

**CUANDO LA COMUNICACIÓN ES ESTRATEGIA: GOBIERNO Y PERCEPCIONES
EN TIEMPOS DE PANDEMIA. ESTUDIO DE CASO**

Régulo Adrian Quiroga Grajales
Código: A00353736



Universidad Icesi
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales
Maestría en Gobierno
Diciembre de 2020

Contenido

1. Introducción	3
2. Contextualización y glosario.....	7
2.1. Epidemia.....	7
2.2. Pandemia.....	7
2.3. Emergencia sanitaria	8
2.4. Toque de queda	8
2.5. Cuarentena.....	9
2.6. Aislamiento preventivo obligatorio.....	9
2.7. Aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable	10
2.8. Bioseguridad.....	10
2.9. Nueva normalidad	11
3. Marco temporal	12
4. Marco teórico.....	15
5. Metodología	17
6. Preguntas orientadoras.....	19
7. Resultados y análisis.....	20
7.1. Periodo 1: normalidad.....	23
7.2. Periodo 2: aislamiento preventivo obligatorio	25
7.3. Periodo 3: aislamiento preventivo obligatorio, con reactivación paulatina de sectores económicos	27
7.4. Periodo 4: aislamiento selectivo	29
7.5. Análisis general.....	31
8. Consideraciones finales.....	32
Referencias.....	36

1. Introducción

Toda actuación de gobierno trae implícito un componente de comunicación. Durante décadas, se ha considerado que comunicar es parte esencial del ejercicio público, más aún en cabeza de funcionarios que ostentan grandes responsabilidades administrativas e implicaciones sociales y económicas, como lo son tanto el presidente de una nación y su gabinete, como gobernadores, alcaldes y sus respectivas carteras, puesto que a través de sus decisiones pueden afectar positiva o negativamente a amplios sectores poblacionales relacionados. Así pues, la comunicación política resulta relevante para cualquier gobierno en funciones.

En los tiempos actuales, marcados por la cuarta revolución industrial, masificación de contenidos y digitalización de información, comunicar oportunamente se convierte en un atributo fundamental para las organizaciones de toda índole, y más aun para las organizaciones públicas y sus funcionarios, que, por su naturaleza, precisamente pública, deben su razón de ser a una sociedad y a una ciudadanía expectante, vigilante y a la espera de resultados. Cobran sentido entonces estrategias recientes de *accountability* en el sector público, como lo son los ejercicios de rendición de cuentas, las estrategias de gobierno abierto, la consideración de gobierno en línea, y la idea de acercarse más al ciudadano, generando una visión de organizaciones conectadas con sus actores claves y grupos de interés.

Si resulta pues imprescindible que las organizaciones y funcionarios públicos deban establecer estrategias de comunicación permanente, durante su periodo habitual de gobierno, es aún mayor esta necesidad en tiempos de crisis, pues el contexto referido requiere esfuerzos adicionales, convirtiéndose el sector público en gran responsable y garante de la seguridad general de la sociedad ante la presencia de un riesgo o una crisis inusual, desechando incertidumbres y creando certezas; generando confianza institucional que le permita a la ciudadanía adoptar hábitos y medidas para superar la coyuntura del momento.

Se convierten las organizaciones del sector público, líderes, funcionarios y equipos de gobierno, durante tiempos de crisis, no solo en actores protagónicos en el destino de una nación, sino también en garantes y promotores de veracidad científica, ya que, en tiempos difíciles, la incertidumbre crece, y con ella emerge la oportunidad para las especulaciones al interior de la población. Un gobernante en tiempos de crisis debe ser pues, un garante de información cierta; comunicar es un ejercicio principal de gobierno, pero comunicar en tiempos difíciles, de manera oportuna y con veracidad es también un ejercicio de responsabilidad social.

Santiago de Cali, capital del departamento del Valle del Cauca, es un municipio de más de 2.000.000 de habitantes, según últimas cifras reportadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), de acuerdo con el más reciente censo

poblacional realizado en el año 2018 (Diario El País, 2019). La capital vallecaucana se erige como eje de desarrollo, siendo la tercera ciudad más poblada del país, después de Bogotá y Medellín, y convirtiéndose a su vez en la principal ciudad en la subregión del pacífico colombiano (integrada por los departamentos de Chocó, Valle del Cauca, Cauca y Nariño), lo cual le permite ser un nodo estratégico en el suroccidente del país, tierra de oportunidades con diversidad étnica y cultural.

Recientemente, la ciudad ha sido reconocida a través de los *World Travel Awards* como Destino Líder Emergente de Sudamérica (Diario El Tiempo, 2020), lo cual es muestra del potencial turístico y de desarrollo de la ciudad y reafirmando una nueva mirada a nivel internacional hacia la ciudad, como lo afirma el secretario de turismo de la ciudad, señor Carlos Alberto Martínez Noguera quien al respecto menciona: “tenemos mucho que mostrar. Cali es una ciudad multidiversa, alegre, cultural, deportiva, con espacios e infraestructura bellísimos. Tenemos todos los pisos térmicos y una biodiversidad envidiable. Este reconocimiento nos da posicionamiento y por ello debemos prepararnos; diversificar nuestra oferta y productos turísticos” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2020).

Imagen 1. Publicación en la cuenta Twitter de la Secretaría de Turismo de Cali, informando a la ciudadanía sobre el premio recibido por parte de la ciudad.



Fuente: cuenta oficial en Twitter Secretaría de Turismo, alcaldía de Santiago de Cali.

La alcaldía de Santiago de Cali es el órgano administrativo encargado de direccionar los asuntos públicos de la ciudad. Con una estructura organizacional recientemente reformada mediante decreto N°. 4110200516 de 2016 “Por el cual se determina la estructura de la Administración Central y las funciones de sus dependencias” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016), la entidad pretendió modernizarse y actualizarse para corresponder administrativamente a los desafíos propios de su tiempo.

Muchos de los cambios en la recién estructura implicaron no solamente modificaciones en lo nominal, es decir nuevos nombres para las áreas correspondientes (por ejemplo, como se reseña en el decreto N°. 4110200516 de 2016, en su artículo 197, la anterior Secretaría de Tránsito y Transporte pasó a denominarse Secretaría de Movilidad) sino también una nueva concepción de fenómenos y necesidades de orden público, que permitieron la creación de distintas carteras, como lo fueron la Secretaría de Paz y Cultura Ciudadana, la Secretaría de Seguridad y Justicia, la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Turismo, y también la Secretaría de Cultura. A su vez, se crearon dependencias como el Departamento Administrativo de Tecnología de la Información y las Comunicaciones, el Departamento Administrativo de Contratación Pública; sectores como el de Vivienda Social y Hábitat, Ambiente y Desarrollo Sostenible, Desarrollo Territorial y Participación Ciudadana, y finalmente áreas como la Unidad Administrativa de Servicios Públicos Municipales, y la Unidad Administrativa Especial de Gestión de Bienes y Servicios, entre otras.

Como puede notarse, a nivel organizacional, la alcaldía de Santiago de Cali intenta pues, fortalecer sus capacidades de índole administrativo, buscando generación de calidad y satisfacción para la población caleña, creando una nueva estructura enfocada en “repensar el municipio para fortalecer la calidad en los productos y servicios dirigidos a la ciudadanía” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2018), según señaló el señor Hugo Javier Buitrago, director técnico de la reforma administrativa para la alcaldía.

De igual manera, gracias al reconocimiento nacional a través de la promulgación de la ley 1933 de 2018, “por medio del cual se categoriza al municipio de Santiago de Cali como Distrito Especial, Deportivo, Cultural, Turístico, Empresarial y de Servicios” (Congreso de Colombia, 2018), donde se identifica el potencial de la ciudad de Cali, y la necesidad de crear un esquema que le permita a la alcaldía materializar estas oportunidades, el gobierno municipal, podrá tener un nuevo marco de relaciones que le permita acercarse más a la ciudadanía, generando espacios de participación y propiciando cierta distribución en la toma de decisiones públicas, con un enfoque local donde estén presentes los propios actores impactados: “se crearán nuevas unidades de gobierno que se llamarán localidades para que la Alcaldía sea más ágil” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2019).

El actual alcalde de la ciudad es el señor Jorge Iván Ospina, quien ya había ejercido como máximo mandatario local en el periodo 2008 – 2011. El señor Ospina, médico de profesión y según se menciona en su página web personal (Ospina J. I., Mi historia, 2019), a lo largo de su vida se ha desempeñado como director del hospital Carlos Holmes Trujillo (1997), gestor de paz y convivencia del departamento del Valle del Cauca (1998), director del Hospital Universitario del Valle Evaristo García (principal centro médico público del departamento del Valle del Cauca) durante dos ocasiones (1999 y 2003), secretario de salud municipal de Santiago de Cali (2000) y finalmente, senador de la república de Colombia, en representación del Partido Alianza Verde durante el periodo 2014-2018.

Ospina, quien actualmente ostenta el mandato municipal de Santiago de Cali por segunda ocasión, fue elegido de nuevo como alcalde en el año 2019 para el periodo 2020-2023, con más de 290.000 votos y una favorabilidad cercana al 40%, en representación del movimiento político, coalición Puro Corazón por Cali, repitiendo pues el cargo como máximo mandatario.

Haciendo uso de su cuenta de Twitter personal, el alcalde se ha caracterizado por generar bastante interacción a través de esta red social, no solo publicando continuamente información relacionada con su ejecución y gestión en la alcaldía, sino también opinando sobre noticias de actualidad nacional e internacional, y en ciertas ocasiones dando respuesta a sus interlocutores a través de la misma red.

Así pues, el objetivo del presente trabajo es documentar durante diferentes momentos de la pandemia por cuenta de la enfermedad de *COVID-19*, cómo ha cambiado la comunicación política en redes sociales, específicamente en la cuenta Twitter del alcalde de la Ciudad de Santiago de Cali, Colombia, el señor Jorge Iván Ospina, toda vez que sus pronunciamientos como cabeza de gobierno y líder máximo de la entidad municipal, reflejan la visión misma de la alcaldía, expresando algunas comunicaciones propias de su cargo e información que goza del interés público en la ciudad y la región.

Para lograr ese objetivo se llevarán a cabo las siguientes acciones: definición del marco temporal de análisis donde se observarán los cambios y continuidades en la comunicación del alcalde de Cali, señor Jorge Iván Ospina. Inclusión del marco teórico que guiará el estudio correspondiente. Presentación de la metodología a utilizar en el presente trabajo. Planteamiento de preguntas que orienten el análisis y la discusión. Consulta de bases de datos y fuentes de información. Generación de resultados y análisis, y finalmente, presentación de consideraciones finales.

