

Impacto de la campaña de comunicación intercultural para la prevención de la covid-19 en la Costa Caribe de Nicaragua

Impact of the intercultural communication campaign for the prevention of covid-19 on the Caribbean Coast of Nicaragua

Impacto da campanha de comunicação intercultural para a prevenção da covid-19 na Costa Caribenha da Nicarágua

Montoya, Yulmar; Contreras, Dara

Yulmar Montoya

yulmarrunel.montoya@autonoma.cat
Instituto de Comunicación Intercultural de la
Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa
Caribe Nicaragüense —Uraccan—, Nicaragua
Dara Contreras
dara.contreras@uraccan.edu.ni
Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa
Caribe Nicaragüense —Uraccan—, Nicaragua

Mediaciones

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia
ISSN: 1692-5688
ISSN-e: 2590-8057
Periodicidad: Bianaual
vol. 18, núm. 29, 2022
mediaciones@uniminuto.edu

Recepción: 11 Marzo 2022
Aprobación: 02 Diciembre 2022

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/670/6703693004/>

DOI: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.240-272>

©Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Cómo citar: Montoya, Y. & Contreras, D. (2022). Impacto de la campaña de comunicación intercultural para la prevención de la covid#19 en la costa Caribe de Nicaragua. *Mediaciones*, 29(18), pp. 240-272.: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.18.29.2022.240-272>

Resumen: El artículo refiere los resultados de una investigación que analizó el comportamiento de la comunidad universitaria de Uraccan y de la población pluriétnica de la costa Caribe nicaragüense en respuesta a la campaña de comunicación intercultural «Yo me cuido y te Cuido», diseñada e implementada por el Instituto de Comunicación Intercultural (ICI), para la mitigación y prevención de contagios de la covid-19. La observación, a partir de metodologías mixtas de naturaleza descriptiva y analítica ilustra cómo el acompañamiento comunitario intercultural, desde la Universidad, implica la articulación de medios digitales y análogos, para una mayor potencialización de los propósitos de la campaña.

Palabras clave: Lenguas autóctonas, radio comunitaria, educación, inclusión, indígenas-afrodescendientes, comunicación intercultural, COVID-19.

Abstract: The article refers to the results of a research that analyzed the behavior of the Uraccan university community and the multi-ethnic population of the Nicaraguan Caribbean coast in response to the intercultural communication campaign «I take care of myself and I take care of you», designed and implemented by the Institute of Intercultural Communication (ICI), for the mitigation and prevention of covid-19 infections. The observation, based on mixed methodologies of a descriptive and analytical nature, illustrates how intercultural community accompaniment, from the University, implies the articulation of digital and analog media, for a greater resonance of the purposes of the campaign.

Keywords: Autochthonous languages, community radio, education, inclusion, indigenous-Afro-descendants, intercultural communication, COVID-19.

Resumo: O artigo refere-se aos resultados de uma investigação que analisou o comportamento da comunidade universitária de URACCAN e da população multiétnica da costa caribenha da Nicarágua em resposta à campanha de comunicação intercultural "Eu cuido de mim e cuido de você", concebido e implementado pelo Instituto de Comunicação Intercultural

(ICI), para a mitigação e prevenção de infeções por covid-19. A observação, baseada em metodologias mistas de natureza descritiva e analítica, mostra que o acompanhamento da comunidade intercultural, da Universidade, implica a articulação dos meios digitais e analógicos, para uma maior potencialização dos propósitos da campanha.

INTRODUCCIÓN

La Costa Caribe de Nicaragua, representa el 52 % de todo el territorio nacional, es una zona geográfica habitada por seis pueblos indígenas -miskito, creole, mayangna, ulwa y rama-, afrodescendientes -creole y garífuna- y mestizos que, desde sus propias cosmovisiones fortalecen el desarrollo con identidad y la autonomía regional.

Desde esta riqueza multicultural, el presente estudio comparte la evaluación del impacto y aporte de la campaña de comunicación intercultural «Yo Me Cuido y Te Cuido», diseñada en lenguas indígenas, afrodescendientes y en español, implementada por el Instituto de Comunicación Intercultural (ICI) de la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense (URACCAN), en el contexto de la covid-19, declarada el 11 de marzo de 2020 pandemia global, por la Organización Mundial de la Salud del 2020, y por causa de la cual, ocho meses después, en noviembre del 2021, la misma OMS (2021) reportaba en el continente americano un total 95 396 419 casos.

El brote de la covid-19 paralizó al mundo en el 2020, restringió la movilización en muchos países en los que se impusieron cuarentenas, como en España (Trejo et al., 2021) y en otros de Europa y América, lo que, de acuerdo a la Cepal (2020), acarreó «una crisis sanitaria, humana y económica sin precedentes en el último siglo». Las medidas por la emergencia sanitaria fueron adoptadas luego de que las autoridades multilaterales declarasen al virus altamente contagioso y causante de neumonía atípica, insuficiencia renal y hasta la muerte. Se conoce que la mortalidad está asociada con pacientes con patologías previas y también de la incidencia de factores sociodemográficos (Du et al., 2020). Personas infectadas y asintomáticas, de igual manera, sin la debida adopción de las medidas preventivas, podían contagiar a otras (Martínez Gandolfi, 2020), lo que es más difícil de detectar y limita la relación social.

En consecuencia, esta emergencia sanitaria afectó todos los ámbitos sociales, incluido educativo: hubo cierres masivos de centros escolares primarios, secundarios y terciarios con el objetivo de mitigar el impacto y la propagación del virus, de ahí que la Cepal (2020b), afirme que

[e]n la esfera de la educación, esta emergencia ha dado lugar al cierre masivo de las actividades presenciales de instituciones educativas en más de 190 países con el fin de evitar la propagación del virus y mitigar su impacto (p. 1).

Sin embargo, en Nicaragua, dadas sus realidades sociales y económicas, no se adoptaron tales medidas y la población se ajustó a la nueva realidad, mediante el establecimiento de protocolos de seguridad, como lo hizo también la Universidad de las Regiones Autónomas de la Costa Caribe Nicaragüense -URACCAN-, que determinó sus propias medidas de bioseguridad para evitar la propagación de la covid-19.

En este contexto, el Instituto de Comunicación Intercultural (ICI) de la URACCAN, diseñó e impulsó la campaña de comunicación intercultural «Yo Me Cuido y Te Cuido», con el propósito de instar a la comunidad universitaria y a la población de la Costa Caribe a la responsabilidad, consciencia y necesidad de reflexionar sobre el bien común, siguiendo todas las medidas preventivas para decrecer la curva de contagio del virus, utilizando las plataformas virtuales, las radios comunitarias y la televisión comunitaria. La campaña de comunicación intercultural tuvo un impacto positivo y significativo en la comunidad universitaria de la URACCAN y en la población en general de la Costa Caribe, ya que esta se implementó en las lenguas

autóctonas que se hablan en este vasto territorio, específicamente en miskito, mayangna, inglés, inglés criollo y español.

