 2: As aulas deveriam ser suspensas sim. Podemos passar atividades para os alunos fazerem em casa.

6 Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2020/03/15/interna_gerais,1129164/veja-as-instituicoes-de-ensino-que-ja-anunciaram-suspensao-de-aulas.shtml. Acesso: 01/03/2021.

7 Disponível em: <https://www.otempo.com.br/cidades/coronavirus-em-bh-ufmg-nao-vai-substituir-aulas-presenciais-pelas-online-1.2313785>. Acesso: 01/03/2021.

Comentário 3: “Evitem as aglomerações de pessoas”, exceto ser for numa sala de aula lotada, aí pode! Olha dona UFMG, sinceramente...

A divulgação da nota marca a primeira manifestação pública da instituição face à decretação da pandemia de covid-19 e como o trabalho de jornalismo institucional dessa Ifes participa da conformação do acontecimento público. Nota-se que, na dimensão da organização comunicada, há um esforço informativo sobre um fato novo, imprevisível e de futuro incerto, e na dimensão da organização comunicante, repercussão significativa pelo número de compartilhamentos e comentários trazidos. Estes revelam ainda que, apesar da falta de conhecimento que, àquele momento, a sociedade tinha sobre a pandemia, a comunidade UFMG questionava a universidade quanto à decisão pela manutenção das aulas presenciais. Nesse sentido, ao mesmo tempo em que a nota exerce a função de publicizar o posicionamento da Universidade em relação ao acontecimento, mobiliza a instância do debate público e a consequente discussão acerca daquele posicionamento, na dimensão da organização falada.

Ainda na dimensão da organização falada, o jornal Estado de Minas⁶ divulgou a decisão da universidade em matéria do dia 15 de março de 2020, com apuração que abrangeu a suspensão (ou não) das aulas nas principais instituições de ensino superior de Minas Gerais: “Recomendações das autoridades de saúde forcem unidades de educação a tomar medidas para frear a proliferação da virose causadora da COVID- 19”. Não houve comentários na publicação. Já o jornal O Tempo, em 20 de março de 2020⁷, divulgava que “Coronavírus em BH: UFMG não vai substituir alas presenciais

pelas online - Segundo recomendação do diretório acadêmico, aulas à distância também devem ter suas atividades interrompidas”, com um único comentário, marcado com cinco não-curtidas.

Comentário: a justificativa: “heterogeneidade do corpo discente da UFMG não permite garantir que todos terão acesso frequente e estável aos recursos computacionais necessários para acompanhamento das atividades.” está correta. Mas sabemos que o corpo docente da UFMG e os servidores públicos querem mesmo é ficar sem trabalhar. Existem outras maneiras de fazer ensino a distância sem a necessidade de acesso a recursos computacionais.

Ratificamos, com isso, que as mídias institucionais da Universidade são, reconhecidamente, fontes de informação para os veículos de imprensa, que monitoram o que é divulgado pela universidade e, de modo recorrente, reproduzem seus conteúdos ou acessam a instituição por sua assessoria de imprensa, com o intuito de aprofundar sua abordagem. No entanto, a abordagem adotada pelos veículos pode ser considerada pauta ampliada, trazendo o posicionamento de outros atores, tanto outras instituições que, àquela altura, também se viam às voltas com a decisão pela suspensão ou não de suas aulas, quanto também do diretório acadêmico e da sociedade, com a manifestação de opinião sobre o assunto, também fomentando a possibilidade do debate público na dimensão da organização falada. Nesse sentido, o comentário, apesar de reconhecer o mérito da Universidade na defesa pela equidade de condições para o aprendizado universalizado, endereça uma crítica genérica ao funcionalismo público – como pressuposto, está a ideia de que a categoria se aproveitaria da situação para, em sua condição de estabilidade no emprego, não trabalhar.

8 Disponível em: <https://ufmg.br/comunicacao/noticias/ufmg-decide-avancar-a-etapa-1-do-plano-de-retorno>. Acesso em 15/05/2021.

9 Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2021/05/10/interna_gerais,1265243/ufmg-vai-retomar-atividades-presenciais-saiba-o-que-muda.shtml. Acesso em 15/05/2021.

10 Disponível em: <https://www.otempo.com.br/cidades/ufmg-voltara-a-ter-atividades-presenciais-na-proxima-segunda-feira-1.2483521#:~:text=A%20Universidade%20Federal%20de%20Minas,feito%20remotamente%2C%20deve%20continuar%20assim>. Acesso em 15/05/2021.

Na nota do dia 10 de maio de 2021, ou seja, mais de um ano após a decretação do estado pandêmico, a UFMG sinaliza as condições para o início do ano, em relação ao seu plano de retorno de atividades presenciais.



Figura 2: postagem no Facebook da UFMG (11/05/2021)

A postagem no Facebook da Universidade conta com dez compartilhamentos e cinco comentários, sendo dois referentes a marcações de pessoas e os outros três com uma curtida cada, conforme transcrito abaixo:

Comentário 1: Finalmente

Comentário 2: Graças a Deus 🙏

Comentário 3: Não sei se é o momento ainda...

Verifica-se que a repercussão do posicionamento institucional é bastante reduzida em comparação com a nota anterior. Isso parece ser explicado pelo estágio do acontecimento público e seu caráter de certa normalidade – ou, melhor dizendo, sua dimensão de não-ineditismo, neste momento. Tal hipótese pode ser fortalecida quando se verifica a repercussão nos jornais, a partir da publicação da nota no Portal da UFMG, no dia anterior ao da publicação na rede social. Em 10 de maio, quando a nota “UFMG decide avançar à etapa 1 do plano de retorno”⁸

foi publicada no Portal, pela Agência de Notícias que produz o jornalismo institucional, o jornal

Estado de Minas

estampou a manchete “UFMG vai retomar atividades presenciais; saiba o que muda”⁹ e, O Tempo, “UFMG voltará a ter atividades presenciais na próxima segunda-feira”¹⁰.

A mesma notícia do Portal UFMG foi replicada no Facebook da Universidade na manhã do dia posterior. Apenas um comentário foi registrado:

O Sr Alexandre Kalil prefeito de Belo Horizonte vai fechar os não essenciais depois do dia das mães. O povo mineiro é responsável e Inteligente.

Ainda que tenhamos o registro de apenas um comentário, percebe-se, nas manchetes das notícias dos jornais mencionados, a apropriação/disputa de sentidos, no âmbito da dimensão da comunicação falada, na instância do debate público em direção à volta de atividades presenciais.

6. Considerações finais

Na observação das práticas comunicacionais empreendidas, os preceitos da comunicação pública evidenciam-se na divulgação de uma pauta de interesse público que também traz uma dimensão estratégica de visibilidade organizacional. O posicionamento da UFMG, divulgado por meio de práticas de jornalismo institucional, insere-se na conformação do acontecimento público da pandemia de covid-19, deixando ver a modulação do engajamento dos atores envolvidos, sobretudo no âmbito da esfera pública e do debate público.

Assim, a comunicação realizada pela UFMG, como instituição pública de ensino superior, tem caráter tanto público quanto estratégico, uma vez que, para prestar contas de seus atos à sociedade, que exige cada vez mais transparência de suas instituições, desenvolve ações que são estratégicas não apenas para informar sobre fatos de interesse público, mas para publicizar seus posicionamentos. Ao aumentar sua visibilidade institucional, a organização reforça



sua imagem pública de instituição de excelência, sendo cada vez mais reconhecida como fonte qualificada para tratar pautas sociais participando, ativamente, da conformação de acontecimentos públicos, como o enfrentamento da pandemia. Os princípios da transparência, prestação de serviços, accountability e publicidade, nas análises empreendidas, podem ser vistos materializados nos esforços de jornalismo institucional apresentados.

Referências

- BABO-LANÇA, Isabel. Reprodutibilidade do acontecimento na ordem institucional. In: FRANÇA, Vera Regina Veiga; CORRÊA, Laura Guimarães (orgs.). **Mídia, instituições e valores**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2012, p. 13-28.
- BALDISSERA, Rudimar. Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade. In: **Organicom** - Comunicação Organizacional e Relações Públicas: pesquisa, reprodução, aplicação. V. 6 n. 10-11 (2009), p.115-120.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (org). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4a ed. São Paulo: Atlas, 2016, 3-21.
- NASSAR, Paulo; FARIAS, Luiz Alberto de; OLIVEIRA, Matheus Furnaletto de. Cenário histórico das Relações Públicas no Brasil. In: **Organicom**. Ano 13, no 24, 1o semestre de 2016, p. 151- 160.
- UFMG. **Relatório de ações da UFMG no combate à covid-19**. 1o de março de 2021. Disponível em: <https://www.ufmg.br/nos/wp-content/uploads/2021/03/Ações-da-UFMG-atualizado-01032021.pdf>. Acesso: 02/03/2021.
- WEBER, Maria Helena. Estratégias da comunicação de Estado e a disputa por visibilidade e opinião. In: KUNSCH, Margarida (Org.). **Comunicação Pública, sociedade e cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão, 2011, p. 101-120.
- WEBER, Maria Helena; COELHO, Marja Pfeifer. Entre jornalismo e poderes. In: SILVA, Gislene; KÜNSCH, Dimas A.; BERGER, Christa; ALBUQUERQUE, Afonso. **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador, EDUFBA; Brasília, Compós, 2011, p.51-78.
- WEBER, Maria Helena; CARNIELLI, Fiorenza Zandonade. **A comunicação de instituições públicas e o paradoxo da visibilidade estratégica**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do XXV Encontro Anual da Compós, UFG, Goiânia, 7 a 10 de junho de 2016.
- _____. Balizas do campo comunicação e política. In: **Triade: comunicação, cultura e mídia**. Sorocaba, SP, v. 8, n. 18, p. 6-48, setembro 2020. Disponível em: <http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/triade/article/view/4046/3774>. Acesso: 10/02/2021

Los Retos de la Comunicación Virtual en Tiempos de Pandemia en Universidades Públicas en México.

Martha Isabel Bojórquez Zapata

Profesora de tiempo completo en el área de finanzas en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán. Contador Público y Maestra en Finanzas por la Facultad de Contaduría y Administración de la UADY, Doctora en Ciencias de la Administración por la Universidad del Sur, integrante titular del cuerpo académico de Economía y Finanzas de dicha facultad, cuenta con reconocimientos de diversos organismos externos nacionales tales como el PRODEP, ANFECA así como el nombramiento del Sistema Nacional de Investigadores. Actualmente es la jefa de la Unidad de Posgrado e Investigación en la FCA-UADY.

José Gerardo Ignacio Gómez Romero

Doctor en Administración por la Universidad Autónoma de Aguascalientes, México. Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Economía Contaduría y Administración de la Universidad Juárez del Estado de Durango, actualmente es Coordinador de Investigación de la Facultad y coordinador General del programa interinstitucional del Doctorado en Gestión de las Organizaciones, programa auspiciado por Conacyt.

Antonio Emmanuel Pérez Brito

Contador Público y Maestro en Administración por la Facultad de Contaduría y Administración de la UADY. Doctor en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología por la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. Expositor en conferencias internacionales, nacionales y locales. Autor de diversos libros, capítulos de libros y artículos en revistas indexadas internacionales. Docente a nivel licenciatura y posgrado. Asesor de tesis de licenciatura, maestría y doctorado. Miembro titular del cuerpo académico de Economía y Finanzas en la FCA-UADY. Profesor con reconocimiento a perfil PRODEP expedido por la SEP, asimismo con certificación de la ANFECA y miembro del Sistema Nacional de Investigadores.

Evaluador de organismos como PRODEP, CACECA así como revisor de publicaciones en revistas indexadas internacionales. Actualmente coordinador de la licenciatura en Administración que se ofrece en la FCA-UADY.

Resumen

Este trabajo describe las necesidades a las que los profesores tuvieron que hacer frente ante la nueva modalidad de clases en línea durante la pandemia con el fin de lograr una comunicación virtual efectiva en dos universidades públicas ubicadas en Yucatán y Durango. La metodología aplicada fue exploratoria, transversal, no experimental y el año estudiado fue el 2020. Entre los resultados

obtenidos en Yucatán, estuvo que un 76% no se encontraba preparado para impartir clases en la modalidad virtual, en Durango, un 90%, asimismo el 56% y el 70% señalaron que la carga académica tuvo un incremento principalmente en la elaboración de materiales para los alumnos acordes a esta nueva modalidad. Se concluye que el uso de la comunicación virtual efectiva en la educación superior es indispensable en esta nueva



normalidad y que se deberá continuar investigando para reglamentarla y consolidarla.

Palabras clave: comunicación virtual, universidades públicas, estrategias.

Abstract

This work describes the needs that teachers had to face in the face of the new modality of on line classes during the pandemic in order to achieve effective communication in two public universities located in Yucatán and Durango. The applied methodology was exploratory, cross-sectional, non-experimental, and the year studied was 2020. Among the results obtained in Yucatán, it was found that 76% were not prepared to teach classes in the virtual mode, in Durango the 90%, the 56% and 70% indicated that the load Academic activity had an increase, mainly it was the elaboration of materials for the students according to this new modality. It is concluded that the use of virtual communication in higher education is essential in this new normal and that research should continue to regulate and consolidate it.

Key words: virtual communication, publics universities, strategies.

Introducción

En las últimas décadas la incorporación en el sistema educactivo a través de computadoras, programas informáticos, multimedia, internet, redes, aplicaciones web 3.0, simuladores, aplicaciones móviles ha hecho que los docentes se adapten a la tecnología e implementen una nueva destreza y competencia enfocada a la virtualidad, (Gisbert, Esteve y Lázaro, 2019).

Sin embargo, según Murillo (2020), la irrupción de la educación a distancia producto de la emergencia, ha dejado al descubierto la brecha digital existente entre las escuelas y sus docentes. Profesores que manejan las tecnologías con sentido pedagógico, que saben cómo diseñar procesos de aprendizaje en entornos virtuales, desafortunadamente son

la minoría. La realidad de las escuelas en América Latina es que en su mayoría no cuentan con las competencias necesarias para asumir este tremendo desafío. Sin embargo, en varios casos tanto los sistemas educativos como sus escuelas se han visto enfrentados a la cruda realidad de tener que convertirse, de la noche a la mañana, en centros escolares de "educación a distancia". Algo impensado hace solo algunos meses atrás.

Junto a ello, en toda la región los efectos del confinamiento están haciendo que se llegue a una verdadera situación de emergencia social. Millones de personas se han quedado sin los mínimos ingresos para subsistir, el hambre está incrementándose como no se veía hace décadas. Resulta difícil aventurar o afirmar si las administraciones no quieren, no pueden o no son conscientes de la situación, pero lo que está claro es que en muchos lugares es la sociedad, la comunidad organizada la que está prestando el apoyo necesario. Frente a los desastres de la pandemia emerge con toda su fuerza la esperanza de la solidaridad y de lo público como bien común a cuidar y valorar (Murillo, 2020).

Para Fernández, Domínguez y Martínez (2020), el fenómeno de la pandemia por la Covid 19 tomó por sorpresa prácticamente a todos los sectores sociales, nadie estaba preparado para modificar radicalmente las actividades cotidianas; el sector educativo no fue la excepción. Pasar de la educación presencial a la educación a distancia, sin docentes capacitados y sin infraestructura tecnológica suficiente, era tarea sumamente complicada. Además los alumnos no sabían conducirse sin la orientación/presión de su maestro, a lo que desde luego, había que sumarle el desconcierto de los padres de familia para orientar tan de cerca a sus hijos en las labores escolares.

Con la evolución de la tecnología, surge una forma de educación a distancia conocida como educación virtual o e-learning, en donde el uso



de recursos digitales y tecnológicos dan las pautas para el desarrollo de conocimiento. La educación virtual es una modalidad que emplea las herramientas digitales como primer recurso y se emplean plataformas para llevar a cabo la interacción docente-alumno. Existe una interacción con los materiales de clase y la asignación de tareas dentro de un espacio virtual (Martínez, 2008).

Revisión Bibliográfica

En el contexto del COVID-19, el cual es emergente y siempre cambiante, muchos países están siendo afectados por dicha enfermedad. Asimismo, diversas universidades están cerradas o a punto de cerrar físicamente y están avanzando hacia el aprendizaje en línea y remoto. Por ejemplo, la Universidad de Nueva York en Shanghai y la Universidad Duke Kunshan ofrecen ejemplos de adaptación exitosa y rápido despliegue de productos de tecnología educativa, como la plataforma de videoconferencia Zoom y Moodle. Significativamente, estas universidades tenían experiencia con estas tecnologías que pudieron expandir; no estaban comenzando desde cero con soluciones tecnológicas nuevas y no probadas (Czerniewicz, 2020). Del mismo modo, algunas escuelas en Australia han tenido problemas para adaptarse al rápido cambio al aprendizaje en línea. De la misma manera, las instituciones han innovado e implementado rápidamente el aprendizaje en línea, debido en parte a una familiaridad establecida con las herramientas necesarias, los enfoques de enseñanza y las consideraciones con el aprendizaje en línea. Esto ha resultado en menos interrupciones para muchos estudiantes que no pueden regresar a las clases presenciales (Ali, 2020).

En México, el Gobierno Federal, la Secretaría de Salud, así como la Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud hicieron una declaratoria de emergencia sanitaria y establecieron la suspensión de actividades no esenciales del 30 de marzo al 30 de abril, por lo que

se suspendieron las clases desde el nivel básico hasta el nivel superior, tanto en escuelas públicas como privadas (DOF, 2020). Ante este escenario, México adoptó la estrategia de migrar los cursos en modalidad presencial hacia la modalidad virtual en un esfuerzo por responder a la emergencia sanitaria guiada por las políticas necesarias de confinamiento; no obstante, el cambio de modalidad educativa involucra necesariamente el reconocimiento y manejo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación como herramienta pedagógica y de aprendizaje (Hernández, 2020).

La educación superior se apoya en distintas estrategias de aprendizaje, por lo que el docente puede tener un papel central en la educación o bien el estudiante ocupa un lugar central en su educación. Del mismo modo, los contenidos y recursos utilizados en las distintas estrategias de aprendizaje se basan y diseñan en función de quién ocupa ese papel central. La Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) y la Universidad de Veracruz (UV) son las Instituciones de Educación Superior (IES) que poseen una plataforma de educación virtual propia; es decir, como acervo informático propio en la institución señala Hernández (2020). Si bien el uso de plataformas comerciales permite responder de manera rápida a una necesidad y demanda de utilizar un recurso tecnológico (software) para ofertar un programa de estudio en modalidad virtual, estas plataformas poseen limitaciones de manejo y administración de recursos y funciones (Mariño, 2006).

Metodología

El presente estudio es de carácter exploratorio, transversal y no experimental de acuerdo a Hernández (2014), y se aborda también desde la perspectiva cualitativa pues se buscó hurgar en la conducta humana, lo que las personas piensan, hace, dice, o lo que deja de hacer o decir de acuerdo a Taylor y Bodgan (1987), es



decir se buscó profundizar en la forma en que el individuo percibe su realidad y su entorno, examinando puntos de vista, interpretaciones y significados en consonancia con Hernández (2014).

Derivado del encierro decretado por las autoridades sanitarias por el covid19 en todo el mundo, se optó por utilizar la herramienta de entrevista a profundidad semiestructurada que se realizaron en reuniones virtuales a través de diferentes plataformas como zoom, skype y google meet. La entrevista a profundidad la define Hernández (2014), como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona y otra, en la que mediante preguntas y respuestas se logra una construcción conjunta de significados respecto a un tema en particular.

El Universo Muestral estuvo compuesto por los académicos adscritos a la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán que son 150 y por los académicos adscritos la facultad de Economía Contaduría y Administración de la UJED que son 180. Se procedió en paralelo en los centros educativos a entrevistar a los maestros utilizando reuniones webinar, con una guía simple de entrevista a profundidad.

Se debe de tener en cuenta que en los métodos cualitativos no hay muestra estadística como tal, en este método la muestra adecuada es señalada por un fenómeno conocido como punto de saturación de acuerdo a Martínez-Miguel (2004), es decir cuando los entrevistados repiten lo mismo que se dijo en entrevistas anteriores, se continúan hasta que los entrevistados ya no se dice nada nuevo. Procediendo bajo este enfoque, el punto de saturación se llegó en la UADY con 30 profesores entrevistados y en la UJED con 60 académicos.

Resultados

El 24% en Yucatán y el 10% en Durango mencionó

que si estaba preparado para impartir clases virtuales cuando se decretó por el gobierno estatal el cierre de las escuelas por la pandemia actual de la Covid-19, pero un 76% en Yucatán y un 90% en Durango, no lo estaba.

El 44% en Yucatán y el 80% en Durango de los profesores encuestados respondió que el tiempo de adaptación que requirieron para la nueva modalidad de impartir clases virtuales estuvo entre una y dos semanas; el 48% y el 12% necesitó entre tres y cuatro semanas y solo el 8% de ambos lugares estuvo entre cinco y seis semanas, lo cual coincide con lo señalado por Hernández en el 2020 relacionado a la adaptación al cambio de modalidad.

