



SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIÓN DE LA
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA (SGCPR)



Informe de actividades comunicacionales realizadas en el marco del estado de excepción

10-septiembre-2020



1. Antecedentes:

Con Decreto Ejecutivo Nro. 535, del 11 de octubre del 2018, se dispone la supresión de la Secretaría Nacional de Comunicación y se crea la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, la cual asumirá las competencias, atribuciones, funciones, representaciones y delegaciones en materia comunicacional constante en leyes, decretos, reglamentos, y demás normas vigentes que le correspondían a la Secretaría Nacional de Comunicación.

Con Decreto Ejecutivo Nro. 1066 del 21 de mayo del 2020, el Presidente de la República reorganiza la institucionalidad de la Presidencia de la República; y establece como una de las atribuciones de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República “*Velar que la comunicación gubernamental aporte efectiva y eficientemente al desarrollo de la gestión productiva, cultural, educativa, social y política del país*”.

El artículo 164 de la Constitución de la República del Ecuador establece que “*la Presidenta o Presidente de la República podrá decretar el estado de excepción en todo el territorio nacional o en parte de él en caso de agresión, conflicto armado internacional o interno, grave conmoción interna, calamidad pública o desastre natural. La declaración del estado de excepción no interrumpirá las actividades de las funciones del Estado.*”

El artículo 165 de la Constitución de la República del Ecuador dispone que “*durante el estado de excepción la Presidenta o Presidente de la República únicamente podrá suspender o limitar el ejercicio del derecho a la inviolabilidad de domicilio, inviolabilidad de correspondencia, libertad de tránsito, libertad de asociación y reunión, y libertad de información, en los términos que señala la Constitución*”.

El artículo 166 de la Constitución de la República del Ecuador determina que “*la Presidenta o Presidente de la República notificará la declaración del estado de excepción a la Asamblea Nacional, a la Corte Constitucional y a los organismos internacionales que corresponda dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a la firma del decreto correspondiente. Si las circunstancias lo justifican, la Asamblea Nacional podrá revocar el decreto en cualquier tiempo, sin perjuicio del pronunciamiento que sobre su constitucionalidad pueda realizar la Corte Constitucional. El decreto de estado de excepción tendrá vigencia hasta un plazo máximo de sesenta días. Si las causas que lo motivaron persisten podrá renovarse hasta por treinta días más, lo cual deberá notificarse. Si el Presidente no renueva el decreto de estado de excepción o no lo notifica, éste se entenderá caducado.*”

Con Decreto Ejecutivo Nro. 1017 del 16 de marzo de 2020, el Presidente de la República dispuso “*DECLARAR el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por los casos de coronavirus confirmados y la declaratoria de pandemia COVID-19 por parte de la Organización Mundial de la Salud, que representan un alto riesgo de contagio para toda la ciudadanía y generan afectación a los derechos a la salud y convivencia pacífica del Estado, a fin de controlar la situación de emergencia sanitaria para garantizar los derechos de las personas ante la inminente presencia del virus COVID-19 en Ecuador*”.

Con Decreto Ejecutivo Nro. 1052 del 15 de mayo de 2020, el Presidente de la República dispuso “*RENOVAR el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por los*

casos de coronavirus confirmados y número de fallecidos a causa de la COVID-19 en Ecuador, que siguen representando un alto riesgo de contagio para toda la ciudadanía y generan afectación a los derechos a la salud y convivencia pacífica del Estado, a fin de poder desplegar las medidas de distanciamiento social necesarias para controlar la situación de emergencia sanitaria y replegar las medidas de aislamiento social, garantizando los derechos de las personas ante la inminente presencia del virus COVID-19 en Ecuador”.

El 16 de junio de 2020, el Presidente de la República remitió a la Corte Constitucional el decreto ejecutivo No. 1074, de 15 de junio de 2020, a través del cual se declaró el Estado de Excepción en todo el territorio nacional por calamidad pública, ante la presencia del COVID-19 en el país. El 29 de junio de 2020, el Pleno de la Corte Constitucional emitió, con voto de mayoría, el dictamen No. 3-20-EE/20 y declaró la constitucionalidad del decreto ejecutivo, bajo la observancia de varios parámetros establecidos en la parte resolutive de la decisión.