En consecuencia, el presente estudio relata elementos que reflejan las dinámicas implementadas en la campaña de comunicación intercultural, desde un estudio mixto, cualitativo-cuantitativo, en su orden metodológico, que describe los procesos implementados para obtener los datos, la muestra, las variables e instrumentos utilizados, así como los mecanismos procedimentales y el análisis del estudio. También se comparten elementos teóricos que fundamentan y fortalecen nuestro planteamiento científico desde el uso de los medios tradicionales de comunicación frente a la tecnocultura, que se sustenta en la oralidad como práctica milenaria de los pueblos indígenas para el uso de la radio y televisión comunitaria. Hacemos un breve recorrido contextual a la situación que se vive en el marco de la covid-19, en el que destacamos el enfoque de la comunicación intercultural; los factores psicosociales en el que se sumergió la población; los momentos y dinámicas ajustadas en el sector educativo desde ambientes seguros; Nicaragua ante el escenario del covid-19, que socializa los mecanismos diseñados e implementados por el Estado; el uso de las redes sociales y la finalidad de la campaña de comunicación implementada en el contexto de la Costa Caribe; el rol de los medios de comunicación comunitarios de la Uraccan y su aporte al *buen vivir* de los pueblos indígenas y afrodescendientes, para terminar con la descripción de los resultados, la discusión y la conclusión del estudio.

DISEÑO METODOLÓGICO

La naturaleza de la temática implica la investigación mixta -integración sistemática de los enfoques cualitativos y cuantitativos-, con el fin de obtener una fotografía más completa del fenómeno (Hernández et al., 2016). En este escenario se desarrolló una investigación con enfoque mixto, puesto que se analizó el impacto de la campaña de comunicación intercultural «Yo me cuido y Te cuido». Por lo tanto, es un estudio descriptivo-analítico-fenomenológico, apropiado para el objeto de estudio, que sustenta esta investigación de carácter mixto. Además, mediante este proceso es posible el análisis de los enfoques para aclarar argumentos implícitos y evaluar la sucesión de acontecimientos, enfocados en experiencias individuales y comunitarias.

Los datos se obtuvieron de observación, encuestas en línea, entrevistas en línea y presenciales y revisión documental, con el propósito de describir y entender el fenómeno y sus impactos desde el punto de vista de los públicos -estudiantes, docentes, administrativos de la URACCAN y población de la Costa Caribe- y desde la perspectiva construida colectivamente.

Participantes

Se describe la población total con la que se trabajó esta investigación, con una muestra significativa de cada público objetivo de esta campaña. La aplicación del cuestionario en línea se llevó a cabo con una muestra de 98 personas -docentes, personal administrativo, estudiantes y miembros de la sociedad civil-. La edad media de los participantes fue de treinta años, a partir de los 22. En este sentido, las mujeres (49) constituyeron el 49 %, mientras que los hombres (51) constituyen el 51 %. Se recogieron veinte entrevistas semiestructuradas en línea y presenciales, a docentes, personal administrativo y estudiantes de diferentes edades.

Finalmente, es vital señalar que el tipo de muestreo utilizado ha sido el muestreo no probabilístico, casual o accidental, [...] aquel en el cual el investigador selecciona directa e intencionalmente la muestra, debido fundamentalmente a que tiene fácil acceso a la misma y es representativa de la población (López y Escribano, 2018, p. 237).

Variables e instrumentos

El método para recolectar la información es la encuesta a través de un cuestionario en línea, con una escala de Likert que valora los aspectos tecnológicos, cognitivos y de aprendizaje, el uso de las redes sociales, la comunicación intercultural, los medios de comunicación comunitarios, diversidad en la población, contenidos en lenguas autóctonas, campo del conocimiento y diversidad como orientación. Todo ello para identificar la percepción de la población -docentes, personal administrativo, estudiantes y sociedad civil- respecto a la campaña de comunicación intercultural «Yo me cuido y Te cuido», implementada digitalmente en redes sociales y los medios de comunicación comunitarios de la URACCAN -radios y televisión-. Se utilizó la plataforma Google Forms para aplicar dicho instrumento. Con la misma herramienta se recogieron entrevistas semiestructuradas del público descrito. Los mencionados procedimientos se ejecutaron durante el primer trimestre académico del 2023, con observancia de los criterios de confidencialidad, anonimato y consentimiento informado, también para quienes dieron información en forma presencial.

Análisis

La reconstrucción y descripción del estudio se logró gracias a la integración de los datos obtenidos a través del instrumento en línea, incorporado en el marco metodológico. También se tomaron en cuenta los niveles de mediación de las variables mediante un análisis descriptivo a través del análisis estadístico utilizando el *software* Statistical Package for the Social Sciences -SPSS-. Respecto al análisis de figuras y cuadros, se tomaron los datos idénticos de los mismos niveles para que la información fuera eficaz, veraz, objetiva y con el mínimo sesgo.

LO TRADICIONAL FRENTE A LAS POSICIONES TECNODETERMINISTAS

Desde la mirada del presente estudio, partiendo de las filosofías de vida de los pueblos indígenas y afrodescendientes de la Costa Caribe, es importante tener en cuenta que evitamos posiciones tecnocéntricas o tecnodeterministas, ya que la clave no es la tecnología en sí, sino los procesos, las formas de vida, los contenidos, las vivencias cotidianas desde el relacionamiento, considerando que las prácticas tradicionales de los pueblos se basan más en la oralidad y en las experiencias vividas en los territorios,

[d]e ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales (Martin-Barbero, 1991, p. 203),

Las cuales definen para los pueblos sus propias particularidades arraigadas desde su idiosincrasia ancestral.

En este sentido, las radios comunitarias tienen la oportunidad de compartir directamente con las comunidades, a diferencia de las tecnologías digitales cuyo acceso suele ser limitado o nulo en los territorios indígenas y afrodescendientes, razón que se adhiere a diferentes realidades particulares, entre las que nos comparte Albornoz (2011):

Considerando únicamente el desarrollo de la infraestructura, se constata, en primer lugar, que en la mayoría de los oásis no todas las áreas geográficas tienen acceso a la red internet. Como ocurrió en el pasado con el desarrollo de otras redes, aquellas regiones remotas con escasa población no son rentables económicamente para los operadores de red, y, por tanto, quedan sin cobertura. En segundo lugar, los proveedores de acceso a internet imponen, en el marco de una competencia interempresarial limitada -estructuras oligopólicas con operadores que detentan posiciones dominantes-, diferentes modalidades de comercialización graduando las velocidades de conexión (p. 225).

Ello fundamenta la razón de la implementación de una campaña de comunicación intercultural basada en sus propias lenguas y transmitida desde diferentes medios y plataformas de comunicación. De ahí que nuestro planteamiento esté de acuerdo con la consideración planteada por Pedro-Carañana et al. (2018), quien reflexiona que con el nacimiento del internet, muchos actores han respaldado su uso con ejes discursivos tecnocéntricos, tecnoutópicos y tecnocráticos, los cuales tienen la tendencia a la marginación de los valores humanos, la limitación de las relaciones sociales en el marco de los nuevos medios de comunicación desde las tecnologías, las cuales con frecuencia propagan la ficción de los mismos factores tecnológicos mediante razones utópicas, idealistas llenas de publicidad chatarra y enmiendas económicas elitistas.

En concordancia con Martin-Barbero (1991), esta realidad está

[c]argada tanto por los procesos de transnacionalización como por la emergencia de sujetos sociales e identidades culturales nuevas, la comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloqueos y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada (p. 203),

De manera que, es evidente el rol que los medios de comunicación en su conjunto dimensionan y aportan, y más en un contexto tan difícil como el que vive socialmente en la actualidad con la pandemia de la covid-19, la cual ha obligado a la sociedad en términos globales a repensarse y crear nuevas condiciones y estilos de vida, para bien o para mal.