Como estudio de caso, se espera que el documento arroje insumos importantes y lecciones aprendidas en lo concerniente a la comunicación en tiempos de pandemia, por cuenta de los gobiernos locales. Si bien es cierto que la incertidumbre sigue siendo alta, y pese que a la fecha de elaborado el presente trabajo, la pandemia de *COVID-19* aun genera grandes pérdidas humanas a nivel mundial y nacional, tanto como casos positivos en Colombia, también es cierto que durante este tiempo se ha logrado obtener cierta capacidad institucional. Desde luego que el camino es largo; aun hay mucho por realizar, desde la esfera privada e individual y desde lo público, pero no se puede negar que también es bastante lo que se ha aprendido.

El presente estudio de caso que no pretende generalizar resultados sino de forma exploratoria y descriptiva mostrar cómo ha sido la comunicación del gobierno municipal

durante el período analizado para intentar dar explicación a cómo se lleva a cabo la comunicación de gobierno.

2. Contextualización y glosario

Es necesario hacer claridad y definir los distintos términos y conceptos, que por su uso masivo y constante durante la pandemia por *COVID-19*, hacen parte del universo de las palabras más usadas durante este tiempo, y tienden a confundirse, usarse indiscriminadamente o entremezclarse sus distintos significados. Para tal labor se hace uso en su mayoría, del diccionario en línea de la Real Academia Española, y de normatividad asociada en Colombia. A su vez, para facilitar la comprensión del término, se incluyen referencias consultadas que contextualizan o complementan sobre el uso de tales conceptos, y que, a su vez, dan cuenta de la implementación y los cambios para la vida diaria que de ello se deriva:

2.1. Epidemia

1. f. Enfermedad que se propaga durante algún tiempo por un país, acometiendo simultáneamente a gran número de personas (Real Academia Española).

2.2. Pandemia

1. f. Med. Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región (Real Academia Española).

Al respecto, es preciso mencionar que la declaratoria de *COVID-19* como pandemia, por parte de la OMS se genera el 11 de marzo del 2020, a raíz del avance y aumento de contagios de la enfermedad, según señaló Tedros Adhanom, director de la organización (Adhanom Ghebreyesus, WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020, 2020):

WHO has been assessing this outbreak around the clock and we are deeply concerned both by the alarming levels of spread and severity, and by the alarming levels of inaction. We have therefore made the assessment that COVID-19 can be characterized as a pandemic. Pandemic is not a word to use lightly or carelessly. It is a word that, if misused, can cause unreasonable fear, or unjustified acceptance that the fight is over, leading to unnecessary suffering and death. Describing the situation as a pandemic does not change WHO's assessment of the threat posed by this virus. It doesn't change what WHO is doing, and it doesn't change what countries should do. We have never before seen a pandemic sparked by a coronavirus. This is the first pandemic caused by a coronavirus. And we have never before seen a pandemic that can be controlled, at the same time. WHO has been in full response mode since we were notified of the first cases. And we have called every day for countries to take urgent and aggressive action. We have rung the alarm bell loud and clear.

2.3. Emergencia sanitaria

Se refiere a un estado de excepción que se establece “cuando sobrevengan hechos distintos de los previstos en los artículos 212 y 213 que perturben o amenacen perturbar en forma grave e inminente el orden económico, social y ecológico del país, o que constituyan grave calamidad pública, podrá el Presidente, con la firma de todos los ministros, declarar el Estado de Emergencia” (Constitución Política de Colombia, 1991).

Estos artículos 212 y 213 hacen referencia al Estado de Guerra Exterior y al Estado de Comoción Interior, los cuales se establecen también en la Constitución Política de Colombia. Al respecto, menciona el profesor Jorge Galeano de la Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Colombia que “Dicho estado permite que el Presidente pueda expedir normas con fuerza de ley, y que sea sanitaria, limita a que todos estos decretos deben estar relacionados con la pandemia” (Universidad Nacional Periódico Digital, 2020).

Sobre el particular, en Colombia, la declaratoria de emergencia sanitaria en el marco de la pandemia por *COVID-19*, se produce el 17 de marzo del 2020, mediante el decreto 417, por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional (Presidencia de la República, 2020), estableciendo dicho periodo de emergencia durante 30 días, de manera inicial. Posteriormente, tal estado de excepción sería prolongado varias veces en los siguientes meses, conforme avanzaba la propagación de la enfermedad.

2.4. Toque de queda

1. m. Medida gubernativa que, en circunstancias excepcionales, prohíbe el tránsito o permanencia en las calles de una ciudad durante determinadas horas, generalmente nocturnas (Real Academia Española).

En Santiago de Cali, mediante el decreto No. 4112.010.20.0728 de 2020, "por el cual se decretan medidas transitorias en salud y orden público en el marco de la emergencia sanitaria en el distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios de Santiago de Cali y se dictan otras disposiciones" se establecería un toque de queda inicial de 78 horas, que posteriormente sería prolongado para empatar con el decreto nacional 457 de 2020, el cual instauraba el aislamiento preventivo obligatorio para todo el territorio nacional. Este decreto municipal, restringía transitoriamente “la libre circulación de las personas y vehículos en todo el territorio de Santiago de Cali” (Alcaldía de Santiago de Cali, 2020), salvo ciertas excepciones (33 en total) que se mencionan en el documento.

Específicamente, mencionaba el alcalde la ciudad, Jorge Iván Ospina: “si bien hay muchas personas que ejecutan sus acciones responsablemente en el acatamiento del aislamiento

social, también hay varios irresponsables en la vía pública y otros más que no son solidarios y no comprenden la importancia de nuestros abuelos y de la vida de los demás, por esto se toman medidas más estrictas (Alcaldía de Santiago de Cali, 2020)”.

2.5. Cuarentena

7. f. Aislamiento preventivo a que se somete durante un período de tiempo, por razones sanitarias, a personas, animales o cosas (Real Academia Española).

En Colombia, la adopción de la cuarentena nacional en el marco de la pandemia de *COVID-19*, se produce a partir del 25 de marzo de 2020, y se estableció formal y oficialmente en el país bajo el concepto de Aislamiento preventivo obligatorio, término que se detallará a continuación. La cuarentena se establece como medida que pretendiera mitigar el impacto de la enfermedad y la reducción en el contagio de los ciudadanos, instaurando y extendiendo una serie de disposiciones en todo el territorio nacional, que ya venían adelantando en los últimos días, ciudades como Bogotá y Cali a través de jornadas de simulacro o de toque de queda (Torrado, 2020).

2.6. Aislamiento preventivo obligatorio

Disposición promulgada por el gobierno nacional mediante el decreto 457 de 2020, por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento del orden público. Puede inferirse pues, que este tipo de aislamiento es el nombre formal que se le dio en Colombia a la instauración de una cuarentena.

Dicho decreto establecía “Ordenar el aislamiento preventivo obligatorio de todas las personas habitantes de la República de Colombia, a partir de las cero horas (00:00 a.m.) del día 25 de marzo de 2020, hasta las cero horas (00:00 a.m.) del día 13 de abril de 2020, en el marco de la emergencia sanitaria por causa del Coronavirus COVID-19” (Presidencia de la República, 2020), a su vez que “se limita totalmente la libre circulación de personas y vehículos en el territorio nacional, con las excepciones previstas en el artículo 3 del presente Decreto” (Presidencia de la República, 2020), es decir, la plena manifestación y adopción de lo que se conocía usualmente como cuarentena. “El coronavirus, si sabemos aislarnos como sociedad, pierde velocidad en el momento en el que empieza su expansión y así, así lo estamos enfrentando. Esto es lo que nos han aconsejado los expertos en salud que nos vienen acompañando”, mencionaba al respecto Iván Duque, presidente de Colombia (Diario El Tiempo, 2020).

2.7. Aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable

Para finales del mes de agosto de 2020 y ante la necesidad de encontrar alternativas que le permitieran al país rescatar la vida económica de la nación, pero con el objetivo de brindar medidas que siguieran procurando por la reducción o mitigación en el contagio de *COVID-19*, se establece una nueva fase de aislamiento, ya no de manera obligatoria, sino más bien apelando al autocuidado y la responsabilidad individual de los ciudadanos.

Es así como mediante el decreto 1168 de 2020, “por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus *COVID-19*, y el mantenimiento del orden público y se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable”, se mencionan las nuevas disposiciones respectivas, encaminadas a establecer el distanciamiento individual de los ciudadanos, el aislamiento selectivo en municipios de alta afectación, actividades no permitidas, cumplimiento de protocolos de bioseguridad, medidas para el comportamiento humano, y por último fomento al teletrabajo, entre otras consideraciones. En particular, el artículo 5, actividades no permitidas, establece tan solo tres tipos de prohibiciones: eventos de carácter público o privado que impliquen aglomeración de personas; bares, discotecas y lugares de baile; consumo de bebidas embriagantes en espacios públicos y establecimientos de comercio (Presidencia de la República, 2020), es decir, es una nueva fase denominada como de aislamiento, pero efectivamente con menores restricciones.

2.8. Bioseguridad

1. f. Biol. Conjunto de medidas para la prevención de riesgos para la salud y el medio ambiente provocados por agentes biológicos (Real Academia Española).

Al respecto, cabe mencionar que durante el desarrollo de la pandemia en Colombia, el gobierno nacional y los gobiernos locales establecieron una serie de normas, medidas o protocolos de bioseguridad que permitieran en primera instancia reducir el contagio de *COVID-19* y seguidamente adelantar labores económicas, autorizando paulatinamente, durante el periodo de tiempo señalado en el presente estudio, la apertura de ciertos sectores económicos (comercio, construcción, manufactura, turismo, transporte, entre otros) o expresiones sociales y culturales (eventos deportivos, eventos religiosos, protestas).

Así pues, la resolución 666 de 2020 del Ministerio de Salud, “por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus *COVID-19*”, instauró en su momento, un conjunto de medidas de bioseguridad obligatorias, en todo el territorio nacional, durante la emergencia sanitaria para los “empleadores y trabajadores del sector público y privado, aprendices, cooperados de cooperativas o precooperativas de trabajo asociado, afiliados partícipes, los

contratantes públicos y privados, contratistas vinculados mediante contrato de prestación de servicios de los diferentes sectores económicos, productivos y entidades gubernamentales que requieran desarrollar sus actividades durante el periodo de la emergencia sanitaria y las ARL” (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

La adopción de dichos protocolos obligatorios para los sectores económicos respectivos, establecen medidas en relación con aspectos como el lavado de manos, el distanciamiento físico, los elementos de protección personal, la limpieza y desinfección de lugares, insumos, o utensilios varios, la prevención y el manejo de situaciones de riesgo de contagio, los desplazamientos de los trabajadores, entre otros (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020).