El 14 de agosto de 2020, el Presidente de la República emitió el decreto ejecutivo No. 1126, en el que dispuso: *“RENOVAR el estado de excepción por calamidad pública en todo el territorio nacional, por la presencia de la COVID-19 en el Ecuador a fin de poder continuar con el control de la enfermedad a través de medidas excepcionales necesarias para mitigar su contagio masivo...”*. El 24 de agosto de 2020, el Pleno de la Corte Constitucional emitió, el dictamen No. 5-20-EE/20 y declaró la constitucionalidad del decreto ejecutivo, bajo la observancia de varios parámetros establecidos en la parte resolutive de la decisión.

La Corte Constitucional del Ecuador en su Dictamen Nro. 5-20-EE/20, señala en su parte pertinente que: *“VI. Decisión (137.) En mérito de lo expuesto, administrando justicia constitucional y por mandato de la Constitución de la República del Ecuador, el Pleno de la Corte Constitucional resuelve: (...)7. Disponer que el Presidente de la República, una vez que concluya el período de renovación del estado de excepción, remita a la Corte Constitucional el informe correspondiente, de conformidad con el artículo 166 de la Constitución.”*

Con oficio Nro. PR-SNJRD-2020-0224-OQ de 07 de septiembre de 2020, la Secretaria General Jurídica de la Presidencia de la República del Ecuador requiere a la Secretaría General de Comunicación lo siguiente: *“(...) se solicita se remita información detallada de las medidas diseñadas y que se adoptaran en el contexto del control de la pandemia en Ecuador en atención a los siguientes puntos, en caso de encontrarse disponible se solicita también se remita documentación de respaldo de las mismas: (...) 18. Sobre el manejo y difusión de la información en la transición al régimen ordinario: Se solicita se remita un detalle de la estrategia comunicacional que se ha aplicado durante el período de vigencia del estado de excepción renovado así como el detalle del contenido de la estrategia comunicacional aplicada para informar a la ciudadana sobre el cambio de medidas del aislamiento al distanciamiento dentro del contexto a retorno al régimen constitucional ordinario (finalización del estado de excepción).”*

2. Información de acciones comunicacionales en el marco del estado de excepción:

La gestión de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República durante este período de pandemia tuvo como objetivo principal mantener informada a la ciudadanía sobre todas las medidas efectuadas por el Gobierno Nacional en el marco de la emergencia sanitaria, que provocaron crisis en el ámbito sanitario, social y económico. En este período, el Gobierno Nacional ha emprendido acciones y decisiones responsables para garantizar la salud y la vida de la ciudadanía en todo el territorio nacional, con el objetivo de implementar las mejores alternativas para enfrentar este inesperado suceso.

2.1. Campañas de mercadeo social realizadas:

La Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, a través de las direcciones de Marketing y Publicidad, Imagen Gubernamental y Producción Audiovisual, generó diversas campañas enfocadas en la prevención para la etapa de la nueva normalidad, la reactivación económica y la concienciación en la ciudadanía para mitigar los contagios en el país.

Las campañas que se generaron en este aspecto fueron:

1. **ASÍ ECUADOR:** Campaña de lanzamiento de la aplicación que alerta a las personas de un posible contagio.
2. **Don Justo:** Campaña informativa en la que se explica el manejo de la facturación de la tarifa eléctrica de los meses de confinamiento y la solución para que no se sientan afectados.
3. **InfoCOE:** Videos informativos con las resoluciones que adopta el COE Nacional semana a semana.
4. **Regresa el fútbol:** Campaña de reactivación de este deporte.
5. **Playa segura:** Campaña de reactivación de espacios públicos.
6. **Juntos salimos adelante:** Campaña que agrupaba los hitos desarrollados por cada sector en los cinco meses de pandemia.
7. **YO ME CUIDO:** Campaña emblemática de concienciación y solidaridad ciudadana, con mensajes de prevención.
8. **Semaforización:** Medidas adoptadas por provincia para el regreso a la nueva normalidad.
9. **Preguntas y respuestas:** Mensajes aclaratorios para que la ciudadanía esté informada sobre la finalización del estado de excepción.