UNA MIRADA CONTEXTUAL A LA COVID-19

Campaña desde el enfoque de la comunicación intercultural

Las campañas de comunicación social parten de un problema respecto del cual deben fomentar o incentivar un cambio por medio de mensajes debidamente destinados al público objetivo, y son entendidas como acciones o actividades programadas para alcanzar un objetivo (Talavera 2004). De manera que, ante la necesidad de continuar con el proceso educativo, el ICI utilizó los medios de comunicación comunitarios y digitales de la URACCAN como espacios alternativos de acompañamiento de cara a la prevención de la covid-19, mediante la campaña de comunicación implementada y adaptada «lingüísticamente a las minorías étnicas, [...] poblaciones que actualmente experimentan unas grandes disparidades en el acceso a la asistencia sanitaria y a la medicina» (Stover, 2014, p. 83), cuestión que trastoca las realidades sociales y culturales.

Por tal razón, la campaña se diseñó desde el enfoque de la comunicación intercultural (Rodrigo Alsina, 1997), ya que

[u]no de los principales retos que plantea la competencia comunicativa intercultural es la capacidad de aprender y desarrollar mecanismos para superar las dificultades adversas que se plantean en la comunicación entre personas culturalmente diferentes (Sanhueza Henríquez et al., 2011, p.40),

una condición de la cual la Costa Caribe representa un crisol de identidades multiculturales que conviven desde sus diferentes realidades socioculturales.

De acuerdo con Hooker, (2017), la

Comunicación Intercultural, debe ser vista como un derecho humano y derecho especial de los pueblos indígenas y afrodescendientes, que se fundamenta en la manera de ver el mundo de cada uno de los pueblos (p. 15).

Es por esto que «La tarea transformadora de la comunicacio#n intercultural se enfoca en la forma de hacer eficaz interculturalmente un encuentro comunicativo» (Romeu, 2010, p.33). De ahí que los factores de la interculturalidad, estén presentes de manera constantes en los procesos comunitarios, tal y como lo manifiestan Rizo y Romeu (2006):

Como proceso, la interculturalidad pasa de manera indefectible por la comunicación o, para ser más exactos, es comunicación intercultural. La comunicación, comprendida como interacción, es vínculo entre sujetos, es relación antes que cualquier otra cosa. Y por ello, la interculturalidad no puede ser otra cosa que comunicación intercultural, y apuesta tanto a la competencia como a la cooperación y la disposición que permiten a los sujetos compartir saberes y acciones, poner en común o en contacto la urdimbre de significados que dan sentido a la vida cotidiana, a sus prácticas y a sus representaciones simbólicas (p. 9).

Con base a lo planteado, se diseñó la campaña para ser implementada en las radios comunitarias de la URACCAN: Rosita, Siuna, Bluefields y Waspam, el Canal Comunitario Intercultural -Canal 5-, en Bilwi, y las redes sociales, espacios propiamente pensados para las comunidades, con el fin de potencializar audiencias activas y participativas, que fortalezca la acción en las sociedades desde la comunicación intercultural, la cual, para la URACCAN (2021):

Implica el impulso de políticas, estrategias, planes de vida y acciones para el empoderamiento y la autogestión de los pueblos en el marco del desarrollo de sus propios procesos de transformación para el bienestar colectivo e individual, reconociendo la cosmovisión, sus #os y aspiraciones diferentes de mujeres y hombres a lo interno de sus pueblos y entre los mismos. En esto se contempla la percepción que tiene cada uno de los pueblos sobre la vida, sobre sus prácticas tradicionales, sus conceptos sobre salud enfermedad, la revitalización cultural, la equidad de género desde la perspectiva y visión afrodescendiente, indígena y mestiza y su participación en las decisiones que tienen que ver con su vida en conjunto (p. 12).

Factores psicosociales

En el contexto de la pandemia, el miedo al contagio ha provocado estrés, ansiedad, depresión (Chen et al., 2020; Wang et al., 2020) y hasta discriminación hacia las personas con covid-19 y hacia quienes tienen bajo su cuidado a los enfermos. La gran cantidad de desinformación que ha circulado en las plataformas sociales afecta el bienestar socioemocional. En el ámbito educativo, las relaciones socio-afectivas y la interacción escolar entre docentes y estudiantes no ha tenido la calidad esperada para el fortalecimiento profesional; en casa, las relaciones de convivencia se vieron alteradas por el confinamiento obligatorio y el aislamiento social, por lo que en algunos casos se agudizaron problemáticas sociales que afectaron directamente la educación.

El covid-19 nos ha mostrado que, aunque el factor biológico es esencial -virus, tratamiento, medicina-, los factores psicológicos han constituido unas de las mayores afectaciones, propiamente en el sistema educativo. Ante este nuevo escenario, se vio la necesidad de que diversos ámbitos de la vida de las personas -sus familias, las comunidades y la sociedad en general- planteen como una urgente necesidad que la ciencia psicológica y todas las otras disciplinas científicas sociales recurran a toda la evidencia disponible para afrontar una crisis sanitaria a nivel mundial, dado que todos los grandes desastres de la naturaleza y de la salud implican variables y/o consecuencias psicológicas importantes que deben ser consideradas (Vera-Villaruel & Vogel, 2010; Vera-Villaruel et Al., 2011).

La campaña «Yo Me Cuido y Te Cuido» se construyó también desde un enfoque de apoyo emocional para la comunidad universitaria y las comunidades, que sirviera para afrontar una nueva realidad, facilitando recursos emocionales, conductuales y cognitivos.

Ambientes seguros

En un informe del Banco Mundial (2020) refleja que la pandemia generó un gran impacto en los sistemas educativos,

con el cierre de las escuelas en casi todos los lugares del planeta, en lo que representa la crisis simultánea más importante que han sufrido todos los sistemas educativos del mundo en nuestra época (p. 5).

En este contexto, la ONU (2020) comparte que el 94 % de los espacios educativos se vieron afectados en 2020, una crisis inigualable que lleva a las poblaciones más empobrecidas al completo abandono educativo, por no tener los recursos necesarios para continuar desde sus hogares.

La crisis del covid-19 constituye una llamada de atención a la comunidad mundial y a las instituciones educativas para establecer políticas públicas que garanticen la continuación educativa en espacios seguros, con el fortalecimiento de los sistemas de protección social. Al respecto, la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2020), destaca que la única forma de sostener la recuperación y prevenir crisis futuras es que estos países transformen sus medidas especiales de respuesta en sistemas de protección social integrales.

La URACCAN, en su compromiso de continuar con la calidad y pertinencia en la educación superior intercultural, desde su propio sistema y cosmovisión, a través del ICI, en materia comunicativa, planificó y aseguró espacios seguros para evitar la deserción escolar y continuar con la formación de profesionales en la región.

Nicaragua ante el escenario del covid-19

El hecho de presentarse a nivel mundial como una nueva enfermedad, la covid-19 trajo consigo, además, un impacto trascendental en todos los sectores sociales, para Nicaragua, significó un fuerte golpe económico. Sin embargo, el Gobierno de Nicaragua desarrolló acciones pertinentes para decrecer el impacto de esta pandemia, brindando seguimiento desde lo orientado por las organizaciones internacionales. Por ejemplo,

El Ministerio de Educación y el Consejo Nacional de Universidades [CNU], en coordinación con el Ministerio de Salud, además, han adecuado sus instalaciones físicas, han diseñado protocolos de prevención y han ajustado sus programas de estudio para incluir charlas de salud preventiva y reforzamiento de hábitos saludables para todos sus estudiantes (Libro Blanco, 2020, p. 6).