Relacionado a la pregunta sobre si la carga de trabajo académico ante esta nueva modalidad virtual se redujo o aumentó, el 100% en ambos lugares indicó que dicha carga se vio incrementada, la causa preponderante a esta respuesta con un 56% en Yucatán y un 70% de Durango, fue la necesidad de elaborar nuevos materiales acordes a los requerimientos virtuales, la segunda opción con un 24% en Yucatán y un 18% en Durango, de incremento fue la modificación de las actividades de aprendizaje y la tercera causa, con un 20% y un 12% respectivamente, fue la complejidad para diseñar las evaluaciones en línea. Finalmente cabe mencionar que algunas otras causas que tienen relación con el incremento de la carga académica, fueron el número de alumnos que tiene cada grupo, en promedio son de 50 en ambos lugares, el acceso de los alumnos al internet, la dificultad para conseguir libros en digital sobre todo por el cierre de las bibliotecas, la incertidumbre de los alumnos que derivó en mayor tiempo de atención, lo cual coincide con lo señalado por Martínez (2008).

En cuanto al sentir de los profesores con respecto a las clases en modalidad virtual, un 80% y un 90% respectivamente se siente preocupado por que



no tienen la certeza de que los alumnos le estén prestando la atención debida a las sesiones, el 20% y el 10% considera que la modalidad nueva es igual a la presencial, lo cual coincide con lo establecido por Fernández, Domínguez y Martínez (2020) con respecto a la problemática que alumnos y docentes enfrentaron para pasar de la educación presencial a la virtual.

Para la pregunta de si contaban al inicio de la pandemia con los recursos e infraestructura necesaria para ofrecer las clases en línea, el 40% y el 70% mencionaron que no, lo principal que les faltaba fueron los equipos de cómputo, por lo que tuvieron que adquirir; el 30% y el 60% tuvo como principal problema la necesidad de contratar un internet adecuado para las actividades virtuales y solo un 30% en ambos lugares, señaló que si contaba con los recursos e infraestructura para las sesiones en línea.

Con respecto al inicio contaban con las habilidades y conocimientos para impartir las clases en esa modalidad, el 40 % en ambos lugares respondió que si contaba; un 28% en Yucatán y el mismo porcentaje en Durango no contaban pero se adaptaron de manera rápida, un 32% en ambos estados mencionaron que tuvieron una falta de conocimiento para el uso de las plataformas digitales, de ese 32% la mitad señaló como plataforma el zoom y la otra mitad, teams, lo cual coincide con lo señalado por Murillo (2020) con respecto a las competencias de los profesores en la mayoría de los países de Latinoamérica.

Conclusiones

En Yucatán y en Durango, en ambas universidades públicas, los profesores tuvieron diversos retos a enfrentar con la nueva modalidad en línea en la comunicación virtual para las sesiones de clase originados por la pandemia de la Covid-19; las habilidades, los conocimientos así como la infraestructura y los recursos fueron algunos de los cambios principales a los que tuvieron que adaptarse, actualizarse o adquirir con el fin de hacer efectiva la comunicación virtual en las sesiones de

clase con los estudiantes, sin embargo existe la incertidumbre si los alumnos están aprovechando los conocimientos que se les está impartiendo principalmente a través de las plataformas zoom y teams.

Referencias

- Ali, W. (2020). Online and Remote Learning in Higher Education Institutes: a Necessity in Light of COVID-19 Pandemic. *Higher Education Studies*. 10 (3), 16-26.
- Czerniewicz, L. (2020). *What We Learnt from "Going Online" during University Shutdowns in Sudafrica*. Obtenido de: <https://philonedtech.com/what-we-learnt-from-going-online-during-university-shutdowns-in-south-africa/>
- Diario Oficial de la Federación. (DOF, 2020). *Acuerdo por el que el Consejo de Salubridad General reconoce la epidemia por el virus SARSCoV2 (COVID-19) en México, como una enfermedad grave de atención prioritaria, así como se establecen las actividades de preparación y respuesta ante dicha epidemia*. 23 Marzo 2020. Obtenido de: <https://www.dof.gob.mx>
- Fernández, J., Domínguez, J., y Martínez, P. (2020). De la Educación Presencial a la Educación a Distancia en Época de Pandemia por Covid-19. Experiencias de los Docentes. *Revista Electrónica sobre Cuerpos Académicos y Grupos de Investigación*. 7(14), 1-24.
- Gisbert, M., Esteve, V., y Lázaro, J. (2019). *¿Cómo Abordar la Educación del Futuro? Conceptualización, Desarrollo y Evaluación desde la Competencia Digital Docente*. Guatemala. Editorial Octaedro.



Hernández, A. (2020). Educación Virtual en México: Desafío Emergente COVID-19. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. 62(1), 1-14.

Hernandez, S. R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

Mariño, J. (2006). B-Learning Utilizando Software Libre, una Alternativa Viable en Educación Superior. *Revista Complutense de Educación*. 17, 121-133.

Martínez, C. (2008). La Educación a Distancia, sus Características y sus Necesidades en la Educación Actual. *Educación*. 17(33), 7-27.

Martinez-Miguel, M. (2004). *Ciencia y arte de la metodología cualitativa*. México, D.F.: Trillas.

Murillo, F. (2020). El Covid-19 y las Brechas Educativas. *Revista Latinoamericana de Educación Inclusiva*. 14(1), 11-13.

Taylor, S., & Bodgan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica S. A.



Experiencia docente universitaria en torno a la transición de la modalidad educativa presencial a la remota, en el contexto de la pandemia de COVID-19

Catalina Soto Cota

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sonora. Maestra en Ciencias de la Educación por la Universidad Autónoma de Sinaloa y estudios doctorales por el Instituto de Administración Pública de Sonora. Diplomada en Derechos Humanos y Laborales, Mediación Escolar, Investigación Educativa y de la Comunicación. Maestra en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora. Imparte materias de metodología, prácticas de comunicación y Práctica Profesional de Comunicación Educativa. Premiada por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la investigación de las Ciencias de la Comunicación en el V Concurso de trabajos recepcionales escritos.

El tema gira en torno a la reflexión sobre la experiencia docente universitaria a partir del decreto de confinamiento sanitario, con especial énfasis en la abrupta transformación de la vida cotidiana escolar en materias de prácticas profesionales a ejercitarse en escenarios reales, formales y no formales o socioculturales. La metodología de investigación se ubica en el paradigma interpretativo, el estudio de casos, la observación participante y la técnica narrativa. Los avances de investigación documental y empírica, arrojan estados de tensión e incertidumbre en los protagonistas del proceso de: enseñanza-aprendizaje, de relación educativa y la tendencia a la deserción estudiantil asociada a las brechas tecnológicas. En la comunidad docente predomina la inestabilidad laboral; los riesgos de contagio, las secuelas, casos de fallecimientos y el desabasto de medicamentos para tratar padecimientos crónico-degenerativos. Entre los desafíos: cambios de paradigmas, educativos en particular, reconociendo lo que se conoce como cruel pedagogía del virus.



Programa

Procesos de comunicación y organización

Panel

Pandemia de Covid-19: movilización social
entre las fuerzas de erupción y disrupción de
los públicos.



Pandemia de Covid-19: movilización social entre las fuerzas de erupción y disrupción de los públicos

Objetivo de la propuesta:

El objetivo del panel es presentar un análisis integral del fenómeno de la pandemia Covid-19 y los procesos de movilización y desmovilización de los públicos vinculados a ella, desde la perspectiva de los estudios de la dinámica de la movilización social y el estudio de caso de la red Periferia Viva, de

Resúmenes individuales

Márcio Simeone Henriques: El carácter movilizador de la erupción de la pandemia

Hablaré del carácter movilizador de la erupción de la pandemia, que constituyó un gran llamado a la acción, un catalizador del que estalló el público movilizad. Abordaré cómo las condiciones para que un problema sea percibido socialmente como de interés público - visibilidad, disponibilidad de información y carácter general - se combinaron en el momento en que la pandemia arrasó con Brasil (como el resto del mundo). Finalmente, traeré las dinámicas que llevaron a los públicos a formar y mover propuestas para enfrentar la grave amenaza a la vida, especialmente para las poblaciones de bajos ingresos.

Laura Nayara Pimenta: Amenazas disruptivas a la movilización

Con el avance y permanencia de la pandemia, las amenazas disruptivas, o los procesos de desmovilización de la población, están resultando cada vez más fuertes. Me propongo promover una discusión sobre los aspectos involucrados en la tendencia a la desmovilización que hemos visto. Me ocuparé de las precarias condiciones de contacto, con la consecuente precariedad de las articulaciones de la red; el escenario de desinformación, caos y pulverización de las energías de los sujetos,

interdiendo los procesos de problematización y colectivización, fundamentales para la movilización social; y, aún, la falta de empatía hacia las comunidades vulnerables.

Rafaela Pereira Lima, Emanuela São Pedro e Nathália Vargens: Reflexiones sobre el caso Periferia Viva, Brasil

En los primeros días en que se conoció la propagación del Covid-19 en Brasil, en marzo de 2020, pobladores de las periferias (barrios marginales, aglomeraciones y otras áreas de riesgo social), líderes comunitarios, activistas e investigadores tenían una percepción común: la grave amenaza a la vida que representa la pandemia agudizaría las desigualdades y las haría más dañinas; Los devastadores problemas socioeconómicos y de salud afectarían a las poblaciones pobres y periféricas. A partir de esta percepción, surgieron en el país varias iniciativas de acción en red para "asegurar la pandemia" en las periferias. Uno de ellos fue una red de comunicación y colaboración denominada Periferia Viva, articulada por la organización de la sociedad civil AIC - Agência de Iniciativas Cidadãs, por Mobiliza UFMG y varios otros socios. Hoy, la iniciativa ya cuenta con más de 100 organizaciones y grupos articulados en una red. En este panel abordaremos los aspectos de movilización y desmovilización que impregnan la actuación de Periferia Viva.



Programa

Procesos de comunicación y organización

Eje 2

Retos de la continuidad
de operación en el sector privado



Microempresarias y microempresarios ante el COVID-19

Griselda Guillén Ojeda

Maestra en Ciencias de la Comunicación, doctorante en Estudios Socioculturales. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria. Miembro del Cuerpo Académico Desarrollo Empresarial. Miembro fundador de la Red Latinoamericana de Investigadores en Comunicación Organizacional (RedLAcO), miembro fundador de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional (AMIPCO). Ha presentado ponencias y conferencias en foros nacionales e internacionales. Cuenta con publicaciones de libros, capítulos de libros y revistas especializadas.

Ana María Vázquez Espinoza

Doctorada en Ingeniería. Profesora investigadora de la Universidad Autónoma de Baja California, Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria. Perfil PRODEP. Miembro del Cuerpo Académico Desarrollo Empresarial. Actualmente se desempeña en el cargo de Directora de (FINGV-Cd. Morelos). Se ha desempeñado como Subdirectora, Coordinador de Área Básica, Coordinador del Departamento de Tutorías de la Unidad Académica. Su línea de investigación es en medio ambiente y responsabilidad social.

Denisse Alicia Ortiz Durán

Estudiante de la Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria, Extensión Ciudad Morelos. Prestadora de Servicio Social de Formación Profesional de la Unidad Académica. Responsable de redes sociales de la Unidad Académica.

Abstract

El Valle de Mexicali, Baja California, México, se encuentra a 50 kilómetros de la frontera norte con Estados Unidos. Tiene una extensión de 329,800 has., con 134,990 habitantes. Es catalogada como zona de rezago social donde predominan las microempresas. Ante la pandemia del COVID-19, las microempresas han realizado acciones para sobrevivir a la pandemia. Por lo anterior este trabajo tiene el objetivo de presentar las acciones que han realizado empresarias y empresarios, así como la atención que gobierno les ha brindado ante esta difícil situación. A través de una encuesta y entrevistas realizadas a las empresarias, se identifica que realizaron acciones de responsabilidad ante la

pandemia. No obstante, por otro lado, viven una ausencia de las instituciones gubernamentales en la orientación, asesoría respecto a cómo actuar ante la crisis.

Palabras clave: microempresarias, gobierno, COVID-19

Resumen extenso

El Valle de Mexicali se encuentra a 50 kilómetros de la frontera norte con Estados Unidos. Tiene una extensión de 329,800 has. y cuenta con 134,990 habitantes distribuidos en 1,699 poblados (Secretaría de Economía, 2017; INEGI, 2010). Está clasificada como Zona de Atención Prioritaria por el "muy alto o alto grado de marginación o grado de rezago social" (Diario Oficial de la Federación, 2018).

Una de sus principales actividades económicas es la comercialización de productos y servicios para abastecer a la comunidad. Actualmente existen más de 5 mil empresas que se dedican a este giro (INEGI, 2010).

Desde el inicio de la pandemia, Gobierno de México ha generado acciones de comunicación dedicadas a proporcionar información respecto a las medidas de seguridad que la población debe tomar, éstas consistieron en conferencias de prensa vespertinas y campañas apoyadas por medios de comunicación, tanto por los nuevos como los tradicionales (Gobierno de México, 2020). Las estrategias preventivas en general fueron referente a higiene personal, como lo son el correcto lavado de manos, uso de gel antibacterial, evitar tocarse la cara y limpieza de superficies; limitar el contacto social en base a la "Sana distancia", "Quédate en casa" y "Saludos a distancia" (Gobierno de México, 2020). Estas medidas, fueron transmitidas a través de los medios a nivel nacional y conformaban distintas campañas de difusión a nivel nacional.

Por otro lado, también se consideró que en el ámbito económico, micro y pequeños empresarios fueron base importante para sostener la economía, puesto que muchas de ellas continuaban dando trabajo a sus empleados, dejándolos descansar algunos días rotativamente. Gobierno de México, como forma de apoyo a estas empresas, lanzó el "Crédito a la Palabra" (Presidencia de la República, 2020).

A raíz de este panorama, surge las interrogantes ¿cuáles han sido las acciones que microempresarias y microempresarios del Valle de Mexicali han realizado a raíz de las recomendaciones a nivel nacional?, y ¿cuál ha sido la información y asesoría que las instituciones gubernamentales han brindado? Este trabajo tiene el objetivo de presentar las acciones que han realizado microempresarias y microempresarios, así como la atención que gobierno les ha brindado ante esta difícil situación. Lo anterior a partir de encuestas

aplicadas en abril del 2020 a 40 microempresarias y microempresarios del Valle de Mexicali y entrevistas semiestructuradas a 3 de estas empresas en enero y febrero del 2021.

Como resultados se obtuvo que en temas de higiene el 90% de las empresas que respondieron la encuesta, implementaron la utilización del cubrebocas para empleados y clientes, seguido de uso de guantes y gel antibacterial en 54% y 41% respectivamente. Respecto al distanciamiento social, la medida más efectuada con un 48% de las empresas, fue el restringir la entrada a los clientes. Los resultados anteriores nos muestran que las acciones de prevención emitidas a través de las campañas institucionales, llegaron a los empresarios. Sin embargo, al realizar las entrevistas, se identificaron distintas situaciones respecto a la información y asesoría de las instituciones gubernamentales locales.

La información y asesoría por parte de las instituciones gubernamentales hacia empresarios el Valle de Mexicali, han sido prácticamente nula. Las microempresarias y microempresarios entrevistados, manifiestan que, desde un inicio, no se les asesoró respecto a cuándo y qué tanto tiempo deberían cerrar, cuándo ya podían abrir sus negocios y en qué horario. Se enteraron que en un momento llegaron autoridades de Mexicali a sancionar a algunas empresas por tener abierto en horario que no deberían. Fue entonces que se organizaron y formaron el grupo Comerciantes Unidos, para dialogar con las autoridades locales, manifestar inconformidades y buscar soluciones a la situación. Si bien, se realizaron reuniones y acuerdos que funcionaron, no siguió fluyendo la información. Un líder de la comunidad les consiguió el curso "Mesa segura" impartido en Mexicali por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) donde instruyeron a los locatarios a manejar su negocio de restaurante ante la pandemia.



Por otro lado, las empresarias entrevistadas manifiestan que no ha habido acercamiento por parte de Gobierno hacia ellos, asesoría o bien información en volantes o algún otro medio. El único apoyo que les ha llegado es el de Crédito a la Palabra, pero no todos fueron beneficiados. Manifiestas que esperaban más información para saber si lo están haciendo bien, si ellos están en riesgo o están poniendo en riesgo a sus empleados o clientes.

Este trabajo muestra la falta de comunicación y atención por parte de Gobierno hacia las empresas, que si bien manifiestan en medios masivos son muy importantes, la información y atención hacia ellos y sus particularidades son nulas. Es necesario considerar establecer contactos más estrechos con empresarios, para establecer comunicación y dialogo que proporcionen mayor orientación y asesoría a estos empresarios que sostienen nuestra economía en México.

Referencias

Diario Oficial de la Federación. (28 de febrero de 2019). Reglas de operación del Fondo Nacional Emprendedor para el Ejercicio Fiscal 2017. Obtenido de https://dof.gob.mx/nota_detalle.



Retos del emprendimiento costarricense ante el Covid-19

Laura Arce-Chávez

Relacionista Pública, Universidad Interamericana, Maestría en Administración de proyectos UCI, Maestría en Gestión de Innovación Tecnológica UNA, posgrado en Innovación UTN y Universidad de Leipzig, especialista en innovación multidisciplinaria para proyectos de cooperación académica nacional e internacional, 5 años de experiencia docente, 15 años de experiencia profesional, miembro de la red de investigación en docencia universitaria de estudios, formación y calidad de la Universidad de Alicante y Red de investigación en docencia universitaria "Transdisciplina, género y resignificación. Metodologías activas para la resignificación de género en las aulas universitarias. TGR-SYLLABUS Gender, se desempeña como docente para la Universidad Latina de Costa Rica.

Ramsés Alfaro Mora

Estudio Farmacia en la Universidad de Costa Rica, posee una Maestría en Farmacología con Énfasis en Gerencia de Medicamentos de la Universidad de Costa Rica, además posee una Maestría en Ciencias en Enfermedades Tropicales de la Universidad Nacional de Costa Rica. Posee múltiples certificaciones en metodologías de enseñanza universitaria y en Análisis de datos para la toma de decisiones empresariales. Posee experiencia en regencia, visita médica veterinaria, y cuenta con 8 años de experiencia docente en la Universidad Latina de Costa Rica, Universidad de Ciencias Médicas y la Universidad Técnica Nacional. A participado en proyectos relacionados a fitoquímica, productos naturales, diagnóstico molecular de Papilomavirus en animales, Salud Pública e impacto del COVID-19 en diferentes sectores de la sociedad. Es exdirector de Investigación de la Universidad Latina de Costa Rica y actual representante de esta universidad ante la Red Costarricense de Instituciones Educativas Sostenibles (REDIES). A participado en diversas ponencias y posee más de 10 publicaciones internacionales.

Abstract

It seeks to investigate the impact, responses and demands for support, in the face of Covid 19, by entrepreneurs and organizations from the economic sectors, as well as the strategies with the greatest impact on their business. The study took information from a survey with 138 responses, mainly from the province of San José (50%), more than half (84.7%) include micro and small companies, (9.3%) medium and large companies mostly in development stage, the rest located in the beginning and maturity stages, cover a wide

range of activity sectors. The largest number of participants is between the ages of 30 and 40 (38%). Thus, it is found that the direct and indirect effects of covid 19 in the entrepreneurial sector caused (55.7%)

cuts in working hours as a practice to face the crisis and a decrease (67%) in the price of their products or services, transformation in the management of business models. There is a strong impact on the Costa Rican productive sector, and the need for support from the affected businesspersons.

Keywords: Business Administration, entrepreneurship, COVID-19, unemployment, e-commerce, economic and social development

Palabras clave: Administración de Negocios, emprendimiento, COVID-19, desempleo, e-commerce, desarrollo económico y social

Resumen

El presente estudio busca indagar el impacto, las respuestas y las demandas de apoyo, ante la crisis provocada por el Covid 19, por parte de emprendedores y organizaciones de los sectores económicos, así como las estrategias consideradas de mayor impacto para su negocio y que podrían considerar necesarias. El estudio tomó información a partir de una encuesta que obtuvo un total de 138 respuestas, principalmente ubicadas en la provincia de San José (50%), más de la mitad (84,7%) abarca micro y pequeñas empresas y un (9,3%) medianas y grandes empresas mayormente ubicadas en una etapa de desarrollo en la cual la empresa logra un grado de posicionamiento en el mercado que le garantiza su sostenibilidad en el tiempo, el resto se ubican en etapas de inicio y madurez mayoritariamente, ellas cubren un amplio abanico de sectores de actividad. La mayor cantidad de emprendedores participantes se encontró en el rango de edad de 30 a 40 años (38%). Así, se encuentra que los efectos directos e indirectos del covid 19 en el sector emprendedor de diversos sectores de la economía costarricense provocaron (55,7%) de recortes en la jornada laboral como práctica en sus negocios para enfrentar la crisis y una disminución del (67%) en el precio de sus productos o servicios experimentando una transformación en el manejo de los modelos de negocio que hasta antes de esta fecha eran usuales. Es evidente que los efectos de la pandemia que provoca el COVID-19 tuvo una fuerte repercusión en el sector productivo costarricense, y se evidencia la necesidad de apoyo por parte de los empresarios que han sido afectados.