YO ME CUIDO

La última semana de agosto se realizó el lanzamiento de esta campaña, con la finalidad de que la ciudadanía genere la conciencia necesaria de autocuidado, ya que a partir del 13 de septiembre de 2020 ya no habrá regulaciones que permitan llevar un control estricto por parte

del Gobierno Nacional. Por ello, la campaña tendrá una permanencia a largo plazo con el refuerzo de mensajes enfocados en empoderar a la ciudadanía para que adopten las medidas de precaución necesarias.

La iniciativa tiene como objetivo principal concientizar a la ciudadanía que es momento de asumir un compromiso personal en el cuidado y la prevención de la pandemia. Para esto se desarrollaron mensajes claros y directos con tonos emocionales, con comunicación inclusiva para llegar a los distintos segmentos de la ciudadanía y utilizando canales de comunicación que permita cubrir todo el territorio nacional.

El concepto “YO ME CUIDO” hace referencia a un compromiso que lo asume la ciudadanía y los protagonistas son las personas. La información destaca dos ejes de comunicación:

- Educativo: mensajes informativos con las regulaciones y medidas de prevención, los cuales han sido permanentes durante toda la pandemia para generar hábitos en la ciudadanía.
- Autorregulación: mensajes enfocados al compromiso del ciudadano por un autocuidado.

La Dirección de Marketing y Publicidad, en conjunto con la Dirección de Relaciones Públicas y la Dirección de Comunicación Digital, han realizado las gestiones pertinentes para que la campaña sea difundida en medios masivos como televisión, radio, medios digitales y en la vía pública; que se pueden detallar de la siguiente manera:

- Los dos primeros medios permitieron llegar a los ciudadanos, al generar una cobertura total. Se contó con el apoyo de canales y radios nacionales, regionales-locales y comunitarios. Adicionalmente, la difusión se realizó a través de cadena nacional.
- En las pantallas (infochannels) de las instituciones del Ejecutivo se transmiten videos, con la finalidad de lograr la visualización de los mensajes de la campaña.
- En Facebook y Google se difunden videos e imágenes de la campaña, esto como parte del apoyo de estas plataformas para enfrentar la pandemia. De igual manera, todas las instituciones del Ejecutivo se activan con sus redes sociales reproduciendo los mensajes de la campaña, con lo que se logra mayor alcance en la ciudadanía.
- Así también, se activaron varios influenciadores con perfiles positivos como deportistas y artistas, que se suman a la campaña con mensajes desde sus cuentas de redes sociales. Además, se ha contado con soporte de mensajería instantánea, para llegar de manera directa y masiva a los usuarios de telefonía móvil.
- En vía pública se activaron varias pantallas LED en distintas ciudades del país en puntos de alto tránsito vehicular y peatonal.
- Para llegar a poblaciones que se encuentran en zonas de difícil acceso se implementó perifoneo que se ha realizado con apoyo interinstitucional.

Cabe destacar que estas acciones se autogestionaron con los medios para obtener espacios gratuitos como colaboración para amplificar el alcance de la campaña.

Período de la campaña:

La campaña comenzó desde la última semana de agosto y se plantea que dure hasta finales de noviembre del presente año.

	Agosto				Septiembre					Octubre				Noviembre					Diciembre			
Medio / Período	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4
Tv nacional				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Tv regional o local				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Radio nacional				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Radio regional o local				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Digital				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				
Vía pública				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				

2.2. Relaciones con los medios de comunicación, periodistas y comunicadores comunitarios e independientes:

La Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, a través de la Subsecretaría de Relaciones Públicas y Eventos, ha ejecutado diferentes acciones a fin de facilitar el trabajo periodístico, que permitan a su vez a la ciudadanía tener un acceso rápido y eficaz a toda la información relacionada con la evolución del COVID-19 en nuestro país y las acciones emprendidas por el Gobierno Nacional.