En este sentido, la URACCAN, como miembro del CNU, ajustó la presencialidad durante este contexto, de modo que se garantizó la accesibilidad, la calidad y la seguridad, para la formación de profesionales de las comunidades de la Costa Caribe mediante la implementación de un protocolo de seguridad.

Por ello fue importante articular diálogos con autoridades regionales, líderes y lideresas de las comunidades y establecer procedimientos, acciones y estrategias en el marco de la pandemia covid-19, con el fin de preservar la salud y minimizar el impacto de aquella, y aquí entra el rol de las radios comunitarias y del canal comunitario de la URACCAN, como espacios de transmisión de la información, con el valor agregado de las redes sociales.

Redes sociales y la finalidad de la compañía comunicativa

Según Ross y Sigüenza (2010), las redes sociales se definen como una forma de interacción social, de donde se desprende una comunicación directa, con diferentes fines, entre ellos crear relaciones personales o profesionales, así como también el compartir información, interactuar y crear comunidades o grupos que tengan intereses similares.

Las redes sociales han marcado un hito en procesos de difusión masiva, debido a su impacto en la sociedad actual. Son utilizadas por millones de usuarios, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica; pero, a la vez, pueden representar un peligro por la desmesurada cantidad de desinformación que viaja por diversos sitios de la red.

En febrero de 2020, la OMS alertó que de la pandemia de la covid-19 había surgido una «infodemia», lo que impedía que usuarios encontraran fuentes e información confiable. De este contexto nace la importancia y se visibiliza el papel fundamental que jugó la campaña de comunicación intercultural en la Costa Caribe, de la cual las redes sociales de la URACCAN y sus diversos medios de comunicación fueron un referente en el

acompañamiento de las comunidades, dado que era imprescindible informar y, sobre todo, educar ante esta nueva realidad que enfrenta el mundo.

Los procesos y estrategias de comunicación, durante coyunturas sociales consideradas como vulnerables, son fundamentales para mantener informado al público sobre cómo se está manejando el contexto, para lograr mantener la calma y asegurar la adopción de las medidas preventivas (Jones, et al., 2010). La URACCAN, como referente de las comunidades de la Costa Caribe y con una movilidad positiva en redes sociales, pensó en una campaña que fortaleciera estos procesos de acompañamiento durante este contexto de pandemia y mediante sus plataformas virtuales impulsó diferentes productos en diversas lenguas maternas, que llegaron a impactar inclusive en el Pacífico de Nicaragua, del cual no profundizamos en este estudio.

El objetivo de esta campaña fue acompañar a la comunidad universitaria y la población de la Costa Caribe durante este contexto, e incentivarles a seguir las medidas preventivas para continuar con la presencialidad social y educativa, entendiendo las realidades y contextos de la Costa Caribe; y aunque desde el Gobierno de Nicaragua e instancias hermanas se ha trabajado para fortalecer los procesos de innovación y tecnológicos, no toda la población tiene acceso a instrumentos que faciliten la educación e información en línea. Y aquí entra la razón fundamental de haber implementado la campaña desde los medios de comunicación comunitarios de la Universidad, en el entendido que, por ejemplo, las radios tienen mayor alcance social que cualquier otro medio.

Medios de comunicación comunitarios y su aporte al buen vivir

Las radios comunitarias y el canal de televisión comunitaria -establecidos como laboratorios de comunicación intercultural de la URACCAN-, comparten información sobre los haceres y vivencias institucionales; pero además se han definido como un espacio de acompañamiento comunitario intercultural, basado en la filosofía de la URACCAN en relación con los pueblos de la Costa Caribe (Montoya, 2020).

Como una coyuntura global, marcada por una pandemia, el proceder de los sistemas de medios es criticado por el manejo y la incidencia de sus informaciones y el acompañamiento a las sociedades, respecto de lo cual Lamas (2020) refiere que

En tiempos de distanciamiento social se resignifican las prácticas comunitarias. Los medios alternativos construyen su identidad articulada con la del pueblo, son parte de la historia de la comunidad a la que pertenecen y la expanden en sus contenidos, desde los dispositivos que disponen y en relación a otras acciones que suceden en cercanías (p.5).

Una de las visiones que caracteriza a los medios de comunicación comunitarios de la URACCAN en su enfoque comunicativo es desarrollar programas y contenidos para el fortalecimiento de la identidad, el desarrollo social y el buen vivir de los pueblos, comprendido no desde la razón de lo económico y de la acumulación de la riqueza, sino de la vivencia armónica con la Madre Tierra (Dávalos, 2008), desde las culturas ancestrales de los pueblos, que conviven, protegen y resguardan la naturaleza desde su vínculo (Mollo (2011) como miembro de su núcleo de vida y familiar, razón por la cual, el buen vivir, se materializa desde el compartir la vivencia espiritual en armonía con la Madre Tierra que fortalece la identidad y la vida de los pueblos.

De manera que, como razón fundamental del compromiso de las radios comunitarias y la televisión comunitaria, se implementó la campaña de comunicación intercultural a través de contenidos de fácil comprensión en lenguas autóctonas -indígenas, afrodescendientes y mestizas-, para promover espacios seguros desde las comunidades, fomentar e implementar el protocolo de seguridad, lo que permitió continuar con la movilidad social y el proceso educativo. Un valor agregado sustancial al buen vivir de los pueblos indígenas y afrodescendientes de la Costa Caribe nicaragüense.

RESULTADO Y DISCUSIÓN

En el marco de la campaña de comunicación intercultural, se implementaron estrategias enfocadas en la prevención de la covid-19 desde la construcción de acciones y mensajes comunicacionales dirigido a la población de la Costa Caribe con enfoque intercultural, haciendo uso de los medios de comunicación -radio y televisión comunitarias- y las redes sociales de la URACCAN.

En este sentido, se realizaron audiovisuales en las diferentes lenguas maternas -mayangna, inglés, inglés creole, miskito, español- compartidos en el canal institucional de YouTube -URACCAN Nicaragua, con más de mil suscriptores; y en el Canal Comunitario Intercultural -Canal 5- de URACCAN, de señal análoga, en la ciudad de Bilwi, Puerto Cabezas, en los que se explican las medidas de prevención, detección, atención y síntomas de la covid-19. Mientras que desde las radios comunitarias de URACCAN, se desarrollaron cuñas radiales con información relevante y entretenida para la prevención de la enfermedad. Asimismo, se diseñaron carteles -afiches gráficos con consejos y mensajes de fácil comprensión, compartidos en cada una de las plataformas sociales -Facebook, Instagram, Twitter y página web- de la Universidad y se imprimieron para ser ubicados en cada uno de los recintos universitarios -Bilwi, Bluefields, Las Minas y Nueva Guinea- y extensiones -Waspam, Rosita, Bonanza y Waslala- de URACCAN. Por otro lado, con el apoyo de la empresa HEMCO Mineros Nicaragua y Minerales Camino Real, se financió la impresión de los productos para ser compartidos en las comunidades indígenas del Caribe Norte (Contreras, 2020).

Por lo antes expuesto, los resultados del estudio sintetizan el trabajo articulado, con base en dos elementos de recolección de datos: encuestas y entrevistas. El primero describe aspectos sustanciales de la valoración general de la comunidad universitaria sobre la implementación de la campaña de comunicación intercultural «Yo Me cuido y Te Cuido», así como los aspectos de la evaluación y propuesta de mejoramiento para dicha campaña.