Palabras clave: Administración de Negocios, emprendimiento, COVID-19, desempleo,

e-commerce, desarrollo económico y social

Resumen extenso:

El presente estudio busca indagar el impacto, las respuestas y las demandas de apoyo, ante la crisis provocada por el Covid 19, por parte de emprendedores y organizaciones de los sectores económicos, así como las estrategias consideradas de mayor impacto para su negocio y que podrían considerar necesarias. El estudio tomó información a partir de una encuesta que obtuvo un total de 138 respuestas, principalmente ubicadas en la provincia de San José (50%), más de la mitad (84,7%) abarca micro y pequeñas empresas y un (9,3%) medianas y grandes empresas mayormente ubicadas en una etapa de desarrollo en la cual la empresa logra un grado de posicionamiento en el mercado que le garantiza su sostenibilidad en el tiempo, el resto se ubican en etapas de inicio y madurez mayoritariamente, ellas cubren un amplio abanico de sectores de actividad. La mayor cantidad de emprendedores participantes se encontró en el rango de edad de 30 a 40 años (38%). Así, se encuentra que los efectos directos e indirectos del covid 19 en el sector emprendedor de diversos sectores de la economía costarricense provocaron (55,7%) de recortes en la jornada laboral como práctica en sus negocios para enfrentar la crisis y una disminución del (67%) en el precio de sus productos o servicios experimentando una transformación en el manejo de los modelos de negocio que hasta antes de esta fecha eran usuales. Es evidente que los efectos de la pandemia que provoca el COVID-19 tuvo una fuerte repercusión en el sector productivo costarricense, y se evidencia la necesidad de apoyo por parte de los empresarios que han sido afectados.

Introducción

Para la educación superior universitaria, el emprendimiento puede entenderse como un área de intercepción de saberes lógicos, actitudinales y procedimentales (Vásquez, 2016). Sin embargo,



para un país el emprendimiento es un importante generador de empleo y crecimiento económico (Hanafiah, Yousaf, y Usman, 2017, p. 561). Por lo tanto, resulta de interés conocer el impacto que la pandemia ocasionada por la enfermedad Covid-19 causa en los diferentes sectores de emprendimiento dentro de una nación.

Costa Rica es considerada exitosa en términos de desarrollo, ha manteniendo un crecimiento económico sostenido en los últimos 25 años aun siendo un país de ingreso medio alto, según el banco mundial. Algunos de los factores que favorecieron el crecimiento fueron la apertura a la inversión extranjera, una gradual liberalización comercial sumadas al abordaje de temas vinculados al desarrollo de políticas y logros ambientales, que han permitido al país construir su Marca Verde. Es el único país del mundo en reducir la tasa de deforestación para el 2019, como informa el Banco mundial en su informe de panorama general para la región (Banco Mundial, 2020).

El Banco Mundial (Banco Mundial, 2020) determinó que los factores políticos y sociales de CR han resultado en una de las tasas de pobreza más bajas de América Latina y el Caribe, la proporción de la población con ingresos inferiores a US\$5,5 por persona pasó a disminuir ligeramente de 12.9 a 10.7 por ciento entre 2010 y 2016, el país ha promovido el desarrollo humano, mejorando su posición en la clasificación respecto a los demás países de la región., el emprendimiento y la innovación se han vinculado al desarrollo empresarial y el fortalecimiento de los emprendimientos, así lo ratifica un informe del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) de acuerdo al último informe de Condiciones Sistémicas para el Emprendimiento Dinámico 2017 en América Latina ICSEd-Prodem (Prodem, 2017). Según el Índice de Competitividad Global contenido en el Reporte de Competitividad Global del Foro Económico Mundial (El Mundo CR, Costa Rica cae 7 puestos en el Índice de Competitividad Global, 2019), Costa

Rica pasa del puesto 55 al 62, entre 141 países, además, cae un puesto en América Latina, pasando del puesto 4 al 5, siendo desplazada por Colombia, que más bien ganó 3 posiciones. En la región el país es superado por Chile, México, Uruguay y ahora, Colombia.

Condiciones como las descritas han influido en que la mayor parte del parque empresarial del país lo conformen pequeñas y medianas empresas (PYMES), que debido a la naturaleza de su negocio históricamente han tenido que enfrentar serias dificultades en Latinoamérica. Según (Peralta & CEPAL, 2019) en conjunto, presentan desigualdad en sus niveles de productividad, dificultades para acceder a créditos y la distribución de su presupuesto se enfoca en crecer y sobrevivir al mercado por lo que la responsabilidad social en ocasiones pasa a segundo plano, pues temas como innovación y globalización de los mercados suelen ser prioritarios. Las condiciones políticas de los países cercanos también afecta, como es el caso de Nicaragua y la problemática económica y social que vive, así lo menciona la CEPAL en su informe acerca de Costa Rica y desarrollo empresarial; “al igual que en el resto de la región latinoamericana, a pesar de la evolución normativa, no se han dado cambios significativos en la productividad de las PYMES, aunque sí se observan heterogeneidad y brechas entre las PYMES locales y las de vocación exportadora y empresas multinacionales”.

Según datos de la Caja Costarricense del Seguro Social, a diciembre del 2012 el Sector Comercial estaba compuesto por 65.538 empresas formales, de las cuales el 72,7% son microempresas, el 21,4% son pequeñas empresas, el 4,1% son medianas empresas y el 1,9% son grandes empresas. En total el 98,1% de las empresas son PYMES (Cámara de Comercio de Costa Rica a partir de cifras de la Caja Costarricense del Seguro Social, 2017) cifras junto con las del Banco Central de Costa Rica, BCCR indicaron que para el año 2017 las PYMES representaron el 97.5% del parque empresarial

a nivel nacional. Para el 2017 se experimentó un aumento total de empresas pasando de 125.198 en el 2012 a 133.765 en el 2017, lo que representó un incremento del 6.8% en el parque empresarial costarricense (Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica, 2019). Estas cifras si bien son positivas para el país, representaron un incremento en la responsabilidad que cada una de sus decisiones puede tener en el entorno del país, sin discriminar el tamaño de cada una de ellas. En el último informe del estado de la nación se destaca que durante el 2018 e inicios del 2019, la mayoría de los indicadores económicos y sociales que permiten valorar, en el corto plazo, factores como el desempeño del país en desarrollo humano tuvo un comportamiento negativo, el último informe del estado de la nación 2019 enfatiza que factores como el crecimiento económico, el mercado laboral, el crédito, el ingreso de las familias y la pobreza mostraron regresiones importantes (Estado de la nación, 2019). Aunque con distintas intensidades, esta convergencia intensificó la incapacidad del país para generar oportunidades laborales y empresariales, aspectos clave para el progreso económico y el bienestar social.

El presente estudio busca indagar el impacto, las respuestas y las demandas de apoyo, ante la crisis provocada por el Covid 19, por parte de emprendedores y organizaciones de los sectores económicos, así como las estrategias consideradas de mayor impacto para su negocio y que podrían considerar necesarias. Se expone los resultados de la encuesta a emprendimientos como método de identificación de su condición actual y sus principales necesidades e impactos.

Revisión de literatura Emprendimiento

El emprendimiento es un campo dinámico en la economía, gestión y otras ciencias sociales (Wiklund, Davidsson, & Audretsch, 2011) y considerada desde la concepción clásica de la economía como elemento crítico en el sistema

económico (Cassis & Minoglou, 2005) Schumpeter contribuyó significativamente a la teoría del emprendimiento, para quien el espíritu empresarial es el motor principal del desarrollo económico con la innovación como elemento central (Rodríguez Moreno, 2016, p. 449), así mismo. Para Schumpeter "el emprendedor se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades" (Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones, 2016, p. 3)

El área de estudio que plantea la investigación conceptualiza el emprendimiento referido al conjunto de actividades que un emprendedor (persona o grupo que desea iniciar una experiencia empresarial por cuenta propia) desarrolla al objeto de materializar sus ideas de negocio, esto es, convertirlas en una empresa viable (Colomina Climent, E., y Yáñez Muñoz, L. 2014).

La conceptualización de emprendimiento nos lleva a bordar el concepto de 'emprendedor', cuya etimología nos lleva la voz en latín '*prenhendere*' con el significado de atrapar, coger relacionado con la acción de perseguir un objetivo. El término desde luego ha sufrido la evolución propia que el ritmo de la historia ha marcado dando lugar a la asociación entre los términos 'emprendedor' y 'empresa'. En este sentido cabe señalar que el Tomo tercero del Diccionario de autoridades de 1732, ofrece dos acepciones del término emprendedor: "la persona que emprende y se determina hacer y ejecutar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y ardua" y "del cual asimismo dicen haber sido Señor esforzado, y emprendedor de hazañas notables, como su padre" (Sentana (2016, pág. 235). El autor considera que esta referencia ha sido ignorada por muchos autores por no considerarla propia del ámbito económico, sin embargo, tal como indica Sentana (2016) estas acepciones hacen referencia a características propias de la personalidad de lo que conocemos actualmente como emprendedores o emprendedoras.



Hoy día en el siglo XXI se asume que ser emprendedor o emprendedora es un atributo de la persona, que el emprendimiento, es la actividad de organización de diversos recursos que desarrollan dichos emprendedores, para obtener beneficios, siendo el instrumento utilizado la empresa. Encontraremos diversas tipologías de emprendedores y de emprendimientos.

En este punto, y alineados con el proyecto de Plan de rescate, parece conveniente señalar la diferencia entre fomento de emprendimiento y políticas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas, entre las que cabría incluir el plan de rescate ante la actual situación pandémica. De acuerdo con Lundström y Stevenson (2005), apoyar a las pequeñas y medianas empresas implica fortalecer el tejido productivo creando las condiciones favorables para la competitividad de las empresas. Por otra parte, favorecer la creación de empresas implica desarrollar programas de estímulo al emprendimiento a través de intervenciones para su inicio y consolidación, como puede ser actuaciones para promover el autoempleo y creación de pequeñas empresas que constituirán una forma de vida digna para diversos colectivos, especialmente aquellos más desfavorecidos y con mayor riesgo de exclusión. Tenemos dos caras de una misma moneda: Estimular la creación de la empresa y por otra fortalecer el entramado productivo, para que pueda una vez consolidada crecer.

En este contexto de crisis, merece la pena analizar la definición sobre emprendimiento de Selamé et al. (1999) en el informe de emprendimiento social juvenil de la fundación Bertelsmann (2009) según la cual:

El emprendimiento es el conjunto de actitudes y conductas que darían lugar a un perfil personal ligado a aspectos básicos como el manejo del riesgo, la creatividad, la capacidad de innovación, la autoconfianza y a un determinado tipo de acción denominado "acción emprendedora". Se trata de relaciones interpersonales y la combinación de recursos, se orienta al logro de un

determinado fin. Se asocia con la creación de algo nuevo y de un nuevo valor, producto, o bien o servicio que anterior a la acción no existía y que es capaz de aportar algo nuevo.

Torres (2015 pag.134) analiza la obra de Selamé y coincide en la importancia de diferenciar

entre emprendimiento empresarial de motivación principalmente económica, emprendimiento público de motivación fundamentalmente política (organizaciones políticas orientadas al servicio público), emprendimiento artístico-cultural de motivación principalmente cultural, emprendimiento religioso vinculado a instituciones religiosas de motivación espiritual y el emprendimiento social cuya motivación es la transformación social a través de iniciativas destinadas a cubrir necesidades sociales existentes.

La revisión de la literatura sobre emprendimiento y su tipología, nos lleva necesariamente a preguntarnos por la situación del emprendimiento ante la crisis COVID-19 para la región centroamericana, específicamente para Costa Rica, en este punto el informe del Bid (2020) acerca de las perspectivas económicas para la región ante el COVID-19 detalla que la perspectiva del país para el 2019 comenzaba con incertidumbre, luego de que se aprobara en diciembre del año anterior la ley de Fortalecimiento de las Finanzas Públicas, incluso las expectativas en la economía eran negativas, con la puesta en marcha del impuesto al valor agregado IVA y la facturación electrónica dio inicio la crisis en las finanzas públicas del estado, nuevamente la parte con mayor afectación del parque empresarial fueron las Pymes, viendo afectados sus ingresos y teniendo que enfrentar un incremento en alquileres y otros rubros comenzaron a ver disminuido su crecimiento y muchas incluso se dispusieron a cerrar sus puertas y realizar despidos a sus empleados, esta crisis afectó no solo las exportaciones, sino gravemente el sector comercio, productos y servicios se vieron gravemente afectados con pérdidas millonarias y con una tasa de desempleo cada vez más alta,

Así mismo el estado costarricense enfrentó un gran reto, impulsar la formalización de los comercios



y procurar implantar medidas de reactivación económica con el fin de combatir la contracción que enfrenta y que se refleja en la mayoría de indicadores, tal como lo destaca Mesén, la Cámara de Comercio de Costa Rica indica, “la tasa de desempleo se fijó en el 2019 en 11,4% para el tercer trimestre 2019 (de 11,9% en II-2019), el empleo informal alcanzó el 46% del total del empleo (1.000.418 personas), implicando un costo para la seguridad social (por no recolección) de al menos 216 mil millones de colones” (Mesén, 2019). también lo refuerza el Estado de la Nación (nacion@dintdigital.com, 2020). que indica al sector exportador como el más dinámico, mientras que el resto del mercado se encuentra estancado, ahí entran las pequeñas, medianas empresas y los productos agropecuarios sin dejar de lado el turismo.

Sin embargo, el país necesita enfocarse en que la dinámica de crecimiento se mantenga, y en que continúe la reducción significativa de la pobreza en medio de la pandemia de la COVID-19 que ha golpeado fuerte a Costa Rica.

Claramente hay un antes y un después del COVID-19. al llegar el COVID19 a Costa Rica, se encrujecen los efectos de la crisis, perdiendo una mayor cantidad de empleos, cierre de miles de negocios, aumentando la incertidumbre y obligando a las empresas a implementar el teletrabajo, rebajar jornadas y consecuentemente, los salarios. La encuesta continua de empleo (ECE) (INEC Costa Rica, 2020) presenta los principales indicadores del mercado laboral en Costa Rica contemplando los meses de junio, julio y agosto de 2020; estos meses reflejan el estado de afectación en los indicadores del mercado laboral por las medidas de confinamiento y restricción al movimiento tomadas en el país con el fin de contener la pandemia del COVID-19, al momento la población en la fuerza de trabajo nacional fue de 2,35 millones de personas y presenta una disminución estadísticamente significativa de 118 mil personas con respecto al trimestre junio, julio y agosto de 2019, el informe

detalla que la población desempleada fue de 544 mil personas y que la misma aumenta en 264 mil personas comparado con el mismo trimestre móvil del año anterior.

Una de las razones por las que se desarrolla el proyecto se vincula con la ausencia de mecanismos suficientemente robustos para soportar las consecuencias de un plan fiscal que a todas luces suponía una carga impositiva mayor al empresariado, con mayor afectación a la pequeña y mediana empresa que unida a las consecuencias del COVID-19 presentan un panorama poco positivo para las empresas. Las empresas y emprendimientos examinados en este modelo son vitales en un momento en que Costa Rica promueve la formalización de los negocios para permitir el crecimiento y, de esa manera, concretar los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), el cual en su capítulo dedicado a la promoción de un crecimiento económico sustentable e inclusivo, al pleno empleo y al trabajo para todos.

Quizás nos hemos dado cuenta que las herramientas tecnológicas, el comercio en línea y las alianzas estratégicas, así como la simulación de escenarios económicos y financieros realistas nos dan muchas más oportunidades para la continuidad de negocios y quizás nuevamente las habíamos subestimado, o bien, ignorado que los grandes espacios físicos dejan de ser una necesidad y qué hay muchos puestos de trabajo que pueden seguir su curso normal y hasta con mayor intensidad, todo lo anterior faculta y justifica la exploración diagnóstica del ejercicio planteado.

La justificación de esta investigación se vincula en términos generales a la pérdida de una mayor cantidad de empleos, el cierre de miles de negocios, el aumento de la incertidumbre la implementación del teletrabajo, rebajando jornadas de trabajo y consecuentemente, los salarios

La creciente necesidad de utilizar las herramientas tecnológicas, el comercio en línea y las alianzas estratégicas, así como la simulación de escenarios económicos y financieros realistas nos dan muchas más oportunidades para la continuidad de negocios y quizás nuevamente las habíamos subestimado, o bien, ignorado.

La persecución del cumplimiento de los objetivos se vincula a las necesidades establecidas como primordiales. En este sentido Sáenz-Segura (2020) asegura, que el COVID-19 ha llegado como una amenaza mundial que ha desestabilizado al orbe, la pandemia desatada, los sistemas sociales, políticos y económicos han sido vulnerados y aún es difícil precisar sus efectos finales.

Metodología

El presente es un estudio observacional tipo descriptivo y de corte transversal. Como criterios de inclusión para el estudio se tomó en cuenta aquellos emprendimientos vinculados a la Cámara de Comercio de Costa Rica, Banco Popular, Red de emprendedores de la Municipalidad de Belén, el localito.com y empleadores de la Universidad Latina de Costa Rica, además, de los comunicadores colegiados al colegio de periodistas. Se incluyó emprendimientos que se han visto afectados por la pandemia COVID -19 y que de forma voluntaria dieron respuesta al instrumento diseñado para el estudio y que desean apoyo. Se excluyó aquellas empresas o emprendimientos que respondieron después del 7 de mayo del 2020.

El instrumento utilizado fue un cuestionario de 41 preguntas 36 preguntas cerradas y 5 preguntas abiertas, el instrumento fue validado por el equipo de investigación a través del criterio experto y corriendo

un piloto de prueba. Las preguntas utilizadas indagaron datos generales del emprendedor o empresa, como localización geográfica, edad, género, se incluyeron preguntas acerca del grado académico del usuario y su situación laboral actual e identificación de interés en participar de un proyecto de apoyo a la crisis generada por medio del COVID-19. Se incluyó información empresarial del emprendedor o empresa, incluyendo nombre y razón social, sector de la economía la que pertenece, tiempo de funcionamiento y su ciclo de vida, también se identificaron las empresas que actualmente poseen articulaciones gremiales, y se logró identificar su tamaño, presencia en sitios web y mecanismos de marketing o ventas electrónica.

Resultados

Se enviaron 250 encuestas y de estas se obtuvo 138 respuestas correspondientes a emprendimientos distribuidos en las 7 provincias de Costa Rica y que sufrieron un impacto en el giro de negocio como consecuencia de la pandemia COVID-19 (Figura 1).

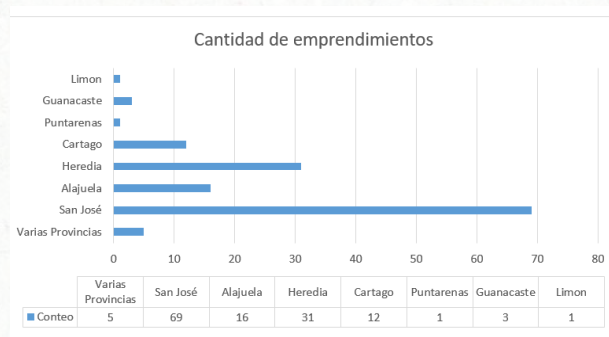


Figura 1. Cantidad de emprendimientos por provincia que respondieron a la consulta de los efectos provocados por el COVID-19 a su estructura empresarial. Fuente:

Cuadro 1. Características de los representantes de diferentes sectores empresariales afectados por la pandemia asociada al COVID-19 cuyos emprendimientos se ubican en una o más provincias de Costa Rica

	José (%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	provincias (%)	
Género									
Femenino	37(26,8)	8(5,7)	20(14,4)	5(3,6)	1(0,7)	---	---	---	71(51,7)
Masculino	32(23,1)	7(5,0)	11(7,9)	7(5,0)	---	1(0,7)	1(0,7)	5(3,6)	66(47,3)
Datos perdidos	---	1(0,72)	---	---	---	---	---	---	1(0,7)
Situación									
laboral									
Desempleado	---	---	6(4,3)	---	---	---	---	---	6(4,3)
Reducción de jornada	7(5,0)	1(5,0)	2(1,4)	2(1,4)	---	---	1(0,7)	---	13(9,4)
Suspensión de contrato	---	3(2,1)	---	---	---	---	---	---	3(4,1)
Emprendedor formal	51(36,9)	9(6,5)	19(13,7)	---	1(0,7)	1(0,7)	2(1,4)	4(2,8)	87(63,3)
Emprendedor informal	5(3,6)	1(0,7)	3(2,1)	9(6,5)	---	---	---	---	18(13,0)
Otro	4(2,8)	2(1,4)	1(0,7)	1(0,7)	---	---	---	---	8(5,7)
Datos perdidos	---	---	---	---	---	---	---	---	3(4,1)
Rangos de edad									
< 20	---	---	---	---	---	---	---	---	---
20 - 30	7(5,07)	2(1,4)	2(1,4)	1(0,7)	---	1(0,7)	---	---	13(9,4)
40 - 50	16(11,5)	3(2,1)	14(10,1)	1(0,7)	1(0,7)	---	1(0,7)	1(0,7)	37(26,5)
50 <	22(15,9)	1(0,7)	4(2,8)	5(3,6)	---	---	1(0,7)	1(0,7)	34(24,3)
Datos perdidos	---	---	---	---	---	---	---	---	1(0,7)
Grado académico									
Sin estudio formal	2(1,4)	1(0,7)	---	---	---	---	---	1(0,7)	4(2,8)
Secundaria completa	3(2,1)	---	5(3,6)	---	---	1(0,7)	---	---	9(6,5)
Técnico	4(2,8)	---	3(2,1)	3(2,1)	---	---	---	1(0,7)	11(7,9)
Bachillerato universitario	12(8,6)	2(1,4)	9(6,5)	1(0,7)	---	---	2(1,4)	1(0,7)	27(19,3)
Licenciatura	25(18,1)	7(5,0)	9(6,5)	5(3,6)	---	---	---	1(0,7)	48(34,3)
Maestría	21(15,2)	6(6,5)	5(3,8)	3(2,1)	1(0,7)	---	1(0,7)	1(0,7)	37(26,5)
Doctorado	2(1,4)	---	---	---	---	---	---	---	2(1,4)
Interesado en recibir apoyo									
Si	67(48,5)	16(11,5)	31(22,4)	12(8,6)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	5(3,6)	136(98,6)
No	2(1,4)	---	---	---	---	---	---	---	2(1,4)
Total, por provincia (%)	69(50)	16(11,5)	31(22,4)	12(8,6)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	5(3,6)	138(100)

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta afectación de sectores empresariales costarricenses ante el COVID-19 2020.