Esto significó la necesidad de adoptar por parte de los ciudadanos, nuevos comportamientos, nuevos hábitos y la generación de diferentes formas de convivencia e interrelación humana, situación que dio lugar a acuñar el término nueva normalidad, o nueva realidad, concepto que se detallará a continuación.

2.9. Nueva normalidad

Dado el conjunto de nuevas medidas obligatorias instauradas, tales como el uso permanente del tapabocas o mascarilla, conservar distanciamiento individual frente a otros en espacios colectivos, reducir el contacto físico al máximo, la no realización de eventos masivos que implicaran aglomeración de personas, toma de temperatura previo al ingresar a un establecimiento comercial, y en resumen, la presencia de toda una serie de nuevas acciones, que anteriormente no se realizaban y que por cuenta de la pandemia se empezaban a considerar normales o habituales, dieron paso a que empezara a hablar de una “nueva normalidad”, como referencia a dicho fenómeno social.

Al respecto, y en su momento, el presidente de Colombia, Iván Duque Márquez, desde el gobierno nacional mencionaba: “tenemos que prepararnos para enfrentar una nueva normalidad, y eso implica que entendamos que, así como hemos tomado medidas para proteger la vida y la salud, hemos tomado medidas para proteger a los más vulnerables” (Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, 2020).

Por su parte los mandatarios locales, también enfatizaban en la importancia de estos nuevos hábitos, recalcando efectivamente sobre la llegada y presencia de un nuevo orden social, por cuenta de la pandemia de *COVID-19*, como lo expresaba la alcaldesa de Bogotá, Claudia López: “más que reapertura, tenemos que redefinir una nueva normalidad en la ciudad que, por definición, ya no será una aglomeración, sino un espacio/tiempo colectivo que priorice la salud pública y hábitos de vida para sostenibilidad ecosistémica” (Diario El Tiempo, 2020).

Puntualmente, Jorge Iván Ospina, primer mandatario de la ciudad de Cali, manifestaba: “El gran reto es construir una nueva normalidad, entender por ejemplo que el centro laboral se tiene que convertir en un laboratorio pedagógico para educar ciudadanos con respecto a las normas frente al virus” (Diario Occidente, 2020). Posteriormente sobre el mismo asunto, expresaría el alcalde, haciendo énfasis en este nuevo término y explicando un tanto su funcionamiento desde el deber individual: “El héroe sos vos caleño. Vos sos el que tenés que ponerte las pilas. Sos el que tiene que asumir una responsabilidad con tu familia y la ciudad. Si no construimos una nueva normalidad desde esa perspectiva, vamos a tener estragos por la epidemia” (Diario El País, 2020).

En definitiva, “nueva normalidad”, o “nueva realidad” (como también se acuñó la expresión de dicho fenómeno reciente), es también una de las frases que terminaría por enmarcar los cambios en la sociedad y sus diferentes grupos poblacionales en todas las latitudes (no solo en Colombia), producto de los tiempos vividos por cuenta de la pandemia de *COVID-19* y la necesidad de implementar nuevas conductas. Frente a esta denominación, se enfocarían muchos de los mensajes de gobierno expresados por los mandatarios locales, entre ellos, el alcalde de Cali, llamando al autocuidado, al buen comportamiento individual y a la adopción de hábitos que ameritaban la nueva era, pero que también podrían entrar a chocar con la cultura, costumbres, o rasgos distintivos en cada comunidad, como lo resalta Ricardo Ávila: “Es verdad que en todas partes el tapabocas se convirtió en una prenda infaltable o que el distanciamiento social sigue vigente, pero los parecidos llegan hasta ahí. Aunque el concepto de la nueva normalidad puede ser universal, la manera como se define es muy distinta” (Ávila, 2020).

3. Marco temporal

Para la realización del presente trabajo, el marco temporal seleccionado corresponde desde el 1 de enero de 2020 hasta el 15 de septiembre 2020. Las razones que ameritan determinar dicho corte obedecen a la llegada, presencia y desarrollo de la enfermedad de *COVID-19* en Colombia, pretendiendo identificar las dinámicas propias del proceso de mitigación del virus y periodizando el marco temporal de análisis con base en los cambios y continuidades encontrados durante la gestión de gobierno local en la ciudad de Cali.

Aun cuando el hallazgo del primer caso positivo de *COVID-19* en Colombia fue confirmado el 6 de marzo del año 2020, según reporte oficial del Ministerio de Salud (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020), y el primer caso positivo en Cali, fue reportado, también por el Ministerio de Salud el día 15 de marzo del mismo año (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020), resaltado seguidamente por los principales medios de comunicación de la ciudad (Diario El País, 2020) y el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter (como se detallará más adelante), se considera dar inicio al periodo de análisis del presente trabajo desde el 1 de enero, pues como podrá confirmarse por distintas

publicaciones de medios de comunicación, es desde comienzos del año que se presentan los primeros hallazgos de *COVID-19* en China (Griffiths & Gan, 2020), generando a su vez, distintas reacciones en el resto de países en el mundo y desembocando el día 30 de enero en la declaratoria de emergencia global emitida la Organización Mundial de la Salud (OMS)¹, a través de su director general (Adhanom Ghebreyesus, WHO Director-General's statement on IHR Emergency Committee on Novel Coronavirus (2019-nCoV), 2020):

I would like to summarize those recommendations in seven key areas. First, there is no reason for measures that unnecessarily interfere with international travel and trade. WHO doesn't recommend limiting trade and movement. We call on all countries to implement decisions that are evidence-based and consistent. WHO stands ready to provide advice to any country that is considering which measures to take. Second, we must support countries with weaker health systems. Third, accelerate the development of vaccines, therapeutics and diagnostics. Fourth, combat the spread of rumours and misinformation. Fifth, review preparedness plans, identify gaps and evaluate the resources needed to identify, isolate and care for cases, and prevent transmission. Sixth, share data, knowledge and experience with WHO and the world. And seventh, the only way we will defeat this outbreak is for all countries to work together in a spirit of solidarity and cooperation. We are all in this together, and we can only stop it together.

Nótese el cuarto punto de la declaratoria de emergencia global “combat the spread of rumours and misinformation” donde efectivamente se hace alusión implícita a la necesidad de presentar información veraz, tarea fundamental para la comunicación en tiempos de crisis, aspecto que resultaría siendo esencial en el marco de actuación de los gobiernos, y objeto del presente trabajo de análisis. “This is the time for facts, not fear. This is the time for science, not rumours. This is the time for solidarity, not stigma”, cerraba Adhanom Ghebreyesus su declaración, contemplando de nuevo la posibilidad de rumores que se generarían en el marco de la emergencia presentada por *COVID-19*.

Imagen 2. Publicación del alcalde de Cali en su cuenta de Twitter, a raíz del primer caso positivo de *COVID-19* en la ciudad.



Fuente: cuenta de Twitter alcalde Jorge Iván Ospina.

¹ WHO, por sus siglas en inglés.

En virtud de lo expuesto, se presenta a continuación la periodización establecida para el análisis de la información del presente trabajo. Puede observarse cómo los periodos específicos de análisis son definidos a partir de hitos o momentos, en función de la presencia, avance y desarrollo del virus en el país, y de las correspondientes acciones generadas tanto por el gobierno nacional de Colombia, como del gobierno municipal de Cali.

Tabla 1. Periodos de análisis establecidos.

PERIODO	FECHAS	HITOS	NORMATIVIDAD NACIONAL ASOCIADA	NORMATIVIDAD MUNICIPAL ASOCIADA
1	1 de enero a 19 de marzo 2020	Normalidad. Antes del inicio del aislamiento preventivo obligatorio en Colombia	No aplica	No aplica
2	20 de marzo a 12 de abril 2020	Toque de queda por 78 horas en Cali. Inicio del aislamiento preventivo obligatorio	Decreto 457 de 2020	Decreto 728 de 2020 (promulgación del toque de queda). Decreto 735 de 2020 (modificaciones al toque de queda). Decreto 742 de 2020 (implementación de las disposiciones nacionales)
3	13 de abril a 31 de agosto 2020	Continuación del aislamiento preventivo obligatorio. Reactivación paulatina de sectores económicos.	Decreto 531 de 2020	Decreto 808 de 2020
4	1 de septiembre a 15 de septiembre 2020	Fin del aislamiento preventivo obligatorio e inicio del aislamiento selectivo con distanciamiento individual responsable	Decreto 1168 de 2020	Decreto 1736 de 2020

Fuente: elaboración propia.

Cada periodo de tiempo está enmarcado por una serie de dinámicas propias y continuidades, pero sobre todo cambios y la llegada de nuevas disposiciones que implicarán un difícil y quizá no complaciente reacomodamiento social por parte de la ciudadanía, impuesto por los gobiernos regionales, de acuerdo con el desarrollo y avance en el objetivo de vencer la enfermedad de *COVID-19* en los correspondientes territorios, como se detallará en el capítulo respectivo de resultados y análisis. Se expone a continuación la presentación general de los hitos, durante el marco temporal establecido:

Gráfico 1. Hitos de periodización.



Fuente: elaboración propia.

4. Marco teórico

Un elemento clave a la hora de hablar de comunicación política, es aquel que tiene que ver con la percepción de los mensajes que emiten los gobernantes: “Conocer y comprender bien la percepción final del elector respecto al discurso político es tan importante -o más- como el contenido de las propuestas. Poner el acento en la recepción y no en la emisión política implica nuevas lógicas y nuevos desafíos” (Gutiérrez-Rubí, 2010). Para todo mandatario que pretenda conectar con sus audiencias, tanto de manera presencial como digital, es preciso investigar cómo es percibido su mensaje, más allá de las pretensiones que se tengan sobre este y la intencionalidad que conduce al mismo, analizar si produce los efectos esperados permitirá entablar diálogos efectivos y estrategias que le permitan robustecer la confianza en la ciudadanía.