Características de los participantes

En esta investigación participaron 98 miembros de la URACCAN y de la sociedad civil de la Costa Caribe. En este sentido, las mujeres (49) constituyeron el 49 %, mientras que los hombres (51) constituyen el 51 %. El 21 % de la muestra son del grupo de edad 22 a 27 años. El 17 % eran jóvenes (<20 años), mientras que alrededor del 17 % superaba los 30 años o más. En relación con el pueblo de origen, el 75 % son mestizos, 11,2 % indígenas miskitos y el 10,2 % afrodescendientes.

TABLA 1
Características de los participantes

Tabla 1: Características de los participantes	
Características	Porcentaje (% n)
Género (n=98)	
Hombre	51 % (50)
Mujer	49 % (48)
Pueblo (n=98)	
Miskitus	11 % (11)
Mayangna	2 % (2)
Afrodescendiente	10 % (10)
Mestizo	76 % (74)
Rama	1 % (1)
Estamento (n=98)	
Estudiantes	24 % (23)
Docentes	37 % (36)
Personal Administrativo	35 % (34)
Sociedad Civil	3 % (3)
Edad (n=17)	
16 a 21	13,3 % (13)
22 a 27	20,4 % (20)
28 a 32	16,3 % (16)
33 a 37	16,3 % (16)
38 a 42	12,2 % (12)
43 a 47	7,1 % (7)
48 a 52	4,1 % (4)
53 a 57	4,1 % (4)
58 >	6,1 % (6)

Elaboración propia

Acompañamiento pertinente

Construir acciones pertinentes para el desarrollo de espacios seguros en la comunidad universitaria; pero, además, fortalecer la responsabilidad y el cuidado en la región ante el fuerte impacto de la COVID-19, exigió no sólo recursos económicos, sino también creatividad y esfuerzos conjuntos desde la comunicación intercultural, para informar de manera integral sobre esta pandemia y, así, garantizar la continuidad presencial en la Universidad y la continuidad de las relaciones sociales de manera normal.

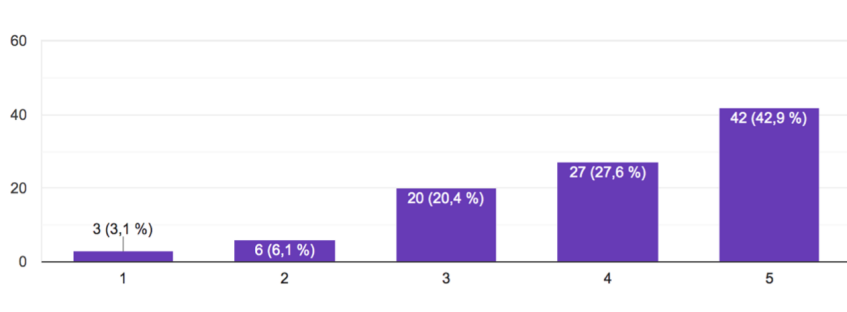


FIGURA 1
Valoración del acompañamiento de la URACCAN en el contexto de la covid-19, en escala de 1 (nada satisfecho) a 5 (muy satisfecho)

Elaboración propia

Un 42.9 % de los participantes dicen estar muy satisfechos y un 27.6% asegura estar satisfecho con el acompañamiento de la URACCAN en el contexto del covid-19. Asimismo, en entrevista realizada a los docentes expresaron que desde que se detectó el primer caso en Nicaragua, la Universidad tomó acciones pertinentes ajustadas al contexto multicultural de la Costa Caribe, con acciones puntuales como el distanciamiento, de ahí que en una de las entrevistas nos hayan asegurado que

[...] Desde que iniciamos con este proceso de pandemia, URACCAN fue la primera que se puso al frente en lo que es la comunidad educativa, realizando un protocolo de prevención, el cual estuvo bien estructurado, se trabajó tomando en cuenta todos los grupos [estudiantes, docentes, trabajadores administrativos]; después de este protocolo se trabajó toda una campaña de comunicación para dar a conocer a toda la comunidad, nos sólo en la Universidad, sino también en Bluefields y en el ámbito nacional.

Contexto, contingencia y acceso a la información frente a la covid-19

Los medios de comunicación comunitarios de la URACCAN, -Radio URACCAN Rosita, Radio URACCAN Siuna, Radio URACCAN Bluefields, Radio URACCAN Waspam y el Canal Comunitario Intercultural, Canal 5, en Bilwi- desempeñan un papel importante para garantizar el derecho al acceso a la información en la Costa Caribe, estos espacios son uno de los pocos medios en Nicaragua que ofrecen programación en lenguas autóctonas.

TABLA 2
Consideraciones antes y durante la implementación de la Campaña,
en escala de 1 (MUY en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo)

Criterios	Respuesta %				
	1	2	3	4	5
Hubo escasez de información sobre la Covid-19 en tu comunidad.	5,2 % (5)	8,2 % (8)	21,6 % (21)	33 % (32)	32 % (31)
Importancia sobre la implementación de una campaña de protección ante el Covid-19.	1 % (1)	1 % (1)	2 % (2)	6,1 % (6)	89,9 % (88)
¿Qué tan bien cree que conoce la Campaña de Comunicación Intercultural de prevención de la COVID-19 implementada por el Instituto de Comunicación Intercultural (ICI) de URACCAN?	11,2 % (11)	11,2 % (11)	19,4 % (19)	25,5 % (25)	32,7 % (32)

Elaboración propia

Un 32 % de los participantes están muy de acuerdo y otro 33 % está de acuerdo con que hubo escasez de información al inicio de la pandemia, siendo esto un multiplicador de los problemas que se viven todos los días en la Costa Caribe, atestada por barreras lingüísticas, precariedad en el sistema de salud y falta de acceso a agua, higiene y saneamiento. Esto significó unir esfuerzos para crear y construir medidas para hacer frente

a la covid-19, llevándose a cabo la implementación de la campaña «Yo Me Cuido y Te Cuido», la cual la mayoría de los participantes dijo conocer muy bien.

Un 89,9 % respondió que está muy de acuerdo con la implementación de una campaña preventiva, desde un contexto multicultural, pues apela a seguir las medidas puestas en marcha para prevenir la propagación del virus de la covid-19; pero además, al cambio de comportamiento, tomando en cuenta que las poblaciones caribeñas corren un riesgo particular, por el acceso limitado a los recursos y sistemas de saneamiento.

TABLA 3
Acceso a tecnologías educativas para clases en línea

Criterios	Respuesta %	
	Si	No
Acceso a una computadora en casa	68,4 % (67)	31,6 % (31)
Acceso a internet en casa	Hay buena conexión: 54,6 % (53) Conexión inestable: 28,9 % (28)	16,5 % (16)

Elaboración propia

Además, califican de manera satisfactoria este proceso, puesto que se realizó desde una realidad latente en la Costa Caribe, en cuanto al poco acceso que hay en la región a tecnologías educativas, en tanto que un 31,6 % de los participantes manifiesta no tener acceso a una computadora, un 28,9 % asegura contar con internet, pero con una conexión inestable; y un 16,5 % declara tener nulo acceso, por ello, la importancia de continuar con clases presenciales y priorizar la protección de la comunidad universitaria a través de esta campaña.

Revitalización y fortalecimiento del desarrollo con identidad

El 60,8 % de los participantes aseguraron no conocer otra campaña sobre el cuidado y protección de la covid-19, traducido en lenguas autóctonas de la Costa Caribe, por lo cual la mayoría de las comunidades caribeñas no tiene información en la propia lengua materna, derecho fundamental que permite preservar la cultura y la identidad de los pueblos.