Se ha puesto especial énfasis en garantizar que los contenidos distribuidos a través de las cadenas, ruedas de prensa, boletines y vocerías contribuyan a fomentar temas relacionados a la prevención en salud, educación permanente, información inclusiva con contenidos específicos para pueblos y nacionalidades indígenas, evitar episodios de violencia y un adecuado y permanente acceso a la información.

Para garantizar este acceso a toda la ciudadanía, la Secretaría General de Comunicación -además de difundir la información oficial y actualizada sobre la situación del COVID-19 en sus canales y redes oficiales- ha mantenido activos ocho chats con periodistas y representantes de medios de comunicación en la plataforma WhatsApp.

De esta manera, se ha facilitado el acceso a la información para que los medios de comunicación de carácter nacional, regional, local, comunitario e internacional puedan recibir de primera mano y mediante un solo canal informativo los datos referentes al avance de la pandemia en el país, los protocolos sanitarios, las herramientas para mantenerse informados y el trabajo diario de las instituciones del Ejecutivo para combatir los efectos del virus.

Cadenas

Las cadenas nacionales dispuestas por la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República o solicitadas por las instituciones del Estado han estado alineadas a las disposiciones requeridas durante el estado de excepción. Es así, que se han realizado 23 cadenas desde el 14 de agosto hasta el 09 de septiembre de 2020, desglosadas de la siguiente manera:

- **17** cadenas orientadas a facilitar el acceso a la información y garantizar la libertad de expresión. La mayoría incluye las cadenas de INFOCOE en las que se da a conocer las disposiciones del COE Nacional y los lineamientos a seguir una vez terminado el estado de excepción. También comprenden el lanzamiento del aplicativo móvil Así Ecuador, herramienta que ayuda a prevenir la expansión de los contagios del COVID-19. Todas las cadenas han sido acompañadas por interpretación en lenguaje de señas, para garantizar el acceso a las personas con discapacidad
- **CINCO** cadenas nacionales de educación: campaña Yo me Cuido, misma que incentiva a la ciudadanía al autocuidado para prevenir el contagio del COVID-19, y cadena de prevención de incendios forestales en coyuntura a los meses del año donde se presenta el verano y hay más recurrencia de esta problemática.
- **UNA** cadena específica para pueblos y nacionalidades indígenas (provincial). Material educativo sobre prevención de incendios forestales en versión Kichwa.

Ruedas de prensa

La modalidad de ruedas de prensa virtuales se implementó por parte de la Secretaría General de Comunicación, principalmente, para reducir aglomeraciones y evitar posibles contagios. Además, para que los periodistas cuenten con un espacio donde puedan dialogar directamente con las autoridades nacionales y resolver sus dudas respecto al trabajo gubernamental.

Desde el inicio de la pandemia se han realizado 100 ruedas de prensa virtuales; ocho corresponden al período del presente estado de excepción.

Envío de información

Desde el inicio de la emergencia sanitaria se han realizado 682 envíos de información (boletines, material audiovisual, fotografías) a 680 miembros de los chats que mantiene la Secretaría General de Comunicación; 225 corresponden al período del presente estado de excepción.

Estos boletines también se encuentran publicados, de acuerdo con el tema que tratan, en las páginas web de los respectivos ministerios y secretarías de Estado

Vocerías / Agendas de medios

A través de las permanentes vocerías de la mayoría de las autoridades que se encuentran en primera línea durante esta emergencia sanitaria, se ha podido entregar información veraz a la ciudadanía durante la pandemia en cuanto a cifras, resoluciones, acciones y otras decisiones gubernamentales.

Se ha coordinado y apoyado 4.813 entrevistas de autoridades registradas en los diferentes medios de comunicación; de las cuales, 1.608 corresponden al período del presente estado de excepción.

En resumen, las vocerías han sido diarias por parte de diferentes autoridades y varios voceros externos que han realizado un trabajo de comunicación directa, apoyados por la SGCP, para llegar a la población con mensajes enfocados en salud mental y apoyo psicológico para enfrentar las diversas circunstancias generadas por la pandemia.

Desde otras perspectivas, con la ayuda de voceros externos se han aterrizado algunas de las decisiones tomadas por el Gobierno Nacional, lo que ha favorecido el debate desde una visión independiente al Estado.

