



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ASUNCIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, POLÍTICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN**

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO CIENTÍFICO

**EL ALCANCE DE LAS GACETILLAS DE PRENSA DEL
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL
EN LOS MEDIOS DE PRENSA ESCRITOS DEL PARAGUAY**

Dulce María Domínguez Núñez

Asunción, Paraguay

2017

Dulce María Domínguez Núñez

**EL ALCANCE DE LAS GACETILLAS DEL MINISTERIO DE
SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL EN LOS MEDIOS
DE PRENSA ESCRITOS DE PARAGUAY**

Tesis preparada a la Universidad Autónoma de Asunción como requisito parcial para la obtención del título de Máster en Comunicación y Periodismo Científico.

Orientador Nacional: Prof. Dr. Benjamín Fernández Bogado

Orientador Extranjero: Prof. Dr. José Antonio Torres González

Asunción, Paraguay

2017

Domínguez, D. 2017. **La comunicación científica a través de las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud de Paraguay** / Dulce María Domínguez Núñez. Asunción- Paraguay.

132 Páginas

Nombre del tutor/a: Prof. Dr. Benjamín Fernández Bogado

Disertación académica en Maestría en Comunicación y Periodismo Científico – Universidad Autónoma de Asunción, 2017.



“La Maestría en Comunicación y Periodismo Científico Código 14-POS-018 es financiada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología – CONACYT, a través del Programa Paraguayo para el Desarrollo de la Ciencia y Tecnología - PROCENCIA con recursos del Fondo para la Excelencia de la Educación e Investigación – FEEI”.

Institución ejecutora del programa: Universidad Autónoma de Asunción.

Dulce María Domínguez Núñez

**EL ALCANCE DE LAS GACETILLAS DEL MINISTERIO
DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL EN LOS
MEDIOS DE PRENSA ESCRITOS DE PARAGUAY**

Esta tesis fue evaluada y aprobada en fecha __/__/__ para la obtención del título de Máster en Comunicación y Periodismo Científico por la Universidad Autónoma de Asunción

Asunción, Paraguay

2017

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera muy especial a mi madre Nilda Núñez de Domínguez, por el apoyo incansable que me brindó día a día y quien fuera mi mayor soporte en los momentos de cansancio y debilidad. Sus palabras de aliento fueron mi cobijo y a la vez mi motor de impulso para llegar hoy este gran objetivo.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco de manera especial a todas las personas que brindaron su colaboración y apoyo para la realización de este trabajo de investigación.

A mi Tutor, el Prof. Dr. Benjamín Fernández Bogado por haberme orientado y puesto toda su confianza en mí para llegar a buen término.

A los periodistas y especialistas que accedieron a las entrevistas para la culminación del trabajo.

A mis compañeros de maestría, Amelia, Silverio y Rossana por el aliento y acompañamiento diario en todo el proceso de elaboración de tesis.

A mi pareja José María por el apoyo, el espacio y la tranquilidad que me brindó para concluir el trabajo en tiempo y forma.

A mis padres por el aliento brindado durante toda la maestría, a mis suegros por toda la bondad y condescendencia que me demostraron siempre.

A mis compañeros de trabajo Diego, Luz, Ruth y César por la paciencia y la comprensión que mantuvieron conmigo durante todo este proceso.

No hay inversión más rentable que la del conocimiento. (Franklin, B. 1752)

RESUMEN

Este trabajo realiza un estudio del alcance que tienen las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay en los medios de prensa escritos, teniendo en cuenta la importancia de estas herramientas para comunicar la ciencia. El objetivo principal es analizar el alcance de las gacetillas de prensa elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social de Paraguay en los medios de prensa escritos para conocer la importancia de lograr que un material con contenido científico sea publicado y extendido a toda la población. La metodología tiene un enfoque cualitativo, del tipo descriptivo exploratorio con un diseño no experimental. Como resultado se obtuvo que el alcance de las gacetillas en los medios de prensa escritos es bajo. De un total de 282 noticias emitidas por Salud Pública en el mes de marzo del año 2016, sólo se han publicado 62 informaciones, correspondiente al 21% de la totalidad. De todas las informaciones construidas por el equipo de comunicación de la institución, se han tomado las más novedosas para la prensa, especialmente aquellas que afectan directamente a la población. Así, se concluye que tanto en la construcción de la información desde la base como en la publicación se denota la falta de un enfoque más científico, puesto que la mayoría se limita a informar antes que contextualizar la noticia.

Palabras claves: Comunicación Científica, gacetillas, salud pública, alcance, prensa escrita

ABSTRACT

This paper makes a study of the scope of the press releases of the Ministry of Public Health and Social Welfare of Paraguay in the written press, taking into account the importance of these tools to communicate science. The main objective is to analyze the scope of the press releases prepared by the communication team of the Ministry of Public Health and Social Welfare of Paraguay in the written press to know the importance of making a material with scientific content published and extended to the entire population. The methodology has a qualitative approach, of the descriptive exploratory type with a non-experimental design. As a result it was found that the reach of the media in the written media is low. Of a total of 282 news items issued by Public Health in March 2016, only 62 reports have been published, corresponding to 21% of the total. Of all the information built by the communication team of the institution, the most novel ones have been taken for the press, especially those that directly affect the population. Thus, it is concluded that both the construction of the information from the base and the publication denote the lack of a more scientific approach, since the majority is limited to inform rather than contextualize the news.

Key words: Scientific Communication, newsletters, public health, scope, newspapers.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
LISTA DE TABLAS.....	xiv
LISTA DE FIGURAS.....	xiv
LISTA DE GRÁFICOS	xiv
INTRODUCCIÓN.....	xiv
1. COMUNICACIÓN.....	5
1.1. Elementos de la comunicación	8
1.2. Niveles y tipos de comunicación	9
1.3. Barreras de la comunicación	11
1.4. Comunicación Institucional	13
1.4.1 Funciones de la comunicación institucional	14
1.4.2. Escuelas del comportamiento organizacional.....	15
1.4.3. Gestión comunicacional	17
1.5. Comunicación Científica	20
1.5.1. Canales de comunicación científica	24
1.5.2. Dificultades de la comunicación científica.....	25
1.5.3. Lenguaje de la comunicación científica	26
1.6. Comunicación en Salud	28
1.6.1. Promoción de la salud	30
1.6.2. Modelos y Teorías	31
1.6.3. Áreas de trabajo	35
2. INSTITUCIÓN	36
2.1 Identidad institucional	37
2.2. Componentes de una institución.....	38
2.3. Elementos constitutivos	39
3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	40
3.1. Funciones y características	41
3.2. Clasificación	43
3.3. Fuentes.....	46
3.4. Internet y medios de comunicación	47
3.5. Prensa escrita	49

3.5.1. La prensa en Paraguay	50
3.5.2. Características y estructura	51
3.5.3. Ventajas y desventajas	52
3.5.4. Crisis en la prensa escrita	53
3.6. Gacetilla de prensa.....	55
3.6.1. Historia de la gacetilla de prensa	56
3.6.2. Estructura y contenido	57
3.6.3. Características principales	58
3.6.4. Ejemplo de gacetilla	60
3.6.5. Estadísticas	63
4. METODOLOGÍA.....	65
4.1 Problema de investigación.....	65
4.2 Objetivos de la investigación.....	66
4.3 Diseño de la investigación.....	67
4.3.1 Adecuación de los métodos a los objetivos	68
4.4. Descripción del lugar de estudio	69
4.5. Población y Muestra	69
4.5.1. Población	69
4.5.2. Muestra	69
4.6. Variables.....	70
4.7 Técnica de Recolección de datos.....	70
4.7.1 Análisis de contenido de gacetillas	70
4.7.2 Entrevistas	71
4.8 Proceso de análisis de datos	71
4.8.1 Análisis de contenido de gacetillas	71
6. RESULTADOS	74
6.1. Temas con mayor alcance en la prensa escrita	74
6.2. Características de las noticias con mayor impacto en la prensa escrita.....	80
6.3. Evaluación del alcance de los temas de salud en la prensa escrita; Error! Marcador no definido.	
6.4. Entrevistas	89
6.4.1 Entrevista a periodistas.....	89
6.4.2 Entrevista a la directora de Comunicación en Salud.....	86
6.4.3 Entrevista a la especialista en Comunicación en Salud.....	86
CONCLUSIONES	94

RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS	102
ANEXO.....	131
ENTREVISTAS.....	131

LISTA DE TABLAS

TABLA 1 – Adecuación de métodos a los objetivos.....	68
TABLA 2 – Categorías de las gacetillas analizadas.....	74
TABLA 3 – Temas con mayor alcance en la prensa escrita.....	75
TABLA 4 – Cantidad de gacetillas reproducidos por los medios escritos.....	79
TABLA 5 – Gacetillas del 1 de marzo de 2016.....	105
TABLA 6 – Gacetillas del 2 marzo de 2016.....	105
TABLA 7 – Gacetillas del 3 de marzo de 2016.....	106
TABLA 8 – Gacetillas del 4 de marzo de 2016.....	107
TABLA 9 – Gacetillas del 5 de marzo de 2016.....	108
TABLA 10 – Gacetillas del 6 de marzo de 2016.....	108
TABLA 11 – Gacetillas del 7 de marzo de 2016.....	109
TABLA 12 – Gacetillas del 8 de marzo de 2016.....	110
TABLA 13 – Gacetillas del 9 de marzo de 2016.....	111
TABLA 14 – Gacetillas del 10 de marzo de 2016.....	112
TABLA 15 – Gacetillas del 11 de marzo de 2016.....	113
TABLA 16 – Gacetillas del 12 de marzo de 2016.....	114
TABLA 17 – Gacetillas del 13 de marzo de 2016.....	115
TABLA 18 – Gacetillas del 14 de marzo de 2016.....	115
TABLA 19 – Gacetillas del 15 de marzo de 2016.....	116
TABLA 20 – Gacetillas del 16 de marzo de 2016.....	117
TABLA 21 – Gacetillas del 17 de marzo de 2016.....	119
TABLA 22 – Gacetillas del 18 de marzo de 2016.....	120
TABLA 23 – Gacetillas del 19 de marzo de 2016.....	121
TABLA 24 – Gacetillas del 20 de marzo de 2016.....	122

TABLA 25 – Gacetillas del 21 de marzo de 2016.....	122
TABLA 26 – Gacetillas del 22 de marzo de 2016.....	123
TABLA 27 – Gacetillas del 23 de marzo de 2016.....	124
TABLA 28 – Gacetillas del 24 de marzo de 2016.....	125
TABLA 29 – Gacetillas del 25 de marzo de 2016.....	125
TABLA 30 – Gacetillas del 26 de marzo de 2016.....	126
TABLA 31 – Gacetillas del 27 de marzo de 2016.....	126
TABLA 32 – Gacetillas del 28 de marzo de 2016.....	127
TABLA 33 – Gacetillas del 29 de marzo de 2016.....	128
TABLA 34 – Gacetillas del 30 de marzo de 2016.....	129
TABLA 35 –Gacetillas del 31 de marzo de 2016.....	129

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1. Transmisión de la meningitis.....	60
FIGURA 2. Certificación contra la malaria.....	81
FIGURA 3. Niños Obesos.....	83

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1. Total de gacetillas en la Dirección General de Comunicación.....76

GRÁFICO 2. Alcance de las gacetillas en los medios de prensa escritos.....77

INTRODUCCIÓN

Uno de los aspectos más importantes de la ciencia es la difusión de la misma. Existen distintas estrategias para dicho propósito e indudablemente las instituciones muy especialmente aquellas que tienen un rol rector en términos de salud juegan un rol determinante a la hora de difundir aquello que es trascendente no solo para la ciencia sino para los sujetos de ella, las personas.

Distintos géneros pueden buscarse para aproximarse a la misma, algunos pueden ser en formatos conocidos, pero hay un género que algunos podrían considerar menor pero que no deja de ser trascendente en su rol de despertar el interés sobre cuestiones científicas como las denominadas gacetillas.

A partir de este fenómeno es posible entender la complejidad del concepto de la comunicación, el valor de la ciencia y el alcance de la misma.

En ese sentido se entiende la comunicación como una actividad antigua caracterizada por el intercambio de información mediante un canal de mensajes entre dos actores que se distinguen entre emisores y receptores. A partir de estos tres elementos, se genera el proceso de comunicación al cual se agregan dos elementos más; el código y el contexto. (Serrano, 1982).

Así, se puede decir que la comunicación es inherente a la vida del hombre y la teorización es utilizada de acuerdo a la conveniencia de cada uno y a la adaptación que se pueda tener al relacionarse socialmente. (Alcorta y Mantinian, 2004). Por ello, la comunicación resulta un área indispensable en la vida cotidiana de cada persona.