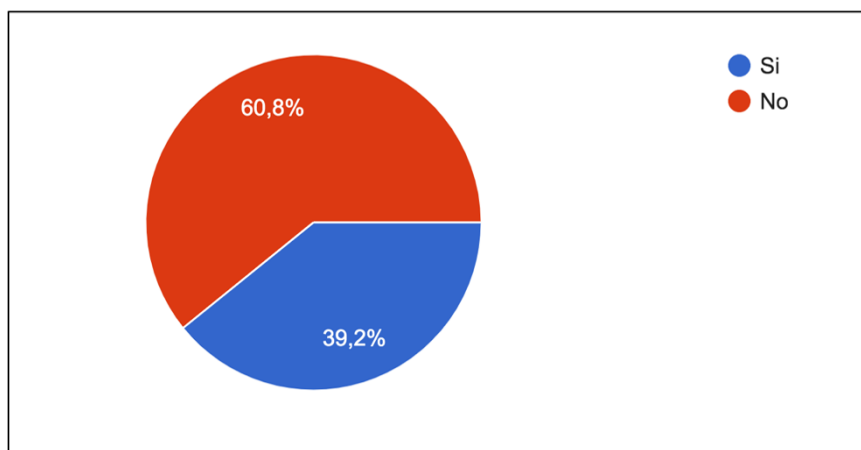


FIGURA 2
 Conoce sobre otra campaña intercultural, de prevención ante la covid-19
 Elaboración propia

El 28,9 % de los participantes valora que la implementación de esta campaña de comunicación intercultural contribuye a la inclusión social, la diversidad de valores y culturas; un 19,6 % asegura que se potencia la protección de los derechos humanos y la identidad de los pueblos; además, un 17,5 % dice que esta campaña prioriza las lenguas autóctonas como herramientas para transmitir conocimientos y prácticas.

TABLA 4
 Valoración sobre el uso de las lenguas autóctonas en la campaña

Criterios	Respuestas
Revitaliza y fortalece mi identidad lingüística.	16,5 %
Fomenta el intercambio cultural.	7,2 %
Prioriza las lenguas autóctonas como herramientas para transmitir conocimientos y prácticas.	17,5 %
Es un ejemplo concreto de la diversidad cultural en Nicaragua.	6,2 %
Potencia la protección de los derechos humanos y la identidad de los pueblos.	19,6 %
Contribuye a la inclusión social, la diversidad de valores y culturas.	28,9 %
Todas las anteriores.	1 %

Elaboración propia

Papel de los medios de comunicación comunitarios de la URACCAN

Los laboratorios de comunicación intercultural de URACCAN -radios y televisión comunitaria- y mayoritariamente las redes sociales de la Universidad -Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y página web institucional- desempeñaron un importante papel para garantizar la ejecución de esta campaña de comunicación intercultural, brindando la información objetiva a indígenas, afrodescendientes y mestizos. Sin embargo, es sumamente importante resaltar que la mayoría, el 50 % de los participantes, se enteró de esta campaña por medio de las redes sociales; y el otro 50 %, distribuido en otras plataformas comunitarias: revistas digitales, televisivas y los afiches ilustrativos distribuidos en los territorios.

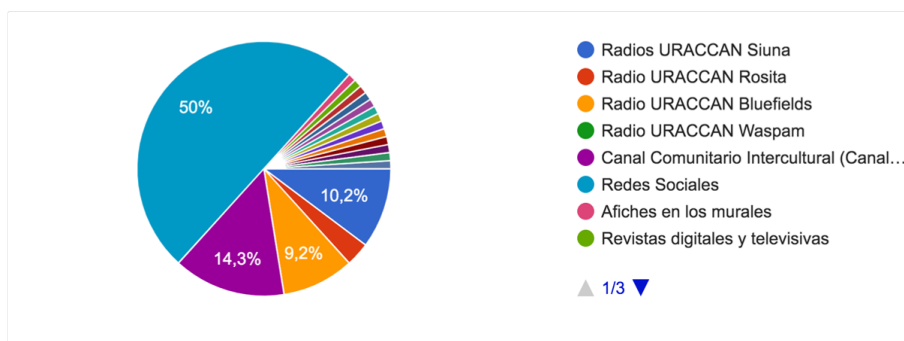


Figura 3
¿Desde qué espacio de comunicación intercultural se enteró de esta campaña?
Elaboración propia

Lo anterior concuerda con el impacto nacional de las redes sociales de esta casa de estudios superiores interculturales, considerando que, en mayo del 2020, la página principal de Facebook de URACCAN contaba con 14 979 usuarios; sin embargo, a raíz de la implementación de esta campaña, cuenta actualmente con 22 018 seguidores, evidenciando que la comunidad virtual confía en la información brindada en esta campaña.

En una entrevista realizada al personal administrativo de Radio URACCAN Siuna, funcionarios de esta emisora comunitaria expresaron que, de acuerdo a sus experiencias, «ha sido una labor excelente, porque desde los programas educativos se invitaban a doctores que concientizarán a la población y a la comunidad universitaria».

Por lo que es sumamente importante mencionar que estos medios de comunicación comunitarios satisfacen una necesidad, brindando información de expertos y expertas, a un sector que no es priorizado por los medios tradicionales de comunicación, además, fortalecen la participación ciudadana y la toma de decisiones en colectivo.

Responsabilidad y salud mental

De acuerdo con los resultados de la encuesta realizada con la construcción e implementación de esta campaña, la comunidad de la Costa Caribe, puso como prioridad su salud mental, evitando la sobreinformación y las noticias falsas, que en este contexto estaban cobrando un fuerte impacto en la sociedad. Además, las personas participantes expresaron que dicha campaña se ajustó a las necesidades y contextos de la Costa Caribe, disminuyendo el estrés y el pánico colectivo.

TABLA 5
Aporte que brindó la implementación de esta campaña en mi vida

Criterios	Respuestas
Disminuyó mi estrés y pánico colectivo	9,2 %
Fortaleció los ejercicios de responsabilidad y aprendizaje colaborativo	15,3 %
Brindó seguridad al estudiantado y a la comunidad en general	14,3 %
Aportó a la construcción de ambientes seguros en la Universidad	19,4 %
Se ajustó a mis necesidades y contexto	8,2 %
Fomenta la responsabilidad y empatía en la comunidad universitaria	28,6 %

Elaboración propia

El 29,4 % de los encuestados atribuye a la implementación de esta campaña de comunicación intercultural la disminución del estrés y del pánico colectivo, fortaleciendo los ejercicios de responsabilidad y aprendizaje colaborativo; asimismo, un 23,5 % dijo que se construyeron espacios seguros en donde la comunidad estudiantil sentía confianza para recibir sus clases presenciales.

Los resultados de la encuesta reflejan el buen acompañamiento que realizó la URACCAN, desde la implementación de la Campaña de Comunicación Intercultural «Yo Me Cuido y Te Cuido», percibiendo un cambio de comportamiento en el contexto académico, social y psicológico. Los participantes de la encuesta, consideran estar muy bien informados respecto al covid-19, a partir de la implementación de la campaña, siendo las redes sociales el principal canal de información; sin embargo, admitieron el importante papel que jugaron las radios comunitarias y televisión comunitaria de la URACCAN, en cuanto al fortalecimiento de la participación ciudadana en la región, al aclarar y responder dudas con respecto a la pandemia con actores claves, como médicos, psicólogos, entre otros.

La mayoría de los participantes reconocen la importancia de esta campaña, adaptada a las lenguas maternas de la población y comunidades de la Costa Caribe, puesto que no conocen otra campaña de prevención contra este virus en lenguas autóctonas.

