



Uso de la mascarilla

Análisis de Redes Sociales

Octubre 2020

Coes es una empresa que se dedica al monitoreo y análisis de información para Costa Rica y Centroamérica.

Con más de 14 años en el mercado, Coes ha desarrollado una tecnología de minería de datos que le permite capturar información de manera masiva. Esta se clasifica por medio de inteligencia artificial y se visualiza a través de herramientas de inteligencia de negocios que facilitan el análisis de la información.

Además, Coes cuenta con un equipo de profesionales especializados en diferentes áreas como comunicación, tecnologías de la información y análisis de datos, que trabaja constantemente en la innovación de los sistemas y tecnologías.



Metodología.

Este estudio parte de la captura de información en redes sociales a través de conjuntos de palabras clave llamados "queries". Los queries nos permiten filtrar por temas específicos, para así obtener la información que se requiere y no tener que leer cada uno de los mensajes que se generan en redes sociales. La información se captura de forma masiva por medio de herramientas de inteligencia de negocios, que se conectan directamente a las redes sociales. Asimismo, estas herramientas también la procesan y clasifican a través de inteligencia artificial.

El término inteligencia artificial (IA) se refiere a las operaciones de inteligencia ejecutadas por máquinas diseñadas para reproducir las capacidades del cerebro humano por medio de combinaciones de algoritmos. Esto implica la capacidad de ejecutar funciones como el razonamiento, la percepción, el aprendizaje y la resolución de problemas.

Las redes sociales en las que se captura la información son Twitter y Facebook.

Twitter es una red social abierta que nos permite acceder a la información de cualquier perfil del mundo. Se utilizan queries para filtrar la información y la geolocalización para poder capturar información de usuarios pertenecientes a un país específico.

Facebook es una red social privada que limita a todas las herramientas del mundo en las posibilidades de captura. Esto significa que esta red social protege a los usuarios privados y solamente deja capturar información de "fanpages" o lo que conocemos como perfiles abiertos. Coes tiene una base de datos de todos los fan pages de Costa Rica, y se monitorean para que a través de las palabras clave también se pueda capturar información de publicaciones y comentarios realizados en estos perfiles públicos.

Una vez que se captura, procesa y clasifica la información, se utilizan otras herramientas de inteligencia de negocios para visualizar y graficar la información de una manera rápida, efectiva y dinámica. Coes cuenta con un equipo especializado en análisis de información que trabaja en todo este proceso y le da vida al estudio.

En general predomina el sentimiento positivo con respecto al uso de la mascarilla, los usuarios entienden que es necesario y que el uso correcto es importante.

Resumen ejecutivo

- Del 6 de marzo al 30 de septiembre se capturaron 40,146 mensajes en redes sociales relacionados al uso de la mascarilla.
- Los primeros meses el volumen de mensajes fue más bajo porque se consideraba que el uso de la mascarilla solamente era necesario para personas enfermas o personal de salud. A pesar de que el uso obligatorio es oficial a partir del 9 de septiembre, julio tiene mayor interacción debido a que anunciaron por primera vez que el uso de la mascarilla se recomendaba en lugares públicos cerrados. Es cuando los usuarios expresan que sienten más presión en utilizar la mascarilla.
- Los medios de comunicación realizaron 1266 publicaciones en redes sociales relacionados al uso de la mascarilla. Junio fue cuando se generó más información. Esto se debe a que se anuncia por primera vez que la mascarilla es de uso obligatorio en comercios y transporte público. Los meses anteriores se compartía menos información con respecto a este tema por el tipo de indicaciones y mensajes que generaban las Organizaciones de Salud.
- Dentro de los temas que generaron mayor cantidad de interacción en redes sociales están los anuncios y recomendaciones de las Organizaciones de Salud, molestias de los usuarios con respecto al uso incorrecto de la mascarilla, y la promoción correcta o incorrecta que dan los personajes públicos.

Resumen ejecutivo

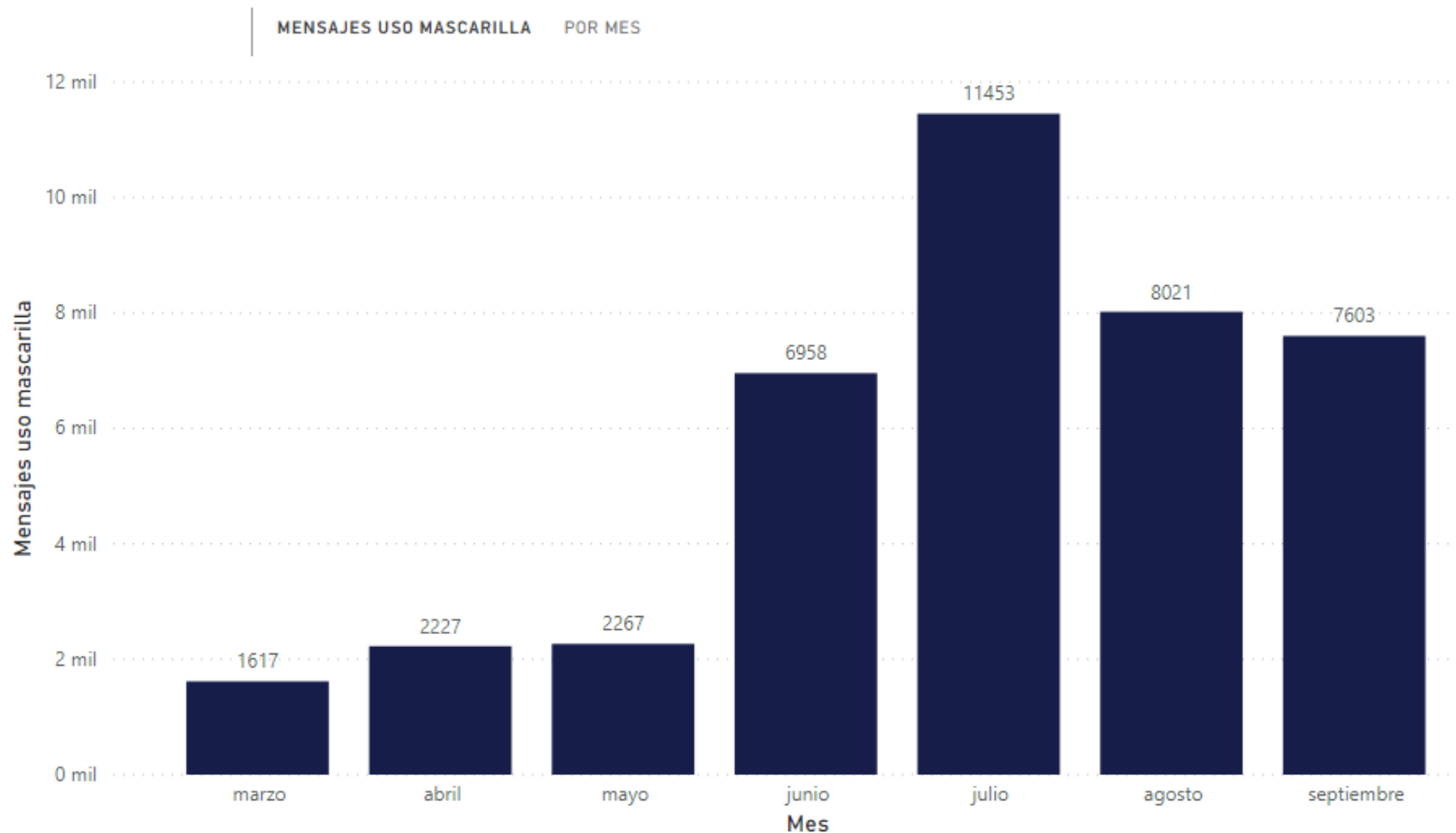
- El sentimiento de las conversaciones presenta una evolución que se ha visto influenciada por las diferentes medidas. Principalmente porque al principio existía mucha incertidumbre en si era necesario utilizar o no, pero conforme la comunicación se hizo más precisa y la medida se volvió obligatoria, los usuarios presentan una mayor aceptación con respecto al tema. En general predomina el sentimiento positivo sobre el negativo con respecto al uso de la mascarilla. Los usuarios entienden que es necesario y que el uso correcto es importante, sin embargo, los comentarios negativos están relacionados a la incomodidad que sienten al utilizar la mascarilla.
- El 8% de los 40,146 mensajes están relacionados a las medidas sanitarias que implementó el gobierno con respecto al uso de la mascarilla. La mayoría de usuarios ven las medidas de forma positiva, sin embargo, existe un porcentaje de mensajes negativos que indican que el gobierno prolongó innecesariamente estas medidas y que se necesitan más campañas de educación para que las personas aprendan a utilizar correctamente la mascarilla.
- Cuando se habla de la comodidad de las mascarillas, la mayoría de mensajes son negativos. Solo un 6% de los usuarios consideran que utilizar mascarilla es cómodo.
- La mascarilla más popular es la de tela, pero en la que más confían es la quirúrgica, especialmente porque existen muchos proveedores de mascarillas de tela y existe inseguridad en la calidad de fabricación. No todas han sido revisadas y aprobadas.
- A pesar de que las personas confían en la quirúrgica existen usuarios que la critican por ser desechable y el daño que puede ocasionar al medio ambiente.