Dentro de la comunicación existen distintas áreas, entre las cuales se encuentra la comunicación organizacional, teniendo en cuenta que toda institución es un sistema organizacional creado y legitimado para la satisfacción de las necesidades de los grupos sociales con los que se relaciona. Además mediante la misma, se crean lazos fundamentales entre los diferentes grupos que trabajan por el bien de la institución a la cual pertenecen.

Según la Unesco (2011): “la comunicación institucional se aplica a todas aquellas actividades de comunicación que implican el intercambio de datos, ideas, informaciones y conocimientos entre las instituciones y sus públicos. Se encarga principalmente de dar a conocer la misión y las actividades de la organización, así como de garantizar que ésta se comunique con el público mediante una voz sólida” (p.1).

Así se produce el desarrollo y crecimiento de una empresa y/o institución, se fortalecen los servicios que ofrece y permite un mayor y mejor relacionamiento con la ciudadanía, al mismo tiempo de recibir reclamos y solucionar inconvenientes y, por sobre todo, satisfacer las necesidades de los ciudadanos.

Este plan de trabajo integral posibilita la proyección de una imagen coherente de la institución, relaciona sus necesidades e intereses con los de sus trabajadores, los clientes, con el entorno en el que actúa y con las necesidades de la sociedad. (Odalís, 2012, p.32). Para ello, se crean departamentos de comunicación o relaciones públicas, cuya finalidad es operar comunicacionalmente con los sectores a los cuales se desea llegar mediante la emisión de mensajes, a partir de distintas estrategias y herramientas, a través de las cuales se hacen partícipes no solo a los integrantes de una institución, sino a la sociedad toda.

La relación con la prensa es una de las categorías de la comunicación organizacional a la que cada institución, empresa o corporación acude para transmitir la información al público deseado. Este medio de difusión de la información resulta uno de los canales más utilitarios y factibles para el logro de objetivos, por lo que su implicancia en la efectividad y desarrollo socio comunicacional es imprescindible.

La comunicación institucional consta de dos estructuras denominadas comunicación interna y comunicación externa. La primera desarrolla la ejecución de programas y acciones institucionales previamente planificadas y posteriormente de acuerdo a los resultados se realizan las evaluaciones y si corresponde las correcciones necesarias de acuerdo a las deficiencias detectadas. Puede denominarse como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de una organización.

La segunda establece el enlace entre la institución y los públicos externos a ella y tiene como propósito contribuir a la coordinación de la institución con el macrosistema o sociedad para que ésta a su vez alcance sus objetivos. Esta gestión de la comunicación externa influye en la formación de la imagen de la comunicación institucional, la cual está en el imaginario colectivo y tiene repercusión en el éxito o fracaso de la institución. (Muriel y Rota, 1980).

Ya a fines del siglo XX, la comunicación para el cambio social según Gumucio (2010), aparece como un paradigma reformulado. Este autor considera que un desarrollo social es posible a partir de una efectiva participación comunitaria, especialmente de los sectores más pobres y aislados, donde los medios de comunicación juegan un papel primordial para el logro de este vínculo.

Por su parte, el estado también cuenta con un rol de comunicación legitimado en la información que actualmente es de acceso libre, cumpliendo con la Ley N° 5282 de Libre Acceso Ciudadano a la Información Pública y Transparencia Gubernamental. Lo que ha obligado a todas las entidades públicas de disponer toda la información referida a la institución y a sus funcionarios.

Entre ellas se encuentra el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, institución que administra la Salud Pública de todo el país, con la responsabilidad principal de trabajar por el bienestar de cada ciudadano. Este servicio, realizado diariamente por una gran cantidad de personas conformada por médicos, enfermeras y administrativos es difundido a través de la Dirección General de Comunicación en Salud (DGCS), área encargada de informar sobre éstas labores, además de comunicar sobre todo lo que concierne a la ciencia de la salud de Paraguay.

Ésta área es conocida como la comunicación en salud, especialidad encargada de proporcionar a la ciudadanía todos los elementos informativos en torno a la promoción, prevención y difusión de la salud, cuyo único fin no se basa solamente en la de comunicar, sino de generar hábitos y cambios saludables en la conducta ciudadana, según lo determina la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. La comunicación en salud puede contribuir en todos los aspectos de la prevención de la enfermedad incluyendo las relaciones médico-pacientes, la adherencia del individuo a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticos, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la diseminación de información concerniente a riesgos para los individuos y las poblaciones, o comunicación preventiva. (Healthy People, 2010, p.17).

Las estrategias comunicacionales son imprescindibles para el logro de objetivos institucionales, mediante una planificación previa que ayude a fortalecer la imagen y las relaciones con la comunidad con la cual se comparte intereses comunes, en este caso que la ciudadanía se sienta conforme con los servicios ofrecidos por esta entidad, y en contrapartida, que el MSPyBS llene las expectativas y necesidades comunitarias. Bordenave y Carvalho (1978) sostienen:

Difícilmente se observa un administrador, un hombre público o un dirigente de empresa privada, que deje de declarar en sus discursos la necesidad de planificar la acción, de concretizar planes de desarrollo o de la expansión industrial o agrícola, de

dinamizar la planificación urbana, de desarrollar proyectos de comunicación, etc. (p.177).

Atendiendo la importancia del papel que cumple la comunicación en el ámbito de la salud, surge la necesidad de realizar un estudio analítico de cómo se desarrolla este proceso en el Ministerio de Salud Pública de Paraguay, teniendo en cuenta que el rol de la Dirección General de Comunicación en Salud es uno de los más primordiales al momento de ofrecer un servicio sanitario.

Una de las maneras más eficaces de llegar al público objetivo son los medios de comunicación de masas, quienes ayudan a difundir las informaciones de ciencia de la salud. Es por ello que el objetivo principal de este trabajo es analizar el alcance que generan las informaciones elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos y a través del mismo determinar qué tipos de noticias generan una mayor recepción.

A partir de ese análisis se pretende hallar algunas características de las informaciones que son aceptadas con mayor rapidez en los medios de prensa escritos, y a su vez la distribución y difusión de mensajes se extiende a la sociedad paraguaya. Por ese motivo, no puede dejar de mencionarse el trabajo asociado entre las instituciones y los medios de comunicación.

Entre las herramientas de difusión utilizadas especialmente por las instituciones públicas, se encuentra la gacetilla de prensa, un género que brinda una información completa y detallada sobre lo que realiza la institución, pero además de ello, la de salud da un aporte mayor a la sociedad mediante contenidos científicos que abarcan temas de prevención, educación y recomendaciones de salud y todas sus aristas.

Es un recurso, práctico y sencillo para el comunicador institucional si es bien utilizado y cuenta con un rigor científico, caso contrario, no es considerado de valor por la prensa. Esto ha impulsado al análisis de este trabajo, cuya finalidad es señalar la gran importancia que esta plataforma de comunicación tiene en las instituciones públicas y la cual puede lograr persuadir a toda una población.

Para ello se tomará una muestra para el análisis de las gacetillas elaboradas en la institución a través del equipo de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social. Posteriormente se hará una clasificación por temáticas y a partir de allí se establecerán las características principales de cada información.

También se indagará acerca del desarrollo procesual de divulgación de la información contenida en las gacetillas del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos para luego realizar una medición del impacto que se produce en la prensa escrita.

La trascendencia de este estudio será de gran importancia debido a que las gacetillas de prensa del MSPyBS como ya se mencionó tiene la particularidad de ir más allá de informar, a diferencia de las demás instituciones. Además debe generar cambios de actitud ante la necesidad de crear hábitos saludables y demostrar que la prevención es el mejor camino para contrarrestar todo tipo de enfermedades.

La importancia de los departamentos de comunicación y la relación con la prensa son claves para el cumplimiento de los objetivos trazados por la institución, pues claramente se observa que la comunicación sigue siendo parte imprescindible en todos los ámbitos de la vida, y que a través de la gestión que realiza y las herramientas que utilizan como las gacetillas de prensa, las instituciones logran fortalecerse en el mercado, donde la competitividad cada vez es mayor, incluso en el ámbito público.

Los resultados obtenidos, ya sean positivos o negativos son el reflejo del empeño a nivel institucional, mediante ellos, se puede hacer una comprobación de la efectividad de los trabajos, las debilidades que se presentan y los canales que mejor conduzcan a una realización exitosa de la institución.

1. COMUNICACIÓN

La comunicación es conocida como un proceso horizontal de diálogo por el cual fluye la información entre dos o más individuos, a través de un sistema común de símbolos, signos o comportamientos. Es una de las actividades humanas más comunes, llevadas a cabo diariamente, desde un diálogo, un estilo de peinado hasta una crítica literaria.

De acuerdo a Fiske (1982) toda comunicación involucra signos y códigos. Los signos son actos o artefactos que se refieren a algo diferente de ellos mismos, es decir son conceptos significativos. Los códigos son los sistemas de organización de los signos que determinan cómo estos pueden estar inter-relacionados. Ambos son transmitidos o puestos a disposición de otros para transferir o recibir signos o códigos en la práctica comunicacional.

Para este trabajo, que analiza el alcance de las gacetillas de prensa elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social en la

prensa escrita, la comunicación se ejerce al momento de crear las gacetillas informativas para ser difundidas en los medios de comunicación, cumpliéndose los procesos de comunicación, cuyos elementos juegan un papel fundamental en la transmisión de información.

Esta actividad practicada por dos o más actores, ya desde la antigüedad, es conocida por la participación del emisor y receptor mediante un canal encargado del intercambio de informaciones. Aptitud heredada por especies que antecedieron al hombre, sin embargo la evolución de la especie humana ha logrado la ampliación y modificación de esta práctica. (Serrano, 1982).

Así la comunicación fue perfeccionada a lo largo de los años por las personas, a través del uso de su raciocinio, lo que posteriormente también la convirtió en ciencia y es aplicada actualmente en los distintos contextos de la vida cotidiana. En los hogares, las escuelas, colegios, iglesias y demás instituciones sociales y políticas se ejerce de manera natural esta acción que posteriormente fue tomada como un rol fundamental en las organizaciones y empresas que prestan servicios a la ciudadanía.

En ese sentido, la comunicación forma parte imprescindible de las instituciones a la hora de ofrecer un bien a un determinado grupo, denominado relaciones públicas, prensa institucional, dirección de comunicación entre otros. Para una institución como el Ministerio de Salud, esta vía logra canalizar la información que quiere transmitir a su público mediante la gestión realizada por esta dependencia, que además de informar, específicamente hablando de la comunicación en salud, tiene la tarea de recomendar, prevenir, educar y promocionar la salud ciudadana.

Todo comportamiento, actitudes y acciones son formas de comunicación, por lo que se da en distintos escenarios, en la vida personal y social de cada persona. Es por ello que la comunicación presenta comportamientos particulares de los seres humanos que a lo largo del tiempo van estrechando diversos tipos de relaciones.

Autores como Watzlawick, Helmick y Jackson (1985) señalan que: “Una comunicación no solo transmite información sino que al mismo tiempo impone conductas, puesto que cualquier actividad comunicacional implica un compromiso y por ende define el modo en que el emisor concibe su relación con el receptor” (p.52).

Asimismo hablan de una imposibilidad de no comunicarse, puesto que incluso el sinsentido, el silencio, el retraimiento, la inmovilidad o cualquier otra forma de negación constituye en sí mismo una comunicación. Al mismo tiempo señalan dos

operaciones en este campo, conocidas como referencial y conativo; el primero responde a la transmisión de información en la comunicación humana como sinónimo de contenido, mientras que el segundo se refiere al tipo de mensaje que se envía y a la relación entre los comunicantes. Esta relación existente entre los dos aspectos es de suma importancia en esta área de estudio, pues el conativo clasifica al referencial, produciéndose así una metacomunicación.

En este sentido, es importante mencionar la labor que cumple el comunicador, pues una de sus principales funciones como tal es la de persuadir e inducir a la ciudadanía a acoger algunas formas de pensar, sentir y actuar que le dé la posibilidad de aumentar tanto su producción como su productividad y elevar sus niveles y hábitos de vida (Kaplún, 1985).

Y como la persuasión, es justamente una de las herramientas más utilizadas en las instituciones públicas, y en Salud Pública, se recurre a este método para generar hábitos de vida saludables en la población. Mediante los mensajes emitidos a través de la DGCS, se busca convencer al público de la importancia de llevar una vida saludable y prevenir cualquier tipo de enfermedades. Para lo cual, los medios de prensa se encargarán a su vez de canalizar las informaciones a la toda la población.

Es por ello, que el comunicador forma una de las piezas de mayor importancia en la tarea comunicativa de cualquier organización o empresa. “La persona que cumple el rol de comunicador en una organización social está pendiente de los procesos de interacción entre sus miembros en todo momento: cuando elabora una herramienta, cuando redacta, cuando transmite verbalmente una experiencia, cuando propone acciones e iniciativas colectivas” (Enz, Franco y Valeria, 2012).