Los emprendimientos participantes mayoritariamente se vinculan a los sectores comercio y alimentos (16,5%) seguido por las comunicaciones (9,4%). La razón social destacada en más de la mitad de los participantes (55%) es la sociedad anónima, y gran parte de los participantes (26%) no se identifican con ninguna razón social. La mayoría (71%) conforman sus equipos con 1 y 5 trabajadores convirtiéndose en microempresas, seguido por equipos conformados por un tope máximo de 30 trabajadores (13,7%) correspondiente a empresas pequeñas. La permanencia en el mercado de los participantes superior a los 10 años lo representa (39,8%) y el grueso de los participantes (63,7) no contempla las representaciones gremiales como característica de sus negocios, (47,1%) incorpora estudiantes en las prácticas empresariales y (68,8%) incorpora los canales de redes sociales como estrategias empresariales en un alto porcentaje, no sucede lo mismo con el e-commerce utilizado solamente por el (17,3%) de los emprendimientos. Dentro de las consecuencias

enfrentadas a causa del COVID-19 por los participantes el (55,7%) ha implementado el recorte de jornada laboral como práctica sin embargo el (67,3%) no ha acogido los despidos y el (65,21%) no han requerido acudir al apoyo bancario, por el contrario, un porcentaje alto el (67%) confirma el acatamiento de la disminución en el precio de sus productos o servicios y adicionalmente más de la mitad de la población de estudio (69%) confirma la utilización del teletrabajo como medida de acatamiento ante la crisis.

Cuadro 2. Descripción de diferentes emprendimientos de sectores empresariales afectados por la pandemia asociada al COVID-19

Variable	Provincia								Total (%)
	San José (%)	Alajuela (%)	Heredia (%)	Cartago (%)	Limón (%)	Puntarenas (%)	Guanacaste (%)	Dos o más provincias (%)	
Sector									
Sector comercio	4(10,5)	3(2,1)	2(1,4)	2(1,4)	---	---	---	1(0,7)	12(8,6)
Sector comunicaciones	5(3,6)	1(0,7)	2(1,4)	2(1,4)	1(0,7)	1(0,7)	1(0,7)	---	13(9,4)
Sector turístico	4(10,5)	3(2,1)	1(0,7)	---	---	---	1(0,7)	---	9(6,5)
Sector educativo	1(0,7)	---	---	---	---	---	---	---	1(0,7)
Sector alimenticio	8(5,7)	1(0,7)	2(1,4)	---	---	---	---	1(0,7)	11(7,9)
Sector Industrial	---	---	1(0,7)	---	---	---	---	---	1(0,7)
Servicios	9(6,5)	---	---	---	---	---	---	---	9(6,5)
Profesionales									
Sector salud	1(0,7)	1(0,7)	1(0,7)	1(0,7)	---	---	---	---	4(10,5)
Consultoría y Asesoría	5(5,7)	1(0,7)	---	---	---	---	---	---	9(6,5)
Dos o más sectores	33(23,9)	6(4,3)	17(12,3)	6(4,3)	---	---	1(0,7)	3(2,1)	66(47,8)
Datos perdidos									3(2,1)
Razón Social									
S.A.	42(30,4)	8(5,7)	12(8,6)	7(5,0)	---	---	2(1,4)	5(3,6)	76(55,0)
S.R.L. o LTDA	8(5,7)	2(1,4)	6(4,3)	2(1,4)	---	---	1(0,7)	---	19(13,7)
S.N.C.	---	---	2(1,4)	---	---	---	---	---	2(1,4)
S.C.S.	2(1,4)	---	---	---	---	---	---	---	2(1,4)
Economía social solidaria	2(1,4)	---	1(0,7)	---	---	---	---	---	3(2,1)
No tienen razón social									36(26,0)
Tamaño de la empresa									
Grande	1(0,7)	2(1,4)	---	---	---	---	---	---	3(2,1)
Mediana	4(10,5)	2(1,4)	2(1,4)	1(0,7)	---	---	---	1(0,7)	10(7,2)
Micro	46(33,3)	10(7,2)	25(18,1)	8(5,7)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	4(10,5)	98(71,0)
Pequeña	13(9,4)	2(1,4)	2(1,4)	2(1,4)	---	---	---	---	19(13,7)
Datos perdidos									8(5,7)

Tiempo de funcionamiento de la empresa									
Menos de 3 años	14(10,1)	4(10,5)	9(6,5)	1(0,7)	---	---	2(1,4)	---	30(21,7)
4 años a 10 años	30(21,7)	2(1,4)	8(5,7)	---	---	1(0,7)	---	4(10,5)	45(32,6)
Más de 10 años	24(17,3)	7(5,0)	12(8,6)	9(6,5)	1(0,7)	---	1(0,7)	1(0,7)	55(39,8)
Datos perdidos									8(5,7)
Existe representación gremial									
Si	21(15,2)	8(5,7)	12(8,6)	1(0,7)	---	---	---	1(0,7)	43(31,1)
No	46(33,3)	8(5,7)	17(12,3)	10(7,2)	1(0,7)	1(0,7)	2(1,4)	3(2,1)	88(63,7)
Datos perdidos									7(5,0)
Incorporación de estudiantes en el proceso de reclutamiento									
Si	33(23,9)	7(5,07)	14(10,1)	5(5,7)	1(0,7)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	65(47,1)
No	30(21,7)	9(6,5)	15(10,8)	6(4,3)	---	---	2(1,4)	1(0,7)	64(46,3)
Datos perdidos									9(6,5)
Presencia en redes sociales									
Si	43(31,1)	12(8,6)	23(16,6)	8(5,7)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	4(10,5)	95(68,8)
No	26(18,8)	4(10,5)	8(5,7)	4(10,5)	---	---	---	1(0,7)	43(31,1)
Datos perdidos									

Uso de E-commerce									
Si	10(7,24)	5(3,6)	4(10,5)	1(0,7)	---	---	---	4(10,5)	24(17,3)
No	53(38,40)	11(7,9)	25(18,1)	10(7,2)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	3(2,1)	107(77,5)
Datos perdidos									7(5,0)
Realizó recortes de jornada									
Si	38(27,53)	8(5,7)	15(10,8)	10(7,2)	1(0,7)	1(0,7)	1(0,7)	3(2,1)	77(55,7)
No	28(20,28)	8(5,7)	15(10,8)	2(1,4)	---	---	1(0,7)	2(1,4)	57(41,3)
Datos perdidos									9(6,5)
Presento despidos a causa del COVID-19									
Si	18(13,04)	5(3,6)	10(7,2)	5(5,7)	---	---	1(0,7)	4(10,5)	43(31,1)
No	50(36,23)	10(7,2)	21(17,3)	7(5,0)	1(0,7)	1(0,7)	2(1,4)	1(0,7)	93(67,3)
Datos perdidos									2(1,4)
Ha requerido apoyo bancario									
Si	16(11,59)	5(5,7)	14(10,1)	6(4,3)	1(0,7)	---	1(0,7)	2(1,4)	45(32,6)
No	52(37,68)	10(7,2)	16(11,5)	6(4,3)	---	1(0,7)	2(1,4)	3(2,1)	90(65,2)
Datos perdidos									3(2,1)
Disminuyo precios de servicios o productos									
Si	46(33,3)	10(7,2)	18(13,0)	8(5,7)	---	---	1(0,7)	4(10,5)	88(63,7)
No	22(15,9)	6(4,3)	12(8,6)	4(10,5)	1(0,7)	1(0,7)	2(1,4)	1(0,7)	48(34,7)
Datos perdidos									2(1,4)
Aplicó teletrabajo									
Si	48(34,7)	8(5,7)	23(16,6)	8(5,7)	1(0,7)	1(0,72)	2(1,4)	4(10,5)	95(68,8)
No	19(13,7)	8(5,7)	7(5,0)	4(10,5)	---	---	1(0,7)	1(0,7)	40(28,9)
Datos perdidos									3(2,1)

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta afectación de sectores empresariales costarricenses ante el COVID-19, 2020.

El Cuadro 3 muestra el análisis de riesgo, sobre el recorte de jornada laboral según diferentes condiciones. Según el análisis de aproximación logarítmica se observa que los emprendimientos donde se utilizó e-commerce presentó entre 3.12 y 12.96 menos probabilidades de recorte de

jornada que los que no lo utilizaban. Mientras que para los demás factores estudiados no se mostró significancia estadística como factores que se asociaran con los recortes de jornada laboral en los diferentes emprendimientos.

Cuadro 3. Análisis de riesgo para recorte de jornada laboral, según diferentes condiciones presentes en los diferentes emprendimientos.

Características del emprendimiento	Recorte de jornada laboral		OR	Intervalo e confianza 95%
	Si	No		
Usa e-commerce	13	61	0,16	0,08-0,32
No usa e-commerce	61	45		
Usa redes sociales	51	16	2,02	0,96-4,26
No usa redes sociales	41	26		
Requirió apoyo bancario	31	14	2,07	0,97-4,41
No requirió apoyo bancario	45	42		
Ha realizado cambios en la estrategia de negocio	66	44	1,77	0,73-4,31
No ha realizado cambios en la estrategia de negocio	11	13		
Ha disminuido el precio de sus productos	31	14	1,50	0,64-3,55
No ha disminuido el precio de sus productos	28	19		
Aplicó teletrabajo	53	41	0,84	0,39-1,82
No aplicó teletrabajo	23	15		

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta afectación de sectores empresariales costarricenses ante el COVID-19, 2020.



Datos obtenidos de la encuesta afectación de sectores empresariales costarricenses ante el COVID-19, 2020.

La mayoría de los propietarios de los emprendimientos fueron del sexo femenino en la totalidad de las provincias, siendo el rango de edad entre 30 y 40 años donde se ubica la mayor parte de los emprendedores. En general los representantes de los diferentes negocios poseen en su mayoría el grado de licenciatura (34,7%), seguido de las maestrías y los bachilleres universitarios. La mayor parte de los negocios analizados pertenecen al sector formal en la capital del país. (36,9%). La mayoría de los interesados deseaban recibir ayuda (98,5) a raíz del fenómeno del COVID-19. El resumen de los datos sobre los representantes de los distintos emprendimientos mencionados se muestra en la Cuadro 1.

Los resultados obtenidos de cada una de los ítems de la encuesta ponen de manifiesto una serie de interpretaciones relevantes, la primera de ellas geográfica, los representantes de diferentes sectores empresariales afectados por la pandemia asociada al COVID-19 mayormente se ubican en la provincia de San José (50%) seguido por Alajuela (11,5%), Heredia (22,4%) y Cartago (8,6%) en este orden, por último, Guanacaste, Limón y Puntarenas.

El Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) en su informe previo al COVID-19, en el que se utilizó el Registro de Variables Económicas (REVEC), del Banco Central de Costa Rica, por medio de la División Económica y el Área de Números e Índices ha permitido contar con los datos del universo de las empresas del país y con ello presentar la situación más representativa de la realidad de las empresas pertenecientes al sector PYME, antes del COVID-19 a partir del 2012 y hasta el 2017, en él se detalla que para el 2017 las Pymes, representaron el 97.5 % del parque empresarial a nivel nacional, al registrarse un aumento de 125.198 en el 2012 a 133.765 en el

2017, para un incremento del 6.8% (MEIC, 2017) en cuanto a las provincias se ubica a San José con la mayor

cantidad de empresas de menor tamaño, para un total de 53.208 en el 2017. Las provincias de menor desarrollo empresarial han sido Limón con 5.599 empresas, seguida por Guanacaste con 9.343. En términos totales según las estadísticas del Instituto nacional de estadística y censo Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) para el año 2017 las provincias en donde se genera mayor empleo son: San José (49.4%), Alajuela (14.3%) y Heredia (13.5%), las cuales concentran el 77.2% de la fuerza laboral del país; mientras que las provincias que menos empleo generaron son Cartago (6.0%), Puntarenas (5.7%), Limón (4.5%) y Guanacaste (3.7%) (INEC, 2020). Pero no solo son importantes los datos nacionales pues el aumento del emprendimiento tiene una razón más, a nivel mundial después de los 80 las grandes compañías iniciaron su expansión, pero aun así no fueron capaces de proporcionar trabajo a todas las personas que lo necesitaban. Por su lado, los gobiernos tampoco pudieron crear condiciones económicas que generaran suficientes fuentes de empleo. Dado lo anterior, surge el interés por el emprendimiento, como opción de vida y fuente de empleo para muchas personas, así mismo el MEIC ratifica que la cantidad de microempresas en el país aumentó de 102.177 en el 2012 a 108.079 en el 2017, según lo indica el más reciente "Informe del Estado de la Situación de las PYME en Costa Rica", presentado por el MEIC (MEIC, 2017). El 63.0% de los encuestados son actualmente emprendedores formales y de ese porcentaje las mujeres son mayoría alcanzando un 51.4% mientras que los hombres 47.8%. Según Olmos (2007) esta participación está vinculada con la generación de empleos, la estimulación de la economía, así como para las personas porque se genera autoempleo, se promueve la autorrealización que conlleva para muchas de ellas poseer su propia empresa y el cumplimiento de sus sueños. Algunos trabajos han intentado lanzar alguna luz sobre dicho proceso



emprendedor femenino Ogliastri (2014) afirma que en Latinoamérica el Women's Report, Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2012), expone resultados del proceso emprendedor para diversos países.

Asimismo, se tiene una herramienta creada por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), miembro del Banco Interamericano de Desarrollo, llamada Women's Entrepreneurial Venture Scope (WEVentureScope, 2013), el cual propone un índice que fue desarrollado en alianza con The Economist Intelligence Unit y que es calificador del ecosistema emprendedor para las mujeres de América Latina y el Caribe. Estos valiosos esfuerzos constituyen una base general de información, incluyendo varias naciones entre las cuales está Costa Rica, pero persiste la necesidad de ampliar el conocimiento de este tema en el país (Brenes y Campos, 2015, p. 4). No obstante, en el caso concreto costarricense no se sabe mucho sobre las mujeres emprendedoras y sus empresas. En uno de los pocos trabajos al respecto, Brenes y Campos (2015) señalan la existencia de diferencias significativas en cuanto al tamaño de las empresas, el conocimiento, así como la experiencia de las mujeres respecto de los hombres en el sector empresarial. Además, las mismas autoras identifican en las mujeres mayores limitaciones para emprender de manera individual y más dependencia de los ingresos generados por sus negocios. Según indican, estas diferencias por género se traducen en una brecha de ingresos con desigualdad de oportunidades donde las mujeres ven limitado tanto el acceso, como su participación en el ámbito empresarial costarricense. Ligando lo anterior de acuerdo con la situación actual del mercado debemos fijarnos en el GEM 2015 en el caso de Costa Rica dicho estudio utiliza indicadores estandarizados a nivel mundial para hacer una revisión de la situación del emprendimiento a nivel local y concluye que en Costa Rica la edad promedio de emprendedores primerizos es de 36 años, la edad promedio de dueños de empresas "estables" es de 45 años; peor aún, de los 300 mil

nuevos emprendimientos cada año, el 42% de ellos no cumplirá ni 4 meses de existencia y para antes del año el 78% estará puertas cerradas. Sin embargo, La permanencia en el mercado de los participantes superior a los 10 años lo representa (39,8%). De hecho, Peña (2017) detalla que la tasa de sobrevivencia de las pymes en este mercado es de apenas el 2% que llegan a cumplir 10 años, lo que no nos indica en qué condición llegan a tal edad en el caso del presente estudio la estadística arrojó que el porcentaje más alto de los emprendedores 38.4% está en edades entre los 30 y 40 años con estudios universitarios y grados de Licenciatura y maestría. De acuerdo al GEM el más prestigioso y extenso estudio sobre el estado del emprendimiento a nivel mundial, menos del 40% de las personas en el país están dispuestas a emprender, convirtiéndonos en el país menos emprendedor de Centroamérica, sin embargo, la panorámica hoy es distinta, debido al COVID-19, los datos de desempleo de la encuesta Continua de Empleo (ECE) presenta los principales indicadores del mercado laboral en Costa Rica con una tasa de desempleo nacional de 20,1 %, en comparación con el mismo trimestre del año anterior, aumentó estadísticamente en 8,8 puntos porcentuales (p.p.). Las mujeres presentan una mayor tasa de desempleo que los hombres (26,0 % y 16,3 % respectivamente) lo anterior ha significado un incremento en la innovación o reinversión de modelos de negocio y nuevos emprendimientos así lo demuestran las estadísticas de Agencia Universitaria de Gestión del Emprendimiento de la Universidad de Costa Rica (AUGE-UCR), quienes cuantifican en los últimos meses un total 441 participantes, entre quienes hay investigadores, docentes, emprendedores, desarrolladores y diseñadores, plantearon los retos más urgentes generados por el COVID-19 (Mayorga López, 2020).

Según datos del 2012 las PYME en ese mismo año estas empresas aportaron el 34.5% del empleo (320.767 empleados), este porcentaje disminuyó en el 2013 y 2014 a 34.1%, en el 2015 contribuyeron al empleo



con un 33.9%, en el 2016 pasó a 33.41% y en el 2017 a 33.3%, para un total de 344.390 empleados, lo cual corresponde a un incremento 4.7% con relación al año base de 2012 (MEIC, 2017) a raíz del COVID-19 y los datos arrojados en esta encuesta los emprendimientos participantes mayoritariamente se vinculan a los sectores comercio y alimentos (16,5%) lo anterior interpretado también como sector servicios, seguido por las comunicaciones (9,4%) estos resultados encajan con los últimos informes del MEIC en los que detalla que el comportamiento de la cantidad de trabajadores de las empresas y el sector económico se puede visualizar de forma porcentual considerando el total de trabajadores del 2017, el sector servicios generó un 56,0%, el sector comercio 19,5% e industria 14,5%. Los productores agropecuarios aportaron un 9.8%; lo anterior indica que la mayor cantidad de empleos a través de los seis años se concentraron en el sector servicios y la menor cantidad en el sector agropecuario (MEIC, 2017). La razón social destacada en más de la mitad de los participantes (55%) es la sociedad anónima, lo que los convierte en emprendimientos formales y gran parte de los participantes (26%) no se identifican con ninguna razón social por lo tanto son emprendimientos informales, datos de la observatorio de comercio ilícito de la Cámara de comercio de Costa Rica confirman que para el periodo (I 2018 – III 2019) el empleo informal del sector comercio incrementó en un 24% y el empleo formal del sector disminuyó en un 22% Lo que demuestra un traslado de comerciantes del sector formal al informal (Nosotros – OBCI: Cámara de Comercio Costa Rica, 2017), este tema es vital en lo que se refiere a las políticas de reactivación económica, así lo enfatiza la Cámara de Comercio de Costa Rica:

“Una de las recomendaciones que se han planteado para lograr atraer nuevamente a las empresas al sector formal es aplicar una amnistía para aquellos comercios que tienen cuotas atrasadas y que manifiesten voluntad de ponerse al día con la seguridad social y el pago de

impuestos, de esta forma se podrían formalizar, así como a sus empleados” (Mesén, 2019).