Resumen ejecutivo

- Guanacaste, Puntarenas y Limón son las provincias en las que se encontró menor cantidad de mensajes del uso de la mascarilla. Esto no quiere decir que sean las provincias que menos utilizan mascarilla, sino que generan menos opinión con respecto a este tema. Es interesante que muchos de los comentarios están relacionados a la incomodidad que genera la mascarilla por el calor.
- Existen diferentes influenciadores de redes sociales que generaron conversaciones del uso de la mascarilla y obtuvieron un mayor alcance e interacción en redes sociales. Estos influenciadores son: María Luisa Ávila Agüero, Laura Chinchilla, Gustavo Peláez, Jota Pe, Marianella Cordero, José Daniel Clarke, Leonardo Garnier, Edgar Silva, Cristian Cambroner, y Claudia Dobles.

En total se capturaron 40,146 mensajes relacionados al uso de la mascarilla en redes sociales.

Cantidad de mensajes por mes



Durante **marzo** el volumen de mensajes fue más bajo porque la mayoría de usuarios consideraban que **el uso de la mascarilla no era necesario**.

En **abril y mayo** aumentaron las conversaciones debido a que los usuarios comenzaron a cuestionar si la mascarilla realmente era necesaria e **inició la preocupación por la falta de promoción del uso de la mascarilla**.

En **junio**, se dispararon las conversaciones porque el uso de la mascarilla se volvió obligatorio en lugares públicos y esto hace que aumenten las **consultas de usuarios con respecto al uso correcto**.

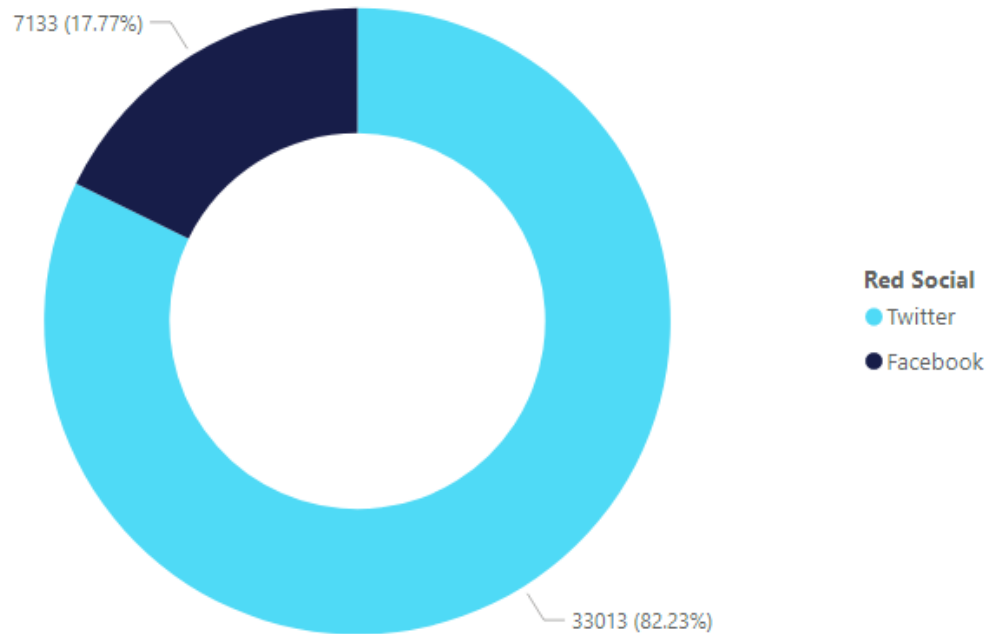
A pesar de que el uso obligatorio es oficial a partir del 9 de septiembre, **julio** tiene mayor interacción debido a que anunciaron por primera vez que el uso de la mascarilla se recomendaba en lugares públicos cerrados. **Las personas expresan que sienten más presión en utilizar la mascarilla**.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

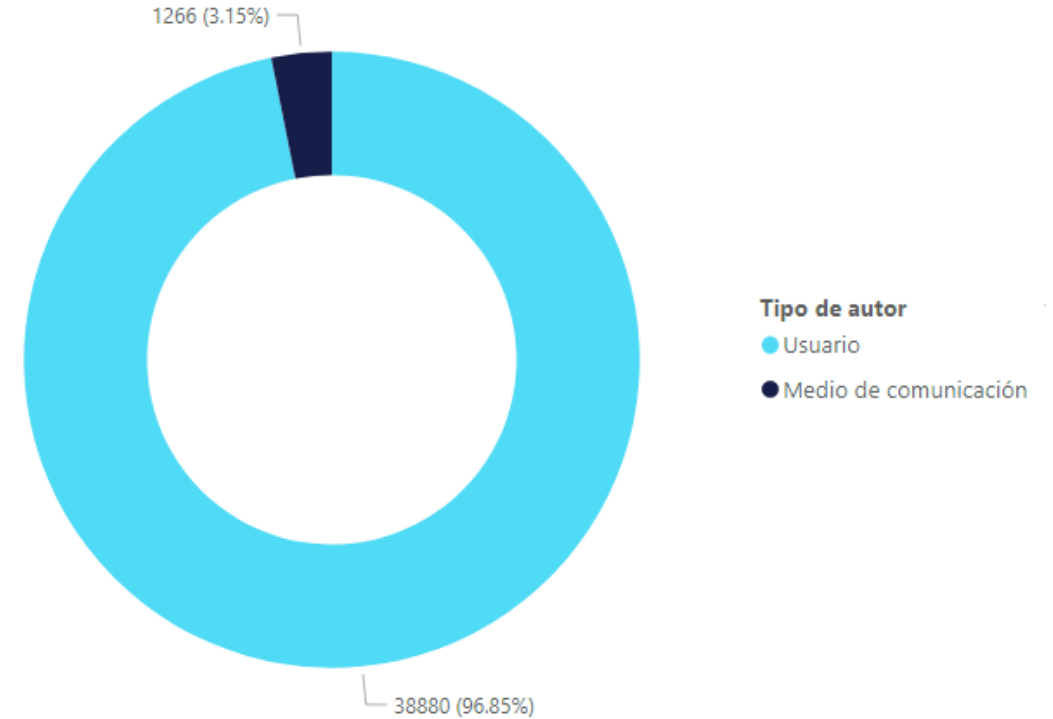
Se encontraron 1266 mensajes de los medios de comunicación con respecto al uso de la mascarilla.