Así se tiene dos tipos de comunicadores. De acuerdo a Kaplún (1985) existe el puro emisor y el emisor comunicador. El primero practica una comunicación cerrada, su trabajo se centra en el contenido de lo que se propone transmitir, sobre qué quiere informar o publicar, sin tener en cuenta a su destinatario. Su trabajo termina una vez que haya escrito ya sea un artículo, un libro, un boletín o produce su audiovisual o radiofónico.

El segundo busca establecer una relación con sus destinatarios, además de pensar en el qué quiere decir, piensa a quién se lo va a decir, siendo este último el que determina las características del mensaje, cómo está formulado, que medio se va a emplear y el lenguaje que se va a utilizar. Por eso, se menciona que el verdadero

comunicador no comienza hablando sino escuchando y a partir de allí iniciar el proceso de diálogo entre ambos.

Gracias a la gestión del comunicador institucional con la prensa, se puede lograr que las informaciones logren insertarse en los medios de comunicación y posteriormente en toda la ciudadanía. Depende en gran medida de las acciones tomadas por el comunicador, la eficacia y la capacidad de sus tareas para el cumplimiento de objetivos institucionales y comunicacionales.

1.1. Elementos de la comunicación

Para que todo lo mencionado más arriba sea posible existen elementos que intervienen en el proceso de intercambio de información. El esquema de Román Jakobson es básicamente el más conocido constituido por: el emisor, el receptor, el mensaje, el código, el canal, y el contexto.

Siguiendo la definición que hace Beristaín (1985) sobre cada elemento, a continuación se tiene una breve descripción de los mismos:

a- Emisor: Es el elemento o la instancia en que se crea un mensaje, es el encargado de emitir una información por lo que también se lo denomina fuente de información.

b- Receptor: Es el elemento encargado de recibir el mensaje o información opuestamente al receptor, actúa como destinatario, estableciéndose entre ambos el circuito de la comunicación.

c- Código: Conjunto de transformaciones acordadas y comunes al emisor y receptor que usualmente se utilizan término a término y que permite pasar los mensajes de un sistema de signos a otro.

d- Canal: Medio de transmisión de un mensaje entre el emisor y el receptor durante el proceso de comunicación. También es el canal entre ambos protagonistas del acto de comunicación.

e- Mensaje: Es una cadena finita de señales producidas mediante reglas precisas de combinación a partir de un código dado a través de un canal desde un emisor que codifica hasta un receptor.

f- Contexto: Es el conjunto de los hechos conocidos por el receptor en el momento en que el acto sémico tiene lugar, e independientemente de éste, define el concepto a partir de la posibilidad de descodificación del mensaje.

Estos elementos fueron la base en todo proceso informativo y comunicacional de los últimos años y que aún siguen vigentes en las diversas áreas de la vida. Las instituciones públicas como el Ministerio de Salud, utilizan este esquema para la difusión de sus mensajes a través de la Dirección de Comunicación, actuando ésta como el emisor, las informaciones sanitarias son los mensajes que desean ser transmitidas, el receptor los medios de prensa escrita, el canal; las gacetillas de prensa, el código; el lenguaje castellano y la estructura noticiosa y el contexto es el mensaje escrito.

1.2. Niveles y tipos de comunicación

Por otra parte, como ya se ha venido mencionando, la comunicación se sitúa en distintos escenarios de la vida cotidiana, y cuenta con 5 niveles distintos entre los cuales se encuentran el intrapersonal, el interpersonal, el grupal, el organizacional y el nivel masivo.

Estas distinciones han servido para asentar el tema de la comunicación de masas en el campo de la investigación de la comunicación, considerando los distintos niveles de organización social en que se produce esta actividad. Partiendo de la comunicación de masas van desarrollándose los niveles de comunicación con sus distintas acepciones. Mcquail (1983).

a) Intrapersonal: En este nivel, la investigación de la comunicación se concentra en el procesamiento de la información y sus eventuales efectos. Esta rama está más vinculada al conocimiento y uso del lenguaje, es decir la forma en que los individuos seleccionan los signos del lenguaje no necesariamente para comunicar sino para reflexionar.

b) Interpersonal: Se refiere a las formas de conversación y a las pautas de interacción y control normativo, se encarga de determinar el lenguaje y las actitudes de las personas.

c) Grupal: Este nivel corresponde a grupos considerables de personas que intercambian al igual que los demás, ideas y conocimientos. Se puede dar en debates, conferencias u otras actividades en las que se produce la interacción.

d) Organizacional: Pertenece normalmente a una empresa o institución, en donde se produce la mayor parte del flujo de comunicación.

Como las actividades de este tipo de nivel pertenecen a organizaciones requiere de correlación y comunicación.

El estudio de este trabajo califica dentro del nivel correspondiente a la organización, pues necesariamente en ella se produce la comunicación con el entorno, público o cliente, se producen tareas específicas en relación a su público objetivo y de la cual se espera una respuesta en correspondencia a la empresa en cuestión.

De esa manera se crean vínculos de reciprocidad mutua entre ambos, los cuales van acrecentándose y fortaleciéndose a medida de los propósitos que cada grupo lo requiera, desde el ofrecimiento de un servicio proporcionado por las organizaciones hasta la adquisición por parte del cliente o sociedad.

Asimismo, también existen diferentes formas o tipos de comunicación entre individuos o grupos de personas, las cuales se clasifican en varias categorías conocidas como: oral, sonora, escrita, idiomática, ideográfica, sígnica, no verbal y genérica. Este procedimiento se da por el uso de un código específico o de símbolos para lo cual se pueden utilizar distintas herramientas o medios, y de acuerdo a las características de los mismos y de cómo se dan los procesos comunicativos, son definidos éstos tipos de comunicación (Márquez, Cedeño, Mejía 2016).

La comunicación oral: Es el tipo de comunicación más utilizada por el hombre basada en la emisión de palabras o sonidos, establecida por un código, por lo tanto hace referencia a algo. Esta tipología tiene su mejor expresión en los distintos idiomas o lenguas existentes en el mundo.

La comunicación sonora: ésta condensa las características del tipo de comunicación oral, por lo que se utilizan cualquier sonido siempre y cuando esté codificado.

La comunicación escrita: Se refiere a la utilización del lenguaje pero de manera gráfica. Se expresa a través de documentos tales como libros, cartas, informes, periódicos y revistas.

Comunicación idiomática: Conocida también como fonética, la misma representa gráficamente una lengua o idioma, por lo tanto se trata del uso gráfico o escrito de un idioma, formando uno de los tipos más utilizados por los seres humanos.

Comunicación ideográfica: Pertenece a la comunicación escrita, se refiere a una idea o un concepto. No es una representación fonética, no hacen referencia a un sonido como sucede con los idiomas que conocemos.

Comunicación sígnica: Corresponde a un subtipo de comunicación escrita. Representa un conjunto de signos o símbolos que hacen referencia a algo y puede ser transmitida por medio de una representación gráfica o un dibujo, siempre que esté codificada.

Comunicación no verbal: Es opuesta a la comunicación verbal, por lo tanto no produce una emisión fonética de palabras o letras. Se produce por medio del uso de un código distinto, en el cual se puede emplear sonidos, imágenes u otro referente.

Comunicación genérica: Se basa en el uso de cualquier otro medio para la transmisión de mensajes o información. Se puede hacer uso de sonidos, imágenes o cualquier medio que pueda ser codificado.

En el caso particular de las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud están catalogadas dentro de la comunicación escrita, puesto que el trabajo se basa en la emisión de información en formato de textos que son distribuidos a su vez a todos los medios de comunicación. La selección de información con mayor impacto, corresponde exclusivamente a los medios de prensa escrita, por lo que este tipo de comunicación predomina en esta investigación.

En ese sentido, es importante señalar otro elemento importante para las gacetillas institucionales; el lenguaje, cuyo reflejo se denota en los textos elaborados en la institución para el público en general como también para la prensa. Cuando se busca llamar la atención de ésta en función a un tema de urgencia o de mucha relevancia, se recurre a la función conocida comúnmente como la apelativa, es decir, tiene el fin de buscar la atención de los medios de prensa para su posterior publicación.

1.3. Barreras de la comunicación

El proceso de la comunicación muchas veces presenta dificultades que impide una fluidez normal de la información, conocidas específicamente como barreras de la comunicación, las cuales se presentan en el emisor, canal y receptor. Las organizaciones son las que generalmente presentan este tipo de distorsiones internas, para lo cual se deben buscar mecanismos que ayuden a la resolución de conflictos.

Entre ellas se encuentran las barreras físicas, fisiológicas, administrativas, semánticas y psicológicas. Bayer (2005) refiere que la primera hace mención a los distractores que pueden aparecer y perturbar la comunicación, entre los que se incluyen también las actitudes del receptor. La segunda impide la recepción clara y precisa de

un mensaje por algún defecto fisiológico del emisor o receptor. Constituye la deficiencia en la lectura, la escritura, la escucha u otros.

La tercera corresponde a las debilidades en la preparación o planeación de los trabajos de organización, la falta de objetivos, la falta de gestión propiamente de la empresa o institución. La cuarta responde a las limitaciones de los símbolos con los que nos comunicamos y se presenta cuando un grupo de diferentes culturas pretende comunicarse entre sí.

La última barrera se basa en la situación psicológica particular del emisor o receptor en los que entra a tallar los agrados y desagradados entre los mismos, juicios de valor o prejuicios que muchas veces también se da en el mensaje de la información.

Todas estas barreras son propias en las distintas instituciones, empresas u organizaciones. En las instituciones públicas, generalmente el problema radica en barreras físicas y administrativas, pues la distracción muchas veces es una de las principales dificultades con las que se debe lidiar para lograr resultados óptimos en los objetivos trazados por la institución.

Asimismo, la falta de gestión o desorganización, muchas veces limita los trabajos realizados en los entes estatales como lo es el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, por lo cual una mirada retrospectiva en este punto es indispensable para su crecimiento, teniendo en cuenta que como entidad pública maneja una de las bases primordiales de la comunicación: la información.

A partir de ella, se produce la actividad comunicacional, pues tiene como objetivos principales la transmisión de mensajes necesarios para la toma de decisiones en una institución, además de influir en la actitud de todo el personal, que a su vez interactuará con los clientes y/o ciudadanía.

La información que las instituciones públicas manejan es de gran importancia para la ciudadanía, muchas tomas de decisiones dependen en gran parte del manejo de esta información, como lo es en el caso de la salud de la población. La transmisión de señales (información), realizadas desde la institución a los medios de comunicación es la clave fundamental para el logro de los objetivos propuestos de cada organización. Una vez que se haya obtenido la interacción recíproca entre ambos, la información llegará a buen término.

Sin embargo, si la información no es conducida adecuadamente mediante los canales de difusión, uno de los principales obstáculos que se debe superar es el mal

manejo de la misma, pues muchas veces la mezquindad informativa retrocede las labores institucionales y el servicio brindado a la ciudadanía. Y con más razón, el amplio conocimiento de la ciencia en salud que maneja el Ministerio de Salud.

1.4. Comunicación Institucional

La comunicación es una de las herramientas de mayor importancia en cualquier área y con mayor énfasis en las instituciones que ofrecen servicios a distintos públicos. Es una de las arterias que une a todos los componentes de una organización con el objetivo de crear un mensaje sólido que posteriormente será transmitido externamente y se generará a su vez una interacción entre las partes involucradas.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 1978) la comunicación institucionalizada es definida como el sistema de intercambio de datos, informaciones, ideas y conocimientos que se establece entre las instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, por un lado, y su público, real y virtual, por otro.

Por ese motivo, la comunicación es una de las arterias más significativas de una institución pública como el Ministerio de Salud, la cual se encarga de velar la salud de toda la población paraguaya, a la cual puede acceder con mayor facilidad mediante la gestión realizada por ésta área a veces muy poco valorada por las autoridades nacionales, pero que finalmente resulta ser siempre el camino seleccionado ya sea para la transmisión de mensajes como la resolución de conflictos que se presentan a nivel interno o externo.

Es importante para el logro institucional, que los trabajos realizados en el Ministerio de Salud se realicen entre los diversos sectores y agentes que intervienen en el proceso de construcción de los servicios a ser brindados. Una mayor coordinación entre las distintas disciplinas serán la base fundamental para el éxito ministerial y que el mismo no se resuma en la transmisión efectiva de los trabajos, sino que exista una buena recepción por parte de la ciudadanía, lo que se puede visualizar a través del impacto que se genera en los medios de comunicación.