Adicional a los temas difundidos y mencionados en los acápites precedentes, se desarrollaron productos comunicacionales sobre las diferentes acciones que ha ejecutado el Gobierno Nacional en el marco de la pandemia.

Eventos públicos y oficiales:

La Dirección de Eventos de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República tiene como objetivo socializar y visibilizar las acciones y decisiones del Gobierno Nacional, a través de la preproducción y producción de eventos que permitan dar a conocer a la ciudadanía la ejecución de políticas en pro del desarrollo integral del país, además del cuidado de la imagen del Primer Mandatario a escala nacional e internacional.

Dado que todas las entidades del Ejecutivo -en especial los ministerios de Economía y Finanzas; Agricultura y Ganadería; Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; y Trabajo- deben coordinar esfuerzos para reactivar las actividades económicas; particularmente, en las provincias más afectadas por la presencia del coronavirus; se ha puesto en marcha DOS productos a raíz del estado de excepción en los que se invita a los medios de comunicación nacional y locales para que constaten y difundan las acciones realizadas:

1. Encuentro ciudadano

Tiene como objetivo evidenciar el apoyo del Gobierno Nacional a través de la entrega de equipos o insumos necesarios a personas en condición de vulnerabilidad, con el fin de asegurar una vida digna, sobre todo en el sector rural.

Con la coordinación de las autoridades de la Secretaría Técnica del Plan Toda una Vida, el Ministerio de Inclusión Económica y Social y el Ministerio de Salud Pública se realiza un mapeo de casos que por distintos motivos no han recibido asistencia por parte de la institución delegada por el Gobierno.

El Presidente de la República da un seguimiento personalizado a fin de que las disposiciones se cumplan y dichas asistencias sean entregadas a sus beneficiarios, así como a su comunidad.

2. Reactívale Ecuador

El programa Reactívale Ecuador tiene por objetivo impulsar, a través de créditos, a empresas grandes, medianas y pequeñas, el financiamiento necesario para mantener sus actividades económicas, así como evitar el despido de sus trabajadores.

En coordinación con el Ministerio de Economía y Finanzas se seleccionan casos referentes de la activación y dinamización de la economía.

El Presidente de la República acude a estos espacios con el fin de verificar el cumplimiento de uno de los ejes más importantes del plan de gobierno: proteger la producción y el empleo.

La producción de eventos implica que dichas actividades sean espacios de cobertura de medios de comunicación, oficiales y externos, a fin de que estos puedan realizar una difusión oportuna y eficaz a la ciudadanía en general.