En materia de salud mental, esta campaña ha significado el fortalecimiento de la confianza y responsabilidad en la comunidad universitaria. Ya que el acceso a instrumentos tecnológicos educativos y el acceso a internet es limitado en las comunidades rurales de la Costa Caribe, la campaña resultó ser una base fundamental para continuar con los estudios de cientos de jóvenes de la región, fortaleciendo así el derecho a una educación de calidad, en espacios seguros.

Aportes visibles de la campaña

En la URACCAN, docentes destacaron que uno de los principales aportes de esta Campaña en la costa Caribe fue la sensibilización, dado que, en sus experiencias, notaron que hubo cierta deserción y rechazo en adoptar las medidas preventivas que orientaban otras instituciones; pero al crear un protocolo de seguridad adaptado al contexto y a las realidades de la Costa Caribe, las comunidades, la Universidad y la región en general tomaron conciencia y siguieron las medidas.

Con esta campaña, tomamos más conciencia, donde paralelo vimos a todo el mundo con su mascarilla, vimos en los eventos tomando distancia, haciendo uso del alcohol, lavado de manos; yo creo que el principal aporte es que sí se logró llegar a la sensibilización (informante, en comunicación personal).

La Costa Caribe de Nicaragua se caracteriza por ser multilingüe y mediante esta campaña de comunicación intercultural se visibilizaron las lenguas maternas que forman parte de las identidades de las poblaciones caribeñas, para fortalecer su revitalización y preservación y aportar al respeto y dignificación de los saberes, haceres, conocimientos, prácticas y las diferentes maneras de ver el mundo de los pueblos comunitarios. En este contexto, miembros del personal administrativo -funcionarios de la Universidad- destacaron la multiculturalidad de la región y la importancia de esta campaña.

Es importante mencionar que la Costa Caribe de Nicaragua es multicultural y la URACCAN tiene sede en los diferentes territorios del Caribe norte y sur, por ende, existen diferentes culturas, tradiciones, cosmovisión y lengua. Una de las acciones importantes de la campaña fue que los afiches y mensajes que se compartieron en los diferentes medios de comunicación fueron elaborados en las diferentes lenguas, lo que facilitó el proceso de entendimiento y lectura de las personas.

Por otro lado, estudiantes de la URACCAN del recinto Bilwi expresaron que

El crear conciencia en la población caribeña ha sido el aporte más importante, asimismo, el acompañamiento a los mismos, a partir del surgimiento de la pandemia; no hubo distinción de etnia o denominación, se optó por dar pautas acerca de la medicina tradicional como apoyo para contrarrestar este virus.

Además de informar de manera objetiva sobre el cuidado y protección contra la covid-19, con esta campaña revalorizamos la lengua materna, reivindicando la diversidad lingüística en Nicaragua y priorizando la salud física, mental, emocional y psicológica de la población caribeña.

En concreto, esta iniciativa fortaleció la concienciación sobre la prevención de la covid-19, lo que impulsó a que la comunidad universitaria y la población de la Costa Caribe adoptara sus propias medidas de mitigación, como charlas informativas, reforzamiento de la seguridad alimentaria, voluntariado para la vigilancia y supervisión comunitaria, así como el desarrollo de la medicina tradicional.

Frente al covid-19, las desigualdades estructurales pusieron de manifiesto la vulnerabilidad de la región caribeña, contexto que se ve agudizado por el limitado acceso que tienen las comunidades a información sobre el impacto sanitario de este virus.

Ante esto, es importante destacar que esta campaña se estableció de una manera eficaz, cuando aún los contagios no se habían extendido, lo que permitió actuar de manera rápida y efectiva con una cobertura eficiente, mediante producción de material audiovisual compartidos en las redes sociales con mayor presencia y el Canal Comunitario y revistas interculturales de televisión producidas desde el ICI de la URACCAN -Al Día TV y Revista Karibian Soul TV), así como la producción impresa de afiches ubicados en cada uno de los recintos y extensiones de la Universidad, viñetas radiales y todo un ejercicio de comunicación para el cambio de comportamiento en cada espacio institucional. También estos afiches fueron ubicados en comunidades indígenas mayangnas en su propia lengua con el financiamiento de la empresa privada, quienes solicitaron a la URACCAN la autorización y acompañamiento para su reproducción.

Esta campaña de comunicación intercultural, permitió también garantizar la participación de los pueblos indígenas, afrodescendientes y mestizos, como condición para la adaptabilidad de las estrategias que se llevaron a cabo, reconociendo y valorizando sus conocimientos, saberes y prácticas, desde el modelo de salud intercultural de la Costa Caribe nicaragüense -Modelo de Salud Intercultural de la Región Autónoma de la Costa Atlántica Sur, MASIRAAS; y el Modelo de Salud Intercultural de la Región Autónoma de la Costa Atlántica, MASIRAAN (Salas Flores, 2014)-, el cual permite y garantiza los servicios salubres acorde a las realidades socioculturales de los pueblos (Ramírez, 2017 p. 12), y que se fundamenta en la Ley 423 o Ley General de Salud, en su Capítulo III.

En particular, se construyó una campaña multilingüe, pluricultural e intercultural, que respondió a las particularidades de las comunidades y aseguró su amplia difusión en cada uno de los espacios posibles, tanto en las comunidades como en zonas urbanas, mediante medios de comunicación accesibles para los pueblos indígenas y afrodescendientes.

CONCLUSIÓN

La presente investigación sustentada desde el enfoque de la comunicación intercultural, permite comprender las dinámicas que integran e incluyen los elementos del desarrollo con identidad, revitalización, multiculturalidad, buen vivir, como espacios de convivencia. De ahí que, este estudio aporte a la diversidad, al fortalecimiento lingüístico, al cuidado y la protección de los miembros de la Universidad y de las comunidades indígenas, afrodescendientes y mestizas, con el involucramiento de los medios de comunicación de la URACCAN, como espacios de transmisión de la información, comprometidos con el fortalecimiento de los pueblos de la Costa Caribe desde la construcción de estrategias comunicacionales acorde al contexto multicultural.

Desde esta perspectiva, la campaña de comunicación intercultural tuvo un impacto positivo y significativo en la comunidad de la URACCAN y en la población en general de la Costa Caribe, ya que esta se implementó en lenguas autóctonas que se hablan en este vasto territorio, específicamente en miskito, mayangna, inglés, inglés criollo y español. En este sentido se realizó un aporte importante en el marco de la pandemia, la cual aportó social, emocional, psicológica y mentalmente a la relación social de la comunidad universitaria y de la población en general. Creando de esta manera un espacio importante para el fortalecimiento de la confianza y de las relaciones personales. De manera que este tipo de proceso realizado desde la URACCAN fortalece su política de acompañamiento comunitario intercultural (Williamson et al., 2017), la cual apunta a trabajar de manera constante y permanente de la mano de los pueblos indígenas, afrodescendientes y mestizos de la Costa Caribe.

La URACCAN, desde su modelo de universidad comunitaria intercultural, fortalece sus bases y líneas institucionales establecidas en su Plan Intercultural de Vida Institucional -PIVI, 2021-2030 (URACCAN, 2021)-, el cual marca el camino para los próximos años, donde la comunicación intercultural juega un rol determinante desde su Instituto de Comunicación Intercultural -ICI-. Es por esta razón que es importante, de acuerdo a los resultados obtenidos, adaptar la presente estrategia a la escolaridad inicial, para niños de preescolar, primaria y secundaria, para que sirva de base para otras instituciones de educación, de manera que esto permita cambiar la percepción de las personas que aún creen que el virus es un tabú.