1.4.1 Funciones de la comunicación institucional

Las funciones que cumple son fundamentales dentro de una organización, y cuya efectividad depende en gran medida de las operaciones que ésta realice.

Según Van Riel (como se citó en Alcorta y Martinian, 2004) la misma se encarga de apoyar las operaciones centrales internas y externas, definir a la organización y la orientación del producto, informar al público interno o externo y socializar a los individuos en la organización.

Una de sus funciones, consiste en apoyar las operaciones centrales internas y externas, se refiere al acto de regular las actividades organizacionales dentro y fuera de la misma para lograr los objetivos trazados desde un principio, realizando los ajustes necesarios en el proceso de trabajo.

Otra función menciona la definición de la institución y la orientación del producto, mediante la persuasión. Una vez precisada y delimitada la función y los objetivos como institución, las labores deben encaminarse a que el comprador y/o público se convenza del producto o servicio ofrecido.

Como tercera función se habla de informar al público interno o externo, es decir que los trabajos ejecutados más los resultados obtenidos deben ser comunicados tanto a los empleados y directivos de una organización como también al público en general y de esa manera crear un ambiente sólido enmarcado dentro de la confianza.

Como última función se encuentra la socialización a los individuos de una organización, es decir la búsqueda de integración de todos los miembros a través de una comunicación fluida y honesta, que muestre los aspectos positivos y negativos de las últimas labores realizadas.

En la comunicación institucional, constantemente se utiliza la proliferación de mensajes entre los funcionarios y el público en general de manera a consolidar las relaciones existentes entre los mismos y mejorar los aspectos negativos que se puedan presentar.

Por otra parte, de acuerdo a los roles que los integrantes de una organización cumplen, se produce un flujo de mensajes entre dos individuos o más que siguen caminos denominados redes de comunicación (Guzmán, 2012). Entre los flujos más importantes se encuentran:

- **La comunicación descendente:** Involucra todos los mensajes que fluyen de la dirección hacia los empleados. El prestigio, la autoridad y la

tradición son demostrados en las comunicaciones descendentes; quienes ocupan puestos superiores en la organización se interesan por la eficacia de las comunicaciones destinadas a sus empleados.

Como su nombre menciona, la información proviene desde arriba muchas veces como directrices a seguir, objetivos que cumplir o prácticas que alcanzar, establece el ritmo y el ambiente que se requiere para que la comunicación sea eficaz.

- **La comunicación ascendente:** Son los mensajes que surgen desde los empleados hacia los superiores con la intención de formular preguntas, proporcionar un feedback y hacer sugerencias. Tiene como resultado mejorar la moral y las actitudes de los empleados y se clasifican como de integración o humanos.

Este flujo permite determinar a la gerencia el éxito del mensaje que se ha enviado y de la buena o mala recepción que haya tenido en el destinatario y que los empleados sean partícipes de las decisiones tomadas dentro de la organización.

- **La comunicación Horizontal:** Se define como el intercambio lateral de mensajes entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la institución.

Así pueden realizar los trabajos de manera coordinada entre los jefes de departamentos en la consecución de los objetivos trazados, el tratamiento de la información como también la resolución de conflictos y problemas que puedan aparecer en el transcurso de la realización de labores.

1.4.2. Escuelas del comportamiento organizacional

Para comprender la estructura y el funcionamiento de las organizaciones, además del papel que desempeña la comunicación en las mismas se hará un análisis de las tres escuelas generales del comportamiento organizacional que tuvieron mayor arraigo en la construcción de las organizaciones: La Escuela Clásica, La Escuela de las Relaciones Humanas y la Escuela de los Sistemas.

Kaufman (como se citó en Álvarez, 2011) expresa que es la comunicación lo que le otorga vida a la estructura organizativa, y que ésta se encuentra sumergida en las tres escuelas que son definidas a continuación:

-La Escuela Clásica: Se consideraba a los trabajadores como una mera extensión de las máquinas, que solamente respondían a incentivos económicos. En esta escuela, la concepción del hombre es puramente racional y orientada al trabajo.

En cuanto a la comunicación, la importancia que se le da es ínfima, porque el único fin que persiguen es que la información llegue a los empleados de manera descendente, como una orden y de esa manera lograr que el trabajo esté bien coordinado.

-La Escuela de las Relaciones Humanas: Esta corriente enfatizaba la comunicación, particularmente la que se producía entre pares, como una clave del comportamiento organizativo.

En esta escuela se realiza la interacción producida entre los empleados cuyo componente natural es la afectividad natural que pueda darse en medio de las actividades laborales. La comunicación es amena y se muestra de manera ascendente y descendente respectivamente.

-La Escuela de los Sistemas: Se concibe al sistema como un conjunto de partes con una cierta estructura, interconectadas e interdependientes con un permanente flujo comunicativo.

Permite entender que la comunicación colabora en la unidad de los subsistemas de una organización y que mediante ella se logra un dinamismo en el grupo, lo cual se ve reflejado en el resultado de las labores realizadas por sus integrantes.

Pero también es importante señalar que el intercambio de información en una institución se da dentro y fuera de la ella, abriéndose lugar así a dos tipos de comunicación: la interna y la externa. Mediante ellas, los procesos de comunicación son favorables entre la empresa, sus trabajadores y el público para el cual trabaja, promoviéndose de esa manera una mayor implicancia del funcionario y una mayor integración del mismo en su trabajo. Andrade (como se citó en Guzmán, 2012).

-Comunicación externa: Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o promover sus productos o servicios.

Este tipo de comunicación se refleja en los trabajos diarios que se realizan en el MSPyBS, cuyo propósito principal es cuidar la salud de toda una población

mediante la difusión de informaciones pertenecientes al ámbito en cuestión, tarea de la que se encarga el área de comunicación y a través de la cual se resuelven las diferentes situaciones que se presentan, lográndose así mejorar las relaciones entre las partes involucradas.

-Comunicación interna: Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización, para la creación y mantenimiento de las buenas relaciones con y entre sus miembros, a través de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados, para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Depende de este tipo de comunicación, el éxito de los propósitos organizacionales, pues en la medida en que se encuentran fortalecidos los miembros grupales, responden a sus labores diarias. Como la comunicación en salud es sumamente amplia y aglomera a distintos agentes que contribuyen a que el MSPyBS realice una gestión acorde a las exigencias de la ciudadanía, es de gran valor fortalecer los lazos a nivel intrínseco y que ello se manifieste plenamente a nivel externo.

1.4.3. Gestión comunicacional

La gestión comunicacional se encarga indirectamente de gestionar la imagen de una institución, luego de que el público se haya encargado de construirla, por ello la responsabilidad de la imagen recae en la empresa y en los trámites que ésta ha realizado con el propósito de estructurar en el público un determinado resultado.

Según Sierra (como se citó en Veas, 2015) “la comunicación se organiza mediante la búsqueda de integración de los procesos comunicativos de las organizaciones, pero no apuntando hacia la homogeneidad entre ellos, sino a partir de su coordinación, eliminación o disminución al máximo de la aleatoriedad, improvisación y espontaneidad en la realización de actividades comunicativas” (p.4).

Lo que se busca no es prohibir o restringir las actuaciones, más bien se pretende coordinar un discurso sólido, coherente e interdependiente en la percepción del público sobre la imagen institucional, mediante el uso eficiente de los recursos, principalmente el de la comunicación. (Veas, 2015).

La gestión comunicacional en una institución debe actuar de manera independiente para que pueda centrarse en tramitar todo lo concerniente a la institución y su público; también requiere de un encargado eficiente y conocedor del área que pueda impulsar y motivar al equipo a lograr las metas propuestas como institución.

Así se puede observar la magnitud del trabajo que realiza el área de comunicación, que no se centra solamente en la transmisión de información a los empleados y/o públicos sino de realizar gestiones en torno a la imagen de una institución y la percepción que se pueda tener sobre ella, desde el exterior.

Para esto, generalmente se utilizan estrategias que encaminen las tareas ejecutadas al éxito. El plan de comunicación es una de las bases primordiales para el logro de cualquier propósito institucional; pues la misma, debe involucrar a todos los actores de una entidad para marcar el camino a seguir durante todo el año.

Sainz (como se citó en Tur y Monserrat, 2015) sostiene que “en el ámbito de la comunicación se puede considerar la estrategia como un conjunto consciente, racional y coherente de decisiones sobre acciones a emprender y sobre recursos a utilizar, que permite alcanzar los objetivos finales de la empresa” (p.4)

Para definir la estrategia, como ya se ha mencionado recientemente, se debe acudir a un plan, partiendo del análisis del público al que se desea llegar y los objetivos a ser alcanzados por la entidad. Es necesaria la interacción de todos los sectores en la construcción de la misma, liderada a su vez por el departamento de comunicación para la lineación de estrategias a ser llevadas por la institución.

La estrategia de comunicación busca que la población en general, y especialmente las personas afectadas por el problema, se comuniquen entre sí, adquieran conocimientos, adopten actitudes y comportamientos favorables, se organicen y participen activamente en la solución del problema con acciones individuales y colectivas. (Bordenave, 2010).

El plan de estrategia de comunicación debe contener: los objetivos prioritarios que la empresa desea lograr con su comunicación; los métodos de trabajo que permitirán alcanzar los objetivos corporativos; el segmento de público a quien se dirigirán las comunicaciones; el calendario, los instrumentos y el presupuesto específico necesario para lograr los objetivos trazados.

Tur y Monserrat (2015) proponen una estructura de plan estratégico que consta de 6 etapas, atendiendo que la misma debe adaptarse a la empresa, organismo o institución para el que se desarrolle:

- **Primera etapa: Análisis de la situación:** La finalidad de esta primera etapa es la recopilación de información, no puede existir una estrategia sin unos objetivos previamente trazados, por lo tanto se debe realizar un

estudio riguroso y analítico de las circunstancias internas y externas que acompañan a la empresa.

- **Segunda etapa: Diagnóstico de la situación:** Se elabora un diagnóstico que refleje la situación de la empresa; sus ventajas y desventajas frente a su competencia y entorno como también la síntesis del interior de la institución. Se recomienda el uso de la herramienta conocida como DAFO (exposición de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades de la organización).

- **Tercera etapa: Determinación de los objetivos de comunicación:** Una vez conocida la situación actual de la institución se debe determinar donde se la quiere llevar, qué se quiere conseguir del público, cliente o entorno. Para ello es necesario también conocer los objetivos de marketing y a partir de ellos fijar los de comunicación.

- **Cuarta etapa: Elección de las estrategias:** Para determinar las estrategias que permitirán la consecución de los objetivos que se fijan en la etapa anterior, se deben diferenciar los niveles en las estrategias, definidas por la institución, conocidas como las estrategias corporativas (misión y visión), estrategia de cartera (alternativas de producto mercado), estrategia de segmentación y posicionamiento (conjunto de clientes con características semejantes) y estrategias funcionales (marketing mix).

- **Quinta etapa: Definición de los planes de acción:** En esta etapa se busca concretar en planes de acción, lo que a su vez puede formar parte de diferentes estrategias que contribuyan a la consecución de varios objetivos. Las formas de concretarse pueden ser a través de campañas publicitarias, relaciones públicas, comunicación online, marketing directo entre otros.

- **Sexta etapa: Evaluación:** La evaluación de las estrategias y acciones que se han llevado a cabo permite a la institución conocer qué se ha hecho bien o mal y las acciones que han tenido más o menos éxito, aceptación o impacto en el público objetivo. Este análisis de resultados y conclusiones son imprescindibles para el futuro.

Todas estas etapas conforman el proceso ideal para la ejecución de los trabajos comunicacionales dentro de una institución, que sobre todo esté ordenada, organizada

y proyectada para resolver todo tipo de situaciones, especialmente para el periodo de crisis que suele presentarse en la institución.

Dentro de estas labores, se puede mencionar además la importancia del rol que cumple las relaciones públicas en una institución. Hair y McDaniel (como se citó en Fajardo y Nidia, 2016) señalan que las relaciones públicas son el elemento que evalúa las actitudes públicas, identifica temas que pueden producir una preocupación pública y ejecuta programas para la comprensión y aceptación de sus públicos.

Según Lesly (como se citó en Fajardo y Nidia, 2016) las actividades a realizar en el campo de las relaciones públicas son:

- Asesorar a la dirección y al servicio de relaciones públicas de la organización sobre asuntos de relaciones o de opinión pública que afectan a la misma.
- Facilitar los servicios de relaciones públicas que el cliente o público necesita
- Apoyar y fomentar proyectos especiales
- Estudiar la situación del público, dar recomendaciones sobre actuaciones hacia éste.