Distribución por red social y por tipo de autor

MENSAJES USO MASCARILLA POR RED SOCIAL



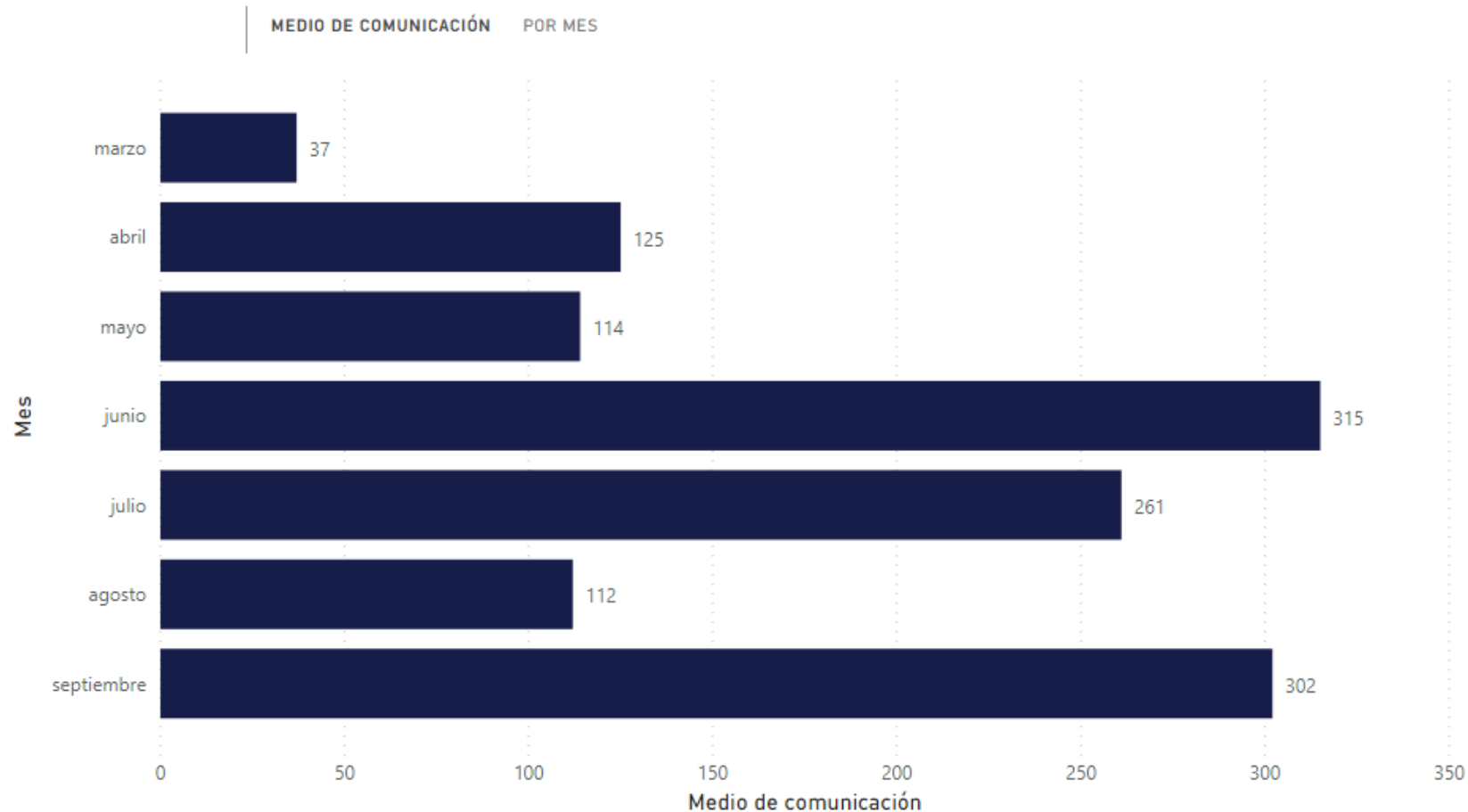
MENSAJES USO MASCARILLA POR TIPO DE AUTOR



Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

En junio, julio y septiembre los medios de comunicación generaron mayor cantidad de mensajes relacionados al uso de la mascarilla.

Mensajes de los medios de comunicación por mes



Junio fue cuando los **medios de comunicación generaron más información acerca del uso de la mascarilla**. Esto se debe a que se anuncia por primera vez que la mascarilla es de uso obligatorio en comercios y transporte público. Los meses anteriores se compartía menos información porque aún se indicaba que solo las personas con problemas de salud o personal de salud debían utilizarlas.

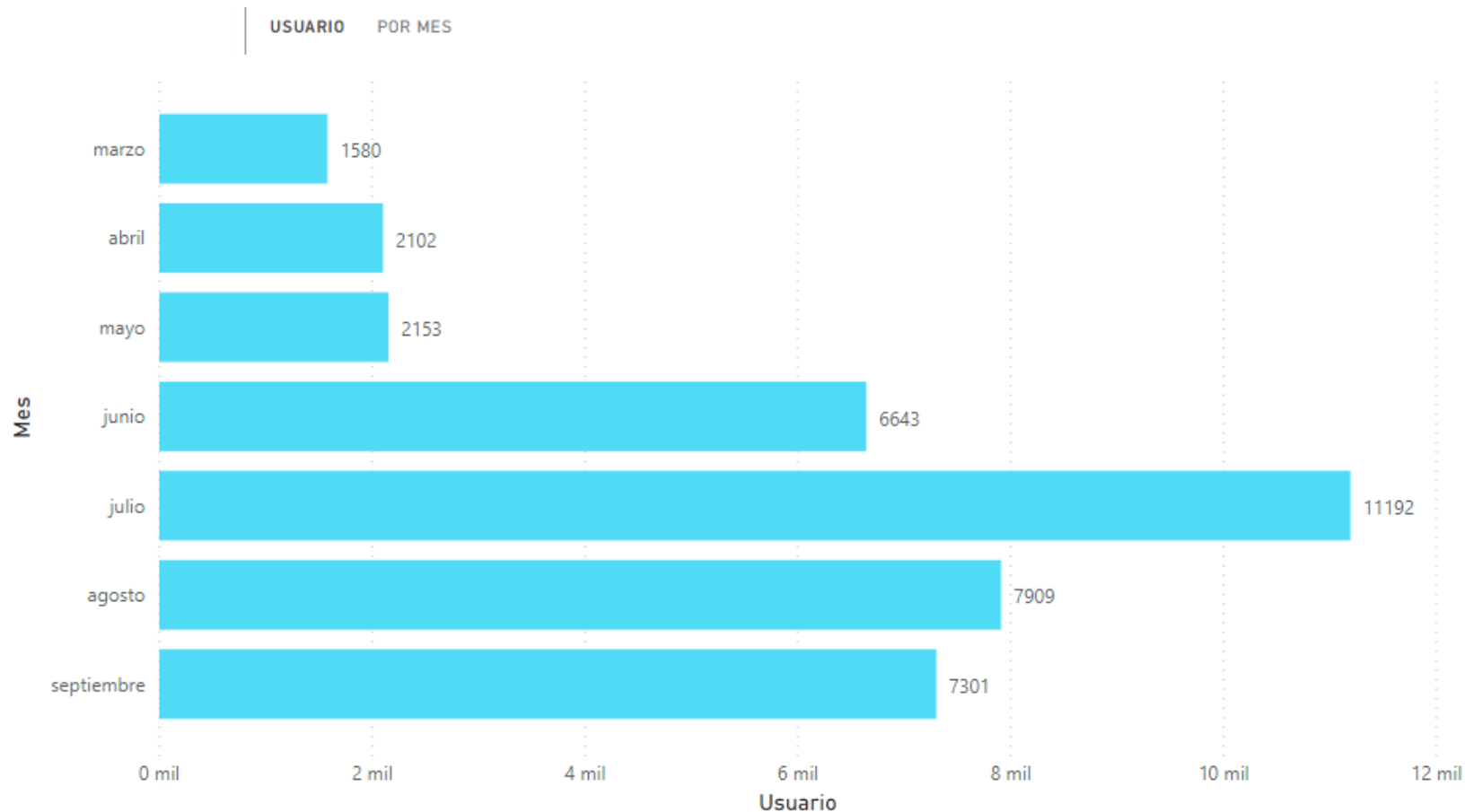
En **julio los medios de comunicación promovieron más el uso de la mascarilla** a través de información de precios, materiales y uso correcto. Uno de los temas más relevantes fue el uso de la mascarilla en buses y transporte público.

Durante **agosto y septiembre** la mayoría de noticias se relacionaron al uso obligatorio de la mascarilla que regía a partir del 9 de septiembre. Otras noticias mencionan **como las personas y entidades se adaptaban a esta nueva normalidad**.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

En julio y agosto los usuarios de redes sociales generaron mayor cantidad de mensajes relacionados al uso de la mascarilla.

Mensajes de usuarios por mes



Durante los primeros meses, la mayoría de usuarios consideraba que el uso de la mascarilla no era necesario por la información que se les brindaba. Fue en **junio** cuando los usuarios de redes sociales mostraron una preocupación más grande porque **no suficientes personas utilizaban mascarilla o la utilizaban de manera incorrecta**. Especialmente porque a partir de ese mes comenzó a ser obligatorio el uso de la mascarilla en comercios y transporte público. Esto aumentó la información que se compartía en redes sociales.

Se identifica que a partir de **julio** aumentan las conversaciones conforme las personas deben **acostumbrarse a las nuevas medidas**. Es cuando los **usuarios aumentaron la necesidad de comprar y utilizar mascarillas**.