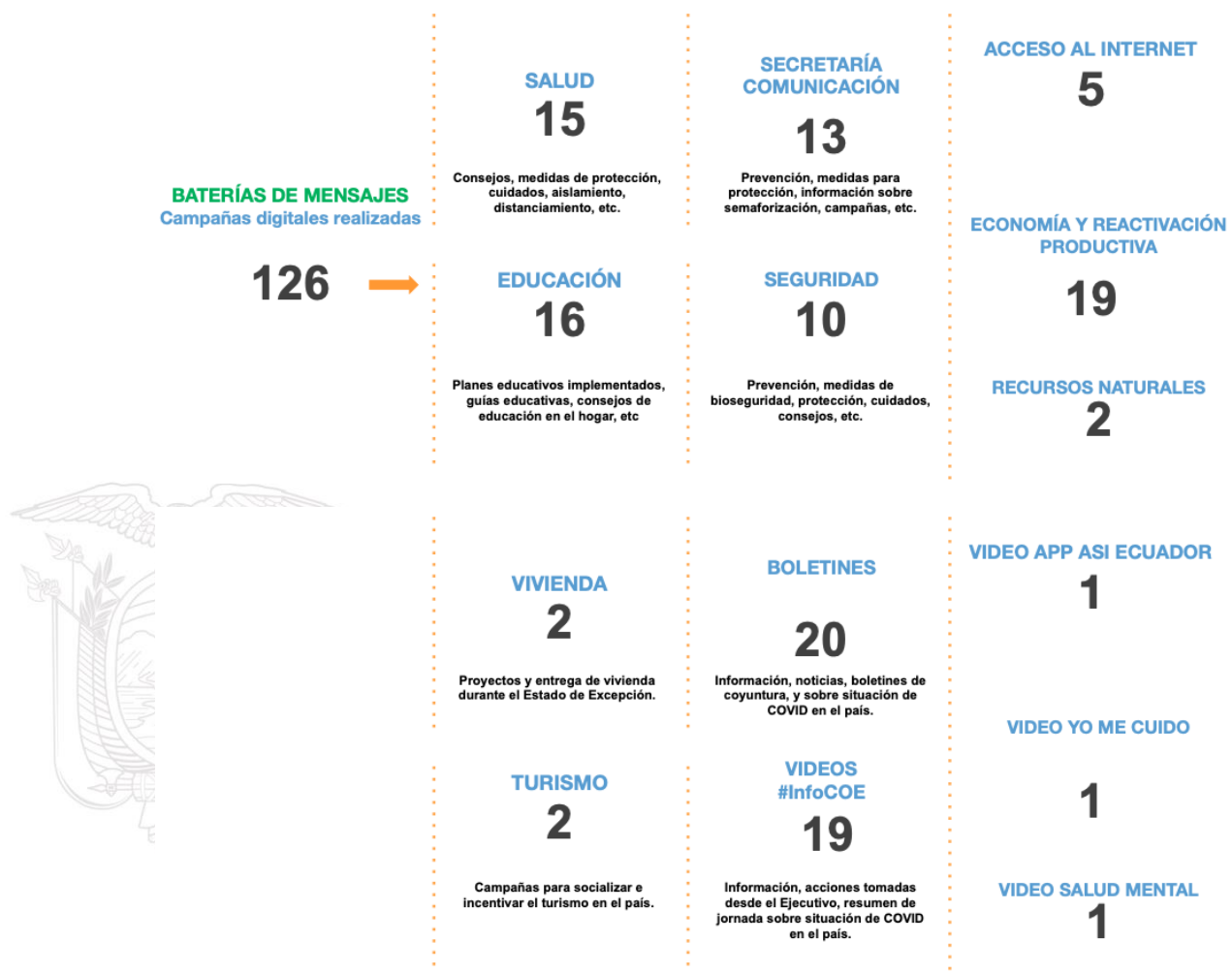
Durante el período del 15 de agosto al 11 de septiembre de 2020, la Dirección de Eventos coordinó la preproducción y producción de los siguientes eventos:

FECHA	EVENTO	CIUDAD
19/08/2020	Reactívale Ecuador	Guayaquil
21/08/2020	Visita a la construcción del Aeropuerto Eloy Alfaro	Manta
26/08/2020	Lanzamiento Campaña "Yo Me Cuido"	Quito
27/08/2020	Entrega de viviendas en Monte Sinaí	Guayaquil
28/08/2020	Entrega de viviendas en la Comunidad de Pile	Pile
02/09/2020	Anuncio de acciones económicas del Gobierno Nacional	Guayaquil
04/09/2020	Presentación del proyecto de inversión de la construcción del nuevo muelle 6 y zonas aledañas	Machala
04/09/2020	Gabinete Ampliado Nro.46	Machala
08/09/2020	Programa Especial "Sembramos Futuro"	Quito
09/09/2020	Reconocimiento a docentes	Quito
10/09/2020	Relanzamiento de Brigadas Interinstitucionales Plan Toda Una Vida	Quito
11/09/2020	Finalización del estado excepción	Quito

2.3. Comunicación digital (redes sociales):

La Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, a través de la Dirección de Comunicación Digital y Cobertura, gestiona la ejecución de campañas en redes y plataformas digitales.

Desde el 14 de agosto al 9 de septiembre del 2020, con el fin de informar a la comunidad sobre la gestión que realiza el Gobierno Nacional, se han coordinado 126 campañas que se pueden separar en:



Algunas de las baterías pertenecen a dos o más categorías, por lo que la suma de las cantidades por separado es mayor al total general.