Otras de las funciones de las relaciones públicas según Molina (2014) son:

- Establecer parámetros de actuación social en aras a la propia responsabilidad social de las organizaciones como finalidad de retornar a la sociedad lo que de ella se ha conseguido.
- Coadyuvar a que las organizaciones prevean la existencia de problemas y conflictos potenciales, es un proceso proactivo de anticipar, identificar, evaluar y responder a los temas de políticas públicas que afecten a las relaciones de las organizaciones con sus públicos.

1.5. Comunicación Científica

La comunicación científica adquiere un carácter de gran importancia con el desarrollo y el crecimiento de la ciencia, pues gracias a ella, los conocimientos y descubrimientos realizados por los hombres son dados a conocer mediante el uso de un lenguaje claro y comprensible para toda la sociedad y un mensaje fácil de decodificar.

Se la considera como un conjunto de actividades de comunicación que parten desde la divulgación tradicional, el periodismo, las exposiciones, clubes de ciencia, gestión de la opinión pública y más, cuyos contenidos son científicos y estén divulgados a un público no experto. Se basa en las repercusiones sociales del adelanto

científico y está relacionada directamente con el periodismo científico (Avogadro, 2005).

La comunicación científica se ha vuelto el canal de difusión con mayor éxito de los últimos hallazgos de las comunidades científicas y académicas.

Según Quiñónez (2015), la comunicación científica es un acto de la práctica científica para difundir, mediar, crear y hasta fragmentar el lenguaje científico. Históricamente se difundía el mensaje mediante la expresión oral, escrita, visual, sonora y digital. La información científica ha viajado a través de conferencias, congresos, fotografías, medios de comunicación, revistas científicas y unos de sus principales vehículos ha sido el artículo científico. (Quiñónez, 2015, p.30).

Así se tiene que la salud como ciencia, es un área de conocimiento de gran envergadura, que depende de la manera en que se comunica para que la misma tome conocimiento público y más que ello, la sociedad aprenda sobre la importancia de llevar una vida sana, de conocer los cuidados que se deben tener ante ciertas enfermedades, las múltiples formas de prevención de las mismas y los hallazgos que realizan los expertos en esta materia para el bien de los hombres.

La tarea designada al equipo de comunicación del MSPyBS no es de menor valor, puesto que la información que transmite a la población atañe a la ciencia que estudia nada más y nada menos que la salud de las personas. Partiendo desde la misma base, la comunicación que efectúa razón es científica, independientemente a la metodología empleada, razón por la cual la labor es eminente, cuya exigencia no se atribuye solamente al hecho de comunicar, sino de hacer llegar el mensaje deseado de una manera clara, sencilla y amena a todos el público en general.

En cuanto al origen de la comunicación científica no se tiene precisión debido a las diversas teorías y propuestas, este trabajo hace una breve mención del nacimiento de la comunicación científica que se remonta a los inicios de la revista científica.

A partir de la creación de las primeras sociedades científicas, la revista se constituyó como el canal de comunicación de la ciencia por excelencia. En el siglo XVII, tomando como referencia a las sociedades literarias, la investigación comenzó a desarrollarse separada de las universidades organizadas a través de nuevas instituciones: las sociedades científicas (Sarhou, 2011).

Entre las primeras sociedades científicas según Sabatini (como se citó en Sarthou, 2011) se encuentran: La Academia dei Lincei (1600-1630) en Roma, la Academia del Cimento (1651- 1657) en Florencia, la Roy Society (1622) de Londres y la Académie Royale des Sciences (1622) de Francia.

También como forma de comunicar la ciencia, surgieron los primeros periódicos científicos. En 1665 El Journal des Scavans en Francia y las Transactions of the Royal Society of London. Posteriormente en 1668 apareció en Italia Litteratti y Miscellanea Curiosa en Alemania.

Sin embargo, las revistas científicas conformaron el medio de comunicación más utilizada por las sociedades científicas, además de convertirse en el canal para publicar los resultados de las investigaciones, lo que posteriormente se convirtió en un enclave para la evaluación de la actividad científica. Éstas forman el registro público que organiza y coordina los conocimientos acumulados y a través de ellas se realizan las críticas y modificaciones necesarias de los trabajos.

Por otro lado, en América Latina, el desarrollo de la ciencia académica se acrecienta en el siglo XX, cuando la comunidad científica se fue construyendo entre la voluntad de incorporarse al sistema científico internacional y el deseo de tener una voz propia en la definición de su perfil y sus intereses.

En principio, la comunicación científica estaba estrechamente vinculada con los artículos científicos, pues éstos se han convertido en las principales vías de comunicación de los académicos; y como ya se ha señalado anteriormente, la principal finalidad de este tipo de comunicación es comunicar los resultados de investigación.

A la hora de comunicar, mediante los diversos canales que dispone la comunicación científica, de acuerdo a Maqueda, González, Cortés y Veiga (2013) se deben tener en cuenta los siguientes principios generales:

- **Transparencia:** En el sentido en que se considera a la comunicación científica como un acto “notarial”, que debe reflejar fielmente el trabajo realizado. No deben obviarse los resultados negativos. Este principio muestra el rigor que debe contar el mensaje que se desea transmitir, más en los temas relacionados a la salud, cuyos datos deben manejarse con absoluta responsabilidad y sinceridad, de manera a que el público maneje un conocimiento preciso y sincero y en base a ello puedan tomar las decisiones correspondientes.

- **Reproducibilidad:** Debe tener un nivel suficiente de exhaustividad y detalle tal que permita a otros grupos reproducir la investigación o información que se da a conocer.

Cuando los conocimientos de la ciencia médica son difundidos a través de la página web ministerial o los medios de comunicación deben ser completos y entendibles, sin que las ideas o informaciones queden incompletas, dejando al receptor con dudas, o preguntas sobre lo que acaba de leer, suponiendo que el trabajo del comunicador es de hacer llegar la información de la manera más efectiva posible.

- **Coherencia argumental:** Respondiendo a un argumento construido en torno a la hipótesis y los objetivos, de forma que los diferentes apartados que componen la estructura de un artículo científico giren en torno a ellos.

Este apartado hace alusión específica al artículo científico, sin embargo se puede tomar como referencia para las distintas maneras de comunicar la ciencia. En relación a salud, los comunicados deben responder a los objetivos trazados en el plan de comunicación de la institución, es decir el MSPyBS.

- **Autocrítica:** Deben comunicarse las dificultades encontradas, las limitaciones que tienen los resultados de investigación.

Para los artículos científicos, es importante comunicar además de los resultados obtenidos, los conflictos encontrados durante el trabajo de investigación. En cambio a nivel institucional, se pueden realizar análisis sobre las novedades que puedan existir en el ámbito medicinal, los contratiempos que tuvieron las investigaciones y buscar la manera más responsable de comunicarlas al público

- **Valorización de resultados:** Debe expresarse la aportación que suponen los resultados y conclusiones a la mejora del conocimiento del Estado del Área.

Tanto para los artículos científicos como para las gacetillas informativas emitidas por el MSPyBS, es importante enfatizar sobre el nuevo aporte a la ciencia, y que la sociedad paraguaya siempre sea una de las primeras beneficiarias, por ejemplo sobre las vacunas contra el dengue.

- **Lenguaje:** El estilo lingüístico más universal en la comunicación científica es el sencillo y directo.

Las gacetillas difundidas deben contener información precisa, clara y directa, evitando los formalismos o términos técnicos propios muchas veces de la

medicina o de los profesionales médicos. Este principio es uno de los más importantes para lograr una buena receptividad tanto en los medios de comunicación como en la población paraguaya.

1.5.1. Canales de comunicación científica

Como ya se ha mencionado recientemente, existen varios canales de comunicación científica a los cuales pueden recurrir los académicos e investigadores para la difusión de los últimos resultados obtenidos.

Según Baxter y Babbie (como se citó en Quiñónez, 2015) explican cuáles son los canales de comunicación científica que son especificados a continuación:

- **Informes privados de resultados:** documentos privados desarrollados para entregar al cliente que ha solicitado el estudio. También entran en esa categoría las memorias de investigación que suelen requerir las instituciones que financian proyectos de investigación.
- **Los documentos de trabajo preliminares:** Son una presentación tentativa o preparatoria de los resultados de una investigación. A veces están orientados a la comunicación interna entre los miembros de un grupo de investigación.
- **Comunicaciones y ponencias en congresos:** Estas comunicaciones y ponencias suelen ser de dos tipos fundamentales: orales y en formas de póster. Se publican libros de actas que recogen versiones más elaboradas de las comunicaciones presentadas.
- **El artículo científico:** Son los informes que se publican en revistas académicas de cualquier área y en los que se describe un trabajo de investigación. Es el medio académico por excelencia.
- **Notas de investigación:** Son pequeñas descripciones de investigaciones para publicar en revistas académicas o técnicas. Suelen ser los trabajos que presentan los resultados de una investigación de manera concisa y directa.
- **Libros y capítulos de libro:** Suelen ser de dos tipos: libros editados y libros con uno o varios autores. Es como una recopilación de artículos.
- **Medios complementarios o alternativos de comunicación:** son la correspondencia entre autores, los encuentros, talleres de trabajo y reuniones por internet.

Si bien, las gacetillas de prensa, no están incluidas dentro de estos canales de comunicación científica, se considera oportuno señalar que las informaciones emitidas

por una institución como lo es el MSPyBS clasifican dentro de la misma por pertenecer a un área de la ciencia. El rigor de los contenidos publicados a la opinión pública es trascendental para que la comunicación científica sea efectiva.

Desde el origen de las investigaciones, hasta el tratamiento de la información científica, se puede observar que los mensajes transmitidos a la comunidad por la página web y los medios de comunicación son trascendentales para la vida de todas las personas, por lo cual se reitera la validez de concebirlo como un canal de comunicación de la ciencia.

1.5.2. Dificultades de la comunicación científica

Convertir la ciencia en un lenguaje claro y comprensible para la opinión pública lleva su proceso en el cual se encuentran cuatro tipos de dificultades a diferencia de la comunicación de otras áreas del saber.

De acuerdo a la Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica (2006) las dificultades encontradas a la hora de comunicar la ciencia son las siguientes:

- **La ciencia nace de la abstracción:** Abstractar es eliminar lo que hay de singular en objetos, fenómenos o procesos para quedarnos con lo que está detrás de ellos, con su noción o con el enunciado o formulación de las leyes que permiten describir sus comportamientos.

Penetrar en estas profundidades, cuando vivimos sumidos en la cultura de la apariencia y en la superficialidad de los signos externos, exige de nuestra mente un esfuerzo especial sin el cual no podremos llegar a la sustancia y naturaleza de las propuestas científicas.

Es decir, que en la ciencia se requiere de un análisis mucho más profundo que cualquier otro tema para llegar a la esencia del tema y posteriormente poder comunicarla de manera completa y eficiente.

- **Enunciar leyes físicas y los comportamientos sin envolverlos en formulismos matemáticos:** La formulación de las leyes físicas suele hacerse utilizando las matemáticas que no son precisamente sencillas. Un público desconocedor de estas herramientas matemáticas no sabrá leer fácilmente los comportamientos físicos que describen esas fórmulas.

Muchos de los descubrimientos o conocimientos científicos requieren del valor numérico para su explicación, lo cual representa un problema a la hora de

emitir el mensaje a la ciudadanía que probablemente maneje muy poco sobre los números.

- **La manera natural de entender las cosas (efecto escalera):** No se puede llegar a los escalones más altos sin antes haber recorrido los de primer nivel. Explicar un logro supone desencadenar en el receptor una serie de preguntas, tan lógicas como previas, sin las cuales la primera proposición será imposible de entender. Esta es la dificultad propia del razonamiento deductivo.

Comunicar la ciencia no se reduce a transmitir conceptos, ya de por sí complicados, sino que conlleva explicar los planteamientos, experimentos procesos y metodología que acreditan haber llegado a ciertas conclusiones.

Esto significa que el proceso para obtener la información científica debe realizarse de manera responsable, pasando por todas las etapas de recolección de datos hasta llegar a lo que realmente se quiere saber.

- **El desfase existente entre los descubrimientos y su vertido a la cultura popular es cada vez más profundo:** La ciencia se desarrolla mucho más de prisa que su asimilación por los ciudadanos. Mientras los científicos desgranar las complejidades conceptuales del modelo de un universo en expansión, el gran público vive aún en una concepción estática del Cosmos que en poco se diferencia de la existente entre los siglos XVII Y XVIII.

Esto explica, que los avances de la ciencia se producen de manera activa, y mientras el público termina por comprender uno de los descubrimientos, ya existe otra teoría que refuta a la anterior, por lo que el aprendizaje se vuelve un poco lento. Es importante lograr que los mensajes transmitidos sean percibidos claramente y que los nuevos conocimientos no lleven la delantera ante el público.