En **agosto y septiembre** continúan las reacciones a las nuevas medidas y los **usuarios comparten su experiencia con el uso de la mascarilla**.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

Mensajes clave en redes sociales

Ejemplos de publicaciones de medios y usuarios en redes sociales

Mensajes de las Organizaciones de Salud

"OMS confirma a través de un informe que la mascarilla no es un método de protección eficaz".

"La OMS revisó sus recomendaciones y afirmó que no es necesario que la gente sana utilice mascarillas frente al coronavirus".

"Uso de mascarilla se recomienda en transporte público, atención al público y reuniones".

Marzo

Abril

Mayo

Mensajes de usuarios

"La mascarilla no sirve de nada".

"Yo cuando he tenido que salir me pongo mascarilla y guantes. Nadie me garantiza que alguien o algún irresponsable ande afuera infectado. Aunque eso no me asegura que no me contagie evito al menos o reduzco que me contagie".

"La mejor mascarilla es la que no se usa porque usted se quedó en su casa".

"Siento que los que hacen la recurrente pregunta de la mascarilla esperan esta respuesta: Sí estábamos equivocados, ¡corran compren porque casi no hay! Ayer prácticamente se dijo que el que la quiera comprar que lo haga, pero se advirtió las posibilidades de contagiarse por mal uso".

"Por mucho que se explique, la gente no va a entender que la mascarilla se lleva principalmente para no contagiar a los demás, no para protegerse. Las farmacias no deberían venderlas a la población".

"En el bus que voy ahora, solo el chófer anda con mascarilla".

Mensajes clave en redes sociales

Ejemplos de publicaciones de medios y usuarios en redes sociales

Mensajes de las
Organizaciones de
Salud

*"Uso de mascarilla
será obligatorio en
comercios y
transporte".*

*"Uso de mascarilla
será obligatorio en
todos los lugares
cerrados".*

Junio

Julio

Mensajes de
usuarios

*"Que alguien me explique
porque hasta ahora el uso
de mascarilla".*

*"Usen la mascarilla...es
por el bien de todos, el
suyo y el de todos".*

*"Tengo meses, desde mi
ignorancia, promulgando
el uso de la mascarilla".*

*"Deben dar la orden de
que TODA la gente use
mascarilla OBLIGATORIO".*

*"Uso obligatorio de
mascarilla/careta. Por
fin!".*

*"Tanta crítica y en las
paradas gente sin
mascarilla todos juntos".*

Mensajes clave en redes sociales

Ejemplos de publicaciones de medios y usuarios en redes sociales

Mensajes de las
Organizaciones de
Salud

*"Salud cambia
protocolo de uso de
mascarilla y caretas
en espacios
públicos".*

*"Mascarilla es de
uso obligatorio a
partir de hoy,
caretas solo se
permitirán como
complemento".*

Agosto

Septiembre

Mensajes de
usuarios

*"Que alivio escuchar que
habrá nuevos
lineamientos sobre el uso
de careta y mascarilla, ya
era hora".*

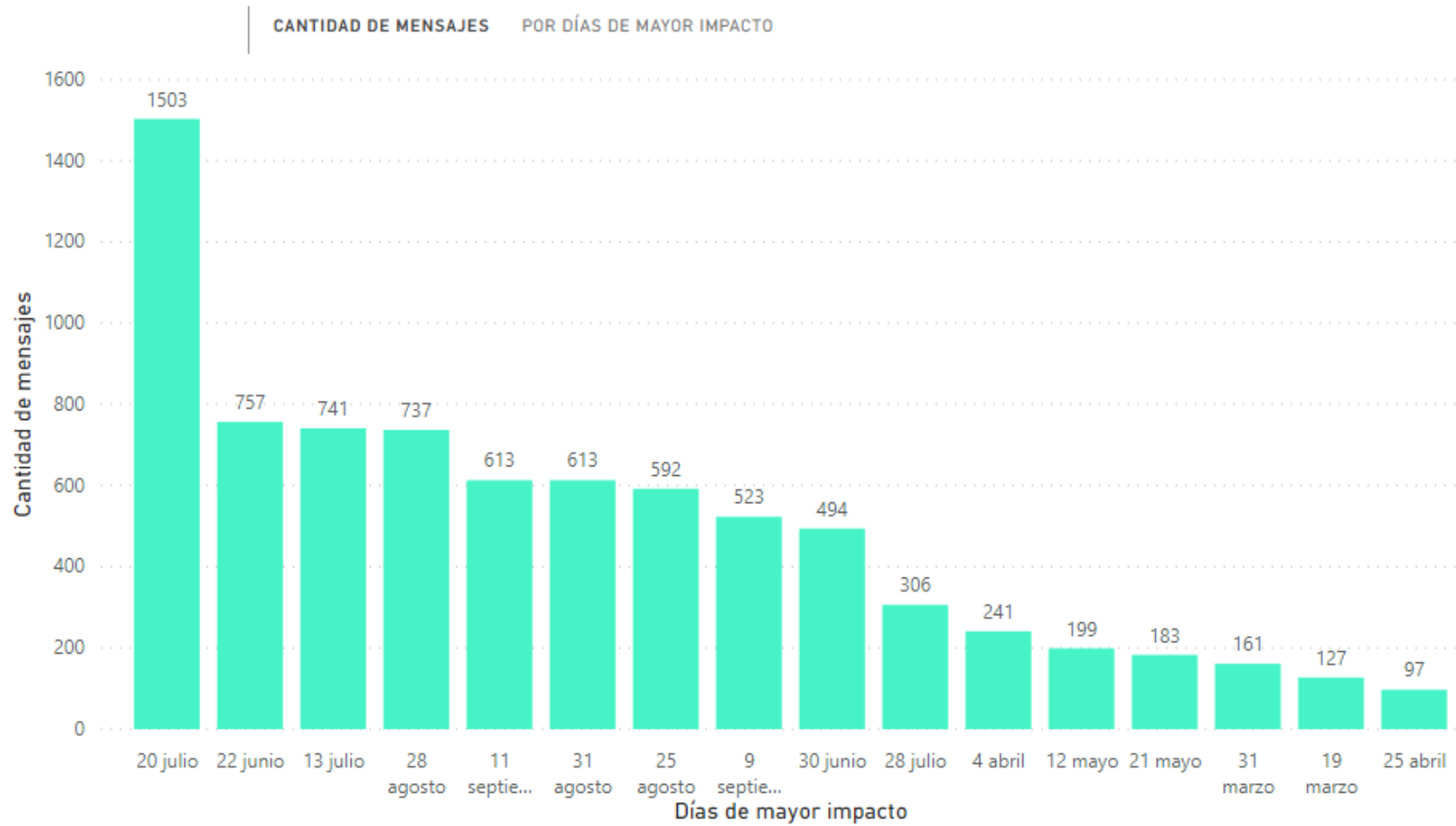
*"Odio la nueva
normalidad de usar
mascarilla porque aquí en
el puerto está como a
+35° y me suda todo".*

*"Muy mala dirección con
éste tema primero era
casi prohibido usar la
mascarilla, después que si
o careta cualquiera de las
dos, ahora careta sola no
solo complementaria en
pura contradicción".*

*"Hoy salí a hacerle
mantenimiento a la bici.
Todo la gente con su
mascarilla. El protocolo de
limpieza desde la entrada.
Tocará seguir con
nuestras vidas con estos
protocolos. Pero la vida
sigue...Ánimo".*

El 20 de julio fue el día en el que se generaron más conversaciones en redes sociales relacionadas al uso de la mascarilla.

Días en los que se generaron más conversaciones



El 20 de julio se encontraron 1503 mensajes relacionados al uso de la mascarilla. El pico de mensajes se generó a partir de la recomendación del uso de la mascarilla en todos los lugares públicos cerrados, y reacciones debido a una serie de fotos del exdirector de Vigilancia de la Salud y varios diputados sin mascarilla.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

A pesar de que el 12 de mayo se dan las primeras recomendaciones de uso de la mascarilla, el uso obligatorio tiene un mayor impacto en las redes sociales (22 junio).

Temas que generaron más conversaciones

Marzo

19 marzo – 127 mensajes

Reacciones por primer fallecido Covid-19.

31 marzo – 161 mensajes

Entidades oficiales anuncian que no se recomienda el uso de la mascarilla, solo para ciertos perfiles.

Abril

4 abril – 241 mensajes

Gerente Médico de la CCSS reitera propósito de la mascarilla quirúrgica. No protege contra el virus, lo que evita es que las partículas de tos o saliva se expulsen más lejos.