Esto claramente amerita que el gobernante se preocupe no solo por el mensaje que emite sino también, cómo es recibido o percibido por cuenta del destinatario, situación que en su mayoría de veces no es tenido en cuenta por el político, toda vez que “el orgullo herido que bloquea la autocrítica empieza a dejar paso a la reflexión serena. Los progresistas están descubriendo, sorprendidos, que han abandonado el terreno de lo emocional (valores, sentimientos, emociones...) y han descuidado el conocimiento de la percepción ciudadana” (Gutiérrez-Rubí, 2010).

En tiempos donde ronda la incertidumbre, en tiempos de pandemia, se deben reforzar los canales de comunicación puesto que “una sociedad, y una comunidad, con más incertidumbres que certezas necesita hablar, conversar, para no sentirse sola, sin

horizonte” (Gutiérrez-Rubí, 2010). Aquí se hace necesario que los mandatarios promuevan el diálogo respetuoso, de forma tal que la ciudadanía encuentre con quien interactuar, a quien manifestarle sus preocupaciones y donde encontrar orientación veraz y oportuna.

Importante resulta a su vez comprender el rol de los medios masivos y su importancia en la configuración de la opinión pública frente a la instalación de una agenda como temas en el panorama local, o aquello que resulta ser relevante para ciertas sociedades (Lippmann, 1922). Bien es conocido que, en los tiempos modernos, enmarcados por el auge de los medios digitales, se producen tendencias diarias a través de las redes sociales, especie de micro agendas que se establecen de acuerdo con los intereses y preocupaciones de ciertos sectores poblacionales, motivados por el impulso de visibilizar en el panorama local o nacional aquellos temas pertinentes para la discusión pública.

Al respecto y frente al creciente aumento en el uso y apropiación de medios digitales, la comunicación se torna más fugaz: “Hablamos con fragmentos, con citas que podemos recordar y repetir. Nuestra capacidad de reflexión, contraste, debate... puede verse cuestionada por la apología de lo breve (el síndrome de los 140 caracteres tan habitual en la mensajería corta o en Twitter, por ejemplo)” (Gutiérrez-Rubí, 2010). Pese a esta inmediatez que imponen las redes sociales, cada mensaje escrito, cada fragmento citado, puede ser motivo de discusión y confrontación, razón por la cual no debe dejarse al azar la estrategia de comunicación que definan los mandatarios.

Por su parte, debe tenerse en cuenta cómo las percepciones, positivas o negativas, influyen en el comportamiento humano y la toma de decisiones. En entrevista realizada a Mario Riorda, especialista en comunicación política y presidente de ALICE (Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales), manifiesta que “a mayor ira o enojo o insatisfacción que generan los liderazgos políticos hay menor predisposición en la población opositora a escuchar la expresión de riesgo que la autoridad emite, repercutiendo en la eficacia del riesgo” (Wainfeld, 2020), razón por la cual las emociones juegan un papel importante en todo proceso de comunicación y lo es aun más dentro de la comunicación política, puesto que ciertas emociones, negativas o positivas, facilitarán la adopción de medidas que contrarresten el riesgo.

Esto es fundamental en todo proceso de diálogo entre mandatarios y ciudadanos, ya que “los ciudadanos son más sensibles al cubrimiento negativo que al positivo (Geer, 2008; Lau y Pomper, 2002, como se citó en Manfredi & González, 2019). Así que toda interacción por parte de los gobernantes en redes sociales, por más fugaz o corta que sea, puede producir efectos importantes dentro de su plan de vinculación y armonización con la ciudadanía.

Vemos pues como, “las redes sociales se han convertido en un medio eficaz para hacer política debido a su fácil acceso, a su capacidad de alcanzar grandes audiencias, a las pocas barreras de entrada que tienen y a la posibilidad que ofrecen a los usuarios de recibir

retroalimentación en tiempo real (Lee y Xu, 2018, como se citó en Manfredi, González, & Biojó, 2018), no solo durante tiempos de campaña electoral, sino también una vez los elegidos mediante voto, ostentan sus nuevos cargos y empiezan a desarrollar su ejercicio de gobierno.

Por último, debe reconocerse que si bien es cierto “hay un interés disciplinar hacia el uso de las redes sociales en las campañas electorales y el rol de la tecnología en la comunicación y los procesos políticos. Sin embargo, todavía son necesarias las aproximaciones que den cuenta de una dimensión que articule una mirada a la agenda programática de los candidatos y su impacto en los medios de comunicación y la ciudadana, en diferentes canales de expresión, entre ellos las redes sociales” (Manfredi & Sánchez Sierra, Cuestión de agenda: encuentros y desencuentros de la agenda política, de medios y pública en Colombia, durante las campañas a la Alcaldía de Cali 2019, 2020), es un campo con mucho auge, toda vez que cada día, gobernantes y políticos participan activamente en el uso de plataformas y redes sociales, a través de sus cuentas personales, no solo en periodos electorales, sino en momentos de mandato y gobierno.

5. Metodología

La metodología implementada del presente trabajo contempla el uso de minería de datos en redes sociales (Twitter), principalmente en la cuenta del alcalde Jorge Iván Ospina (@JorgelvanOspina), reforzado en algunos casos con publicaciones varias por parte de distintos medios de comunicación regionales. Se hizo uso de la plataforma *Twitonomy* y se generaron procesos de *data mining*.

Haciendo uso de la plataforma *Twitonomy* es posible exportar en formato hoja de cálculo los 3.200 tuits más recientes que correspondan a la cuenta de Twitter seleccionada. En este caso, dado que el marco temporal establecido para el análisis se ubica entre el 1 de enero al 15 de septiembre de 2020, fue posible contar con la totalidad de los tuits durante dicho periodo de tiempo, lo cual constituye el insumo principal de procesamiento de información.

Con base en este procesamiento, fue tarea fundamental la identificación de las distintas categorías de tuits, toda vez que la red social de Twitter establece la posibilidad de crear tres tipos: tuits, respuestas y retuits. Para el presente trabajo se considera descartar el uso de los retuits, puesto que estos al no ser escritos originalmente por el sujeto de estudio, metodológicamente no resultaría riguroso realizar el análisis descriptivo, con tuits de redacción por parte de terceros.

Una vez precisado este universo, se pasó a realizar un análisis cualitativo que permitiera la clasificación de cada uno de los tuits correspondientes, en tres grandes tipos: positivo, neutro y negativo, como se mencionará en la siguiente tabla, generando un enfoque

descriptivo para la identificación la estrategia y tono de comunicación utilizada por parte del alcalde en el manejo y gestión de la pandemia de *COVID-19*:

Tabla 2. Clasificación cualitativa según tono del mensaje.

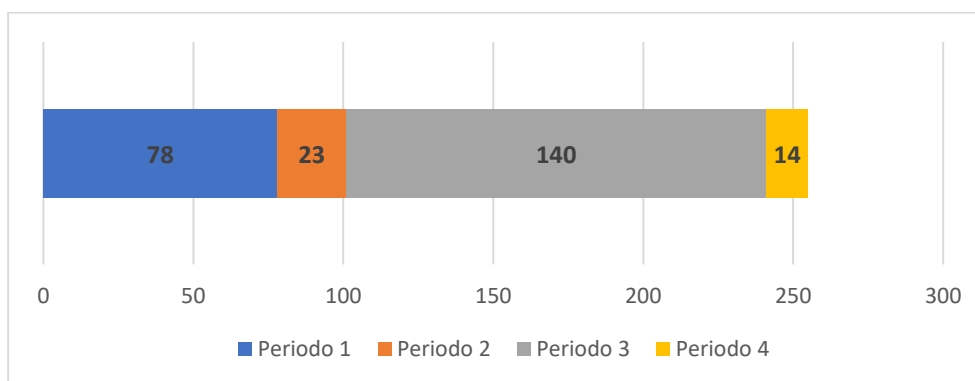
CLASE	DESCRIPCIÓN
Positivo	Mensajes de agradecimiento, elogios, felicitaciones, fomento al compromiso individual y colectivo, generación de esperanza.
Neutro	Mensajes de tipo informativo y sin adjetivos, contra respuestas y denuncias sin insultos.
Negativo	Descalificaciones, insultos e improperios.

Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Dado que la duración de cada periodo de tiempo no es homogénea en sus días, variando según los hitos y el desarrollo de las medidas en pro de la mitigación del virus en el país y las ciudades, el análisis cuantitativo efectuado sobre la presencia, mayor o menor, de los respectivos tonos de mensaje para cada uno de los periodos se realizó de manera porcentual y no sobre cantidades totales.

Nótese, por ejemplo, en la siguiente gráfica, que el periodo de mayor duración es el número 3 con 140 días (casi 5 meses), mientras que el periodo más corto resulta ser el número 4, con tan solo 14 días (medio mes), para un marco temporal total de 258 días. Esta asimetría, mencionada anteriormente, corresponde al desarrollo y avance del fenómeno por cuenta del virus, y las respectivas disposiciones que implementaron tanto el gobierno nacional, como los gobiernos locales, sustentado en los hitos expuestos en la introducción del presente trabajo.

Gráfico 2. Días correspondientes en cada periodo establecido.



Fuente: elaboración propia.

Por último, se efectuó un análisis de las palabras más utilizadas por el alcalde en su cuenta de Twitter, durante el marco temporal del trabajo y de acuerdo con el universo establecido. Esta búsqueda permitió arrojar unos gráficos de frecuencia, los cuales sirven para soportar, contrastar o acompañar el análisis para cada periodo de tiempo designado.