Es vital, por lo tanto, trascender con esta estrategia de comunicación intercultural y compartirla desde otros medios de comunicación nacional para obtener un mayor alcance poblacional y crear acciones conjuntas para la adaptabilidad a la nueva realidad, e incorporar nuevos criterios de inclusión para personas con discapacidades.

Finalmente, la campaña de comunicación intercultural, es una dinámica estratégica que aporta al buen vivir de los pueblos, ya que esta también contempló la visión y cosmovisión de los pueblos indígenas y afrodescendientes desde el uso de la medicina tradicional ancestral.

REFERENCIAS

- Albornoz, L. (2011). Redes y servicios digitales. Una nueva agenda político-tecnológica. En Poder, medios, cultura#: una mirada crítica desde la economía política de la comunicación (pp. 1-275). Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura.
- CEPAL. (2020a). América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45337>
- CEPAL. (2020b). La educación en tiempos de la pandemia de COVID-19. https://www.siteal.iiep.unesco.org/respuestas_educativas_covid_19.
- Contreras, D. (2020). «Yo me cuido y te cuido»: Campaña de Comunicación Intercultural que promueve la responsabilidad y solidaridad en el contexto de la COVID-19. URACCAN Al Día, 16(2), 36-39. <https://revistas.uraccan.edu.ni/index.php/uraccanaldia/article/view/1090>

- Dávalos, P. (2008). Reflexiones sobre el *sumak kawsay* (el buen vivir) y las teorías del desarrollo ALAI, América Latina en Movimiento. <http://alainet.org/active/25617&lang=es>
- Du, R.-H., Liang, L.-R., Yang, C.-Q., Wang, W., Cao, T.-Z., Li, M., Guo, G.-Y., Du, J., Zheng, C.-L., Zhu, Q., Hu, M., Li, X.-Y., Peng, P., & Shi, H.-Z. (2020). Predictors of mortality for patients with COVID-19 pneumonia caused by SARS-CoV-2: a prospective cohort study. *European Respiratory Journal*, 55(5), 1–8. <https://doi.org/10.1183/13993003.00524-2020>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. M. del P. (2016). *Metodología de la investigación* (6th ed.). McGraw-Hill / Interamericana Editores, S. A. de C. V. <https://metodologiaecs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-pdf/>
- Hooker, A. (2017, April 1). El papel de la comunicación en procesos de interculturalidad. *URACCAN Al Día*, 11(2), 14–17. <https://revistas.uraccan.edu.ni/index.php/uraccanaldia/article/view/414>
- Libro Blanco. (2020). Al pueblo de Nicaragua y al mundo. Informe sobre el covid-19 y una estrategia singular. Libro blanco. <https://www.el19digital.com/app/webroot/tinymce/source/2020/00-Mayo/25>
- López, W. O. F., & Escribano, E. A. (2018). Actitudes hacia las matemáticas en la enseñanza universitaria y su relación con las variables género y etnia. *Profesorado*, 22(3), 231–251. <https://doi.org/10.30827/profesorado.v22i3.8000>
- Martin-Barbero, J. (1991). De los medios a las mediaciones. *Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S. A. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Martínez Gandolfi, A. (2020). Asintomáticos covid-19 excluidos de protocolo. *Atención Primaria*, 50(3), 118–119. <https://doi.org/10.1016/j.aprim.2020.06.005>
- Mollo, E. C. (2011). El vivir bien, una propuesta de los pueblos indígenas a la discusión sobre el desarrollo. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 6(1), 19–33. <https://doi.org/10.14198/OBETS2011.6.1.02>
- Montoya, Y. (2021). Perfil de Laboratorios de Comunicación de Uraccan. [https://www.uraccan.edu.ni/sites/default/files/2021-04/Perfil de LABS digital.pdf](https://www.uraccan.edu.ni/sites/default/files/2021-04/Perfil%20de%20LABS%20digital.pdf)
- OMS. (2020, March 11). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on covid-19. OMS. <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- OMS. (2021). Covid-19 cases and deaths reported by countries and territories in the Americas. Organización Mundial de La Salud. <https://who.maps.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=2203b04c3a5f486685a15482a0d97a87&extent=-17277700.8881%2C-1043174.5225%2C-1770156.5897%2C697965>
- Pedro-Carañana, J., Broudy, D., & Klachn, J. (2018). The propaganda model today: filtering Perception and Awareness. In University of Westminster Press (pp. 1–18). University of Westminster Press. <https://doi.org/10.16997/BOOK27.A>
- Ramírez, S. E. (2017). modelo de atención de salud intercultural región autónoma costa caribe norte-raccn. [http://www.fise.gob.ni/sites/default/files/2021-08/CARTILLA %233 CMANTENIMIENTO SALUD-017.pdf](http://www.fise.gob.ni/sites/default/files/2021-08/CARTILLA%20%233%20CMANTENIMIENTO%20SALUD-017.pdf)
- Rizo, M., & Romeu, V. (2006). Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. *E-Compós*, 6, 1–19. <https://doi.org/10.30962/ec.v6i0.85>
- Rodrigo Alsina, M. (1997). Elementos para una comunicación intercultural. *Revista CIDOB d'afers Internacionals*, 36, 11-21–21.
- Romeu, A. V. (2010). Diálogo y comunicación intercultural. Pretextos para reflexionar sobre la relación sujeto-sujeto en la comunicación humana. *Revista Comunicación y Medios*, 21, ág. 24-50. <https://doi.org/10.5354/rcm.v0i21.17447>
- Salas Flores, M. S. (2014). Atención en salud a las personas de la tercera edad en el modelo de Salud Intercultural de MASI-RAAN. *Ciencia e Interculturalidad*, 15(2), 35–66. <https://doi.org/10.5377/RCL.V15I2.1918>
- Sanhuesa Henríquez, S., Cristina, M., Moltó, C., & Carrillo, M. F. (2011). La dimensión personal y social de la comunicación intercultural: un estudio exploratorio con alumnado de educación primaria y secundaria de la provincia de Alicante (España). *Papeles de Trabajo*, 21, 37–61.

- Stover, J. (2014). *Transcreation: A Strategy for Effective Intercultural Communication in Public Health Campaigns* [Universidad Alcalá]. https://ebuah.uah.es/xmlui/bitstream/handle/10017/23740/TFMMaksin_Leanne.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Trejo, L. L., Moreno, S. V., Barrera, U. de la, Marín, M. P., & Castilla, I. M. (2021). Ajuste psicológico en cuidadores familiares de adolescentes: un análisis longitudinal durante el confinamiento por la covid-19 en España. *Análisis y Modificación de Conducta*, 47(176), 35–49. <https://doi.org/10.33776/AMC.V47I175.5190>
- URACCAN. (2021). Plan de Vida Intercultural Institucional (PIVI 2021-2030) “Definiendo y concertando rutas para un futuro mejor.”
- Williamson, M., Gómez, N., Rojas, S., Espinoza, S., Zúñiga, V., Montoya, Y., & Zapata, Y. (2017, December). Política de Acompañamiento Comunitario Intercultural. Uraccan. [https://www.uraccan.edu.ni/sites/default/files/2020-08/Poli#tica de acompa#amiento comunitario intercultural.pdf](https://www.uraccan.edu.ni/sites/default/files/2020-08/Poli#tica%20de%20acompanamiento%20comunitario%20intercultural.pdf)