25 abril – 97 mensajes

El Dr. Roberto Arroba, de la Dirección de Vigilancia de la Salud, muestra la manera correcta de usar una mascarilla. Se recomienda para personal de salud o personas con problemas respiratorios.

Mayo

12 mayo – 199 mensajes

Ministro de Salud explica el uso correcto de la mascarilla. Se recomienda el uso en transporte público, atención al público y reuniones.

21 mayo – 183 mensajes

Paté Centeno utiliza la mascarilla incorrectamente.

Junio

22 junio – 757 mensajes

Uso obligatorio de la mascarilla en comercios y transporte.

30 junio – 494 mensajes

Críticas por mal uso de la mascarilla.

Los usuarios de redes sociales se ven influenciados por la promoción que le dan personajes públicos al uso de la mascarilla. A su vez expresan molestias con el uso incorrecto de la mascarilla.

Temas que generaron más conversaciones

Julio

Agosto

Septiembre

13 julio – 741 mensajes

Un grupo de personas cuestionan al frente de Casa Presidencial: ¿Cuál pandemia? (En la huelga utilizaban la mascarilla).

25 agosto – 592 mensajes

Critican a diputados y diputadas sin mascarilla (o mascarilla mal puesta) en manifestaciones.

9 septiembre – 523 mensajes

Entra en vigor el decreto 42603-S para el uso obligatorio de la mascarilla y la reapertura de comercios.

20 julio – 1503 mensajes

Recomendación del uso de la mascarilla en todos los lugares públicos cerrados.

28 julio – 306 mensajes

Comparaciones entre el uso de la careta y la mascarilla.

28 agosto – 737 mensajes

Anuncian que a partir del 9 de septiembre el uso de la mascarilla en lugares públicos cerrados será estrictamente obligatorio.

31 agosto – 613 mensajes

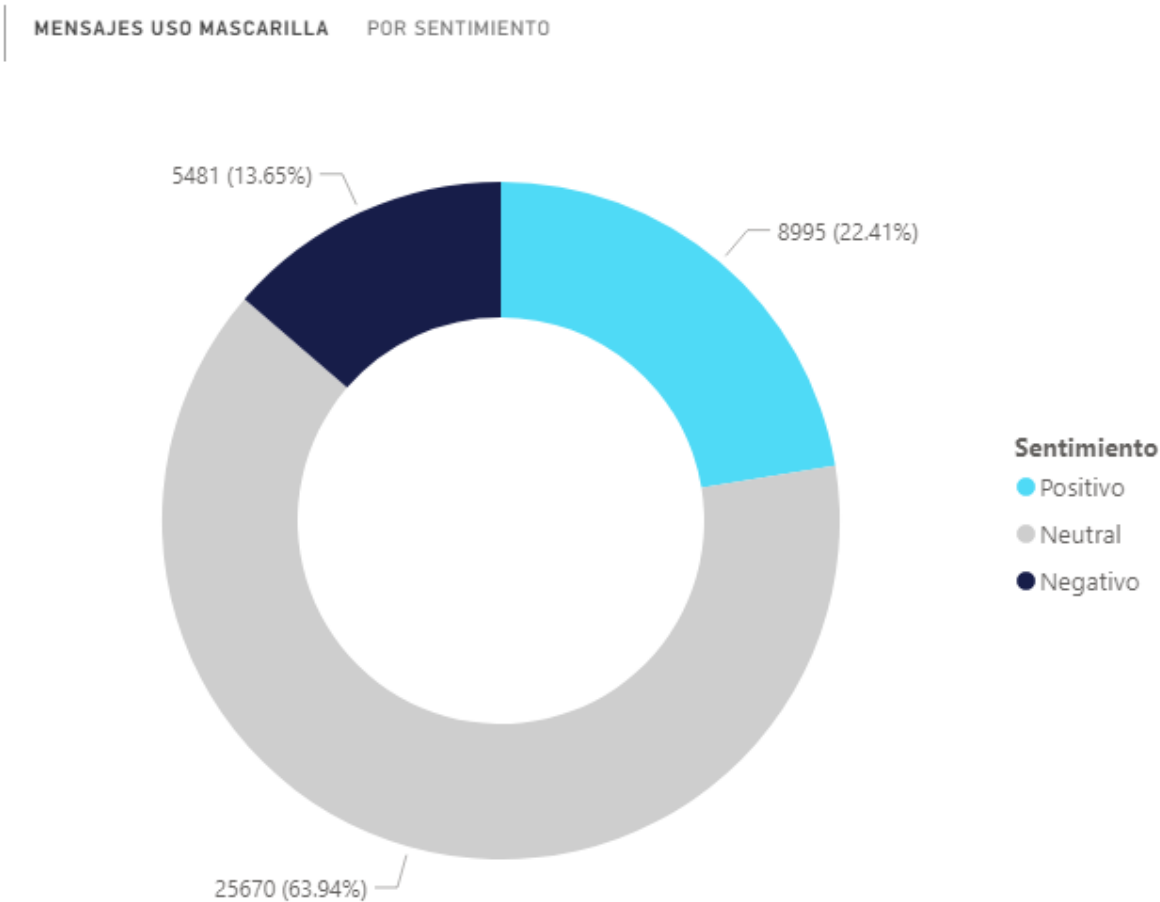
La presentación de Ariana Grande y Lady Gaga en la que ambas utilizan mascarillas tiene un impacto positivo entre los usuarios. Promociona el uso de mascarillas.

11 septiembre – 613 mensajes

Usuarios comparten mensaje de Gustavo Peláez en el que promociona lavarse las manos, el distanciamiento social y el uso de la mascarilla.

En general predomina el sentimiento positivo sobre el negativo con respecto al uso de la mascarilla.

Sentimiento de los mensajes



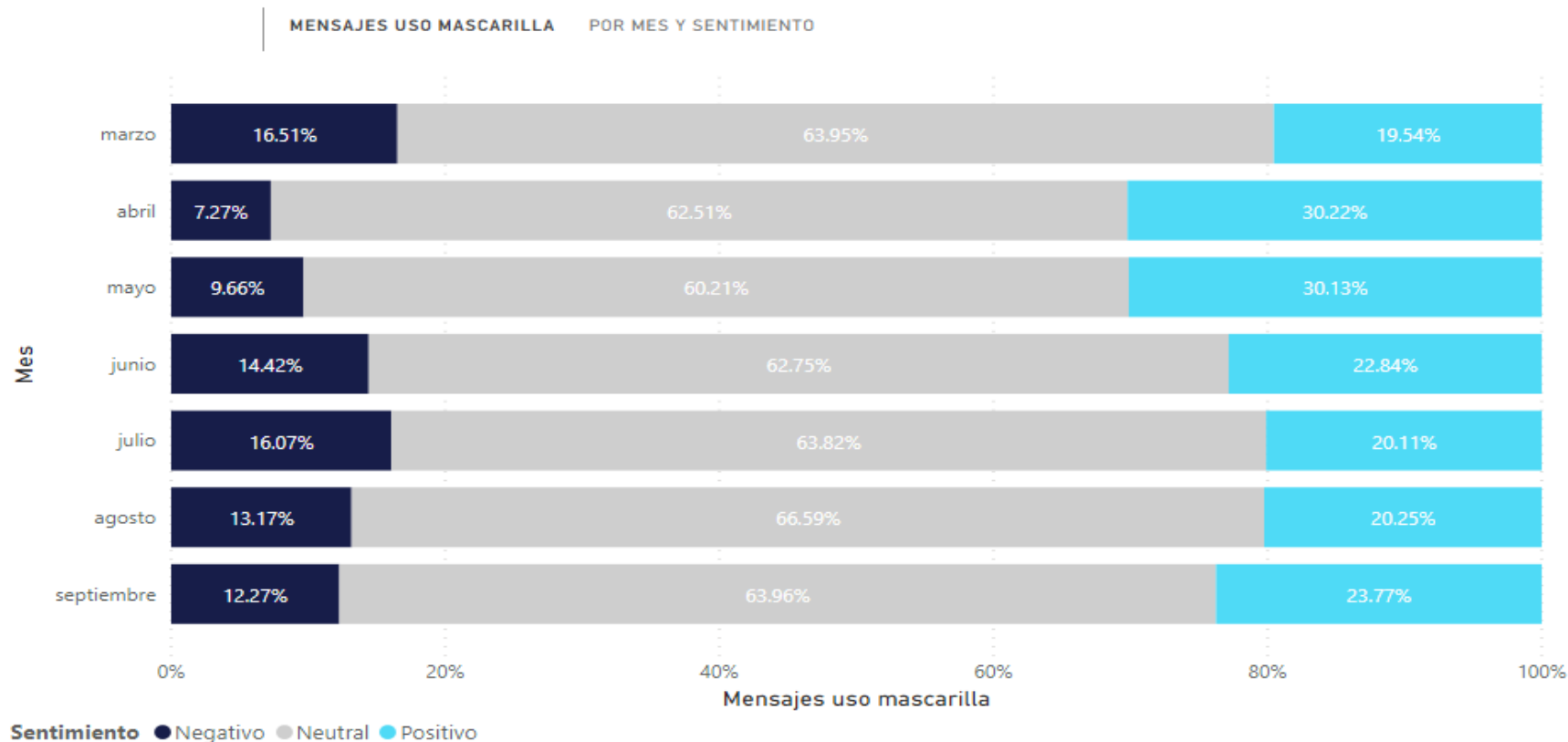
El sentimiento positivo está enfocado en su mayoría al apoyo que expresan los usuarios de redes sociales con respecto al uso de la mascarilla. Los usuarios entienden que es necesario y que el uso correcto es importante.