6. Preguntas orientadoras

Como guía para el análisis de la comunicación de la alcaldía municipal de Santiago de Cali, específicamente del alcalde Jorge Iván Ospina, se plantean a continuación unas preguntas orientadoras de referencia general que guiarán el análisis:

En lo corrido del año 2020, se observan los distintos momentos que ha atravesado el país y la ciudad, frente al manejo de la pandemia, razón por la cual se establece una periodización de acuerdo con el fenómeno y las dinámicas cambiantes que se manifiestan en el tiempo. Sin duda alguna, no se pueden equiparar los primeros meses del año, cuando la presencia del virus en el país se veía como algo lejano y pocas veces probable, con meses más adelante en los que efectivamente se manifiesta la llegada del virus al territorio nacional y en los que las estrategias de gobierno por supuesto deben estar a la altura de las circunstancias, **¿conserva el alcalde el mismo enfoque en su discurso, relatos, mensajes y narrativas o ha cambiado este durante el desarrollo de la pandemia?**

Con una presencia fuerte del virus en la ciudad, ante el riesgo de una emergencia sanitaria de incalculables y lamentables efectos en vidas humanas, en lo social, en lo económico y con una ciudadanía enfrentada a información de todo tipo (veraz, falsa o cuestionable) frente a un fenómeno jamás visto en la historia reciente del país, y ante la necesidad de adoptar unos nuevos hábitos, alcanzando disciplina social (distanciamiento, reducción de interacciones, no aglomeraciones, entre otros), que en su mayoría resultan contrarios a la cultura de la ciudad, lo acostumbrado y usual por parte de las personas y quizá contrario a los rasgos de la misma especie humana como animal social en los tiempos modernos, **¿en la interacción del alcalde con la ciudadanía, su tono se podría calificar como positivo, neutro o negativo?**

Puesto que el grado de incertidumbre frente a la pandemia resulta ser muy alto (y para la fecha de escritura del presente trabajo, continúa siéndolo aún), es fácil reconocer la necesidad en la población de obtener información no solamente veraz y oportuna, sino también información que le permita al ciudadano tomar las decisiones más acertadas, en procura también del bienestar físico y mental de las personas. Al respecto, **¿qué tipo de emoción transmite la alcaldía: amor, esperanza, odio o miedo?**

Dada la dinámica de los tiempos actuales, enmarcados por el desarrollo de tecnologías de información y comunicación cada vez más robustos, en los que se acentúa la posibilidad de acceder a información por diferentes medios y canales, que anteriormente se consideraban

mucho más restringidos y menos “sociales” **¿cómo comunica la administración municipal en cabeza del alcalde los avances de su gobierno frente a la gestión local de problemáticas derivadas de la pandemia de COVID-19?**

Con el pasar de los meses y los días, y ante un fenómeno permanentemente cambiante que amerita la toma de decisiones de manera extraordinaria y la puesta en marcha de nuevas medidas, **¿ha sido rápida, oportuna, clara y eficaz la comunicación por parte de la alcaldía en la socialización de estas disposiciones, decretos y nueva reglamentación?**

La actuación por parte del gobierno local, para lograr ser efectiva, debe ser de manera integrada y con la participación de diferentes sectores, dependencias y carteras que cobraron un protagonismo inusual, como por ejemplo representantes del área de la salud, la seguridad y la convivencia, y el desarrollo económico, **¿qué grado de articulación se manifiesta entre el alcalde y las diferentes secretarías de la alcaldía, al momento de comunicar las nuevas medidas durante la pandemia?**

Finalmente, frente a un fenómeno sin precedentes recientes, evaluar los efectos positivos de las medidas establecidas por parte del gobierno local, tales como los toques de queda, el sistema de pico y cédula, restricciones en la movilidad, registro mediante pasaportes sanitarios, cierre de determinados tipos de establecimientos comerciales y prohibición de ciertas actividades sociales (aglomeraciones, fiestas, celebraciones o eventos masivos), entre otras disposiciones, **¿cómo percibe la ciudadanía la gestión de la alcaldía durante la pandemia de COVID-19 en pro de la mitigación del riesgo y generación de resultados favorables para la población de la ciudad?**

7. Resultados y análisis

En la primera fase de minería de datos, gracias al uso de la plataforma *Twitonomy* se exportaron en formato hoja de cálculo los tuits generados por el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter, según el marco temporal establecido para el análisis (1 de enero a septiembre 15 de 2020) dando como resultado un universo de 2.472 tuits, entre los que se identifican las tres categorías esenciales de esta red social, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 3. Número de tuits generados a través de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina, durante el marco temporal establecido.

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Tuits nuevos	Mensajes propios creados por el usuario	668
Tuits de respuesta	Mensajes propios creados por el usuario como réplica o continuación a otro mensaje.	737
Retuits	Mensajes de otros usuarios, publicados de nuevo por una cuenta	1.067
TOTAL:		2472

Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Para el proceso de análisis cualitativo, como se explicaba en la metodología, se definió excluir 1.067 tuits correspondientes a la categoría de *retuits*, toda vez que estos, pese a que manifiestan identificación o cierta simpatía por parte de quienes lo publican en su cuenta, al no ser escritos originalmente por el usuario, no permiten realizar el respectivo análisis sobre el tono genuino usado por parte del alcalde Jorge Iván Ospina.

Dentro de la categoría de tuits de respuesta, deben diferenciarse aquellos que se conocen como hilos, que son tuits precedidos por un tuit del mismo autor (los cuales la plataforma *Twitonomy* los engloba también como respuestas) y aquellos que efectivamente son respuesta a otras cuentas y usuarios. Veamos a continuación la subdistribución de esta categoría en la cuenta del alcalde Jorge Iván Ospina:

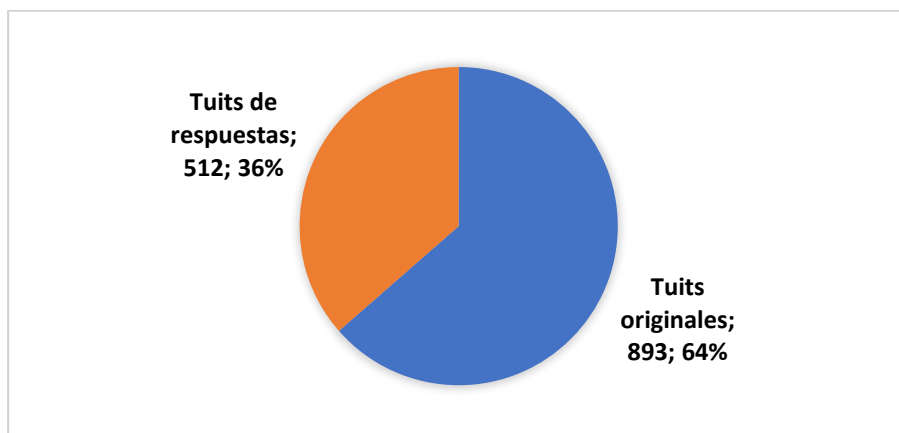
Tabla 4. Número de tuits correspondientes a la categoría tuits de respuesta.

SUBCATEGORÍA	CANTIDAD
Tuits de respuesta propios (hilos)	225
Tuits de respuesta a otras cuentas	512
TOTAL:	737

Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Así pues, delimitando las categorías de tuits a utilizar en el presente trabajo, siendo estos 893 tuits nuevos (incluye 668 originales más 225 asignados a hilos) y 512 tuits de respuesta, se establece un **universo total de 1.405 tuits**, los cuales se distribuyen de la siguiente manera en la cuenta del alcalde Jorge Iván Ospina, como se aprecia en el gráfico:

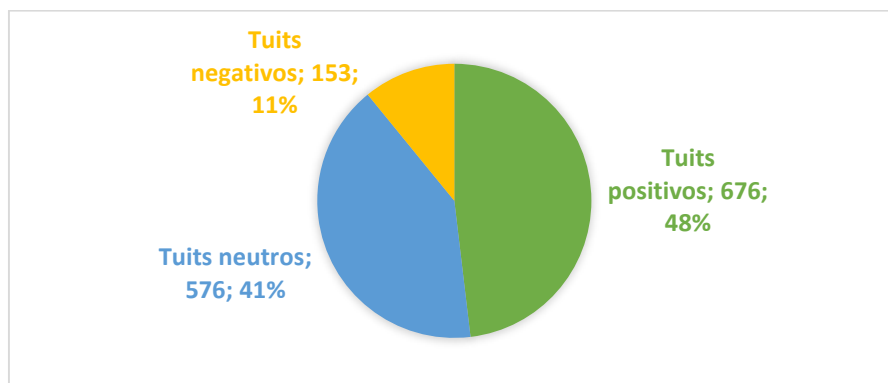
Gráfico 3. Distribución número total de tuits universo seleccionado para el análisis.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

La clasificación de cada uno de los tuits correspondientes, en los tres grandes tipos mencionados en la metodología (positivo, neutro y negativo), arrojaron los siguientes resultados durante todo el marco temporal establecido, como se señala a continuación:

Gráfico 4. Distribución de tuits según tono del mensaje



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Por último, se efectuó una recopilación de las palabras más utilizadas por el alcalde, durante el marco temporal del trabajo y de acuerdo con el universo de 1.405 tuits. Esta búsqueda en más de 38.000 palabras repetidas permitió arrojar unos gráficos de frecuencia, los cuales sirven para soportar, contrastar o acompañar el análisis para cada periodo de tiempo designado, como se observa a continuación:

Imagen 3. Palabras más usadas por el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

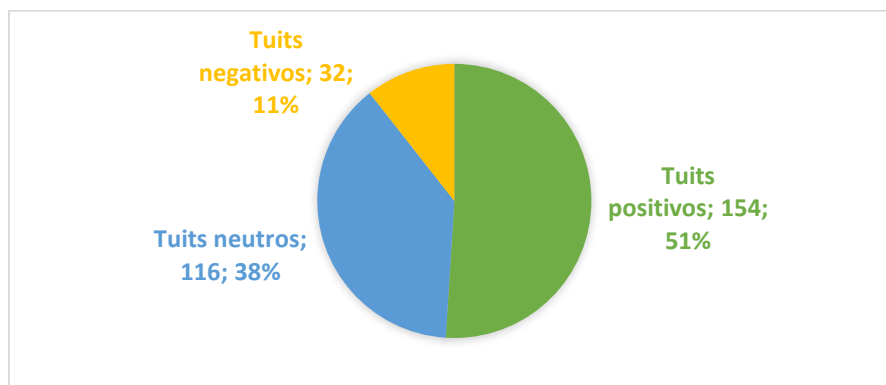
Nótese el uso mayoritario de palabras como nos, Cali, todos, nuestra, debe, hoy, bien, salud, entre otros. Como se ha mencionado, metodológicamente dentro del marco temporal del presente trabajo se creó una periodización, que de acuerdo con una serie de hitos es posible establecer diferencias sustanciales en el manejo de la pandemia a nivel nacional, para cada periodo de tiempo, enmarcado por unas disposiciones muy específicas y por unos rasgos distintivos. A continuación, se presentan los datos específicos para cada periodo de tiempo:

7.1. Periodo 1: normalidad

Del 1 de enero al 19 de marzo de 2020. Es el espacio de tiempo que corresponde a los meses y días anteriores al inicio del aislamiento preventivo obligatorio en Colombia. Para este momento aún no se registraban mayores limitaciones y restricciones sociales por cuenta de los gobiernos locales y el gobierno nacional. Mientras tanto, se miraba con cierto recelo o despreocupación en algunos casos, lo sucedido en otros países. Durante este periodo se tendrá registro oficial del primer caso positivo de *COVID-19* en el país.