La mayoría de las empresas encuestadas (71%) conforman sus equipos con 1 y 5 trabajadores convirtiéndose en microempresas, seguido por equipos conformados por un tope máximo de 30 trabajadores (13,7%) correspondiente a empresas pequeñas. El análisis porcentual de año por tamaño realizado por el informe del estado de las PYME por el MEIC reveló una tendencia estable en los rangos de tamaños de empresas, manteniéndose las micro empresas en un 81.0% del total de empresas en el país, las pequeñas en un 12.5 % las medianas de un 4.0% y las empresas grandes en alrededor de un 2.5% (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2017) otro dato relevante del estudio es que el grueso de los participantes (63,7) no contempla las representaciones gremiales como característica de sus negocios, (47,1%) incorpora estudiantes en las prácticas empresariales y (68,8%) incorpora los canales de redes sociales como estrategias empresariales en un alto porcentaje, no sucede lo mismo con el e-commerce utilizado solamente por el (17,3%) de los emprendimientos. Dentro de las consecuencias enfrentadas a causa del COVID-19 por los participantes el (55,7%) ha implementado el recorte de jornada laboral como práctica sin embargo el (67,3%) no ha acogido los despidos y el (65,21%) no han requerido acudir al apoyo bancario, por el contrario, un porcentaje alto el (67%) confirma el acatamiento de la disminución en el precio de sus productos o servicios y adicionalmente más de la mitad de la población de estudio (69%) confirma la utilización del teletrabajo como medida de acatamiento ante la crisis.

Conclusión

Este estudio, identifica con claridad que son mujeres en edades entre los 30 y 40 años con estudios formales universitarios quienes encabezan el índice de participación lo cual pone en evidencia la apropiación de la mujer como emprendedora lo

que da respuesta a la existencia de una mayor tasa de desempleo en la población femenina que los hombres en Costa Rica, lo anterior ha significado un incremento en la innovación o reinención de modelos de negocio y nuevos emprendimientos sin lugar a duda.

De esta manera, este estudio contribuye fundamentalmente a las investigaciones acerca del índice de formalización de los emprendimientos participantes en el estudio y su vínculo al parque empresarial costarricense evidenciando la necesidad de ejecutar política de reactivación económica que promuevan la facilitación y acatamiento de medidas económicas como la disminución de la base mínima contributiva de la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS), reducción de comisiones que cobran las entidades bancarias a los comercios por pagos con tarjetas y mejorar la comunicación con los ciudadanos y sectores productivos para generar confianza, así como unificar el sistema digital de compras públicas, flexibilidad laboral, administrar y aprovechar los tratados de libre comercio, agilizar la construcción de infraestructura pública y reducir el costo de la electricidad, entre otras tareas.

El estudio también contribuye fundamentalmente a las investigaciones sobre la vinculación existente entre la reducción de jornada, la reducción salarial y la utilización de redes sociales además de herramientas de e-commerce. Así mismo, aunque estas herramientas están tomando relevancia claramente el sector del emprendimiento mayormente afectado carece de este tipo de estrategia, haciendo necesaria la promoción de política pública que promueva el desarrollo de mecanismos de acceso a capacitación y financiamiento de las mismas de forma inmediata.

Por lo tanto, se sugiere como una futura línea de investigación que en otros estudios se puedan verificar los resultados encontrados con respecto a la ausencia de representación gremial o pertenencia de los emprendimientos a figuras de gestión como

cámaras empresariales o asociaciones que velan por la defensa de sus interés que buscan contribuir con el desarrollo del país en general y del comercio en particular, por medio de la representación, la defensa de los intereses del comercio, la promoción de los valores y programas que beneficien a los asociados.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores no reportan conflicto de intereses institucional ni personal.

Referencias

- Asociación Observatorio del Emprendimiento de España. (2020, octubre). *Situación del emprendimiento en España ante la crisis del COVID-19 Análisis y recomendaciones* (N.o 1). <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2020/05/InformeGEM-COVID-19-2020.pdf>
- Banco Mundial. (2020, mayo 11). Costa Rica: Panorama general. Recuperado 11 de mayo de 2020, de <https://www.bancomundial.org/es/country/costarica/overview>
- Brenes, L., & Campos, C. (2015). Relación de la densidad empresarial con la pobreza, la educación superior y la conectividad tecnológica, en las provincias y cantones de Costa Rica. *revistas.uned.ac.c*, 1, 1-6. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/cuadernos/article/download/1132/1722?inline=1>
- Cassis, Y., y Minoglou, IP (Eds.). (2005) *Emprendimiento en teoría e historia*. Nueva York: Palgrave Macmillan
- Colomina Climent, Evaristo y Yáñez Muñoz, Leonardo, *Herramientas para el análisis y validación de ideas de negocio* (Kit de herramientas para el análisis y validación de ideas de negocios) (2014). *Revista Global de Negocios*, v. 2 (4) p.



- 105-123, 2014, disponible en SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2498712>
- Estado de la nación. (2019, octubre 11). *Programa del estado de la nación. Recuperado 11 de mayo de 2020*, de <https://estadonacion.or.cr/informe/?id=5f2e98c1-f88c-4f51-a151-475c342583ed>
- El Mundo CR, *Costa Rica cae 7 puestos en el Índice de Competitividad Global*. (2019, 9 octubre). El Mundo CR. <https://www.elmundo.cr/economia-y-negocios/costa-rica-cae-7-puestos-en-el-indice-de-competitividad-global/>
- Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. (2016). *Revista Katharsis*, N. 21, 3. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5850542>
- Hanafiah, M. H., Yousaf, S. U., & Usman, B. (2017). The influence of psychological capital on the growth intentions of entrepreneurs: A study on Malaysian SME entrepreneurs. *Business and Economic Horizons*, 13(5), 556-569. <https://doi.org/10.15208/beh.2017.38>
- Instituto nacional de estadística y censo. (2020, 23 febrero). Estadísticas | INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS. INEC. <https://www.inec.cr/estadisticas>
- Kantis, H., & Anlleli, P. (2020, 5 septiembre). *los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID 19*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-America-Latina-y-el-Caribe-frente-al-COVID-19-Impactos-necesidades-y-recomendaciones.pdf>
- Mayorga López, G. (2020, 3 abril). *HackCovid19CR: Más de 400 emprendedores iniciaron el desarrollo de ...* Universidad de Costa Rica. <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2020/04/03/hackcovid19cr-mas-de-400-emprendedores-iniciaron-el-desarrollo-de-soluciones-a-19-problemas-relacionados-a-la-pandemia.html>
- Mesén, R. (2019, 5 diciembre). *La clave de la reactivación comercial es la formalidad en el empleo*. Rumbo Económico. <https://rumboeconomico.net/la-clave-de-la-reactivacion-comercial-es-la-formalidad-en-el-empleo/>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2017, 2 abril). <https://www.meic.go.cr>. <https://www.meic.go.cr/meic/comunicado/940/aumento-la-cantidad-de-microempresas-en-el-pais.php>
- Molina, S. A. P., & Acevedo, M. C. (2013). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad Nacional = Characterization of the entrepreneurial behavior of business administration students at Universidad del Rosario. *Revista EAN*, 71, 22. <https://doi.org/10.21158/01208160.n71.2011.549>
- nacion@dintdigital.com. (2020, 5 febrero). Informes. Programa Estado Nación. <https://estadonacion.or.cr/informes/>
- Nosotros – OBCI: Cámara de Comercio Costa Rica. (2017, 12 octubre). OBCI. <https://observatorio.co.cr/nosotros/#:%7E:text=El%20Observatorio%20del%20Comercio%20Il%C3%ADcito,del%20impacto%20negativo%20que%20%C3%A9ste>



- Ogliastri, E. (2014). *Editorial. Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(3), 318-323. <https://doi.org/10.1108/arla-09-2014-0142>
- Olmos, J. (2007). *Tu Potencial Emprendedor* (1.a ed., Vol. 20). Pearson Educación.
- Peña, C. (2017, 12 junio). *¿Costa Rica Emprende?* La República. <https://www.larepublica.net/noticia/costa-rica-emprende>
- Peralta, L., & CEPAL. (2019). El sistema de innovación para las mipymes costarricenses: hacia un modelo de articulación. Recuperado 3 de febrero de 2020, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44607/1/S1900362_es.pdf
- (2005) Política de emprendimiento: definiciones, fundamentos y marco. En: Política de emprendimiento: teoría y práctica. Estudios internacionales en espíritu empresarial, vol 9. Springer, Boston, MA. https://doi.org/10.1007/0-387-24202-3_2
- Rodríguez Moreno, D. C. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Katharsis*, 21, 449. <https://doi.org/10.25057/25005731.775>
- Sáenz-Segura, F. (2020, 14 mayo). *Medidas de política económica para Costa Rica ante la crisis mundial del COVID-19*. Repositorio Universidad Nacional de Costa Rica. <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/17334>
- Torres, R. (2015). Estímulo a la creatividad y emprendimiento joven para la innovación social en un contexto global [Libro electrónico]. En *Juventud global, identidades y escenarios de actuación en clave cosmopolita* (1.a ed., pp. 127-145). Universidad de Salamanca. https://issuu.com/injuve/docs/revista_estudios_juventud_109
- Villa, A., Valls, N., Martínez, S., & Hernando, A. (1999, 4 noviembre). *observatorio del tercer sector*. http://observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2009-07_Emprendimiento_Social_Juvenil.pdf. <https://www.observatoritercersector.org>
- Vásquez, C. (2017). Educación para el emprendimiento en la universidad. Estudios de la Gestión. Revista Internacional de Administración, 121-147. <https://doi.org/10.32719/25506641.2017.2.5>
- Wiklund, J., Davidsson, P., Audretsch, D. B., & Karlsson, C. (2011). The future of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (1), 1-9.
- Rodríguez Moreno, D. C. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Katharsis*, 21, 449. <https://doi.org/10.25057/25005731.775>
- Lundström, A., y Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship policy: Theory and practice*. Springer Publishers.
- Villa, A., Valls, N., Martínez, S., & Hernando, A. (1999, 4 noviembre). *observatorio del tercer sector*. http://observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2009-07_Emprendimiento_Social_Juvenil.pdf. <https://www.observatoritercersector.org>



Impacto de la crisis sanitaria del Covid-19 en los procesos de comunicación interna en organizaciones brasileñas

Maria Aparecida Ferrari

Libre-docente, Doctora y Magister. Socióloga y comunicadora. Docente de los Programas de Posgrado y Pregrado de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidade de São Paulo, Brasil. Es docente invitada de varios programas de posgrados de universidades en América Latina. Autora de libros nacionales e internacionales, así como ha producido un centenar de artículos publicados en periódicos nacionales e internacionales. Su líneas de investigación abarca las temáticas: cultura organizacional, gestión de la comunicación, comunicación intercultural y diversidad.

Denise Pragana Videira

Consultora de empresas. Magister en Ciencias de la Comunicación. Candidata al Doctorado del Programa de Posgrado de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidade de São Paulo, Brasil.

Abstract

La presente investigación pretende alcanzar tres objetivos: a) comprobar si los procesos de comunicación interna fueron valorados por la alta dirección durante la crisis sanitaria; b) observar si el ejecutivo de comunicación, durante la pandemia, logró conducirse como analista de escenarios; y, c) identificar estrategias e instrumentos desarrollados durante la pandemia para mantener los relacionamientos con los trabajadores en *home office*. Fueron realizadas entrevistas con 24 comunicadores para identificar las prácticas implementadas durante la pandemia junto al público interno. Los principales resultados revelan que la planificación del proceso de comunicación interna, en formato remoto, fue adoptada pocas semanas tras la instalación del estado de emergencia, y que las acciones siguen siendo adaptadas a lo largo de la pandemia, destacándose la presencia constante del ejecutivo principal (CEO)

como 'vocero' confiable junto a los trabajadores. Además, fueron introducidas varias estrategias para afianzar los vínculos de los empleados con sus organizaciones, como la creación de espacios de relajación, videos de entretenimiento, clases de yoga, entre otras acciones.

Palabras clave: Comunicación remota; Comunicación interna; Relacionamiento; Crisis sanitaria; Analista de escenarios.

Introducción

En marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud – OMS, declaró oficialmente la crisis sanitaria mundial tras la constatación del brote de Covid-19, una enfermedad provocada por el nuevo coronavirus. Entre marzo de 2020 y mayo de 2021, hemos observado las consecuencias de la pandemia, que siguen causando impactos sin precedentes en la historia de la humanidad (Harari, 2020). Inmediatamente, se implementó la



cuarentena y la distancia social como formas de contener el contagio por el virus. La restricción del aislamiento social impuesta por la mayoría de los gobiernos hizo del *home office* la única opción viable para la continuidad de ciertas actividades en aquel momento.

Las organizaciones adoptaron rápidamente 'arreglos de trabajo alternativos' (Spreitzer, Cameron & Garrett, 2017), lo que significó adherir al "*home office*" para cumplir los protocolos de seguridad y protección de la salud colectiva, especialmente para trabajadores en funciones administrativas presenciales. Además, se adoptó un cronograma con horarios flexibles para ofrecer a los equipos que trabajan en unidades operativas, como fábricas, una mayor seguridad.

La pandemia también ha representado un gran desafío para los líderes organizacionales, quienes pasaron a ser la fuente de información fiable para asegurar la salud física y mental de sus trabajadores. Cabe señalar que, antes de la pandemia, los procesos de comunicación interna de muchas empresas ya estaban experimentando cambios disruptivos, con el fin de respaldar la adopción de nuevos formatos de trabajo, incluido el *home office*. En el contexto de la crisis pandémica, sin embargo, los equipos de comunicación tuvieron que desarrollar rápidamente nuevas estrategias de transmisión de informaciones acerca de las rutinas del trabajo a distancia, desde el cuidado con la salud y la distancia social y el, así como el monitoreo de la continuidad de los procesos laborales en curso.

La propuesta de investigación propone tres objetivos: a) comprobar si los procesos de comunicación interna fueron valorados por la alta dirección durante la crisis sanitaria; b) observar si el ejecutivo de comunicación, durante la pandemia, logró conducirse como 'analista de escenarios'; y, c) identificar estrategias e instrumentos desarrollados durante la pandemia para mantener los relacionamientos con los trabajadores en

home office. Para alcanzar los objetivos, se condujo un estudio exploratorio y cualitativo con cinco organizaciones de sectores considerados esenciales (supermercado, energía, alimentación, agroindustria y servicio de aguas y alcantarillado), mediante entrevistas a los ejecutivos de comunicación y sus equipos.

Este documento está estructurado en cuatro apartados, además de la introducción. En el primer apartado, se presentan reflexiones acerca de la pandemia del Covid-19 y el cambio disruptivo del modelo presencial hacia el teletrabajo o *home office*. El segundo, trata de los desafíos enfrentados por los comunicadores para planificar la comunicación interna ante la nueva realidad, que requiere la comprensión de las organizaciones fuera de su contexto físico (Mumby, 2009). Los procedimientos metodológicos, acompañados del análisis y discusión de los hallazgos a la luz del marco teórico presentado conforman el tercer apartado. Por último, las consideraciones finales ponen en relieve los principales puntos de atención y las contribuciones al campo de la comunicación organizacional acerca del tema abordado.

Referencial teórico

Una crisis disruptiva: de repente, todos trabajando en la casa

El concepto de crisis está vinculado a una ruptura, que puede ser más o menos violenta, y que genera inseguridad, incertidumbre y miedo (Carvalho, 2011). El autor señala que la génesis de toda crisis es un cambio ante un problema urgente, que debe ser resuelto de inmediato. La crisis desencadenada por la pandemia del Covid-19 puede clasificarse, según Lerbinger (1997), en la categoría de las crisis no violentas provocadas por causas naturales.

Una de las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para combatir la propagación del nuevo coronavirus y, con ello, contener el avance de la enfermedad provocada

por el virus Covid-19, fue el aislamiento social, que afectó directamente la economía, el mundo del trabajo y la salud física y mental de los individuos. La modalidad de trabajo en *home office* se encuentra entre los nuevos formatos, según el concepto de arreglos laborales alternativos, conforme preconizan Spreitzer, et al (2017). Estos nuevos formatos se caracterizan por la flexibilidad horaria y la reubicación del trabajo, ya que las innovaciones tecnológicas permiten que el trabajo sea realizado en cualquier momento y lugar. Según los autores:

La tecnología de la utilización de la nube hace posible que las personas trabajen en cualquier lugar, hagan el login en el servidor de la organización, accedan a documentos compartidos o respondan correos electrónicos. Y con el software colaborativo, los trabajadores pueden colaborar fácilmente desde la distancia; de hecho, la colaboración virtual se ha convertido común, incluso para trabajadores fijos. (Spreitzer et al., 2017, p. 476-477).

A pesar de las facilidades tecnológicas, las personas jamás han tenido que dar muestras de tanta resiliencia y de nuevas habilidades de forma tan acelerada para atender, simultáneamente, demandas adicionales de tiempo para educar y cuidar a sus hijos y adultos mayores y trabajar en el formato remoto (Backes, , Arias, Storopoli & Ramos, 2020).

Larson, Vroman y Makarius (2020) presentan cuatro retos para quienes, por primera vez, afrontaron el trabajo remoto: 1. dificultad para acceder a la información necesaria; 2. sensación de soledad debido al alejamiento del entorno de la oficina; 3. distracciones en el hogar provocadas por eventos y necesidades paralelas, y espacios físicos inadecuados; 4. falta de supervisión presencial. Para superar tales retos, los autores recomiendan que los gerentes brinden aliento y apoyo emocional, reconociendo la posibilidad del estrés de miembros de sus equipos, escuchando las ansiedades e inquietudes de los empleados, y demostrando

empatía a los colaboradores en dificultades.

Observamos que, ante tales demandas, la comunicación interna asumió un papel protagónico a la hora de presentar estrategias para acomodar la conducta del trabajador a los procesos de trabajo a distancia, con el objetivo de garantizar la continuidad de las actividades cotidianas y, paralelamente, mantener a los equipos integrados adecuadamente informados y física y mentalmente saludables.

Desafíos de la contemporaneidad para la comunicación interna

Históricamente, cuando se trata de la supervivencia económica de las empresas, la comunicación interna no suele gozar del mismo valor estratégico que otros tipos de comunicación como, por ejemplo, la relación con los medios (Xifra, 2017). Sin embargo, la pandemia de Covid-19 elevó los procesos de comunicación interna en las empresas al nivel de prioridad estratégica, ya que los trabajadores pasaron a ser el público estratégico destinatario de informaciones frecuentes y actualizadas.

Harari (2020, p. 29-30) comenta que la pandemia del Covid-19 ha acelerado las medidas de emergencia a corto plazo, y afirma que “esta es la naturaleza de las emergencias: aceleran procesos históricos. En tiempos normales, las decisiones requerirían años de deliberación y, ahora, se aprueban en cuestión de horas”.

Los procesos de comunicación interna sufrieron marcados cambios de periodicidad, contenido, forma y canales. Además, hubo la necesidad de reconfigurar la comunicación para plataformas totalmente *on line* para mantener la conexión con los empleados, y los comunicadores pasaron a estar atentos a temas relacionados con el miedo, la soledad, la ansiedad, el sufrimiento, las pérdidas, el duelo y el estrés de sus trabajadores. Según Morin (2020, p. 27), “el aislamiento nos ha cogido repentinamente atrapados en nuestra propia casa y, a veces, en la

intimidad de nosotros mismos”.

De este modo, la comunicación interna se configura como un proceso estratégico que tiene como objetivo analizar los entornos interno y externo para establecer acciones y negociaciones con el fin de afianzar el comprometimiento de los trabajadores (Mishra, Boyton & Mishra, 2014; Verčič, Verčič & Sriramesh, 2012).

Esto significa que, en un contexto organizacional vulnerable (Ferrari, 2011), las organizaciones necesitan que el proceso de comunicación sea ágil y efectivo, por medio del diálogo para lograr el comprometimiento de los trabajadores (Marques & Mafra, 2018). En el presente momento, es importante adoptar una perspectiva relacional del proceso comunicacional, en la cual el comunicador actúa como un ‘analista de escenarios’ (Ferrari, 2011), buscando mantener la escucha de las expectativas y opiniones de los trabajadores para luego proponer estrategias dialógicas.

En ese contexto de la pandemia del Covid-19, los cambios disruptivos llevados a cabo por las áreas de comunicación interna fueron objeto de la investigación cualitativa presentada a continuación. La próxima sección presenta los procedimientos metodológicos del estudio realizado con cinco organizaciones que operan en Brasil, y que adoptaron la modalidad del trabajo en home office para sus trabajadores del área administrativa.

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Realizamos un estudio exploratorio y cualitativo (Creswell, 2010) utilizando la técnica de entrevista, por medio de un guión de preguntas. Las entrevistas fueron realizadas en dos etapas: 1) con los cinco ejecutivos de comunicación de organizaciones ubicadas en Brasil, individualmente y 2) en reuniones virtuales con los equipos de comunicación de las cinco empresas. En total, fueron entrevistados

cinco ejecutivos y 19 comunicadores de los departamentos de Comunicación. Las entrevistas y reuniones fueron realizadas de forma remota, entre septiembre y diciembre de 2020, con un total de nueve horas y treinta minutos de grabación. A continuación, el material fue transcrito y luego, según las categorías previamente establecidas, se hizo el análisis del contenido (Bardin, 2016).

La Tabla 1 presenta el perfil de las empresas de la muestra. Las cinco empresas encuestadas operan en sectores considerados esenciales durante el período pandémico (alimentación, agroindustria, servicio público, energía y supermercados). Cuatro son empresas multinacionales de capital privado, y una nacional, de capital mixto.