En general, los comentarios negativos están relacionados a la incomodidad que sienten los usuarios al utilizar la mascarilla. Especialmente las personas que utilizan anteojos y/o tienen problemas respiratorios.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

El sentimiento de las conversaciones ha presentado una evolución que se ha visto influenciada por las diferentes medidas.

Sentimiento por mes



La opinión de los usuarios se vio influenciada por las medidas y la comunicación que se brindó con respecto a la importancia y uso de la mascarilla. El sentimiento positivo de **marzo, abril y mayo** estuvo principalmente enfocado en las personas que apoyaban el uso de la mascarilla aún cuando no era recomendada en todos los casos.

En marzo **existía mucha incertidumbre con respecto a la importancia de la mascarilla** por lo que el sentimiento negativo estaba enfocado en comentarios de que las personas que utilizaban mascarilla lo hacían por histeria o se creía que cualquier persona que utilizara mascarilla era porque estaba enferma.

En **abril y mayo** se brindó más información con respecto al uso de la mascarilla, por lo que **bajó la incertidumbre y el sentimiento negativo**.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

El sentimiento de las conversaciones ha presentado una evolución que se ha visto influenciada por las diferentes medidas.

Sentimiento por mes

A partir de **junio sube el sentimiento negativo porque se imponen nuevas medidas de uso** y más personas deben comenzar a utilizar mascarilla. Es cuando vuelve a crecer la incertidumbre. Especialmente genera muchas dudas en los usuarios con respecto al uso correcto de la mascarilla.

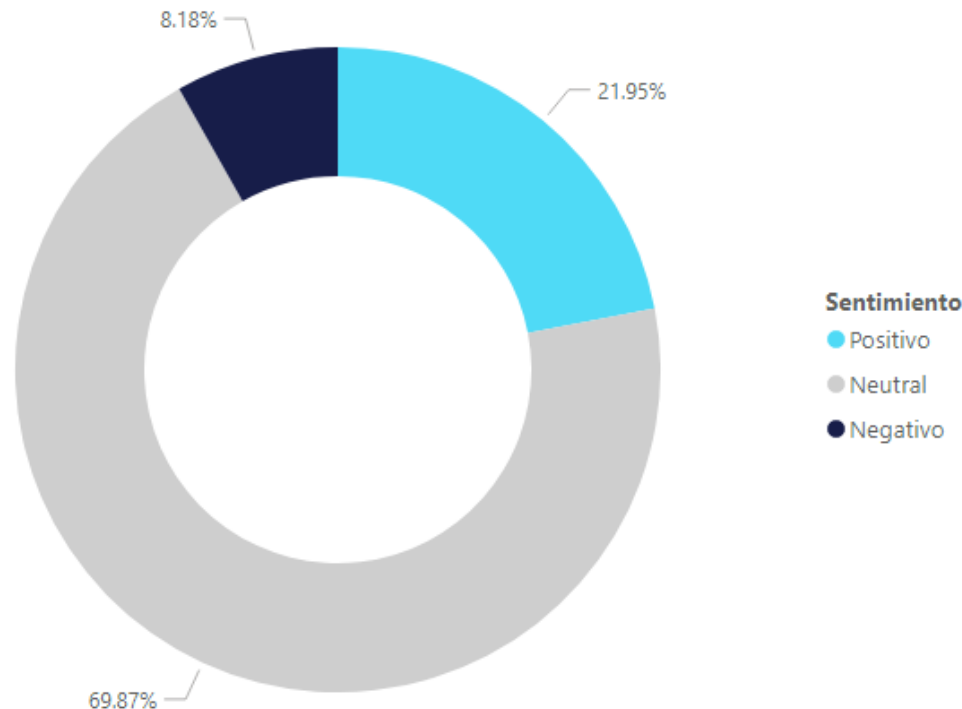
Julio es cuando realmente los usuarios **consideran que se vuelve obligatorio** y hay un incremento en los comentarios negativos porque muchas personas aún no acatan las reglas de uso correcto de la mascarilla.

En **agosto y septiembre** se ve aún más apoyo con respecto al uso de la mascarilla. Esto se ve influenciado con la **apertura de comercios que genera un sentimiento positivo** en redes sociales. Los comentarios negativos están en su mayoría enfocados en la incomodidad que sienten los usuarios al utilizar la mascarilla, especialmente los que deben pasar varias horas con ella.

El 8% de los 40,146 mensajes está relacionado a las medidas sanitarias que implementó el gobierno con respecto al uso de la mascarilla.

Sentimiento de las medidas

MEDIDAS POR SENTIMIENTO



3349
mensajes de
medidas

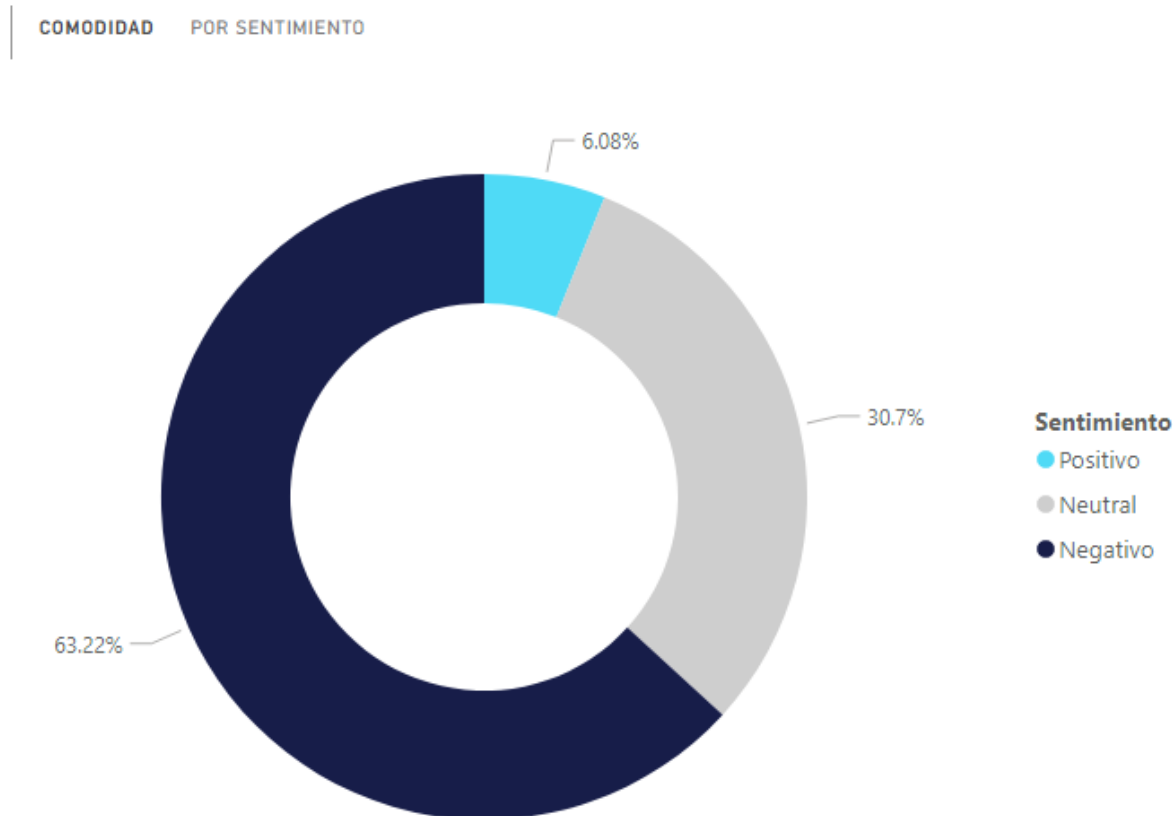
Al hablar de medidas del gobierno, un 22% de los mensajes tienen connotación positiva. Estos mensajes superan al 8% de negativos.