1.5.3. Lenguaje de la comunicación científica

El lenguaje es una de las herramientas más importantes en la comunicación científica, pues su aplicación es fundamental al momento de la transmisión de mensajes. Al hablar de lenguaje se habla también de la terminología de una determinada profesión, ciencia o materia.

Por ello se tiene que la comunicación de la ciencia necesita o bien la explicación sistemática del significado de los términos elegidos, o la selección de un lenguaje comprensible para los ciudadanos a los que va dirigida. (Cotec, 2006).

A pesar de que muchos científicos piensan que al usar un lenguaje común para comunicar los hallazgos o todo lo relacionado a la ciencia, se está desnaturalizándola o traicionando el concepto mismo de la ciencia; es a través del uso de un lenguaje claro, preciso, sencillo y común, que todas las personas logran dimensionar el verdadero significado y la importancia de esta área en nuestras vidas.

Según lo señalado en Cotec (2006) “El mundo científico necesita hacer un esfuerzo por utilizar un lenguaje asequible cuando se dirigen a personas no expertas, aunque se trate de intelectuales de prestigio en su campo. La clave del éxito: seleccionar el vocabulario para lograr el consiguiente enriquecimiento de los demás” (p.75).

Se puede observar que la aplicación adecuada del lenguaje en la comunicación científica generará una serie de situaciones alentadoras a los encargados de la difusión de la ciencia, cuyo principal reflejo es la comprensión absoluta por parte del público de las informaciones que fueron dadas a conocer.

La DGCS tiene la obligación por decirlo así, de realizar las gacetillas de prensa con un lenguaje claro, ameno, sencillo, preciso y entretenido para alcanzar que las mismas tengan el impacto deseado en los medios de comunicación y a través de las mismas llegar al número máximo posible de la población y que ésta conciba los mensajes tal como en un principio se ha propuesto.

Para lograr que la comunicación científica sea efectiva, es importante que exista gente especializada en el área de la ciencia, para canalizar correctamente la información y que ésta sea insertada correctamente en los medios de comunicación y posteriormente en la población paraguaya. También, es necesario que los periodistas sean capacitados en éstas áreas y que el contenido científico no sea una barrera para brindar información y extender el conocimiento de la ciencia de la salud tanto entre los periodistas como en la población en general.

1.6. Comunicación en Salud

La comunicación en salud es una rama de la comunicación organizacional que trabaja específicamente en el área de la salud, desde los principios, la educación, promoción y difusión de los conocimientos sanitarios para la población en general, que además de brindarle información busca promover hábitos saludables en la misma y mejorar sus condiciones de vida.

Toda institución como el MSPyBS cuenta con una unidad, departamento o dirección cuya tarea principal radica en comunicar la salud, es decir, los conocimientos que atañen a la ciencia de la salud, ya sean las formas de prevenir la salud, los cuidados a tener en cuenta ante la aparición de ciertas enfermedades y los hábitos a tomar para llevar una vida plena y sana a cualquier edad.

Según Ocoe (1998) la comunicación en salud es: “la concepción del comportamiento humano y los factores ambientales relacionados con ese comportamiento que directa o indirectamente promueven la salud, previenen enfermedades o protegen a los individuos del daño” (p.27).

Otra de las pensamientos referentes a la comunicación en salud la señala como el área encargada de conformar trabajos interdisciplinarios en la búsqueda de resolución de problemas mediante el uso de lenguajes claros y conceptos operativos que colaboren en mejorar la salud poblacional (Alcalay 1999). Por lo tanto, es necesario elaborar estrategias y criterios bien definidos en la construcción de la comunicación en salud, como parte fundamental de un trabajo eficaz y exitoso, cuyos logros sean reflejados a corto, mediano y largo plazo.

Healthy people (2010), por su parte señala que:

La comunicación en salud es el área que abarca el estudio y uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud, además de contribuir en la prevención de enfermedades, relaciones médico-pacientes, la adherencia a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticas, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la disseminación de información concerniente a comunicación preventiva (p.3).

En los años 80, la comunicación en salud logró posicionarse en la agenda latinoamericana de salud como una necesidad de potenciar los procesos dialógicos, donde

los medios de comunicación forman parte imprescindible para el acercamiento de la salud a los sectores más vulnerables. (Martínez y Orozco, 2014)

A partir de entonces, las informaciones sanitarias han ido ocupando cada vez más espacio en todos los tipos de medios de comunicación: los diarios han creado secciones y/o suplementos especializados en salud; han aparecido nuevos programas de radio y televisión, se han creado publicaciones especializadas; han surgido agencias de comunicación y relaciones públicas especializadas en el sector sanitario, etc. (Camacho, 2012)

Los mensajes de comunicación en salud son importantes a la hora de buscar influir en la comprensión de la información provista al receptor y por ende en la formación de actitud e intención hacia la realización de conductas preventivas de salud, teniendo en cuenta el texto que se difunde (Ríos, 2010).

Sin embargo, este autor señala la necesidad de tomar en cuenta el origen del receptor para la construcción de los mensajes de comunicación en salud, visto la influencia que puedan tener las características sociales y culturales en las decisiones que la población pueda tomar en lo que a su salud se refiere. “Cuando se diseñan materiales cuyo propósito es orientar sobre la prevención de enfermedades puede que éstos sean percibidos irrelevantes y poco claros para miembros de ciertos grupos de diversos lugares de origen” (Ríos, 2010, p.186).

Por ello es importante la fácil comprensión del mensaje emitido a los diversos sectores, lo cual en primera instancia repercute en la buena recepción que pueda tener en la población y los cambios que se busca generar a través de las mismas, porque si el mensaje es ambiguo, técnico o muy cerrado, lo más probable es que la misma no trascienda en lo más mínimo y los medios de comunicación tampoco se interesen en difundirlas.

Los textos informativos son una fusión de los datos mismos que contiene dicho texto y la elaboración realizada por el comunicador que lo convierte en un mensaje próximo a difundir; tal es así que no es de menos el rol que les toca a los profesionales de la comunicación de esta área, que además de dar a conocer los hechos noticiosos más importantes de la salud, deben adecuarlos a los lectores a los que van dirigidos.

Como este trabajo pretende analizar el impacto de las gacetillas informativas en los medios de prensa escrita, es significativo realizar este bosquejo con respecto al lenguaje, pues además de emitirlas a los medios de comunicación, las informaciones

del MSPyBS están disponibles en la web y las redes sociales para el público en general.

1.6.1. Promoción de la salud

La promoción es un término muy utilizado en ésta área, especialmente en lo que representa a la comunicación en salud, pues se encuentran muy relacionadas con los objetivos a cumplir como tales, desde la educación, comunicación y trabajos comunitarios para dar a conocer sobre la salud de la población.

La promoción de la salud involucra la articulación de conocimientos, saberes, actitudes pero igualmente infraestructura, servicios y recursos. Es un proceso encaminado a reeducar y capacitar a personas y grupos, a realizar en conjunto, acciones destinadas al mejoramiento de las condiciones y calidad de vida, al control de múltiples y complejos factores de riesgo para la salud. (Páez, 2009, p.75)

Lo que se busca con la promoción es que la comunidad y los individuos en vez de ser objetos de atención pasen a ser sujetos activos que conocen, participan y toman disposiciones sobre su salud y se ocupen de sus responsabilidades ante la misma. En este sentido se ha trabajado para que las personas, individuos o colectivo dirija responsablemente el cuidado de su propia salud, la de su familia y su comunidad. (Páez, 2009).

Esto es posible a través de diversos métodos empleados por los gabinetes de comunicación, los cuales conjuntamente con los distintos programas que cuenta las instituciones sanitarias realizan las labores pertinentes de promover la salud ya sea a través de los medios de comunicación, en las escuelas y colegios, a través de charlas y conferencias y todo canal que sea pertinente para este fin.

La DGCS a través de las gacetillas de prensa, tiene la facultad de fomentar a través de las gacetillas de prensa difundidas en la página web ministerial y los medios masivos de comunicación la salud de toda la población paraguaya, mediante un trabajo coordinado entre todos los programas, específicamente con promoción de la salud, cuya finalidad es justamente el desarrollo de la salud a través de conferencias y charlas educativas que posteriormente son difundidas en las gacetillas y consecutivamente en los medios de prensa.

1.6.2. Modelos y Teorías

Las teorías y modelos que estudian el comportamiento de los individuos de manera personal en algunos casos y en otros con los avances que presentan las redes comunitarias de apoyos sociales lo que ha incrementado el intercambio de diálogos multisectoriales entre investigadores y organizaciones relacionadas a la salud, todo con el objetivo de lograr cambios de conducta en la población.

Como uno de los fines de la comunicación en salud es lograr que la comunidad logre mantener hábitos saludables, es importante mencionar algunas teorías que estudian y explican el comportamiento humano y proponen formas de cambiarlos. Una de las teorías que ha sido la base de estudios por parte de investigadores de la salud y de otras disciplinas es la teoría de persuasión y modelos. (Organización Panamericana de la Salud, (OPS), 2001).

Entre las teorías de persuasión y modelos que se han mantenido vigentes en diversas culturas y conductas de salud se encuentran agrupadas en las siguientes categorías: Modelos de nivel individual, Teoría de comportamiento interpersonal de salud y modelos de nivel comunitario.

1.6.1.1. Modelos

Modelos de nivel individual: siguiendo el esquema presentado por la OPS (2001), éste es uno de los modelos básicos de la promoción y comunicación en salud, el cual a su vez promueve tres teorías:

Modelo de etapas del cambio: es la disposición de los individuos al cambio o al intento de cambiar hacia comportamientos saludables. Proponen que la adopción de conductas saludables es un proceso en el que el individuo progresa a través de varias etapas hasta que la nueva conducta forma parte de la rutina diaria

Modelo de creencias de Salud: los investigadores desarrollaron este modelo para comprender y predecir la conducta de los individuos con relación a la prevención de las enfermedades, el uso de servicios de salud, retrasos en la búsqueda de cuidados de la salud y cumplimiento de las recomendaciones médicas. Según este modelo la conducta de un individuo es determinada por la comprensión que éste tiene de:

- La percepción de la severidad de la enfermedad
- La percepción de la susceptibilidad a la enfermedad o condición

- La creencia de que una acción es eficaz para reducir la severidad de una enfermedad
- Avisos para tomar acción

Modelo de procesamiento de la información por el consumidor: mediante este modelo se abordan los procesos mediante los cuales los consumidores reciben y utilizan información para tomar decisiones. Aunque este modelo no sirve para comprender como se utiliza la información sobre salud, sí resulta beneficioso a la hora de desarrollar programas de promoción de salud. Este modelo sugiere que antes de que las personas puedan usar la información ésta debe estar disponible, ser nueva y utilizable, comprensible y de uso fácil.

La motivación y el raciocinio juegan un papel importante en el uso de la información: la motivación empuja la búsqueda de información mientras que la utilización de esa información es un proceso intelectual.

Modelos de nivel comunitario: estos ayudan a comprender como funcionan y cambian los sistemas sociales y como pueden activarse las comunidades y organizaciones, siendo esenciales para las actividades integrales de promoción de la salud.

Organización comunitaria: tiene sus bases en teorías de redes sociales y apoyo. Hace hincapié en la participación activa y el desarrollo de comunidades que pueden evaluar y resolver mejor los problemas sociales de salud. El desafío de activar y hacer participar a grupos de población específicos, que con frecuencia están subatendidos, es algo con que se enfrentan muchas organizaciones de salud pública.

Mediante las organizaciones comunitarias se ayuda a los grupos comunitarios a identificar problemas o metas comunes, movilizar recursos y elaborar e implantar estrategias para lograr sus metas.

Teoría de la Difusión de Innovaciones: Proporciona alguna comprensión sobre la conducta que rige la comunicación, y el proceso mediante el cual se introducen o difunden nuevos productos o ideas entre una audiencia.

Aborda la manera en que las nuevas ideas, productos y prácticas sociales se difunden dentro de una sociedad o de una sociedad a otra.

En Salud pública constituye un gran desafío la difusión de nuevos métodos de prevención, detección temprana y tratamiento y de los programas y planes de estudio exitosos.

1.6.2.2. Teorías

Teorías de comportamiento interpersonal de salud: Éstas suponen que las personas se ven influidas por sus entornos sociales, y al mismo tiempo, ejercen influencia sobre ellos. Incluyen factores con la experiencia y las percepciones de los individuos con respecto a su ambiente.

Teoría del Aprendizaje Social: Uno de los principales desarrolladores de esta teoría es Bandura, quien sugiere una dinámica y continua interacción entre la persona con la conducta enriquecedora de la salud y con el medio ambiente en el cual se lleva a cabo la conducta. Enfatiza la importancia de asegurarse un ambiente que provea oportunidades y apoyo social para la adopción de la conducta saludable.