Tabla 1 - Perfil de las empresas

Empresa	Tipo	Sector	Nº de trabajadores en Brasil
1	Capital Privado/Multinacional	Alimentación	11.000
2	Capital Privado/Multinacional	Agroindustria	7.000
3	Capital Mixto/Nacional	Servicio Público	12.800
4	Capital Privado/Multinacional	Energía	920
5	Capital Privado/Multinacional	Supermercado	40.000

Fuente: Elaborado por las autoras

Fueron establecidas cinco categorías para el análisis de contenido (Bardin, 2016), a saber: a) cambios en los procesos comunicacionales/formato *home office*; b) puntos positivos y aprendizajes; c) comportamiento de los ejecutivos; d) valoración de la comunicación; e) regreso a las actividades presenciales pospandemia. La Tabla 2 presenta los principales resultados encontrados.

Tabla 2 – Categorías de análisis de contenido y principales resultados

Categorías	Empresa 1 Alimentos	Empresa 2 Agroindustria	Empresa 3 Servicio Público	Empresa 4 Energía	Empresa 5 Supermerca do
Cambios en los procesos comunicacionales/ formato home office	Uso de herramientas de comunicación instantánea como el <i>WhatsApp</i> personal entre los canales de comunicación (antes consideradas tabú). Implementación de formas de comunicación nuevas y ágiles.	Aumento del número de reuniones online. Propuestas de temas sobre cómo gestionar el tiempo, meditación, ansiedad, <i>mindfulness</i> y vulnerabilidades Comunicación inmediata para reforzar la confianza de todos los usuarios del trabajo remoto.	Comunicación permanente y uso de nuevos canales <i>online</i>, como <i>podcast</i>, radio y red social interna. Incremento del uso de videos.	Fortalecimiento de la comunicación digital con total énfasis en la intranet para áreas corporativas, con excepción del área operativa. Informaciones acerca del aislamiento y otros datos sobre la pandemia a través de sitio web con charlas de especialistas.	Áreas corporativas pasan a contar con 100% de apoyo digital, con excepción del área operativa. Refuerzo del compromiso de los equipos al propósito y causas de la empresa.
Puntos positivos y aprendizajes	Mayor proximidad con los empleados. Economía de tiempo en la preparación de reuniones	Ahorro de tiempo y reducción de costes con reuniones online. Se trabaja mejor en grupo de forma remota. Reuniones 100% online tienen más participación	Disminución de los viajes de trabajo. A pesar del aumento de productividad con el trabajo remoto, los trabajadores echan de menos el contacto físico con colegas.	Las herramientas online permitieron un incremento de la interacción con la alta dirección Incremento de participación en las reuniones online y envío	Reuniones 100% online tienen más participación interna que el formato presencial. Webinars¹ más efectivos con duración y contenido reducidos.

		que en formato presencial. Reuniones virtuales realizadas con más disciplina y participación de grupos multifuncionales.		de preguntas anónimas.	
Comportamiento de los ejecutivos	-	Presidente/CEO se comunica con los trabajadores y promueve confianza.	-	Los ejecutivos se sienten más relajados en las plataformas digitales.	-
Valoración de la comunicación	-	La pandemia proporcionó la humanización y la importancia de la diversidad en la comunicación.	-	La crisis sanitaria aumentó la visibilidad del área de comunicación.	Reconocimiento de los líderes del papel de la comunicación en los procesos dialógicos.
Regreso a las actividades presenciales pospandemia	-	Eventos híbridos serán mantenidos. El <i>home office</i> será adoptado tres veces en la semana. Intensificación de políticas de <i>flex time</i> para licencia posmaternidad para las mujeres y hombres.	Eventos híbridos serán mantenidos En la pospandemia hay posibilidad de manutención de 40% de trabajo home office Cambios en los espacios físicos de trabajo.	La comunicación digital vino a quedarse. Fortalecimiento de la comunicación líder-liderados Mientras todos no sean vacunados, la ocupación de las oficinas se mantendrá al 50%. Placas acrílicas y botellas de agua son algunas de las alteraciones en los layout de las oficinas.	El formato de trabajo híbrido será combinado con el formato remoto. Los espacios de trabajo fueron adecuados para obedecer las normas de seguridad.

Fuente: elaborado por las autoras

A partir del análisis, se cumplieron los objetivos propuestos en la sección introductoria. Observamos que, en la pandemia, los ejecutivos están actuando como 'analistas de escenarios' (Ferrari, 2011); mencionaron participar, junto con la alta dirección, de las estrategias corporativas, como subrayado en la categoría "Cambios en los procesos comunicacionales" de la Tabla 2.

Observamos, asimismo, que hubo unanimidad en las respuestas sobre el incremento de la comunicación digital con la adopción de nuevos canales, como *podcasts*, redes sociales internas y plataformas interactivas en línea para la realización de reuniones de trabajo.

Entre las estrategias e instrumentos adoptados por los comunicadores para atender la demanda de comunicación íntegramente online, destacamos la agilidad, sencillez, frecuencia, alcance y búsqueda de mayor participación e interacción de los públicos internos, tanto en las áreas administrativas, como en las operativas. Según una ejecutiva entrevistada, la pandemia fue una oportunidad para que el área de comunicación pudiese implementar acciones más humanizadas en un momento en que los trabajadores estaban fragilizados, tanto por el miedo de ser infectados como por el trabajo en *home office*, que ha supuesto esfuerzos adicionales para la mayoría de las personas.

Otros resultados revelaron que la crisis sanitaria nos ha ofrecido lecciones como el ahorro del tiempo, pues se redujeron los traslados a las oficinas de las empresas y se redujeron los costes de viajes nacionales e internacionales para reuniones presenciales de trabajo. Según Marques y Mafrá (2018), ese nuevo formato de trabajo provocó un cambio en la dimensión relacional de la comunicación que, a su vez, impactó la manutención del comprometimiento organizacional de los trabajadores con la organización (Bastos, Rodrigues, Moscon, Silva & Pinho, 2013). En ese sentido, un ejecutivo entrevistado afirmó que: *"la pandemia*

nos enseñó que el trabajo a distancia puede ser muy eficaz, hasta cierto punto: los empleados suelen ser más productivos cuando ya no dedican tiempo a los desplazamientos diarios; las reuniones pueden ser más frecuentes, pero tienden a ser más breves; el trabajo virtual también permite a las personas colaborar a través de fronteras geográficas, físicas y organizativas de formas novedosas".

Con relación a la categoría "Regreso al trabajo pospandemia" observamos que ese retorno será gradual, pues los espacios de trabajo con formatos alternativos de trabajo fueron puestos en prueba y permanecerán, según respuestas de los ejecutivos. También se adoptará el trabajo en formato híbrido (*online* y presencial), ya que los entrevistados mencionaron que el nivel de producción se mantuvo inalterado y, en ciertas situaciones, se incrementó.

Al mismo tiempo que las empresas se preocupan por la persistencia del virus, el regreso de las actividades presenciales es necesario para promover las interacciones entre las personas, tras la falta del contacto físico durante casi dos años. Uno de los entrevistados mencionó que: *"en los sondeos que realizamos en la empresa, se observó que la gente se siente más productiva cuando trabaja en el formato remoto, pero ellos mismos dicen que echan de menos el contacto físico con los compañeros. Por eso, pensamos que es necesario cambiar las estructuras físicas para ofrecer ambientes preparados para que los trabajadores vuelvan con seguridad y para que ocurra la interacción"*.

CONSIDERACIONES FINALES

Los tres objetivos propuestos fueron alcanzados con nuestra investigación. En primer lugar, la investigación contó con la participación de empresas que mantuvieron la comunicación interna activa durante la pandemia y que emplearon estrategias de relacionamiento para lograr un clima organizacional positivo. En ese nuevo contexto, los procesos de comunicación interna pasaron a ser



Como revelan los principales resultados presentados, las empresas no han tenido un tiempo ideal para planificar su comunicación interna remota y, por ende, las acciones fueron siendo adaptadas en la medida en que la crisis sanitaria seguía su trayectoria. Destacamos la importancia de la presencia constante de los presidentes/CEOs en las comunicaciones internas con el objetivo de transmitir confianza junto a los trabajadores. También se señaló que la mayoría de las estrategias de comunicación implementadas en formato online buscaron practicar el diálogo, por medio de la escucha de los trabajadores y para evitar el aislamiento y la sensación de distancia de sus colegas de trabajo.

Observamos que, si por un lado la pandemia ha sido un fenómeno implacable para las sociedades, organizaciones e individuos, por otro lado, permitió al comunicador interno ocupar un lugar de destaque como 'analista de escenarios', gracias a su capacidad de contemplar posibilidades futuras y sugerir estrategias capaces de mitigar los problemas de relacionamiento entre los trabajadores y sus superiores.

Por último, el tercer objetivo se logró a través del conocimiento de acciones que fueron puestas en marcha durante la pandemia, con el fin de incrementar las relaciones entre todos los empleados de las organizaciones. La Tabla 2 subraya una serie de estrategias que fueron implementadas para mitigar el miedo, la angustia y el duelo de muchos de los trabajadores.

Vale destacar que nuestra investigación se llevó a cabo en el segundo semestre de 2020, cuando los profesionales de la comunicación interna ya podían analizar sus prácticas y divisar un escenario futuro a partir de las lecciones aprendidas en la gestión de crisis. En los primeros meses de 2021, hubo un aumento significativo de personas infectadas por el coronavirus (el 9 de abril de 2021, la cifra de muertos por Covid 19 en Brasil alcanzó 3.693 víctimas en 24 horas); el consecuente repunte en el número

de defunciones ha postergado el regreso de los trabajadores a las oficinas en formato presencial.

Los resultados de nuestra investigación nos permiten concluir que las organizaciones deben seguir con el trabajo remoto, aun cuando regresen a la nueva normalidad. Por ejemplo, muchas empresas han empezado a explorar las herramientas de colaboración asincrónica más avanzadas, y no han hecho más que comenzar a sopesar las innumerables formas de aprovechar los datos generados por colaboraciones digitales para mejorar el rendimiento colectivo.

Además, la naturaleza del trabajo virtual cambiará cuando las empresas puedan combinarlo con el trabajo presencial. En lugar de tener que realizar todas las actividades en formato remoto, podrán explorar de manera más detallada los procesos y prácticas que se podrían mejorar para optimizar los beneficios empresariales. La pandemia reveló importantes deficiencias en la utilización de las herramientas digitales. Varios entrevistados, quienes ya trabajaban remotamente, indicaron sentirse más incluidos, ya que el resto de equipos también laboraban a distancia. Es probable que aquellos que trabajan con el desarrollo de reuniones híbridas encontrarán nuevas formas para promover la inclusión de los participantes remotos.

Los resultados señalados en este artículo revelan una visión más humanizada de las organizaciones en sus actividades de relacionamientos con el público interno, impuesta como consecuencia del retraimiento social. La comunicación interna ha sido reconocida por la alta dirección como esencial para el mantenimiento del vínculo afectivo de los empleados con sus organizaciones, pues promueve un clima de confianza, principalmente con la presencia de los presidentes/CEOs, que, como líderes, refuerzan ese valor esencial para las organizaciones.



REFERENCIAS

- Backes, D. A. P.; Arias, M. I.; Storopoli, J. E.; & Ramos, H. R. (2020, Oct./Dec.). Os efeitos da pandemia de Covid-19 sobre as organizações: um olhar para o futuro. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, São Paulo 19 (4), P. 1 – 10, out/dez, 2020. <https://www.researchgate.net/deref/https%3A%2F%2Fdoi.org%2F10.5585%2Friae.v19i4.18987>
- Bardin, L. *Análise de Conteúdo* (2016). 3ª. reimpressão, São Paulo; Edições 70. ISBN 978-85-62938-04-7
- Bastos, A. V. B., Rodrigues, A. C. A., Moscon, D. C. B., Silva, E. E. C. e Pinho, A. P. M. (2013). Comprometimento no trabalho: fundamentos para a gestão de pessoas. In: *O trabalho e as organizações: atuações a partir da psicologia* (pp 279-310.). [S.l.: s.n.].
- Carvalho, C. S. (2011). Relações públicas e crises na economia da reputação. In: FARIAS, L. A. de. (org.) *Relações Públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos*. São Paulo: Summus Editorial. ISBN: 978-85-323-0712-5.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*; tradução Magda Lopes. Porto Alegre: Artmed. ISBN: 978-85-363-2300-8.
- Ferrari, M. A. (2011). Os cenários turbulentos como oportunidade de mudança e de realinhamento de estratégias. In: Grunig, J. E., Ferrari, M. A., França, F. *Relações públicas: teoria, contexto e relacionamentos*. 2ª. edición (pp. 137-166). São Caetano do Sul: Difusão. ISBN:978-85-7808-101-0
- Harari, Y. N. (2020). *Notas sobre a pandemia: e breves lições para o mundo pós-coronavírus*. São Paulo: Companhia das Letras. ISBN 978-85-35933703
- Larson, B. Z., Vroman, S. R., & Makarius, E. E. (2020). A guide to managing your (newly) remote workers. *Harvard Business Review*, 18, pp. 1-7. <https://sangroup.com/wp-content/uploads/2020/03/aguidetomanagingyournewlyremoteworkers.pdf>
- Lerbinger, O. (1997). *The crisis manager*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Marques, A. & Mafrá, R. (2018). A comunicação interna em contextos organizacionais e a criação de cenas de dissenso. *Revista Comunicação Pública*, 13(25), pp. 1-31. <https://doi.org/10.4000/cp.2940>
- Mishra, K.; Boynton, L & Mishra, A. (2014). Driving employee engagement: the expanded role of internal communication. *Journal of Business Communication*. 51 (2). pp. 183 – 202. DOI: 10.1177/2329488414525399
- Mumby, D. (2009). A comunicação organizacional em uma perspectiva crítica. *Organicom*, 6 (10-11), pp. 191-207. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139023
- Spreitzer, G. M.; Cameron, L.; Garrett, & Garrett, L. (2017). Alternative Work Arrangements: Two Images of the New World of Work. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, pp. 473-99. <https://www.annualreviews.org/doi/pdf/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113332>



Verčič, A. T., Verčič, D. & Sriramesh, K. (2012). Internal communication: definition, parameters and the future. *Public Relations Review*. 38 (2), pp. 223 – 230, 2012. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2011.12.019>

Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, e290220. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>



Reconfiguración de las Estrategias de Comunicación en Tres Organizaciones en Tiempos de Pandemia en Mérida, Yucatán, México.

C.P. Claudia Gabriela Solís Rodríguez

Socia-Administradora en el Despacho Contable Solís Cámara S.C.P.

M.A.N. Ana Ysabel Valle Escobedo

Jefa de Orientación y Vinculación Empresarial en la Secretaría de Comercio, Fomento Económico y Trabajo.

Dra. María Marlene Martín Méndez

Secretaria Administrativa en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Objetivo de la propuesta: Proporcionar experiencias de reconfiguración de las estrategias de comunicación aplicadas en una empresa privada, en una secretaría del gobierno estatal y en una Universidad Pública, ubicadas en la ciudad de Mérida, Yucatán, con el fin de que el público participante tenga conocimiento de las adaptaciones que estas entidades han realizado para ser más eficientes y efectivas en la manera de informar y recibir información de los distintos actores con quienes tienen relaciones laborales.

A Comunicação com Empregados do Setor da Saúde em Tempos de Pandemia

Michele Medeiros Martins de Almeida

SMestranda em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP), no Brasil, é pesquisadora integrante do Cecorp - USP (Centro de Estudos de Comunicação Organizacional e Relações Públicas), grupo que reúne pesquisadores em torno de linhas temáticas da Comunicação Organizacional e Relações Públicas. Atualmente, dedica-se a pesquisar, sob orientação da Prof^a Dr^a Margarida Kunsch, a interface da comunicação com o comprometimento organizacional.

Resumo

Profissionais da saúde estão entre os mais afetados pela pandemia em todo o mundo, não somente pela maior exposição ao vírus, mas também pelo nível de estresse decorrente da sobrecarga e frequentes condições inadequadas de trabalho. Nesse cenário, foi realizada uma pesquisa quantitativa com 204 trabalhadores do setor da saúde no estado de São Paulo, Brasil, com o objetivo de identificar de que forma as dimensões da comunicação têm se feito presentes nas organizações em contexto de pandemia. Constatou-se que a usual predominância da dimensão instrumental deu lugar à dimensão cultural nesse cenário, mas ainda prevalecem aspectos de uma comunicação mais técnica e menos humana.

Palavras-chave

comunicação interna; dimensões da comunicação; pandemia; saúde.

Introdução

Profissionais do setor da saúde estão entre os mais afetados pela pandemia causada pelo vírus Sars-Cov-2, não somente pela maior exposição à doença, mas também pelo nível de estresse decorrente da sobrecarga e frequentes condições inadequadas de trabalho (Teixeira et al., 2020). Esse cenário motivou o desenvolvimento desta pesquisa, que teve o objetivo de verificar, junto a profissionais do setor da saúde no estado de São Paulo, no Brasil, como as dimensões instrumental, estratégica, humana e cultural da comunicação (Kunsch, 2016, 2014) têm se feito presentes nas práticas comunicacionais das organizações com seus empregados em contexto de pandemia.

Para facilitar a compreensão e análise da comunicação organizacional, Kunsch (2014) a divide em quatro dimensões. A dimensão instrumental é funcional e técnica. Geralmente predominante nas organizações, concentra-se mais na transmissão de informações de forma linear e assimétrica e em atuar como ferramenta para viabilizar os processos e permitir o pleno funcionamento da organização (Kunsch, 2012). A dimensão estratégica também adota uma visão pragmática com vistas à eficácia



e aos resultados. No entanto, ela é considerada um tipo de comunicação que agrega valor à organização e aos negócios, estando sempre alinhada aos objetivos globais da organização, à sua missão e visão (Kunsch, 2014).

A dimensão humana, embora seja a mais importante, é a mais esquecida, tanto na literatura sobre comunicação organizacional quanto nas práticas comunicacionais dentro das organizações (Kunsch, 2016). Trata-se de uma dimensão na qual a comunicação deixa de ser descrita como mera transmissão de mensagens ou conhecimento e passa a ser considerada uma atividade prática que tem como resultado a formação de relacionamento (Taylor, 2005).

A dimensão cultural existe em sinergia com as demais dimensões da comunicação organizacional. Kunsch (2014) defende a necessidade de as organizações não apenas atuarem no sentido do alinhamento dos diferentes públicos internos com os valores organizacionais, mas especialmente “considerarem a dimensão cultural como parte do planejamento, das ações comunicativas e dos processos de gestão participativa”.

Procedimentos Metodológicos

Foi adotada técnica quantitativa, mais especificamente a aplicação de um questionário on-line. O instrumento com quatorze itens foi elaborado com base no modelo teórico das Dimensões da Comunicação, de Kunsch (2016, 2014), abordando todas as características comunicacionais que constituem as dimensões e são passíveis de análise junto aos públicos internos, conforme mostra o quadro 1.

A coleta de dados envolveu uma amostragem não probabilística por conveniência (Freitas, Oliveira, Saccol, & Mocarola, 2000). Constituída por 204 respondentes, a amostragem é composta por profissionais de empresas do setor da saúde

localizadas no estado de São Paulo, Brasil. Desses, 67,6%, (138) são do gênero feminino, 30% (61) do gênero masculino e 2,4% (5) preferiram não revelar essa informação. Com relação à faixa etária, 47,54% (97) têm de 30 a 39 anos, 22,05% (45) possuem de 40 a 49 anos, 14,70% (30) têm idade entre 25 e 29 anos, 10,78% (22) possuem entre 50 e 59 anos, 3,95% (8) têm até 24 anos e 0,98% (2) têm 60 anos ou mais. Os dados foram recolhidos por meio da plataforma online SurviO, entre 28 de agosto e 27 de novembro de 2020. A escala adotada foi do tipo Likert, com seis pontos (discordo totalmente a concordo totalmente).

Análise dos Resultados

Apesar da dimensão instrumental, em geral, predominar nas organizações (Kunsch, 2014), a dimensão cultural destacou-se nesse cenário. Tal resultado certamente foi impulsionado pelo contexto de pandemia, uma vez que, nesse período, torna-se ainda mais evidente a missão dessas organizações, voltada a preservar e salvar vidas, bem como valores relacionados a ela. A dimensão cultural tem forte vínculo com os valores organizacionais, o que ajuda a explicar seu destaque na pesquisa.

Em segundo lugar, têm-se a dimensão instrumental. No que tange às características comunicacionais que a constituem, mostra-se mais fortalecida a comunicação relacionada à disseminação de políticas e normas, mas menos efetiva a comunicação necessária para o bom desempenho da função dos empregados, o que sugere deficiência na comunicação dentro e entre áreas.

A dimensão estratégica posicionou-se em terceiro lugar, demonstrando mais força em aspectos voltados ao alinhamento dos empregados com objetivos organizacionais, mas menos efetividade na busca e valorização da opinião desses empregados, apontando fraqueza do pilar de feedback dessa dimensão.

A dimensão humana mostrou-se a mais

Quadro 1 – Características das Dimensões da Comunicação e respectivas pontuações em escala de 1 a 6.