2.4. Producción de material audiovisual:

La Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, a través de la Dirección de Producción Audiovisual, en el marco de la emergencia sanitaria ha desarrollado productos audiovisuales que han servido para informar sobre los acontecimientos, medidas, resoluciones y datos más relevantes que el país ha afrontado en el marco de la pandemia por el COVID-19; así como, en la reactivación económica y medidas adoptadas en el avance hacia la nueva normalidad.

Dentro de los productos audiovisuales generados en este período de excepción se pueden detallar de la siguiente manera:

Producto	Cantidad	Descripción
Resúmenes diarios	19	Video de compilación de las actividades de agenda realizadas por los distintos ministerios y miembros del Ejecutivo que muestran las acciones del Gobierno frente a la coyuntura nacional.
Video Redes	18	Videos informativos sobre medidas, acciones, resoluciones emitidas por el Gobierno. Material difundido en cuentas oficiales de la Secretaría General de Comunicación.
Videos Campañas	28	Videos que responden a temas específicos con el fin de llegar con un mensaje directo a la ciudadanía, se difunden en cuentas oficiales de redes o televisión.
Cadenas Producidas • Mensajes Presidenciales • Cadenas rotativas • Programas con autoridades	8	Cadenas producidas con el fin de informar el mensaje o decisiones del Presidente a la ciudadanía y cadenas con contenido informativo de interés para la ciudadanía.
Cuñas	25	Insumos informativos para transmisión en medios radiales y/o perifoneo según necesidades de difusión.
Animaciones • Infochannels • Video animados • Playgrounds	9	Productos audiovisuales animados 2D en formato spot o pastillas que sirven para informar medidas, mensajes o temas de interés social.
Videos para instituciones	12	Videos elaborados para reforzar los mensajes de las campañas.
Trasmisiones en directo (vía streaming)	25	Trasmisiones online de productos audiovisuales, informes y cadenas en la plataforma de Facebook de la Secretaría General de Comunicación.
Coberturas a actividades oficiales	47	Seguimiento de agenda y actividades realizadas por miembros del ejecutivo con temas de coyuntura.

Productos referentes a la campaña YO ME CUIDO

Con la campaña YO ME CUIDO se impulsa la ciudadanía a tomar conciencia del autocuidado y prevención de la pandemia.

Producto	Cantidad	Descripción
Video Redes	2	Videos informativos sobre medidas, acciones, resoluciones emitidas en torno a la campaña posteados en redes sociales oficiales.
Videos Campañas	6	Videos que comunican los fines de la campaña y son utilizados en varios medios de reproducción.
Cuñas	2	Insumos informativos para transmisión en medios radiales y/o perifoneo según necesidades de difusión de la campaña.
Animaciones • Bumpers • Video animados • Playgrounds • Logotipos	9	Productos audiovisuales animados 2D en formato spot o pastillas, así como elementos complementarios para los productos finales dentro de las campañas.
Trasmisiones vía Streaming	2	Transmisiones online de eventos o productos comunicacionales de interés.
Coberturas a actividades oficiales	1	Cobertura de la actividad de lanzamiento de campaña según la agenda presidencial.

3. Conclusiones:

Desde la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República se impulsaron una diversidad de acciones comunicacionales, tales como: campañas en distintos ámbitos que tuvieron como objetivo educar a la ciudadanía frente a la contingencia y difundir los servicios que el Gobierno Nacional emprendió para enfrentar la emergencia nacional, uno de los ámbitos que tuvo mayor énfasis fue precisamente el de salud; impulso de comunicación digital mediante baterías de mensajes, ruedas de prensas virtuales, transmisiones en redes sociales y otras acciones en medios alternativos.

Además, se fortaleció el intercambio de información con periodistas y comunicadores sociales, lo que permitió que los mensajes fuesen transmitidos por los diversos medios de comunicación y de esta manera la ciudadanía se encuentre informada.

Por la ejecución de esas acciones, se logró que la sociedad tenga conocimiento inmediato de las acciones del Gobierno Nacional, las decisiones del COE (en todas sus instancias) y los datos de la situación del COVID-19 en las provincias y cantones; así como el compromiso personal en el cuidado y prevención de la pandemia (con la campaña YO ME CUIDO).