Este teórico formula cuatro conceptos para la promoción de conductas saludables entre las que se encuentran:

- **Capacidad de conducta:** Asegurar que las intervenciones de salud provean a los individuos el conocimiento y las habilidades para ejecutar una conducta específica.
- **Expectativa:** Asegurar que las intervenciones de salud enfatizan los beneficios y resultados positivos de la conducta enriquecedora de la salud.
- **Aprendizaje por observación:** Asegurar que las intervenciones de salud incluyan modelos creíbles de conducta saludable y que contengan beneficios positivos
- **Autoeficacia:** Asegurar que las intervenciones de salud aumenten la confianza del individuo en su habilidad para realizar la conducta especificada
- **Determinismo recíproco:** Recordar que los comportamientos son el resultado de interacciones entre la persona y su entorno.

Teoría de Acción Razonada: Trata sobre las creencias, actitudes, intenciones y conductas. Esta teoría asume que la mayoría de las conductas están determinadas por creencias ocultas que se derivan de y están sostenidas por el patrón cultural y social de las sociedades en las que se vive. Esta es una de las más significativas y utilizadas en el área de salud y en otras áreas.

Distingue entre las actitudes hacia una enfermedad o condición tales como el VIH o embarazo y actitudes hacia conductas recomendadas para enriquecer la salud como el uso de condones o pastillas anticonceptivas.

Propone además que las personas se comprometerán con una conducta dependiendo de sus intenciones de compromiso en dicha conducta y que su intención a la vez depende de:

- La percepción que tenga la gente de lo que es importante para el o ella sobre su conducta, la norma subjetiva.
- La actitud del individuo hacia la conducta de enriquecimiento de la salud

La aplicación de las teorías a los programas de comunicación en salud significa que una estrategia de comunicación podría consistir en el uso de los medios de comunicación masiva para introducir el mensaje, proporcionar conocimientos, influir sobre las actitudes, reforzar una conducta y utilizar intervenciones comunitarias o interpersonales para enseñar e incentivar la adopción de la conducta.

Específicamente sobre este punto, cabe resaltar que el trabajo se aboca a medir justamente los mensajes del MSPyBS, elaborados por la DGCS que tienen una mayor repercusión en los medios de prensa escrita, los cuales a su vez transmiten la información a toda la población paraguaya.

-Cambio organizacional: Teoría de las etapas: Tienen que ver con los procesos y estrategias que aumentan las posibilidades de que las organizaciones formales adopten e institucionalicen políticas y programas de salud.

La Teoría de Etapas se basa en la idea de que las organizaciones pasan por una serie de etapas a medida que cambian. Al reconocer estas etapas, las estrategias para promover el cambio pueden ajustarse a los diversos puntos del proceso. Una versión abreviada de la teoría de las etapas comprende cuatro etapas: definición del problema (toma de conciencia), iniciación de la acción (adopción), ejecución e institucionalización. Cuando los problemas se reconocen por primera vez, es importante tener conciencia de varias opciones. Se necesita información práctica cuando los líderes están listos para decidir sobre un curso de acción, y la capacitación y la asistencia técnica son muy adecuadas durante la etapa de ejecución. Para que el cambio organizativo sea completo, la nueva política o el nuevo programa deben institucionalizarse, es decir, arraigarse en la organización.

El foco central de los programas de comunicación de salud es desarrollar estrategias basadas en la comunidad, para facilitar cambios normativos sostenibles en la conducta de la comunidad a lo largo del tiempo. Los programas efectivos basados en la comunidad están

diseñados utilizando conocimientos locales. Con base en estos conocimientos se pueden formular estrategias de cambios conductuales, aplicables a distintos hogares y comunidades. Generalmente, los cambios conductuales llegan a través de programas educativos bien establecidos y de largo plazo basados en la comunidad. (OPS, 2001)

1.6.3. Áreas de trabajo

Coe (como se citó en Cruz y Ruíz, 2009) explica que la comunicación para la salud abarca varias áreas programáticas entre las cuales se encuentran:

- **Comunicación organizacional:** Como ya se ha mencionado en este estudio, los procedimientos internos de comunicación de una organización para asegurar que su misión, metas, objetivos prioridades programáticas y estrategias sean entendidos y promovidos por los miembros del personal a todos los niveles y luego transmitidos a toda la comunidad.
- **La educación de los medios:** Los medios se han convertido en un canal fundamental de enriquecimiento cultural. Los educadores especializados en medios se esfuerzan por enseñar a los jóvenes a que evalúen, descodifiquen, analicen y critiquen los mensajes mediáticos y comprendan como influyen los medios en las costumbres, las actitudes y los comportamientos sociales
- **Periodismo especializado en salud:** es la presentación de la información sanitaria en la prensa y los medios electrónicos
- **Mercadeo social:** La aplicación de las prácticas de mercadeo o actividades sociales sin fines de lucro. Utiliza los canales de la amplia gama de medios para persuadir al público a adoptar una idea o una práctica.
- **Comunicación sobre los riesgos:** La base teórica de la comunicación sobre los riesgos se basa en las teorías del comportamiento, en particular, las que se relacionan con la forma en que las personas eligen opciones en situaciones que crean estrés.
- **Eduentretenimiento:** La premisa básica de la programación entretenimiento-educación es que la información sanitaria orientada al entretenimiento sea atractiva, fácil de entender y capaz de influir en los comportamientos.
- **Comunicación comunitaria:** Su objetivo principal es promover la participación comunitaria y la programación cultural y educativa para mejorar la estructura de la sociedad.

2 -INSTITUCIÓN

Es importante, hacer un breve énfasis también sobre un componente fundamental dentro de esta investigación; la institución, pues el MSPyBS como tal brinda varios elementos que son piezas importantes para el análisis de este trabajo. Se parte desde esta base, teniendo en cuenta que es allí donde se genera todo tipo de información que posteriormente es trabajada y perfeccionada, por los profesionales del área de comunicación para ser dada a conocer a la población en general.

Al respecto Muriel y Rota (1980) refieren que las instituciones existen debido a que responden a las necesidades de la sociedad. Los servicios o satisfacciones que las instituciones proveen, son la razón de la existencia de las mismas. Dichos servicios o satisfacciones idealmente son provistos a los grupos sociales de una manera organizada; es decir a través de una serie de actividades realizadas por personas unidas en la consecución de un propósito. (p.37)

El MSPyBS es una institución que necesariamente debe responder a los requerimientos ciudadanos en materia de salud. Y es a través de la Dirección de Comunicación que debe dar a conocer los pormenores de las actividades realizadas dentro de la entidad, de los servicios que ofrece, la forma de utilización de recursos y bienes públicos y todo lo referente por supuesto a la ciencia de la salud.

Kaplan (como se citó en Muriel y Rota, 1980) afirma que toda sociedad se articula en y por medio de instituciones. Estas son en esencia modelos de relaciones humanas, de distribución y ejercicio de status, funciones y roles sobre los que se calcan, se estructuran y se formalizan las relaciones concretas de grupos e individuos mediante su formulación por la autoridad estatal que les confiere reconocimiento y valorización por otros grupos e individuos.

En ese sentido, es importante señalar que las instituciones clasifican en función de su régimen de propiedad, conocidas como privadas y públicas. Muriel y Rota (1980) sostienen que: “la estructura social está integrada por instituciones y órdenes institucionales de muchos tipos, tales como el económico, político, militar, familiar, religioso, así como por sus articulaciones e interacciones” (p.42).

En este caso se analizará brevemente, la diferenciación existente entre ambos, puesto que cada uno de ellos trabaja indistintamente por objetivos afines a su ideología e intereses, reflejados ampliamente desde las bases de la institución y a lo largo del cumplimiento de sus actividades.

- **Instituciones Privadas:** Como su nombre lo dice, pertenecen a sectores no gubernamentales, cuya administración recae en una persona o grupo de personas del entorno del dueño de la misma. En la mayoría de los casos son lucrativas y buscan crear beneficios económicos para sus respectivos propietarios, no obstante, también existen organizaciones que son implantadas con fines sociales, educativos, humanitarios y políticos (Muriel y Rota, 1980).

- **Instituciones Públicas:** Por otro lado, las pertenecientes a este sector son administradas por el gobierno y se caracterizan por el ejercicio de las actividades que requiere realizar. Siguiendo la descripción de Muriel y Rota (1980) “Las instituciones públicas buscan favorecer el bien común, meta identificada en cada país de acuerdo al concepto de desarrollo nacional”.

Así se observa que las instituciones pertenecientes al estado, dentro de las cuales se encuentra el MSPyBS realizan actividades conforme a lo que la población demande y requiera. Esto es posible mediante un buen gerenciamiento comunicacional y un trabajo mancomunado entre todos los actores que conforman la institución; motivo que denota la trascendencia que presentan todas las instituciones públicas y en particular la encargada de administrar una de las áreas de mayor rigor para los conciudadanos, como lo es la salud.

2.1 Identidad institucional

La identidad comúnmente es conocida como un conjunto de rasgos y características que distinguen a una persona de otra. Las instituciones, empresas y/o corporaciones también requieren de una identidad que los identifique como tales ante la sociedad y su público objetivo. Si se habla, en este caso particular del MSPyBS, los rasgos más característicos del mismo por citar algunos son: la salud, el bienestar, la atención en hospitales, entre otros.

Por ello la importancia de que las instituciones creen su propia identidad a partir de la proporción de una personalidad coherente en la que se pueda visualizar que todas las herramientas de la empresa van en una misma dirección (Diez, 2011). Es la constitución misma de la organización, a través de la cual se llevará adelante los objetivos y estrategias trazados desde un principio, razón de la trascendencia de su creación.

La identidad institucional es facilitadora desde un principio del relacionamiento sólido que pueda existir entre el funcionario y la organización.

“Permite que se transmitan los valores, la cultura, la esencia de ser de la institución, logrando establecer la motivación en el ambiente de trabajo y fortaleciendo el sentido de pertenencia del empleado hacia la organización y el cumplimiento de los objetivos” (Alcorta y Martinian, 2004, p.34).

De acuerdo a Diez (2011) es importante no mezclar la identidad corporativa con la imagen institucional, pues la primera comprende todas las maneras de expresión de la organización mediante palabras, símbolos o comportamientos, plasmados según el autor a través de mensajes de palabras o escritos que involucran el envío de información verbal o visual, símbolos que muestran lo que la institución desea representar y comportamiento, cuyo canal es fundamental para la instauración de una identidad corporativa.

Para que una institución como el Ministerio de Salud funcione desde la base debe enfocarse primordialmente en la creación y consolidación de su identidad, lo cual llevará a que los funcionarios trabajen internamente en pos de los ideales y objetivos trazados como entidad, además de lograr un buen relacionamiento laboral entre los trabajadores, lo cual se reflejará en los resultados obtenidos.

2.2. Componentes de una institución

Toda empresa o institución cuenta con objetivos ya delimitados desde su creación, los cuales a su vez se ven reflejados en la misión y visión que están proyectados desde las mismas. La primera es referente a la actividad que realiza la institución y la segunda se relaciona a las aspiraciones a las cuales se pretende llegar.

- Misión:

La misión de una organización hace referencia a los trabajos que tiene precisado realizar y a través de ella garantizar el servicio que está ofreciendo a su público, en la cual debe estar especificado los propósitos y las metas que tiene como institución, organización y/o empresa.

Es como la brújula que orienta un proyecto social, la que siempre muestra el norte. Allí se encuentran todas las coordenadas para guiar el rumbo de cada día, dice quien es la empresa, qué hace, para qué lo hace, cómo y dónde lo hace. Es el articulado que cuenta qué hace la organización de lunes a viernes (Enz, franco y Spagnuolo, 2012).

Kotler (como se citó en Alcorta y Marinian, 2004) sostiene que: “la misión está constituida por su historia, preferencia de la administración y propietarios,

ambiente de mercado, recursos de la organización y sus competencias distintivas, convirtiéndose en fuente impulsora de las actividades que los directivos realicen con relación a la institución”, (p.31).

- **Visión:**

La Visión de una institución concierne a la imagen que proyecta y los ideales que se propone lograr en un plazo establecido por la misma y que sea de real alcance, esto motiva a los empleados y funcionarios a realizar los trabajos en pos de un objetivo bien determinado, que los ayude a realizarse y concretar la meta institucional.

Se refiere a las ideas, sueños e imágenes de los que la organización y/o institución desea, es decir la utopía de un futuro anhelado, de una ilusión hecha realidad las cuales están vinculadas al sentimiento, al deseo y a los valores (Enz, franco y Spagnuolo, 2012).

Plasmado esto, es importante diseñar las estrategias y señalar el camino que conducirá al cumplimiento de todos los objetivos, metas y propósitos de la institución, teniendo en cuenta que la sostenibilidad se verá reflejado primeramente en las bases constitutivas y posteriormente en los resultados obtenidos.