Para este periodo de tiempo, compuesto por 78 días, y con 302 tuits en total, podemos encontrar la siguiente distribución en la cuenta de Twitter del alcalde Jorge Iván Ospina:

Gráfico 5. Distribución de tuits según tono del mensaje, periodo 1.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Imagen 4. Palabras más usadas por el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter, durante el periodo 1.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

En este periodo, las palabras más usadas son de nuevo Cali, nuestro, nuestra, todo, salud, coronavirus, vida, niño, hoy, bien, gracias, ciudad, entre otros. Veamos a continuación algunos tuits de referencia correspondientes al periodo de tiempo:

Imagen 5. Tuit del alcalde correspondiente al periodo 1.



Fuente: cuenta de Twitter alcalde Jorge Iván Ospina.

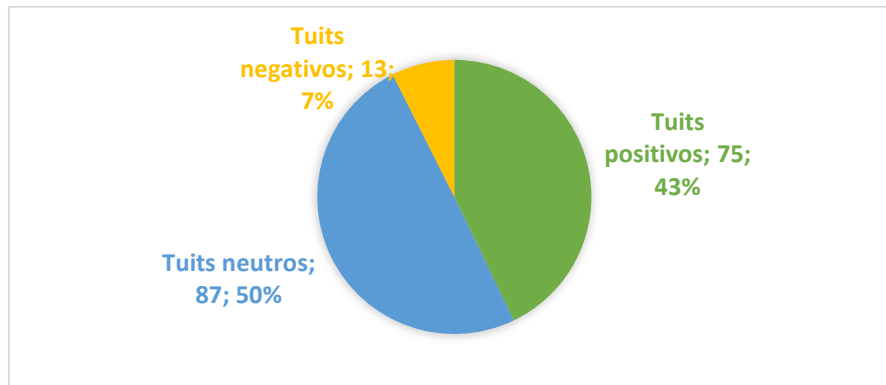
7.2. Periodo 2: aislamiento preventivo obligatorio

Del 20 de marzo al 12 de abril de 2020. Empiezan a aumentar los casos de positivos por *COVID-19* en distintas ciudades del país, razón por la cual, varios mandatarios locales, frente al descontento de que el gobierno nacional no tomara medidas restrictivas que impidieran el contagio masivo y expansivo, como lo expresó la ministra del Interior manifestando que *“No se pueden cerrar las ciudades, no es el momento y menos en ciudades donde todavía ni siquiera ha llegado el virus, entonces tenemos que actuar con calma”* (Revista Semana, 2020), establecen la realización de toques de queda o simulacros de cuarentena, como sucedió en la ciudad de Bogotá durante el fin de semana del 20 al 23 de marzo, incluyendo el puente festivo (Sabogal, 2020).

Posteriormente, el gobierno nacional mediante promulgación del decreto 457 de 2020 establecería una cuarentena durante 3 semanas, marcando el inicio del aislamiento preventivo obligatorio nacional, estipulando restricción en la movilidad y el cierre de establecimientos comerciales de productos o servicios no esenciales o que no fueran de primera de necesidad. Será visible en los mandatarios, incluyendo el alcalde de la ciudad de Cali, posturas gubernamentales que pretenden enviar un mensaje sobre la importancia y prioridad de la vida, frente a la economía.

Este segundo periodo, compuesto por 23 días, y con 175 tuits en total, manifiesta los siguientes resultados, según el tono de los mensajes escritos por el señor alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter:

Gráfico 6. Distribución de tuits según tono del mensaje, periodo 2.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Imagen 6. Palabras más usadas por el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter, durante el periodo 2.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

En este periodo de tiempo la frecuencia de palabras incluye de nuevo Cali, todo, nuestro, nuestra, debe, nos, salud: pero también se incluyen nuevas palabras como prueba, covid, resultado, caso, sector. Veamos a continuación algunos tuits de referencia correspondientes al periodo de tiempo:

Imagen 7. Tuit del alcalde correspondiente al periodo 2.



Fuente: cuenta de Twitter alcalde Jorge Iván Ospina.

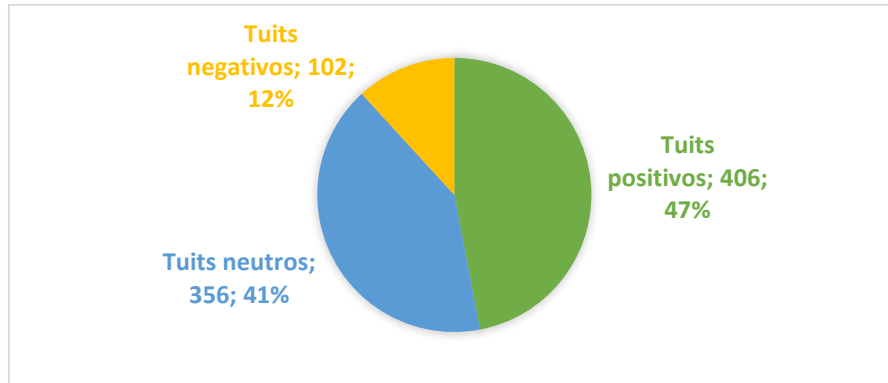
7.3. Periodo 3: aislamiento preventivo obligatorio, con reactivación paulatina de sectores económicos

Del 13 de abril al 31 de agosto de 2020. Se observa que la presencia del virus en el país está lejos de concluir. Se determinará por parte del gobierno nacional, con la consecuente adaptación de los gobiernos regionales, la apertura de determinadas áreas económicas, empezando entre ellas por el sector de la construcción y la manufactura. Paulatinamente se irán integrando más sectores a esta reapertura que tendrá como objetivo rescatar y proteger la economía del país, junto a los empleos de miles de ciudadanos, en aparente contradicción, frente a la tarea de salvaguardar la vida de las personas.

Será materia de discusión las estrategias establecidas por parte de los gobiernos durante este periodo, toda vez que coincidirá con aumentos alarmantes de casos positivos de *COVID-19* en el país, máximos niveles de ocupación de Unidades de Cuidado Intensivo (UCI) en los centros médicos y el alcance del denominado “pico” nacional del contagio en Colombia.

El tercer periodo, compuesto por 140 días, siendo pues el lapso de mayor duración en el presente trabajo, y con 864 tuits en total, presenta los siguientes resultados, según el análisis cualitativo en los mensajes escritos por el señor alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter:

Gráfico 7. Distribución de tuits según tono del mensaje, periodo 3.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Imagen 8. Palabras más usadas por el alcalde Jorge Iván Ospina en su cuenta de Twitter, durante el periodo 3.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Nótese cómo la palabra debe, y la palabra vida, ocupan un lugar importante en la frecuencia de palabras, sumado a las vistas en periodos anteriores como Cali, nuestro, nuestra, nos. Veamos a continuación algunos tuits de referencia correspondientes al periodo de tiempo número 3:

Imagen 9. Tuit del alcalde correspondiente al periodo 3.



Fuente: cuenta de Twitter alcalde Jorge Iván Ospina.

7.4. Periodo 4: aislamiento selectivo

Del 1 de septiembre al 15 de septiembre de 2020. Dado que la presencia del virus es cada vez más alta y amplia en el país, se empieza a cuestionar la efectividad de medidas como las cuarentenas, los toques de queda, las restricciones generales y los aislamientos obligatorios. A partir de la fecha, se establece el fin del aislamiento preventivo obligatorio de orden nacional, y el comienzo de un aislamiento selectivo, acondicionado mediante parámetros locales. Los resultados de una economía cada vez más golpeada empujan la necesidad de abrir la gran mayoría de sectores productivos, pero con la prohibición de aglomeraciones de más de 50 personas en un mismo lugar.

Pese a qué, para las fechas de cierre y elaboración final del presente trabajo, estas disposiciones continúan más allá del 15 de septiembre, se establece este corte con el ánimo de delimitar y procesar la información recopilada, según fuentes y bases de datos seleccionadas para el análisis.

Finalmente, el cuarto y último periodo, compuesto por 14 días, constituyéndose como el periodo más corto en el presente trabajo, y con 64 tuits en total, presenta los siguientes resultados, de acuerdo con el tono de los mensajes escritos por parte del alcalde, en su cuenta de Twitter:

Imagen 11. Tuit del alcalde correspondiente al periodo 4.

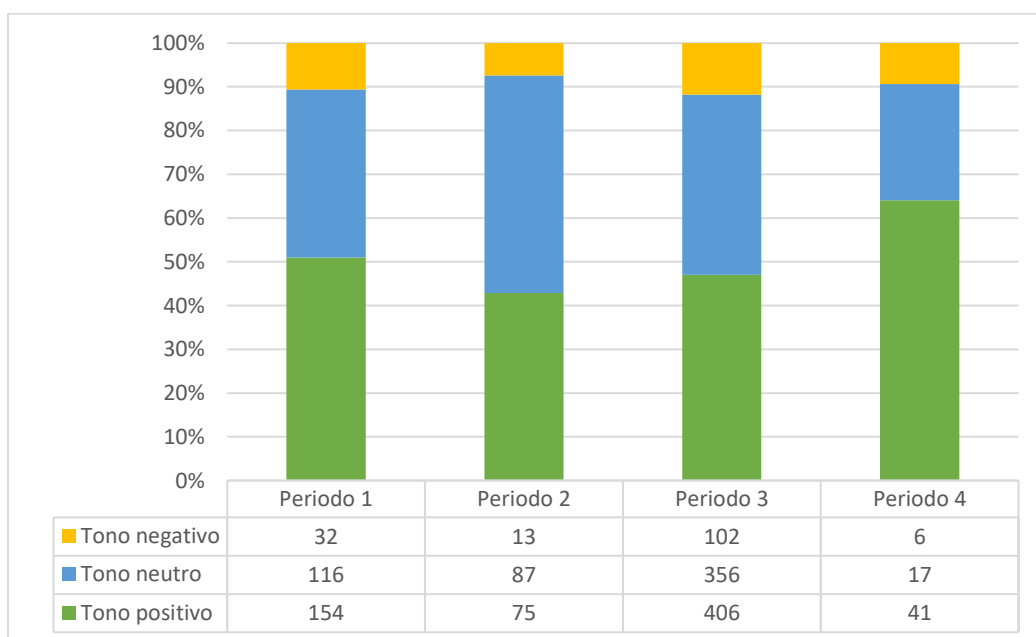


Fuente: cuenta de Twitter alcalde Jorge Iván Ospina.