Los usuarios ven positivas las nuevas medidas de uso de la mascarilla y la reapertura de comercios. Los comentarios negativos indican que el gobierno prolongó innecesariamente esta medida y que se necesitan más campañas de educación para que las personas aprendan a utilizar correctamente la mascarilla.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

El 15% de los 40,146 mensajes está relacionado a mensajes que hablan de la comodidad de las mascarillas.

Sentimiento de la comodidad



6022
mensajes de
comodidad

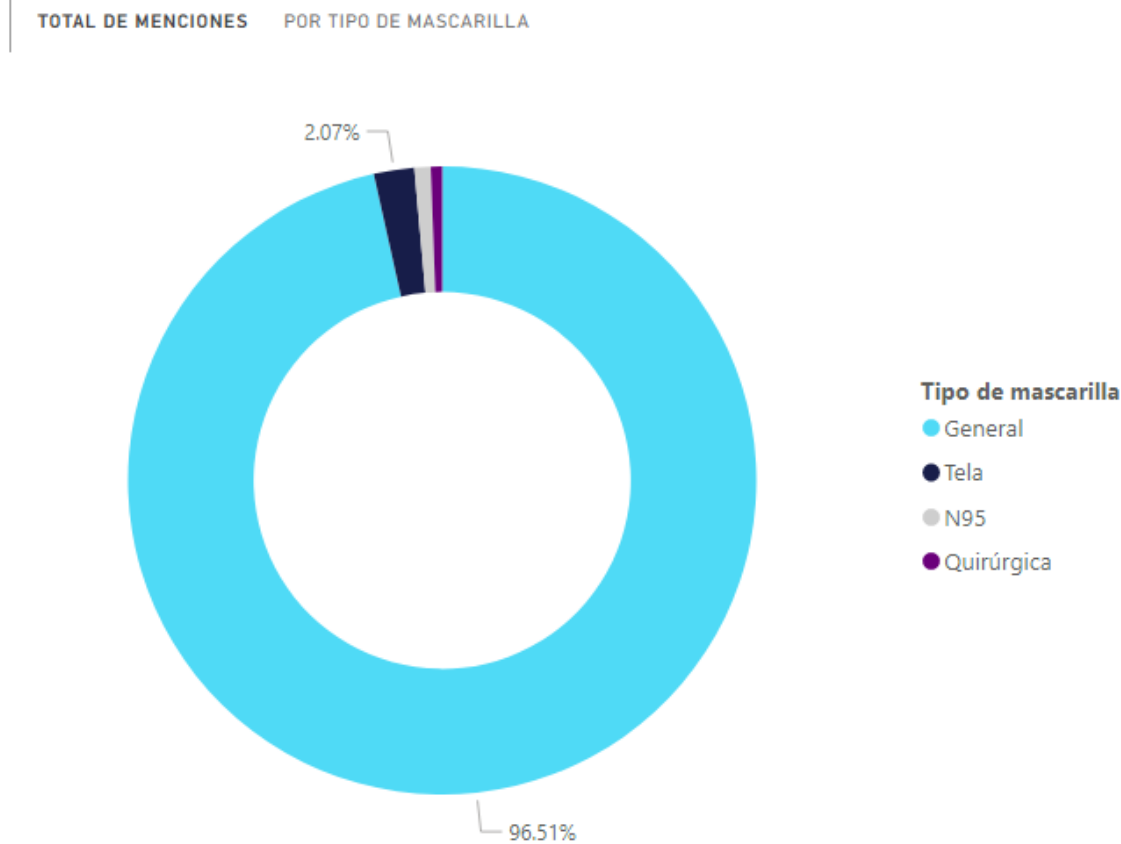
El 63% de los mensajes relacionados a la comodidad de uso de la mascarilla son negativos. En su mayoría estos mensajes hablan de lo incómodo que es utilizar mascarilla con anteojos o que los usuarios tienen problemas para respirar después de muchas horas de utilizar la mascarilla, principalmente en sus trabajos.

Existe un 6% de usuarios que consideran que utilizar mascarilla es cómodo y que no tienen ningún problema para respirar.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

Los usuarios en su mayoría hablan de mascarillas en general, sin embargo, cuando especifican el tipo de mascarilla de la que más hablan es de la de tela.

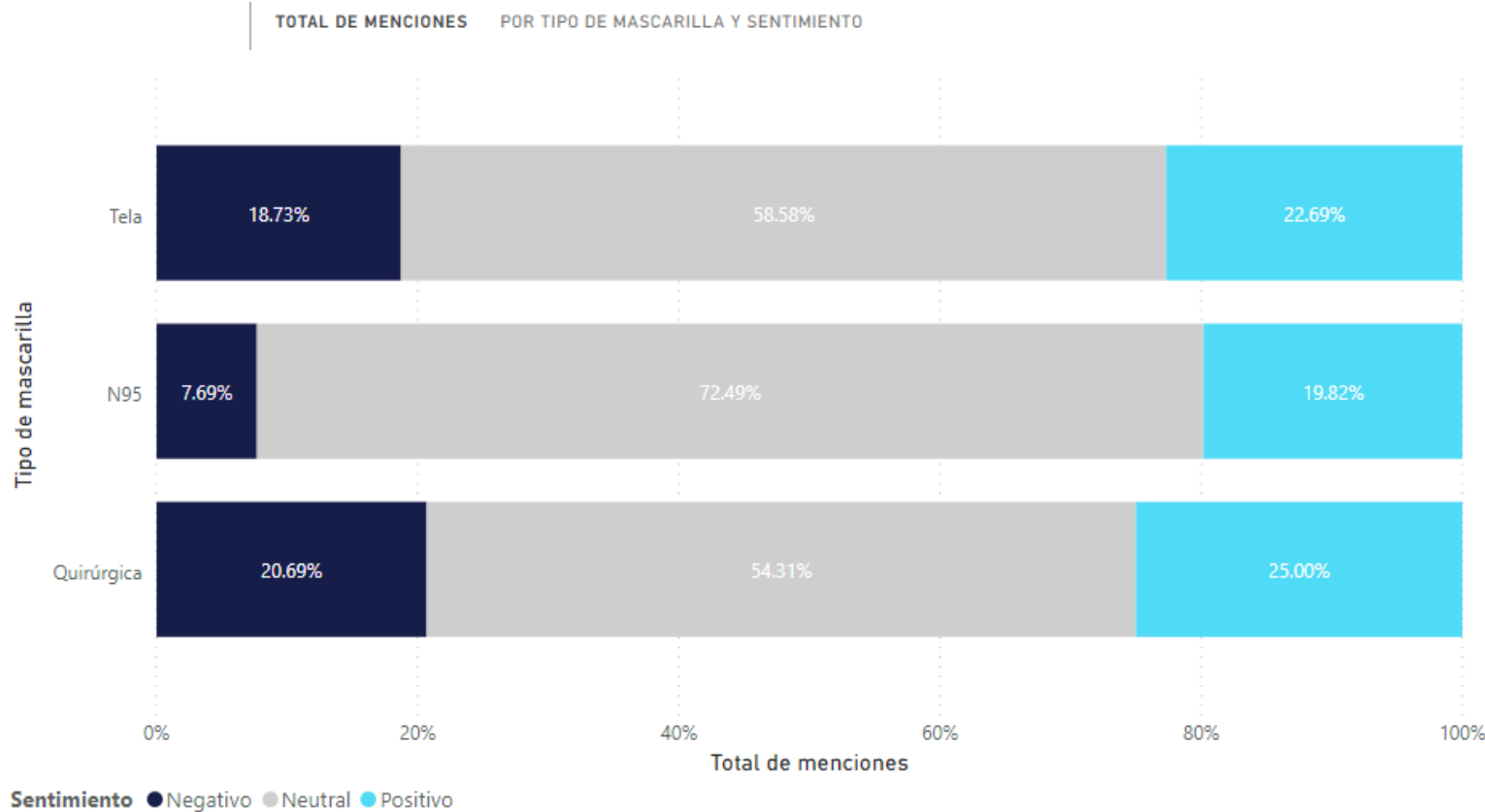
Menciones por tipo de mascarilla



Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

La mascarilla en la que más confían los usuarios es la quirúrgica, pero la critican por ser desechable.