DIMENSÕES	CARACTERÍSTICAS	PONTUAÇÃO
INSTRUMENTAL	Informações necessárias para bom desempenho na função.	4,17
	Fácil acesso às políticas e normas da organização.	4,45
	Conhecimento e compreensão das políticas e normas da organização.	4,69
	Média da dimensão	4,43
ESTRATÉGICA	Clareza quanto aos objetivos da organização.	4,86
	Ciência de como usar o trabalho para alcançar os objetivos organizacionais.	4,64
	Percepção de que a opinião é ouvida e considerada pela organização.	3,59
	Média da dimensão	4,36
HUMANA	Espaços físicos adequados que possibilitam interação com os colegas de trabalho.	4,07
	Oportunidade para contribuir com ideias e opiniões em reuniões de trabalho.	4,13
	Sentimento de que os empregados são bem representados em campanhas e canais de comunicação da empresa.	4,02
	Agilidade e transparência da empresa ao informar em situações de mudança ou crise.	3,91
	Quantidade adequada de informações, sem escassez ou excesso.	3,76
	Média da dimensão	3,97
CULTURAL	Identificação com os valores da organização.	4,84
	Conhecimento a respeito dos valores da empresa e de como colocá-los em prática na rotina.	4,68
	Prática de diálogo sem aceção de pessoas por parte da liderança.	4,04
	Média da dimensão	4,52

Fonte: a autora.



enfraquecida, corroborando com Kunsch (2014), que indica haver todo um discurso institucional enaltecendo o valor e os ideais da comunicação humana, mas ainda predominar, na realidade das organizações, a comunicação técnica, focada exclusivamente na busca da eficácia.

Os resultados apontam que aspectos comunicacionais mais centrados no outro, como busca ao feedback, protagonismo dos públicos internos, valorização da voz dos empregados e volume adequado de informações, por exemplo, mostram-se mais enfraquecidos que as demais características comunicacionais, reforçando a predominância de uma comunicação técnica, voltada aos objetivos e interesses das organizações e menos atenta às necessidades humanas.

K. (Org.). *A Comunicação como fator de humanização das organizações*. São Caetano do Sul: Difusão Editora.

Taylor, J. R (2005). Engaging organization through worldview. In MAY, S. K.; Mumby, D. K. (Ed.). *Engaging organizational communication theory and perspectives: multiple perspectives*. Thousand Oaks: Sage.

Teixeira, C. F. S., Soares, C. M., Souza, E. A., Lisboa, E. S., Pinto, I. C. M., Andrade, L. R., & Espiridião, M. A. (2020). A Saúde dos Profissionais de Saúde no Enfrentamento da Pandemia de Covid-19. *Revista Ciência & Saúde Coletiva*, 25 (9), 3465 -3474.

Referências

Freitas, H.; Oliveira, M.; Saccol, A. Z.; Moscarola, J. (2000). O método de pesquisa survey. *Revista de Administração*, 35 (3), 105-112.

Kunsch, M. M. K. (Org.). (2016). *Comunicação organizacional estratégica: aportes conceituais e aplicados*. São Paulo: Summus.

Kunsch, M. M. K (2014). Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. *Revista Matrizes*, 8 (2), 35-61.

Kunsch, M. M. K (2012). As dimensões humana, instrumental e estratégica da Comunicação Organizacional: recorte de um estudo aplicado no segmento corporativo. *Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 35 (2), 267-289.

Mumby, D. K (2010). Reflexões críticas sobre comunicação e humanização nas organizações. In Kunsch, M. M.



Programa

Procesos de comunicación y organización

Eje 3

Estrategias de sostenibilidad
en el tercer sector



Teorizando el rol de las metáforas en la co-orientación de la acción colectiva: El ejemplo de la pandemia de Covid-19

Consuelo Vásquez Donoso

(Doctora, Universidad de Montreal) es profesora de Comunicación Organizacional en el Departamento de Comunicación Social y Pública de la Universidad de Quebec en Montreal, Canadá. Sus intereses de investigación incluyen la etnografía, la organización de proyectos, el voluntariado y la constitución comunicativa de las organizaciones. Es cofundadora del Grupo de Investigación Organización y Comunicación (RECOR) y de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO).

Dennis Schoeneborn

Profesor de Comunicación, Organización y RSE en la Copenhagen Business School. Además, es profesor visitante de Organización y Gestión en la Universidad Leuphana de Lüneburg (Alemania). En su investigación, explora la constitución comunicativa de la organización, la organización y la organicidad. Es coordinador principal del Grupo de Trabajo Permanente "Organización como Comunicación" (desde 2015) en el Grupo Europeo de Estudios Organizacionales (EGOS).

Joep Cornelissen

Profesor de Comunicación Corporativa y Gestión en la Rotterdam School of Management de la Universidad Erasmus. Su investigación se centra en el papel de la comunicación corporativa y de gestión en el contexto de la innovación, el espíritu empresarial y el cambio. Es redactor jefe de Organization Theory y miembro del Consejo de la Society for the Advancement of Management Studies.

Abstract:

En esta ponencia, nos sumamos a la literatura sobre los grandes retos de la sociedad interrogando las propiedades organizativas inherentes al lenguaje. Más específicamente, nos centramos en las capacidades de las metáforas para "organizar" (en el sentido de proporcionar coorientación y entendimiento compartido a nivel interpersonal y social) y responder a los grandes desafíos sociales, como la actual pandemia. Desarrollamos un marco analítico basado en dos dimensiones de la comunicación metafórica: la (1) vivacidad de una metáfora y (2) la capacidad de acción responsable. Ilustramos la utilidad de este marco evaluando diferentes metáforas que se han utilizado en el

discurso público para dar sentido a la pandemia de Covid-19 (la metáfora/analogía de la gripe, la metáfora de la guerra y la metáfora combinada del martillo y el baile).

Palabras claves:

Comunicación, coorientación, Covid-19, grandes desafíos sociales, metáforas

Resumen extenso:

En el ámbito académico de los estudios organizacionales, observamos un creciente interés por abordar los grandes desafíos de la sociedad (GDS). La literatura sobre este tema ha inspirado un amplio conjunto de investigaciones

teóricas y empíricas sobre algunos de los problemas más acuciantes de nuestro tiempo, como el cambio climático, las pandemias o las desigualdades sociales (para una visión general, véase George, Howard-Grenville, Joshi y Tihanyi, 2016). La mayoría de estos estudios, sin embargo, tiende a centrarse, en primer lugar, en las organizaciones formales (i.e., empresas) y en su rol en el abordaje de estos desafíos (por ejemplo, Bowen, Bansal & Slawinski, 2018). Dado el alcance y la complejidad de los GDS, Ferraro y sus colegas (Ferraro, Etzion & Gehman, 2015; Ferraro & Beunza, 2018) sostienen que para enfrentar los GDS se requiere la interacción de una amplia gama de actores organizacionales (más allá de las empresas o las organizaciones gubernamentales). Sin embargo, estos esfuerzos de múltiples actores tienden a crear desafíos de significación colectiva, en particular en términos de cómo equilibrar la búsqueda de un terreno común [*common ground*] entre los actores con la multivocalidad de las perspectivas involucradas.

En esta ponencia, sostenemos que los esfuerzos organizativos para abordar los GDS se ven limitados si nos ceñimos únicamente a una comprensión formal de lo que es una organización. En cambio, sugerimos considerar la capacidad de acción y organización que reside en el propio uso del lenguaje. Sugerimos así avanzar hacia una noción más amplia de la organización como un proceso comunicativo de coorientación (cf. Taylor & Van Every, 2000). Este movimiento teórico nos permite explicar cómo la búsqueda de un terreno común [*common ground*] y la multivocalidad toman forma en y a través de los procesos de coorientación.

Para explorar la capacidad organizativa de la comunicación para enfrentar los GDS nos centramos en particular en el papel de las metáforas y en su potencial para reunir a los actores a través de varios niveles de comunicación (en el nivel interpersonal, organizativo y social). Una metáfora es una "forma de referirse y pensar en un término o concepto (el

objetivo) en términos de otro (la fuente), con este último procedente de un dominio de conocimiento y uso del lenguaje que no está típicamente asociado con el objetivo" (Schoeneborn, Vásquez y Cornelissen, 2016: 916, nuestra traducción). La importancia de las metáforas para la creación de significaciones colectivas sobre los GDS ha sido investigada, por ejemplo, en estudios relativos a la comunicación sobre el cambio climático (e.g., Nerlich, Koteyko y Brown, 2010; Thibodeau, Frantz y Berretta, 2017). Reconociendo el papel clave de la metáfora como herramienta retórica para dar forma a cómo pensamos y orientamos nuestras acciones hacia temas complejos, estos trabajos han prestado atención principalmente a los diversos marcos metafóricos en el discurso público y cómo orientan el debate público e influyen en el comportamiento individual. Sin embargo, hasta ahora carecemos de una comprensión más profunda de las capacidades organizativas del uso de la metáfora para abordar los GDS.

En consecuencia, en este trabajo profundizamos el papel clave de las metáforas como dispositivos de encuadre, ya que pueden fomentar un entendimiento compartido en torno a cuestiones sociales, creando así un puente entre múltiples interpretaciones y discursos; guiando hacia la acción colectiva (van der Hel, Hellsten & Steen, 2017). Más concretamente, nuestro objetivo es responder a la siguiente pregunta: ¿Qué cualidades de una metáfora permiten coorientar la acción colectiva hacia el abordaje de los GDS? Para responder a esta pregunta, desarrollamos un marco analítico que permite a las y los investigadores examinar las propiedades de coorientación de las metáforas en el contexto de los GDS con respecto a dos dimensiones principales: (1) La *vivacidad* de una metáfora (es decir, la medida en que una metáfora permite obtener conocimientos novedosos y sorprendentes en los distintos dominios); y (2) la *capacidad de acción responsable* de una metáfora (es decir, el grado en que la conexión metafórica de los dos dominios abre formas de acción coordinada



específicas, tangibles y éticamente responsables).

Ilustramos estas consideraciones teóricas en el contexto de la pandemia de Covid-19, uno de los GDS más dramáticos (en términos de víctimas mortales en todo el mundo) de las últimas décadas. Nos centramos en cómo las diferentes formas de imaginación metafórica sobre la pandemia de Covid-19 ofrecen diversos grados de coorientación y, por lo tanto, diversas posibilidades de acción coordinada (véase también Oswick, Grant y Oswick, 2020). Más específicamente, analizamos tres metáforas que se han destacado en el debate público en torno a la crisis de Covid-19: la analogía/metáfora de la gripe; la metáfora de la guerra; y la metáfora del martillo y el baile. Nuestra ponencia proporciona un medio para evaluar el potencial de coorientación y de creación de puente [bridging] de las metáforas. Al mismo tiempo, esperamos que pueda allanar el camino hacia un uso responsable de la comunicación metafórica para abordar los grandes retos de la sociedad.

Referencias

- Bowen, F. E., Bansal, P., & Slawinski, N. (2018). Scale matters: The scale of environmental issues in corporate collective actions. *Strategic Management Journal*, 39(5), 1411-1436.
- Ferraro, F., & Beunza, D. (2018). Creating common ground: A communicative action model of dialogue in shareholder engagement. *Organization Science*, 29(6), 1187-1207.
- Ferraro, F., Etzion, D., & Gehman, J. (2015). Tackling grand challenges pragmatically: Robust action revisited. *Organization Studies*, 36(3), 363-390.
- George, G., Howard-Grenville, J., Joshi, A., & Tihanyi, L. (2016). Understanding and tackling societal grand challenges through management research. *Academy of Management Journal*, 59(6), 1880-1895.
- Nerlich, B., Koteyko, N., & Brown, B. (2010). Theory and language of climate change communication. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 1(1), 97-110.
- Oswick, C., Grant, D., & Oswick, R. (2020). Categories, Crossroads, Control, Connectedness, Continuity, and Change: A Metaphorical Exploration of COVID-19. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 56(3), 284-288.
- Schoeneborn, D., Vásquez, C., & Cornelissen, J. (2016). Imagining organization through metaphor and metonymy: Unpacking the process-entity paradox. *Human Relations*, 69(4), 915-944.
- Taylor, J.R. & Van Every, E. (2000). The emergent organization: Communication as its site and surface. Lawrence Erlbaum.
- Thibodeau, P. H., Frantz, C. M., & Berretta, M. (2017). The earth is our home: systemic metaphors to redefine our relationship with nature. *Climatic Change*, 142(1-2), 287-300.
- van der Hel, S., Hellsten, I., & Steen, G. (2018). Tipping points and climate change: metaphor between science and the media. *Environmental Communication*, 12(5), 605-620.



Trabajar en equipo en un contexto adverso: Subjetividad, individualismo y dinámicas organizacionales

Dra. Lisbeth Araya Jiménez

(Doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad Federal de Rio de Janeiro (URFJ), Brasil; Máster en Comunicación y Desarrollo por la UCR (graduada con honores de ambos procesos). Licenciada en Psicología por la UCR. Formada en el Instituto Costarricense de Psicodrama (ICOPSI). Es docente en la Escuela de Comunicación desde el 2007 e investiga en el Centro de Investigaciones en Comunicación y en el Instituto de Investigación en Educación. Coordina proyectos e investigaciones en el sector cooperativo costarricense desde 2004.

Resumen

Aún cuando la gestión de recursos humanos y las propuestas de administración de personal han exaltado la conformación de grupos, el individualismo, egocentrismo y reinado de la opinión en el que vivimos, son contrarios a la promoción y práctica del trabajo en equipos. El capitalismo, a través de complejos procesos socioeconómicos y político-culturales ha llevado su racionalidad neoliberal a todos los ámbitos de la vida cotidiana. Entiendo que el trabajo en equipo se rige por valores como la cooperación y la solidaridad; valores que superan la simple interacción porque implican la creación de vínculos, o cuando menos la consideración y cuidado con y de los otros. Son necesarios ambientes organizacionales que generen seguridad y confianza, suficientemente nutritivos para que esos vínculos sean posibles. La planificación organizacional es un momento clave para una verdadera participación, considerando la dimensión estratégica y política que implica la toma de decisiones y su posterior ejecución.

Palabras clave: trabajo en equipo, dinámicas organizacionales, contemporaneidad.

Resumen extenso

¿Qué es trabajar en equipo? ¿Qué contexto es indispensable para su ejercicio? ¿Qué procesos organizacionales son ideales para su promoción y ejecución?

Intento responder a estas preguntas argumentando que trabajar en equipo es más complejo que integrar los llamados grupos de trabajo, pues sobrepasa tanto la simple interacción, como el trabajo serial o la suma de los aportes individuales; respondiendo de manera más amplia y abarcadora a un ejercicio de solidaridad y cooperación.

Afirmo además que la subjetividad contemporánea, imbuida como está de las lógicas del consumo y la competencia, cuenta con pocas herramientas para comprometerse activamente en dinámicas de fraternidad y sororidad. Por un lado, porque la socialización en los últimos años nos ha educado mucho más para la competitividad que para la reciprocidad.

El renovado individualismo tiene sin duda un papel central en estos procesos, en el ámbito del trabajo se vuelve mucho más dramático si consideramos



el aumento del desempleo, subempleo y la informalidad¹. Condiciones que han llevado a una serie de teóricos a pensar el trabajo como una *tragedia universal* (DALPONTE, 2018), la *gestión* administrativa contemporánea como una *enfermedad social* (GAULEJAC, 2017) y a nombrar la nuestra como una *sociedad del cansancio* (HAN, 2017).

Vivir al colega como una amenaza, puede ser leído como una estrategia del capitalismo, económicamente hablando, pues supone que por necesidad las personas estarán más dispuestas a sacrificarse en trabajos cada vez más precarios (ANTUNES, 2009; PERUZZO, 2011) incluso bajo condiciones ilegales o inhumanas (DALPONTE, 2018) y también más necesitadas de “comprometerse” con las lógicas de la eficiencia y la eficacia, del desempeño y perfeccionismo sin fin.

El individualismo también puede comprenderse en el sentido sociopolítico y cultural, relativo a la fragilización de las personas y de sus vínculos. Especialmente en la medida en que el sujeto al mismo tiempo que es elevado a la categoría de rey y señor, dueño de sí y modelador de su existencia, cuya opinión se coloca por encima incluso del conocimiento científico, poco entiende –o quiere entender– sobre sus dependencias de los otros, del colectivo, de la comunidad.

Si el otro es mi oponente ¿Cómo podría ser una opción cooperar con él o ella? ¿Cómo establecer relaciones basadas en la confianza cuando necesito ganar, vencer, ser el primero y el mejor? ¿Cómo ser empático a partir de las lógicas y las prácticas hegemónicas del hedonismo y la alta autoestima?

Adicionalmente, argumento que una serie de factores como el clima de incertidumbre, la pérdida de horizontes de futuro, la crisis ambiental global, el resurgimiento de los conservadurismos, el descrédito de la política, la promoción de la desinformación, se combinan de maneras complejas para promover la angustia, la desesperanza y hasta la depresión.

Por el contrario, para trabajar en equipos practicando la cooperación y la solidaridad, es necesario un contexto organizacional nutritivo, en el que las personas trabajadoras se sientan seguras y confiadas. Sostengo que la manera en la que el capitalismo, no sólo como sistema económico o político, sino también y especialmente como modo de vida (BROWN, 2015; COOPER, 2017) y la forma en que se ha instaurado en la contemporaneidad, son contrarias al trabajo en equipos. Dicho en las palabras de Roseli Caldart (1994, p. 10) “Participar es sobre todo ayudar a tomar decisiones” para *ayudar* es necesaria pero insuficiente una relación con los otros; se requiere un vínculo de confianza y de cuidado con los otros. Lo que Márcio Simeone Henriques, Ivone Oliveira y Fabia Lima (2020, p. 8), definen como una *nueva forma de contrato social* en la vida organizacional.

Participar activamente en la vida organizacional además de requerir de la creación de ese espacio seguro, de cuidado y consideración, tiene momentos claves. Los procesos de planificación son uno de ellos; pues como bien resumen Pierre Dardot y Christian Laval (2015, p. 100, traducción propia) “únicamente la coparticipación en la decisión produce una co-obligación en la ejecución”. Caldart amplía esta línea argumentativa al incorporar las tensiones del poder:

¹ En Costa Rica en el cuatro trimestre de 2019 el desempleo llegó a un promedio de 12,42%. El subempleo alcanzó al 11% de la población ocupada. Para las mujeres en ese mismo período el porcentaje subió hasta 14,5%. La informalidad alcanzó al 46,50% de las personas trabajadoras (INEC, 2019).



Donde no hay planificación no hay cooperación. Donde la planificación está concentrada en pocas cabezas (sucede de arriba para abajo), no hay democracia. Democracia tutelada no es democracia. El ejercicio democrático presupone la transparencia en las relaciones de poder. (CALDART, 1994, p. 14-15).

Así, trabajar en equipo resulta contracultural en la medida en que tiene un contexto adverso, tanto en términos de la realidad material y concreta del trabajo, como en relación con las dinámicas organizacionales y la propuesta de subjetividad que hemos visto erigirse con la implantación de la racionalidad neoliberal en la subjetividad contemporánea.

Referencias bibliográficas

ANTUNES, Ricardo. *Os sentidos do Trabalho: Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. 2da Ed., São Paulo: Boitempo, 2009.

BROWN, Wendy. *Undoing the Demos: neoliberalism's stealth revolution*. New York: MIT Press, 2015.

CALDART, Roseli (ed.). Escola, Trabalho e Cooperação. Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra, MST. Boletim da Educação, n. 4, São Paulo, maio de 1994 [PDF].

COOPER, Melinda. *Family values: Between Neoliberalism and the New Social Conservatism*. Nova York: Zone Books, 2017.

DALPONTE, Federico. *El trabajo como tragedia universal: Aportes para entender la naturaleza transnacional de la explotación y las normas laborales*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2018.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. *Común*. España: Gedisa, 2015.

EHRENBURG, Alain. *O culto da performance: Da aventura empreendedora à depressão nervosa*. São Paulo: Idéias & Letras. 2010.

GAULEJAC, Vincent de. *Gestão como doença social: Ideologia, poder gerencialista e fragmentação social*. São Paulo: Editora Ideias & Letras. 2017.

HAN, Byung-Chul. *Sociedade do Cansaço*. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

HENRIQUES, Marcio S.; OLIVEIRA, Ivone de L.; LIMA, Fabia P. Mineração do futuro: o discurso da promessa. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 29., 2020. Anais [...] 2020. Disponível em: http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_TWP0CIDX25WVDZW5JKD_30_8697_02_03_2020_06_57_06.pdf. Acesso em: 22 out. 2020

INEC. *Encuesta Continua de Empleo al cuarto trimestre de 2019*. 2020. Disponível em: <https://www.inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/receivt2019.pdf>. Acesso em: 02. out. 2020.

PERUZZO, Cicilia. M. K. Relações Públicas no Capitalismo Cognitivo. *Organicom*. Universidade de São Paulo. v. 8, n. 15, p. 14-29, 2011. Disponível em: <http://www.revistaorganicom.org.br/sistema/index.php/organicom/article/view/407>. Acesso em: 28 mar. 2019.