7.5. Análisis general

Una vez expuestos los datos en cada periodización establecida, es posible realizar el análisis general, según el marco temporal definido. Para ello podemos observar la siguiente gráfica que nos expone la variación en el tono de los mensajes durante el desarrollo de los distintos periodos:

Gráfico 9. Distribución y variación de tuits en todo el marco temporal, según tono del mensaje.



Fuente: elaboración propia con datos de la cuenta de Twitter @JorgelvanOspina.

Nótese que en la periodización, construida a partir de los distintos hitos durante el desarrollo y avance en pro de la mitigación del virus, existe una correlación porcentual y un comportamiento cercano entre los cuatro periodos, teniendo una mayor presencia y predominancia el tono positivo durante todo el marco temporal, seguido de un tono neutral y por último un tono negativo, porcentualmente hablando, situación que solo se modificó durante el segundo periodo, donde el tono neutro fue superior (50%) al tono positivo (43%).

El tono positivo alcanzó su mayor nivel (más del 60%) en el cuarto periodo, que corresponde justamente con el fin del aislamiento obligatorio y el comienzo del aislamiento preventivo, y teniendo su nivel más bajo (cercano al 40%) durante el segundo periodo, correspondiente al comienzo de la cuarentena en Colombia, los toques de queda en las ciudades y la primera etapa del aislamiento obligatorio.

Por su parte, la mayor presencia de tuits con tono negativo se encuentra en el tercer periodo, siendo este el más largo de todo el marco temporal establecido para el presente trabajo, con 140 días en total y la menor presencia se ubica en el segundo periodo, que corresponde al inicio de la cuarentena y el aislamiento obligatorio, que para ese entonces se contempla solamente durante tres semanas. Muy seguramente este fenómeno se explica por la concepción esperanzadora por parte de los mandatarios locales, como el alcalde Jorge Iván Ospina, y también por parte de la ciudadanía en general, de percepción que las medidas adoptadas solo serían de corta duración y de manera temporal, situación que, por supuesto irá cambiando, reflejado en la prolongación de la emergencia sanitaria en todo el país y consigo, el aislamiento obligatorio. Ello explica quizá que sea durante ese siguiente periodo (número 3) que se manifieste el mayor nivel del tono negativo, como ya se expuso anteriormente, durante todo el marco temporal establecido.

8. Consideraciones finales

No resulta ser un secreto que la pandemia por cuenta de *COVID-19* es un acontecimiento sin parangón en la historia reciente de la humanidad. Las acciones que de ello se han generado son un fenómeno aún incipiente, por descubrir, y sobre cual muy seguramente la academia tendrá un largo camino por explorar, y mucho por decir, toda vez que para la escritura final del presente estudio el avance en el contagio de la enfermedad sigue cobrando gran cantidad de vidas humanas, generando a su vez pérdidas económicas y sacrificios sociales para gran parte de la humanidad en muchos países, entre los que se encuentran por supuesto Colombia.

La mitigación de *COVID-19* debe ameritar un gran esfuerzo intersectorial e interinstitucional, que le permitan a los distintos entes relacionados mitigar el impacto negativo por cuenta del virus. Si bien puede decirse que los nuevos paradigmas de gestión y administración pública basados en gobernanza, establecen que no solo el sector público tiene incidencia en el tipo de sociedad que se pretende configurar -puesto que sector privado y ciudadanía coparticipan también en la construcción de escenarios, toma de acciones y decisiones que se pretenden moldear, tanto en los tiempos normales, y también

en los tiempos de este gran y nuevo reto que afronta la humanidad-, sí resulta claro que el sector público ante este fenómeno, con tamaño grado de incertidumbre como el actual, cobra su mayor protagonismo, como garante y defensor de la sociedad que es, según sus fines esenciales establecidos en la carta magna.

Las sociedades contemporáneas que viven en estas épocas y afrontan su diario vivir ante la presencia de *COVID-19* están en su mayoría, cargadas de incertidumbre y mediadas por la llegada de cientos de noticias falsas, rumores e información incorrecta (como consecuencia también de la masificación del uso y propagación de medios digitales, redes sociales e hiperconectividad), ante lo cual las autoridades y los gobiernos de los distintos niveles tienen la tarea principal de convertirse en promotores de la veracidad y la verdad científica, esto es que, basados en evidencia, logren transmitir el mensaje correcto a sus ciudadanos, procurando salvar vidas y amortiguar los efectos perversos que ha contraído la pandemia.

La gestión pública para los tiempos actuales requiere de gobernantes que logren interpretar y leer muy bien las dinámicas de esta época, de forma tal que mediante su administración y gestión de lo público procuren buscar el interés general y colectivo, estableciendo las medidas más adecuadas en favor de comunidades inmensamente afectadas e impactadas negativamente a raíz de la pandemia.

Pero si gestionar y administrar son factores indispensables a la hora de gobernar, también lo es comunicar. En ese sentido la comunicación política, es un elemento fundamental dentro del ejercicio público, no solo en momentos de jornadas electorales, sino también en momentos de actuación y desarrollo gubernamental por parte de los elegidos, según el cargo y el periodo establecido. Todo gobernante debería considerar que la comunicación es también una estrategia de gobierno, pues no solo representa el pensar y el actuar de un mandatario -como quizá se podría argumentar que así sucede en las cuentas personales de las redes sociales de los gobernantes, distanciando y diferenciando su vida privada del cargo y la responsabilidad que ostentan-, sino que por el contrario se constituye en la manifestación primaria del sentido y visión del líder público, es decir, por extensión, la visión institucional de la entidad a la que representa como mandatario.

Si esto resulta innegable en épocas que podríamos identificar como normales o usuales, imagínese ahora cuando de importante ha de ser la comunicación política en periodos de incertidumbre, en tiempos de crisis y de riesgo; en tiempos de pandemia. Cada palabra que exprese el máximo mandatario de una entidad por los canales formales e informales, a través de medios institucionales y personales, cada mensaje que divulgue, cada foto que registre, cada tuit que escribe, cada respuesta que genere da cuenta de la verdadera intención que tiene la organización a la que representa, en cualquiera de los niveles que esta se encuentre (llámese presidencia, ministerio, gobernación, alcaldía, secretaría, entre otros).

En tiempos de pandemia, la comunicación política definitivamente debe ser aun más estratégica, pues esta se convierte en el vehículo principal para que el mandatario oriente e ilustre tanto a electores como detractores, y en general para el grueso de una población sobre la que rige sus decisiones, sobre las medidas acertadas que conducirán a reducir los efectos negativos ante los embates del virus, tanto en pérdidas humanas, como en afectaciones sociales, económicas, laborales y culturales.

Sin duda que cada decisión gubernamental, por enmarcarse en un escenario totalmente atípico, podrá generar mayor controversia; pero es allí donde la comunicación política se convierte en el aliado ideal de los mandatarios, que logren no solo manifestar adecuadamente el por qué de tales decisiones, sino también escuchar e interactuar correcta y respetuosamente con los actores relacionados, es decir una ciudadanía que podría manifestar desacuerdo y plantear inconformidades, o que simplemente las perciben como inadecuadas, innecesarias o carentes de fundamento.

Así pues, con base en los resultados hallados en el presente estudio de caso, puede decirse que las redes sociales son decisivas en el ejercicio de gobierno, y la percepción que producen estas en los ciudadanos, no solo sobre el estilo del mandatario y su carácter individual, sino sobre todo en su mirada institucional y en su actuar como servidor público que se constituye, aun cuando la red social sea la cuenta de uso personal del gobernante, como es en el caso de Jorge Iván Ospina, alcalde de Santiago de Cali.

Si bien es cierto que en el presente estudio, se observa que el alcalde Jorge Iván Ospina utilizó mayoritariamente un tono positivo durante el marco temporal establecido, según se observa en las gráficas y en las nubes de palabras incluidas, debe resaltarse el grave efecto y daño que se genera en la ciudadanía a raíz del tono negativo de sus mensajes personales, aun cuando este sea porcentualmente menor (como se observó en el capítulo de resultados y análisis), pues se podría dar pie a crear la percepción de un mandatario insultante, irrespetuoso, obtuso, ajeno al diálogo con la ciudadanía, o simplemente de espaldas a la crítica que no le beneficia.

Este resultado podría desembocar en dos situaciones, ambas adversas: por un lado, alejarlo de la opinión mayoritariamente favorable durante el avance de su mandato, o simplemente deteriorar su imagen positiva como gobernante, lo que podría conllevar a pérdidas futuras en su apoyo por cuenta de los habitantes de Santiago de Cali. Por otro lado, generar la percepción en los ciudadanos de que la máxima autoridad de la ciudad, en cabeza del alcalde, no toma las decisiones correctas, propiciando poca confianza institucional, generando indirectamente la reducción en hábitos de prevención sobre el riesgo de *COVID-19*, aumentando la incertidumbre en los ciudadanos sobre el futuro que le espera a la ciudad y a sus moradores -preocupación principal de esta época-, y creando en definitiva una visión desalentadora.

La comunicación política es compañera infaltable de la gestión gubernamental. Ella es clave no solo como manifestación, canal y expresión de los gobiernos exitosos, sino también como estrategia para la construcción de un buen gobierno; aquel que se acerca a sus ciudadanos, que escucha y convalida, que argumenta respetuosamente, que brinda orientación veraz y precisa de manera oportuna en momentos de incertidumbre, que es sinónimo de esperanza, más aún en tiempos difíciles; en tiempos de pandemia.