Tipo de mascarilla por sentimiento



La mascarilla de tela es la más popular, sin embargo, los usuarios confían más en la quirúrgica porque existen muchos proveedores de mascarillas de tela y hay inseguridad en la calidad de fabricación, porque no todas han sido revisadas y aprobadas.

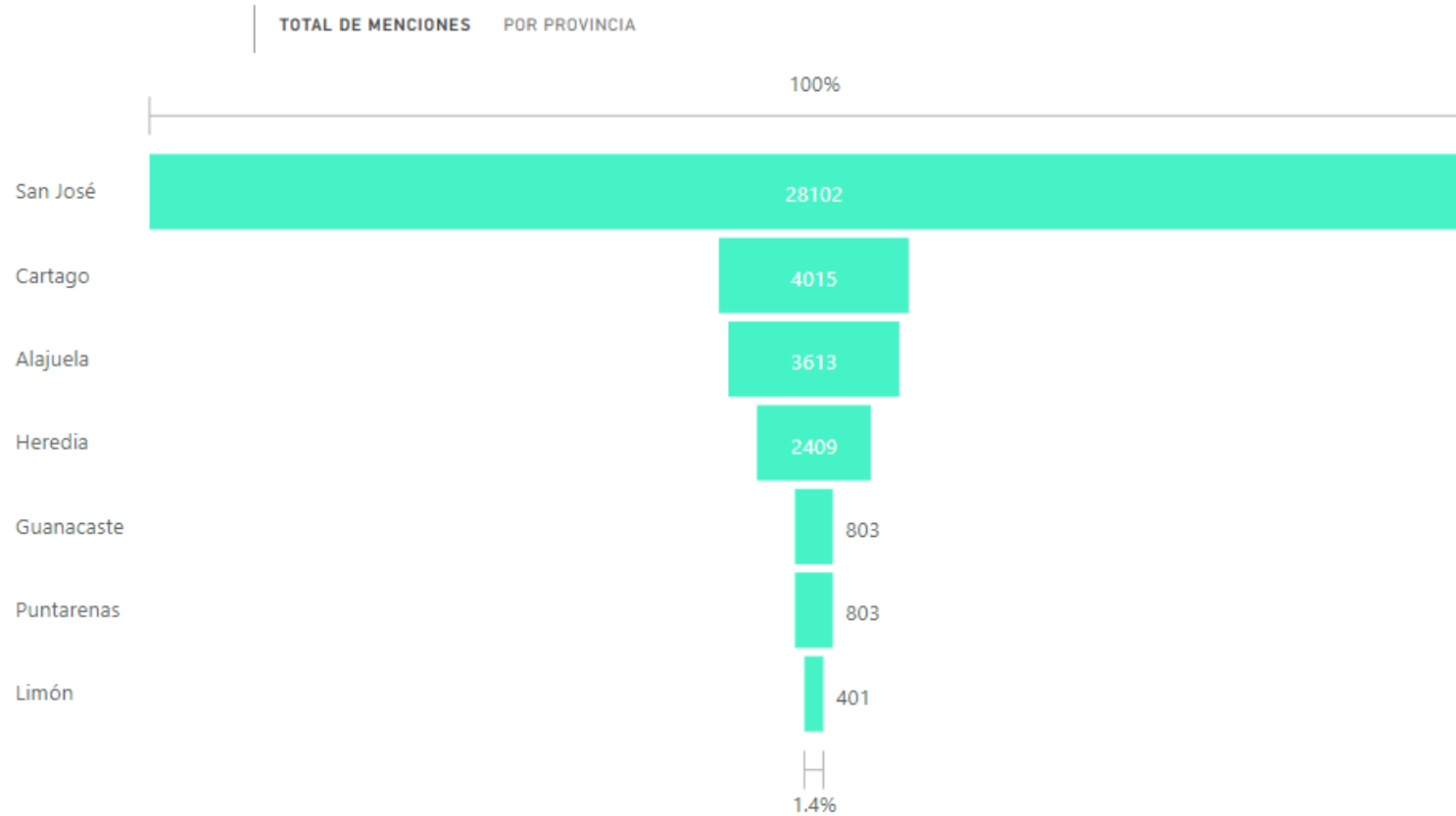
Existen diversas críticas hacía la mascarilla quirúrgica por el daño que puede ocasionar al medio ambiente.

Los usuarios también consideran confiable la mascarilla N95, sin embargo, consideran que puede ser incómoda y que debería ser utilizada por personal médico.

Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

Guanacaste, Puntarenas y Limón son las provincias en las que se han generado menor cantidad de mensajes del uso de la mascarilla.

Mensajes por provincia



Período: 6 de marzo al 30 de septiembre, 2020. La información es obtenida y procesada por la herramienta Metrix Bi. Alcance: Fan Pages de Facebook y perfiles abiertos de Twitter. Total de mensajes: 40,146.

Usuarios que generaron mayor alcance con sus publicaciones

Influenciadores



María L. Avila-Agüero
@Maluavi

Pediatra Infectóloga, docente UCR, Jefa del Servicio de Infectología del HNN. Ex Ministra de Salud 2006-2011. investigadora afiliada a CIDMA-Yale University

Costa Rica marialuisaavila.blogspot.com Joined October 2009

1,560 Following 90.5K Followers



Laura Chinchilla M. ✓
@Laura_Ch

Presidenta Costa Rica 2010-2014 Catedrática @usonline Fellow @GUPolitics Miembro de @Olympics @CLUBdeMADRID @The_Dialogue @SheWorksCloud @ConcordiaSummit

Costa Rica. México. Washington Laurachinchilla.com Joined January 2009

813 Following 369.5K Followers



Gustavo Peláez
@gustavopelaez

Habla paja de profesión / Comediante Dios Mediante / #SinPelaezEnLaLengua / Colombiano de Nacimiento y Tico por Adopción!

Costa Rica facebook.com/SinPelaezEnLaLengua Joined January 2009

1,244 Following 85.9K Followers



Jota Pe 🤖
@barvak

No todo lo que digo en twitter se refiere a gente de twitter. Busquen abrazos no likes. Tenemos un conejo chimuelo.

Costa Rica twitter.com Joined June 2009

3,460 Following 13.8K Followers



Marianella Cordero ✓
@MarianellaCorde

Periodista / Journalist 🏃 13x maratonista /13x marathoner 🇸🇵. Telefónica CR Communications Leader #adidasambassador 🇺🇸 #feminista #timesup

Costa Rica linkedin.com/in/marianellacordero Born 1977 Joined January 2009

6,079 Following 42.8K Followers



José Daniel Clarke
@jdclarke

Yoga•Web dev•Pokémon Go•Cities: Skylines•Política Hablo más de lo último, debería hablar más de lo demás. Bots: @RealMagicoBot @CRBotcom El, He/Him

Costa Rica Joined June 2007

2,935 Following 10.8K Followers

Usuarios que generaron mayor alcance con sus publicaciones

Influenciadores



Leonardo Garnier ✓
@leogarnier

Oficio favorito: incomodar.
Profesor de Economía en la Universidad de Costa Rica. Ex-ministro de Educación Pública y de Planificación de Costa Rica.

[Translate bio](#)

Costa Rica [leonardogarnier.com](#) Joined November 2009

393 Following 124.5K Followers

Following



Edgar Silva
@edgarsilvaCR

Guanacaste. Comunicación Colectiva UCR. Periodista. Consultor. Productor y promotor del café de CR. Cuenta personal

Costa Rica Born October 27 Joined September 2009

629 Following 151.7K Followers

Follow



cristian cambronero
@cambronero

Estratega de comunicación. Gerente y Grl Creative Strategist @ RIOT\TBWA. Periodista renegado. Premio Nacional de Periodismo 2009. Hablo solo por mi.

San José, Costa Rica [cambronero.cr](#) Joined January 2009

1,443 Following 23K Followers

Follow



Claudia Dobles Camargo ✓
@ClaudiaDobles

Primera Dama de la República de Costa Rica 2018-2022

San José, Costa Rica [presidencia.go.cr/primeradama/](#) Joined September 2017

249 Following 48.2K Followers

Following