Cultivando el sentido de pertenencia en la retención de voluntarios durante la pandemia: Una investigación-intervención en una organización sin fines de lucro de lucha contra el cáncer

Frédérique Routhier

Es estudiante de magister en comunicación organizacional en la UQÀM, becada por el gobierno canadiense. Es también coordinadora del proyecto de investigación interuniversitario Bénévolat en mouvement - *Volunteering on the move* (VOTM). Formada en humanidades y ciencias sociales (licenciatura en psicología, certificado en criminología, licenciatura en comunicación y política), se especializa en el estudio del voluntariado y del tercer sector, para el cual adopta un enfoque relacional basado en la comunicación organizacional. Como voluntaria, ha colaborado con muchas organizaciones, especialmente los sectores socio comunitarios y sin fines de lucro.

Consuelo Vásquez Donoso

(Doctora, Universidad de Montreal) es profesora de Comunicación Organizacional en el Departamento de Comunicación Social y Pública de la Universidad de Quebec en Montreal, Canadá. Sus intereses de investigación incluyen la etnografía, la organización de proyectos, el voluntariado y la constitución comunicativa de las organizaciones. Es cofundadora del Grupo de Investigación Organización y Comunicación (RECOR) y de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO), y co-coordinadora del Grupo de Trabajo Permanente "Organización como Comunicación" en el Grupo Europeo de Estudios Organizacionales (EGOS).

Abstract (150)

La retención de voluntarios ha sido un problema central para las organizaciones sin fines de lucro (OSFL) desde hace varias décadas, y se está acentuando a medida que el tercer sector se vuelve más precario. Con el contexto pandémico esta tendencia se ha multiplicado, ya que obliga a cambiar las estructuras y las prácticas de voluntariado. Así, una cantidad aún más significativa de voluntarios se está desvinculando de los organismos en los cuales se implicaban, no encontrando sentido en el voluntariado atomizado y en línea, desconectado de la red social y comunitaria que caracteriza la acción voluntaria.

La reestructuración de la *Sociedad canadiense del cáncer* (SCC) dificulta aún más la tarea de

fidelización: muchos voluntarios ven frustrados sus esfuerzos de adaptación con los cierres de oficinas, la digitalización de las actividades de la SCC, así como problemas de comunicación en el proceso de transición del cambio organizacional llevado para la SCC. En esta comunicación daremos cuenta del proceso de acompañamiento del equipo de gestión de voluntarios de la SCC en el desarrollo de un plan de comunicación para fortalecer el sentido de pertenencia de los voluntarios a la organización.

Palabras clave

Comunicación organizacional, tercer sector, voluntariado, fidelización, pertenencia, apego, plan de comunicación.

Resumen extenso (800)

El empleo y la gestión de los voluntarios se consideran un reto importante para las OSFL (Kreutzer y Jäger, 2011). El panorama del voluntariado está cambiando hacia “tipos de participación más episódicos, menos comprometidos y autorreflexivos” (Hustinx, 2010: 236, nuestra traducción). De hecho, el volumen de horas que los individuos dedican al voluntariado está disminuyendo en paralelo con el aumento de la participación en el mercado laboral y la intensificación del trabajo (Musick y Wilson, 2008). Además, debido a la gran cantidad de iniciativas de voluntariado, la competencia entre las OSFL está aumentando, al igual que la movilidad de los voluntarios. Los voluntarios pueden elegir dónde y con quién invertir su tiempo y energía. En este sentido, la mayoría de los estudios indican una creciente fragmentación del voluntariado, ya que los voluntarios participan esporádicamente en varios contextos organizativos (Hartenian, 2008).

En consecuencia, los investigadores han observado que la disposición al voluntariado está disminuyendo y/o es cada vez más desfavorable (Cnaan y Handy, 2005; Handy et al., 2010; Hustinx, 2001, 2005, 2010; Macduff y Millgard, 2004; Wollebæk y Selle, 2003). Especialmente en el contexto norteamericano, la investigación muestra una tendencia creciente a individualizar el voluntariado para ofrecer un servicio personalizado, en lugar de un compromiso comunitario y social (Putnam, 2000). Más concretamente, estas transformaciones del voluntariado - y de las formas de compromiso en general - plantean una serie de retos a los responsables de la gestión y organización de los voluntarios en las OSFL, relativos, por ejemplo, al reclutamiento y fidelización de voluntarios que buscan experiencias puntuales de autorrealización y desarrollo profesional, al desarrollo de las competencias de los voluntarios y su profesionalización, entre otras.

Es importante añadir en el contexto actual las siguientes consideraciones relativas a la pandemia de Covid-19 y a la importante reestructuración que se está llevando a cabo en la SCC. Esto tiene múltiples repercusiones en los voluntarios y en su práctica. La digitalización de las actividades y las medidas de distanciamiento suponen un debilitamiento del vínculo social, uno de los elementos centrales de la práctica del voluntariado. Conjuntamente, las oficinas regionales, que son la base de muchos voluntarios, se están cerrando. Los servicios ofrecidos y las comunicaciones emitidas por la SCC están pasando a un formato digital y asíncrono. La base de datos no está actualizada, lo que hace imposible en la mayoría de los casos mantener la continuidad entre la organización y los voluntarios. Por lo tanto, hay una importante pérdida de puntos de referencia, lo que añade un nivel adicional de estrés al trabajo voluntario, ya que los voluntarios a veces tienen dificultades para navegar en este entorno cambiante, incierto e indefinido. Por tanto, los problemas del entorno ligados a la pandemia se ven agravados por la situación particular que vive la SCC. Al mismo tiempo, la Covid está provocando una reducción de las fuentes de financiación, lo que está provocando una precariedad aún mayor para las OSFL.

Aquí está la relevancia de esta investigación-intervención, que es posible gracias a una pasantía de investigación financiada por MITACS y el gobierno de Québec, y que tendrá lugar de mayo a octubre de 2021. El objetivo principal esta pasantía es acompañar a la SCC en su proceso de reforma de la gestión del voluntariado, para cultivar el sentido de pertenencia de los voluntarios a la organización y así para asegurar su retención en un contexto de grandes cambios. Este objetivo se declina en los objetivos específicos siguientes:

- 1) Realizar un diagnóstico sobre el estado actual del apego de los voluntarios de a la SCC y su sentido de pertenencia a la organización, e identificar las distintas comunidades de

de creación de redes, formación, reuniones informativas, etc.), una lista de valores y procedimientos que son importantes para la organización y que deben reflejarse en todas las comunicaciones (plan de difusión de valores, herramientas, procesos; promoción de líderes en cada comunidad para formar un “panteón de voluntarios”, etc.). Todo ello se desplegará según los principios del ciclo del voluntariado (planificación, reclutamiento, orientación, formación, compromiso, reconocimiento, sucesión).

3) Poner a prueba el plan de comunicación mediante la realización y evaluación de una actividad piloto. Para evaluar la pertinencia del plan de comunicación, realizaremos una actividad piloto con una comunidad seleccionada de voluntarios. El objetivo será medir el grado de apego/sentido de comunidad de los voluntarios antes y después de la actividad. Esto nos permitirá ajustar el plan de comunicación si es necesario.

Referencias

- Cnaan, R. A. & Handy, F. (2005). Towards understanding episodic volunteering. *Vrijwillige Inzet Onderzocht*, 2(1), 29-35.
- Del Fa, S., Vásquez, C., & Plourde, M. C. (2016). « Il faut que ça tiennne! » : étudier le bénévolat à la lumière des dynamiques d'attachement et de détachement. *Recherches en Communication*, 42(42), 213-231.
- Handy, F., Cnaan, R. A., Hustinx, L., Kang, C., Brudney, J. L., Haski-Leventhal, D., Holmes, K. (2010). A cross- cultural examination of student volunteering: Is it all about resume building? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39, 498–523. doi: 10.1177/0899764009344353.
- Hartenian, L. S. (2008). A typology of short-term and long-term volunteers. *Challenges in Volunteer Management*, 51-68.
- Hustinx, L. (2001) Individualisation and new styles of youth volunteering: An empirical exploration. *Voluntary Action*, 3(2), 57–76.
- Hustinx, L. (2005) Weakening organizational ties? A classification of styles of volunteering in the Flemish Red Cross. *Social Service Review*, 79(4), 624–652. doi: 10.1086/454388.
- Hustinx, L. (2010). I Quit, Therefore I Am? Volunteer Turnover and the Politics of Self-Actualization. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 39(2), 236-255. doi: 10.1177/0899764008328183.
- Kreutzer, K. & Jäger, U. (2011). Volunteering versus managerialism: Conflict over organizational identity in voluntary associations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(4), 634–661. doi: 10.1177/0899764010369386.
- Macduff, N., & Millgard, J. (2004). Episodic volunteering: organizing and managing the short-term volunteer program | Sector Source. Walla, Wall: MBA Publishing.
- Musick, M. & Wilson, J. (2008). *Volunteers: A Social Profile*. Bloomington: Indiana University Press.
- Putnam, R. D. 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. (544 p.) New York: Simon & Schuster.
- Wollebæk, D. & Selle, P. (2003). Participation and social capital formation: Norway in a comparative perspective. *Scandinavian Political Studies*, 26(1), 67–91. doi: 10.1111/1467-9477.00080.

Negociando un nosotros entre las tensiones: Dinámicas comunicativas de una colaboración interorganizacional

Lisette Marroquín Velásquez

Doctora en Comunicación por la Université de Montréal (Canadá), investigadora y coordinadora del Programa de Investigación en Procesos de Comunicación y Organización en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM). Sus investigaciones muestran la constitución comunicativa de las organizaciones y han girado en torno a los procesos de colaboración interorganizacional, cambio y cultura organizacional. También se ha interesado en desvelar el aporte de la academia latinoamericana al campo de la comunicación organizacional identificando puentes entre este campo y la comunicación para el desarrollo y el cambio social.

Resumen

Este artículo analiza las tensiones en el proceso de constitución de la Plataforma de las Organizaciones de la Sociedad Civil para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Costa Rica (en adelante Plataforma de las OSC). El estudio se desarrolla desde un acercamiento constitutivo de la comunicación, en el cual las tensiones 1) son inherentes al proceso de organización; 2) se construyen en las interacciones; y 3) dan forma a la entidad que surge de la colaboración. Se trata de un estudio con enfoque cualitativo basado en el análisis de las transcripciones de dos años de reuniones de la plataforma. Las tensiones identificadas se ubican dentro de lo que Smith y Lewis (2011) denominan como tensiones organizativas y de pertenencia. También se abordan las formas en las que las y los miembros hacen frente a estas tensiones. La principal estrategia identificada es la de evitar el conflicto, se favorece el consenso, en detrimento de discutir los asuntos de preocupación en profundidad.

Palabras clave:

colaboración interorganizacional, Objetivos de desarrollo Sostenible (ODS), tensiones organizacionales, comunicación organizacional, organizaciones de la sociedad civil (OSC).

Referencias

Cooren, F., Matte, F., Benoit-Barné, C., y Brummans, H. J. M. (2013). Communication

as Ventriloquism : A Grounded-in-Action Approach to the Study of Organizational Tensions Communication as Ventriloquism : A Grounded-in-Action Approach to the Study of Organizational Tensions, (May 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/03637751.2013.788255>

Fairhurst, G. T., y Putnam, L. (2018). An Integrative Methodology for Organizational Oppositions: Aligning Grounded Theory and Discourse Analysis. *Organizational Research Methods*, 22(5), 1–24.

Koschmann, M. A., Kuhn, T. R., y Pfarrer, M. D. (2012). A Communicative Framework of value in cross-sector partnerships. *Academy of Management Review*, 37(3), 332–354.

Lewis, L., Isbell, M. G., y Koschmann, M. (2010). Collaborative Tensions: Practitioners' experiences of interorganizational relationships. *Communication Management Review*, 77(4), 460–479.

Putnam, L. L., Fairhurst, G. T., y Banghart, S. (2016). Contradictions, dialectics, and Paradoxes in Organizations: A Constitutive Approach. *The Academy of Management Annals*, 10(1), 1–89.

Smith, W. y Lewis, M. W. (2011). Toward a theory of paradox: A dynamic equilibrium model of organizing. *Academy of Management Review*, 36(2), 381–403.



Programa

Prácticas de desarrollo y apropiación tecnológica

Panel 1

La circulación de contenidos



Culpables, conjuros y remedios: análisis discursivo de las teorías de la conspiración y la desinformación sobre el COVID-19 en Costa Rica.

Larissa Tristán, Ivannia Sibaja (UCR)

De acuerdo con la iniciativa de fact-checking “#No Coma Cuento”, durante el año 2020 seis de cada diez desmentidos fueron sobre informaciones falsas relacionadas con el COVID-19, dato que pone en evidencia la presencia de este tipo de discursos en la esfera pública. A partir de esta información, esta ponencia desarrolla un análisis del discurso de un corpus de contenidos desinformativos que circularon en Costa Rica desde el modelo de la valoración. Este modelo permite identificar el punto de vista que la voz hablante imprime sobre el evento narrado. De esta forma, el análisis identifica el sentido cultural que se le otorgó a la pandemia más allá o en tensión con el discurso científico.



Algoritmos vs. Fake News: desafíos en el contexto costarricense.

Andrés Segura, Adriana Céspedes, Brayan Rodríguez, Felipe Castillo

Esta ponencia considera las oportunidades y los retos involucrados en el desarrollo de algoritmos para la detección de contenidos desinformativos. Se consideran los principales enfoques que se han implementado para ese propósito y se presentan las bases del sistema de apoyo para identificar noticias falsas desarrolladas por el grupo investigador de esta ponencia. Este sistema apoya la toma de decisiones en el proceso de investigación, de manera que se pueda disminuir la incertidumbre. El sistema también brinda “hacks” a las personas investigadoras para disminuir el riesgo de propagación de fake news.



Evaluación individual vs fact-checking en el reconocimiento y disposición a compartir noticias falsas asociadas al COVID-19 vía WhatsApp

Carlos Brenes, Rolando Pérez, Ignacio Siles

Esta ponencia analiza la propensión a compartir contenidos desinformativos relacionados al COVID-19 vía WhatsApp, por parte de una muestra de personas en Costa Rica. Se realizó un estudio experimental en línea que examinó tres temas principales: 1) las diferencias entre la evaluación individual de la veracidad de contenidos desinformativos y veraces sobre el COVID-19 y la verificación mediante el fact-checking; 2) los efectos de las condiciones experimentales (evaluación individual, fact-checking y control) en la intención de compartir noticias vía WhatsApp; y 3) la medida en que las diferencias y efectos encontrados varían al considerar características socio-demográficas, el nivel de religiosidad, el ingreso subjetivo, la percepción sobre el nivel de conocimiento del COVID-19 y la tendencia a compartir información sobre esta pandemia vía WhatsApp.



El papel de las audiencias como dinamizador de la desinformación: dinámicas de recepción de noticias falsas en Costa Rica.

Carolina Carazo, Larissa Tristán

Sin lugar a dudas, son las audiencias quienes tienen el poder de darle oxígeno --o no-- a una noticia falsa y hacer que esta se viralice. Esta ponencia explora las dinámicas de recepción de información falsa procurando dar respuesta a preguntas como las siguientes: ¿Cómo nos informamos los costarricenses en la era de las redes sociales? ¿Qué entendemos por contenidos desinformativos? ¿En qué circunstancias un contenido que les llega por redes sociales les parece poco creíble? ¿Qué tipos de contenidos comparte, a quiénes, por qué medios y por cuáles razones?



Programa

Prácticas de desarrollo y apropiación tecnológica

Panel 2

Culturas algorítmicas en Costa Rica.



Modos de ver la protesta social: YouTube y la recepción de la movilización colectiva durante el COVID-19 en Costa Rica.

Ximena Alvarenga Fournier (ECP, UCR)

Ronald Saénz Leandro (ECP-IIS, UCR)

El objetivo de esta propuesta es realizar un acercamiento respecto a la recepción de la protesta social en los comentarios y discusiones publicadas por personas usuarias de la plataforma YouTube. A partir de una muestra diversa de videos referidos al ciclo de acciones colectivas registrado en el contexto de la pandemia del COVID-19 en octubre de 2020, se propone un enfoque de métodos digitales para realizar, por una parte y con alcance exploratorio, un recorrido por las rutas de navegación que el algoritmo de YouTube le presenta al usuario al ingresar en cada uno de los vídeos identificados, mientras que en una línea descriptiva, busca utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural (NLP), para la identificación de patrones emotivos, positivos y negativos, en las personas usuarias en torno a estas protestas, así como temas y patrones de tópicos dominantes en la discusiones en línea llevadas a cabo en la plataforma.

Hacia una teoría popular del algoritmo.

**Ignacio Siles (UCR), Edgar Gómez Cruz (UNSW Sydney, Australia),
Paola Ricaurte (TEC Monterrey, México)**

Esta ponencia establece diálogos entre teorías latinoamericanas sobre “lo popular” y los estudios críticos sobre los algoritmos y la datificación. De este modo, se busca contribuir a revertir la tendencia analítica de asumir que los algoritmos tienen efectos universales y que las conclusiones sobre el “poder algorítmico” en el Norte Global aplican sin mayores distinciones en el resto del mundo. Nuestro argumento procede en dos pasos. Comenzamos aclarando cómo las y los académicos latinoamericanos han teorizado “lo popular”. A continuación, desarrollamos cuatro estrategias analíticas para implementar estas ideas en el caso particular de los algoritmos: el carácter festivo e impuro de las prácticas culturales, las posibilidades de la imaginación popular, las implicaciones de la resistencia y la noción de agencia o capacidad de acción “entremedios” (in-between). Argumentamos que este diálogo puede contribuir a generar maneras distintas de imaginar los problemas propios a la datificación al dirigir la atención analítica hacia las remezclas impuras de las prácticas culturales, las soluciones imaginativas a los problemas cotidianos, las formas de resistencia “ciborg” y la ambigüedad de la agencia que caracterizan las operaciones de los ensamblajes algorítmicos en la actualidad.



Debates de datos y algoritmos en la producción de apps para la participación ciudadana.

Luisa Ochoa-Chaves (UCR)

Esta ponencia aborda los procesos de datificación propios a la producción y oferta de aplicaciones móviles (apps) para la participación ciudadana. Para ello, primero, se describe brevemente la oferta de aplicaciones móviles para la interacción entre gobierno y ciudadanía de Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica y México. La oferta se construyó a partir de muestra de 133 apps a partir de las cuales se plantean 7 tipos de aplicaciones móviles. Segundo, desde la perspectiva del modo en que la cultura algorítmica se abre paso en la producción de las tecnologías para la participación ciudadana, se aborda la experiencia de producción de Yo Alcalde, aplicación móvil para el registro de incidentes urbanos de la Municipalidad de Curridabat donde se intentó generar un algoritmo para calcular el gasto público implicado en la resolución de incidentes de manera automática. Finalmente se plantean algunas reflexiones en torno a la apropiación y la apertura de los datos; la producción del software libre VS la oferta de software en la nube y la producción de algoritmos para la participación ciudadana.

Redes sociales y ciencia: los audiovisuales en el Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología en Costa Rica

Margoth Mena Young (UCR)

Se presenta un estudio que tuvo como objetivo caracterizar los audiovisuales de ciencia en redes sociales de diez organizaciones del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología de Costa Rica durante el 2018 y 2019, con el fin de visibilizar el aporte de esta producción en la divulgación del conocimiento científico. La muestra incluyó noticias, reportajes, streaming, cápsulas, documentales y videos institucionales producidos por cada organización participante. El estudio encontró 2476 publicaciones con audiovisuales en los perfiles organizacionales de Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, de los cuales 1175 se relacionaban con ciencia y de ellos, 296 con el impulso directo a la cultura científica intrínseca de la población. Estos últimos fueron sistematizados según la red donde se publicó, su campo disciplinar, duración, vocerías, locaciones, género, interacciones, uso de recursos audiovisuales, emociones y recursos literarios, entre otros.



El más agresivo de todos los algoritmos: Conocimiento y apego por la personalización de contenidos en TikTok.

Ariana Meléndez Moran (UCR), Ignacio Siles (UCR)

Esta ponencia examina cómo un grupo de personas usuarias de TikTok en Costa Rica le da sentido al funcionamiento de la personalización algorítmica de contenidos en la aplicación y cómo llegaron a esa comprensión o conciencia del funcionamiento de los algoritmos. Utilizando principalmente la teoría del actor-red, argumentamos que la conciencia que estas personas tienen de los algoritmos sustenta su apego afectivo a TikTok (que a menudo describen como una forma de "adicción"). La ponencia está basada en 8 grupos focales realizados de manera virtual en 2020 en Costa Rica. Se examina cómo las personas usuarias asumen cuidadosamente varios roles prácticos para mantener el afecto asociado a los contenidos personalizados en la aplicación. De este modo, añadimos un matiz a los análisis dominantes sobre la relación entre usuarios y algoritmos. En lugar de considerar esa relación como constante, fija y universal, abogamos por entenderla como "siempre en construcción". La ponencia muestra cómo esta relación pasa por múltiples "pasajes" mediante los cuales surgen distintas capacidades tanto para las personas como para los algoritmos.