Referencias

- Adhanom Ghebreyesus, T. (11 de marzo de 2020). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. Obtenido de World Health Organization: <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Adhanom Ghebreyesus, T. (30 de enero de 2020). *WHO Director-General's statement on IHR Emergency Committee on Novel Coronavirus (2019-nCoV)*. Obtenido de World Health Organization: [https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-statement-on-ihr-emergency-committee-on-novel-coronavirus-\(2019-ncov\)](https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-statement-on-ihr-emergency-committee-on-novel-coronavirus-(2019-ncov))
- Aktouf, O. (2009). *La Administración: entre tradición y renovación*. Universidad del Valle, Universidad Libre, Artes Gráficas de Valle Editores.
- Alcaldía de Santiago de Cali. (28 de septiembre de 2016). *Decreto extraordinario No. 411.0.20.0516 DE 2016. "Por el cual se determina la estructura de la Administración Central y las funciones de sus dependencias"*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/documentos/2461/decreto-extraordinario-n-4110200516-de-2016/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (22 de junio de 2018). *Reforma administrativa 2017: se cumplió con el Plan de Desarrollo 2016-2019 y con el ciudadano*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/desarrolloinstitucional/publicaciones/141816/reforma-administrativa-2017-se-cumplio-con-el-plan-de-desarrollo-2016-2019-y-con-el-ciudadano/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (11 de diciembre de 2019). *Cali Distrito Especial*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/146724/cali-distrito-especial/genPagdoc2805=1>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (19 de marzo de 2020). *Alcalde decretó Toque de queda y Ley seca en establecimientos de comercio*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/152423/alcalde-decreto-toque-de-queda-y-ley-seca-en-establecimientos-de-comercio/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (5 de noviembre de 2020). *Cali, declarada mejor destino emergente de Sudamérica 2020*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/turismo/publicaciones/157235/cali-declarada-mejor-destino-emergente-de-sudamerica-2020/>
- Alcaldía de Santiago de Cali. (19 de marzo de 2020). *Decreto No. 4112.010.20.0728 de 2020*. Obtenido de Alcaldía de Santiago de Cali: <https://www.cali.gov.co/gobierno/publicaciones/152423/alcalde-decreto-toque-de-queda-y-ley-seca-en-establecimientos-de-comercio/>
- Alonso, L. E., & Fernández Rodríguez, C. J. (2006). El imaginario managerial: el discurso de la fluidez en la sociedad económica. *Política y sociedad*, 127-151.
- Aruguete, N. (2015). *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Biblos.

Ávila, R. (10 de mayo de 2020). *La nueva normalidad y los retos tras el confinamiento*. Obtenido de Diario Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/la-nueva-normalidad-y-los-retos-tras-el-confinamiento-540672>

Congreso de Colombia. (1 de agosto de 2018). *Ley 1933 de 2018. Por medio del cual se categoriza al municipio de Santiago de Cali como distrito especial, deportivo, cultural, turístico, empresarial y de servicios*. Obtenido de Función Pública: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=87799>

Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de Secretaría del Senado: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991_pr007.html#212

Departamento Administrativo de la Presidencia de la República. (28 de mayo de 2020). *Tenemos que prepararnos para una nueva normalidad y seguir protegiendo a los más vulnerables, advirtió el Presidente Duque en foro de ONU sobre pandemia*. Obtenido de Departamento Administrativo de la Presidencia de la República: <https://id.presidencia.gov.co/Paginas/prensa/2020/Tenemos-que-prepararnos-para-una-nueva-normalidad-seguir-protegiendo-a-los-mas-vulnerables-advirtio-Presidente-Duque-200528.aspx>

Diario El País. (17 de octubre de 2019). *Esta es la cifra definitiva de habitantes en Cali y el Valle tras revisión del censo*. Obtenido de Diario El País: <https://www.elpais.com.co/ultimo-minuto/esta-es-la-cifra-definitiva-de-habitantes-en-cali-y-el-valle-tras-revision-del-censo.html>

Diario El País. (15 de marzo de 2020). *Confirman primer caso de coronavirus en Cali, aumentaron a 34 contagios en todo el país*. Obtenido de Diario El País: <https://www.elpais.com.co/ultimo-minuto/confirman-primer-caso-de-coronavirus-en-cali-aumentaron-a-34-contagios-en-todo-el-pais.html>

Diario El País. (20 de mayo de 2020). *'El héroe sos vos': el llamado del Alcalde para hacer frente a la pandemia del coronavirus en Cali*. Obtenido de Diario El País: <https://www.elpais.com.co/cali/el-heroe-sos-vos-el-llamado-del-alcalde-para-hacer-frente-a-la-pandemia-del-coronavirus-en.html>

Diario El Tiempo. (20 de marzo de 2020). *Atención: Colombia entrará a cuarentena total*. Obtenido de Diario El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/salud/cuarentena-total-en-colombia-por-el-coronavirus-declara-el-presidente-ivan-duque-475512>

Diario El Tiempo. (6 de noviembre de 2020). *Cali ganó uno de los 'Oscar del Turismo'*. Obtenido de Diario El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/cali-destacada-como-destino-en-premios-de-turismo-547469>

Diario El Tiempo. (6 de mayo de 2020). *'Tenemos que definir cómo será la nueva normalidad': Claudia López*. Obtenido de Diario El Tiempo: <https://www.eltiempo.com/bogota/coronavirus-en-bogota-claudia-lopez-explica-como-continuara-la-cuarentena-en-bogota-por-la-covid-19-492282>

- Diario Occidente. (5 de mayo de 2020). *Alcalde de Cali indicó cambios para las empresas que se reactivan*. Obtenido de Diario Occidente: <https://occidente.co/cali/alcalde-de-cali-indico-cambios-para-las-empresas-que-se-reactivan/>
- Fernández Collado, C. (2003). *Marketing político e imagen de gobierno en funciones*. McGraw-Hill.
- Griffiths, J., & Gan, N. (22 de enero de 2020). *Aumenta el número de muertos y contagiados por coronavirus y se teme mayor propagación*. Obtenido de CNN en español: <https://cnnespanol.cnn.com/2020/01/22/aumenta-el-numero-de-muertos-y-contagiados-por-coronavirus-y-se-teme-mayor-propagacion/>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2010). *Micropolítica. Ideas para cambiar la comunicación política*. Ateneu Barcelones.
- Lewicki, R., Saunders, D., & Barry, B. (2008). Percepción, conocimiento y emoción. En R. Lewicki, D. Saunders, & B. Barry, *Fundamentos de negociación* (págs. 111-133). McGraw Hill .
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion. Chapter 1 in Agenda Setting: Reading son Media, Public Opinion, and Policymaking*. Macmillan Publishing Company.
- Maarek, P. (1997). *Marketing Político y Comunicación: Claves para una buena información política*. Paidós.
- Manfredi, L., & González, J. (2019). Comunicación y competencia en Twitter. Un análisis en las elecciones presidenciales Colombia 2018. *Revista Estudios Institucionales*, 133-150.
- Manfredi, L., & Sánchez Sierra, A. M. (2020). Cuestión de agenda: encuentros y desencuentros de la agenda política, de medios y pública en Colombia, durante las campañas a la Alcaldía de Cali 2019. *Elecciones subnacionales 2019: una redefinición de los partidos y de sus campañas electorales*, 565.
- Manfredi, L., González, J., & Biojó, D. (2018). ¡Tuiteo, luego existo! Un análisis de las dinámicas de competencia electoral de los candidatos a la Presidencia de Colombia 2018 en Twitter. *Elecciones Presidenciales y de Congreso 2018 Nuevos acuerdos ante diferentes desafíos*, 117.
- Ministerio de Salud y Protección Social. (Junio de 2020). *Abecé. Protocolos de bioseguridad (Resolución 666 del 24 de abril de 2020)*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/abece-resolucion-666.pdf>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (6 de marzo de 2020). *Colombia confirma su primer caso de COVID-19. Boletín de Prensa No 050 de 2020*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Colombia-confirma-su-primer-caso-de-COVID-19.aspx>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (15 de marzo de 2020). *Minsalud confirma diez nuevos casos de coronavirus (COVID-19) en Colombia. Boletín de Prensa No 069 de 2020*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social:

[https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Minsalud-confirma-diez-nuevos-casos-de-coronavirus-\(COVID-19\)-en-Colombia.aspx](https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Minsalud-confirma-diez-nuevos-casos-de-coronavirus-(COVID-19)-en-Colombia.aspx)

Ministerio de Salud y Protección Social. (24 de abril de 2020). *Resolución número 000666 de 2020. Por medio de la cual se adopta el protocolo general de bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia del Coronavirus COVID-19*. Obtenido de Ministerio de Salud y Protección Social:
https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Forms/DispForm.aspx?ID=6008

Ospina, J. I. (5 de mayo de 2019). *Mi historia*. Obtenido de Jorge Iván Ospina:
<https://www.jorgeivanospina.com/publicaciones/209/mi-historia/>

Presidencia de la República. (25 de agosto de 2020). *Decreto 1168 de 2020. Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19, y el mantenimiento del orden público y se decreta el aislamiento selectivo con distanciamiento individual*. Obtenido de Departamento Administrativo de la Presidencia de la República:
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%201168%20DEL%2025%20DE%20AGOSTO%20DE%202020.pdf>

Presidencia de la República. (17 de marzo de 2020). *Decreto 417 de 2020. Por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional*. Obtenido de Departamento Administrativo de la Presidencia de la República:
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20417%20DEL%2017%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>

Presidencia de la República. (22 de marzo de 2020). *Decreto 457 de 2020. Por el cual se imparten instrucciones en virtud de la emergencia sanitaria generada por la pandemia del Coronavirus COVID-19 y el mantenimiento del orden público*. Obtenido de Departamento Administrativo de la Presidencia de República:
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20457%20DEL%2022%20DE%20MARZO%20DE%202020.pdf>

Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de Diccionario de la lengua española, versión 23.4 en línea: <https://dle.rae.es/>

Revista Semana. (17 de marzo de 2020). *“No se pueden cerrar las ciudades y menos donde no ha llegado el virus”: ministra del Interior*. Obtenido de Revista Semana:
<https://www.semana.com/nacion/articulo/no-se-pueden-cerrar-las-ciudades-y-menos-donde-no-ha-llegado-el-virus-ministra-del-interior/657395/>

Sabogal, J. (20 de marzo de 2020). *Empieza simulacro de aislamiento en Bogotá, con más casos de COVID-19*. Obtenido de Caracol Radio:
https://caracol.com.co/emisora/2020/03/18/bogota/1584487173_942413.html

Torrado, S. (20 de marzo de 2020). *Colombia se declara en cuarentena hasta el 13 de abril para frenar el coronavirus*. Obtenido de Periódico El País (España):

<https://elpais.com/sociedad/2020-03-21/colombia-se-declara-en-cuarentena-hasta-el-13-de-abril-para-frenar-el-coronavirus.html>

Universidad Nacional Periódico Digital. (6 de julio de 2020). *Derecho al derecho: ¿qué es el estado de emergencia sanitaria?* Obtenido de Universidad Nacional Periódico Digital:
<https://unperiodico.unal.edu.co/pages/detail/derecho-al-derecho-que-es-el-estado-de-emergencia-sanitaria/>

Wainfeld, M. (20 de julio de 2020). *Mario Riorda y un análisis sobre la comunicación del Gobierno en la pandemia*. Obtenido de Radio Nacional (Argentina):
<http://www.radionacional.com.ar/mario-riorda-y-un-analisis-sobre-la-comunicacion-del-gobierno-en-la-pandemia/>