El Ministerio de Salud, como institución Pública, cuenta con estos componentes, visualizados en la página web institucional, donde se detalla los trabajos a realizar y los ideales a los cuales se proyecta llegar como rector de la salud a nivel país. Todo esto, es manejado siempre por el área de comunicación, que se encarga de dar a conocer las proyecciones de la institución, los logros obtenidos y los que aún faltan trabajar.

2.3 Elementos constitutivos

También, por su parte se encuentran los elementos constitutivos de una institución. Siguiendo la definición de Alcorta y Martinian (2004), ésto se refiere a “su cultura, su identidad, su imagen y sus públicos, los cuales justifican la existencia de la institución y permite el desarrollo de la misma” (p.32). A continuación se describen las características de los mismos:

- **La cultura:** Es el pilar fundamental de la institución. Es el conjunto de valores, creencias, costumbres y conjeturas principales que comparten los integrantes de una institución.

- **La identidad:** Como ya se ha mencionado en el capítulo anterior, la identidad es la distinción que posee una institución y le otorga diferenciación con otras. Es la manera de pensar y producir de la misma.
- **La imagen:** Es el conjunto de significados por los que un objeto se conoce y a través del cual, la gente lo describe, recuerda y relaciona. Es el resultado neto de la interacción, de creencias, ideas y sentimientos que una persona tiene de un objeto.
- **El público:** Es el receptor que determinará si una institución continúa existiendo de acuerdo a la imagen que presenta. Ésta permite, si el público lo considera así que la institución no solo justifique su existencia sino que tenga la posibilidad de crecer.

Estas herramientas, son claves en una institución; en Salud son trascendentales a la hora de proyectarse como eje rector de la salud en Paraguay. La cultura sanitaria promovida por los profesionales del área es el motor que impulsa a esta institución a la creación de su propia identidad, que la diferencia de las demás instituciones públicas, teniendo en cuenta el nivel de importancia que asume la salud en una población. Asimismo la proyección de una imagen es la derivación del trabajo conjunto de los miembros de la institución, la cual es percibida y calificada por el público, en este caso la población paraguaya.

3. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación son herramientas utilizadas en la sociedad para la transmisión de mensajes ya sea de manera textual (periódico), visual (televisión) o sonora (radio). Generalmente se acude a estos métodos para informar sobre una cosa determinada y a la vez informarse de lo que sucede a nuestro alrededor, y como su uso se ha extendido y masificado, se ha vuelto cotidiano en la vida de todas las personas. Y con más razón, con la aparición de más herramientas de comunicación como la internet, plataforma que ha dado una mayor apertura a la ciudadanía a mantenerse informado de todo lo que sucede en el país.

La comunicación de masas incluye las instituciones y técnicas mediante las cuales unos grupos especializados emplean artilugios tecnológicos (prensa, radio, cine, etc) para diseminar contenidos simbólicos a públicos de muy amplia naturaleza, heterogéneos y sumamente dispersos. Janowiz (como se citó en McQuail, 1994)

Los medios masivos de comunicación son utilizados en distintos ámbitos como la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas otras formas de comunicación. Uno de sus principales objetivos además de informar, formar y entretener, busca reducir el tiempo invertido en la comunicación, enviando un solo mensaje a la sociedad, y que si bien tiene un público deseado, la información trasciende el público objetivo al que en principio se deseó comunicar (Domínguez, 2012).

Tal es así, que los medios de comunicación forman una herramienta más que fundamental para las instituciones públicas que desean dar a conocer sobre los trabajos que se están realizando o los temas de mayor interés para la sociedad. Es por ello, que este trabajo hace un análisis de las noticias de salud con mayor alcance en los medios de comunicación escritos, pues, finalmente son instrumentos imprescindibles para la difusión de mensajes sanitarios y posterior inserción en la sociedad paraguaya.

Además de ser un canal de mensajes directo con la población, los mismos pueden ayudar a educar a la población sobre la importancia de tomar hábitos saludables para llevar una vida plena y sana. Esto demuestra una vez más que las gacetillas de información deben estar expuestas correctamente con un “gancho” que atraiga a los medios de comunicación y lograr a su vez la trascendencia de la información, además de generar una relación amistosa y profesional entre comunicadores institucionales y periodistas.

3.1. Funciones y características

Como es sabido, los medios de comunicación de masas cumplen un rol esencial ante la sociedad, la de informar sobre los hechos noticiosos más trascendentales a través de distintos formatos. Writhe (como se citó en Wolf, 1994) sostiene que:

Las funciones están relacionadas con cuatro tipos de fenómenos comunicativos distintos: a) la existencia del sistema global de los mass media en una sociedad; los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, etc); c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media; d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media. (p.4)

Una de las funciones que cumplen los medios de comunicación de masas es la de brindar información a las audiencias, con contenidos confiables, suficientes y

veraces; en segundo lugar cumplen la función de ofrecer una información útil e inteligentemente tratada para la audiencia y de esa manera, les capacite para manejar su entorno social.

Como tercera función se encuentra la de distraer a los ciudadanos y ayudarlos a evadirse de las preocupaciones cotidianas mediante contenidos de fácil comprensión. Por último ayuda a que las personas se mantengan informadas al día, teniendo en cuenta que los mismos utilizan los medios tecnológicos adecuados para dicho servicio. (Serrano, 1984)

Como ya se ha mencionado, la actividad principal de los medios de comunicación es la de producir y distribuir conocimientos a toda la sociedad, y de esa manera posibilitar que las distintas audiencias de puntos diversos tengan acceso inmediato a cualquier información.

Entre las principales características de los medios de comunicación según Mcquail (1983) son las siguientes:

- La institución mediática se encuentra en la esfera pública, lo que significa, en particular, que está abierta a todos como emisores o receptores; los media tratan asuntos públicos con fines públicos, sobre todo cuestiones susceptibles de influir en la formación de la opinión pública. Son responsables de sus actividades ante la sociedad (esta responsabilidad se expresa mediante leyes, regulaciones y presiones por parte del Estado y la Sociedad).
- En virtud de su actividad principal de publicación en nombre de los miembros de una sociedad, los medios están institucionalmente capacitados, con un notable grado de libertad, como agentes económicos, políticos y culturales.
- Formalmente, la institución mediática carece de poder (hay una relación lógica entre esta ausencia de poder y la libertad de la que disfrutan los media)
- La participación en la institución mediática es voluntaria y no implica obligación social alguna; hay una clara asociación entre el uso de los medios de comunicación y el tiempo de ocio, y una disociación, respecto al trabajo o funciones.

Es innegable la influencia que tienen los medios de comunicación en la opinión pública, por lo que su utilización para la difusión de informaciones institucionales como las emitidas por el MSPyBS es realmente significativo; porque gracias a los mismos, varias de

las gacetillas con información sanitaria se logran instalar en la sociedad, tal como se busca desde diversas entidades.

Por ello, es importante lograr encontrar la conducción adecuada de la información plasmada en las gacetillas de prensa a los medios de prensa, para que la ciencia de la salud sea amplificada desde la base, que es la institución, seguida por los medios de comunicación y los periodistas hasta llegar a toda la sociedad paraguaya. Construyendo de esa manera un involucramiento más grande entre todos los actores.

3.2. Clasificación

Los medios de comunicación se presentan en diversas formas y formatos, y con los avances tecnológicos fueron acrecentándose cada vez más por lo que en el año 1972, el científico de la comunicación, Harry Pross realizó una clasificación de los mismos, según lo detalla Domínguez (2012):

Medios primarios (proprios): son aquéllos que están ligados al cuerpo, no necesitan de ninguna tecnología para su comunicación, la cual a su vez es asincrónica, se les considera medios de comunicación masiva pues cuando un grupo supera los siete integrantes, se deja de considerar un grupo para ser considerado como una masa, así que un profesor dando un clase, puede ser considerado un comunicador en masa (dependiendo de la cantidad de estudiantes que tenga el grupo). Ejemplo: un orador, un sacerdote, o una obra de teatro.

Medios secundarios (máquinas): Éstos requieren del uso de técnicas (tecnologías) de parte del emisor de contenidos, para la emisión del mensaje. El o los receptores del mensaje no necesitan de ningún tipo de técnica (tecnología) para recibir el mensaje, quiere decir que cuando las personas transitan por la calle no necesitan de ningún aparato especial para poder ver o escuchar los anuncios producidos en esta categoría. Ejemplo: periódicos, revistas, gacetas, folletos, espectaculares, entre otros.

Medios terciarios (medios electrónicos): requieren del uso de técnicas (tecnologías) tanto del emisor de contenidos como del receptor de los mismos, es decir, para poder recibir el mensaje enviado necesitamos de un aparato para descifrar el mensaje, cuando las personas quieren ver televisión requieren de un aparato de televisión que muestre los programas transmitidos. Ejemplo: televisión, radio, telégrafo, teléfono, música.

Medios cuaternarios (medios digitales): los denominados nuevos medios de comunicación son el producto del avance tecnológico. Permiten que los individuos se

comuniquen de manera bilateral y masiva al mismo tiempo, acortan distancias entre individuos y utilizan lo último de la tecnología para facilitar la comunicación con una alta calidad de emisión y recepción de los mensajes, lo cual resulta de menor calidad con medios incluidos en otras clasificaciones. Ejemplo de medios cuaternarios: internet, celulares, televisión satelital, televisión HD, entre otros.

Por otro lado, el autor Thompson (2006) hace una clasificación de la siguiente manera:

Medios Masivos: Son aquellos que afectan a un mayor número de personas en un momento dado, también se conocen como medios medidos. Dentro de este grupo se encuentran la televisión, la radio, los periódicos, revistas, internet y cine.

Medios Auxiliares o Complementarios: Éstos afectan a un menor número de personas en un momento dado, también se conocen como medios no medidos. Este grupo de medios incluyen los medios en exteriores o al aire libre, publicidad interior, publicidad directa o correo directo.

Medios Alternativos: Son aquellas formas nuevas de promoción de productos, algunas ordinarias y otras muy innovadoras. Estos medios no se encuentran en las anteriores clasificaciones ya que pueden ser muy innovadores, entre los cuales se encuentran los faxes, los carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales, protectores de pantallas de computadoras, discos compactos , kioscos interactivos en tiendas departamentales y anuncios que pasan antes de las películas en los cines y en los videocasetes rentados.

Muchos de los estudios sobre la comunicación y los medios masivos de comunicación hablan sobre la influencia que éstos ejercen sobre la opinión pública y la capacidad persuasiva que poseen para convencer a la sociedad acerca de un determinado tema, instalado por los mismos.

Se reitera, la importancia de este punto en relación a las informaciones que las instituciones como el MSPyBS logran instalar en los medios de comunicación para que éstos la transmitan al público en general. En ese sentido, el papel de los medios de comunicación es fundamental para la emisión de contenidos de salud a toda una población que necesita mantenerse informada, y con mayor razón sobre temas de amplia magnitud.

Lippman (como se citó en Rubio, 2009) los medios de información son, por tanto, una fuente primaria, aunque no única, de las imágenes y de las ficciones que tenemos en nuestras mentes y con las que se llega a formar opinión pública. En otras

palabras consiste en un mecanismo mental mediante el cual se asigna a cada una de las realidades que percibimos en nuestro entorno, una referencia, una imagen mental.

Muchos de los conocimientos que cada individuo maneja acerca de las cuestiones públicas no provienen directamente de la experiencia personal, sino de los medios de comunicación, los cuales actúan como principal fuente de información y a través de las mismas y de acuerdo a lo que ofrecen, el público decide qué tema resulta más importante en la consideración pública (Rubio, 2009).

En cambio otros teóricos afirman que los medios de comunicación de masas no necesariamente influyen directamente en la opinión pública. McQuail (1983) por su parte alega que:

Hoy no se acepta de ninguna forma una relación definitiva de causa-efecto al considerar el impacto general de los medios. Hay varias posibilidades: los medios pueden causar cambios pretendidos o no pretendidos; pueden causar pequeños cambios; pueden facilitar los cambios; pueden reforzar lo que ya existe (sin ningún cambio); y ellos pueden impedir el cambio. (p.176)

En ese sentido, habla sobre la tendenciosidad de los medios de comunicación que se derivan de las características de determinadas tecnologías mediáticas que se describen a continuación:

- La tendenciosidad de la experiencia sensorial, en la línea de McLuhan, que hace experimentar el mundo con más o menos imaginería visual o de una manera más o menos participativa.
- Tendenciosidad de la forma y de la representación, con mensajes claramente codificados (como en los medios impresos) o sin codificar en lo absoluto como la fotografía.
- Tendenciosidad del contenido del mensaje, en función, por ejemplo, de más o menos realismo o polisemia, de formatos más o menos abiertos o cerrados (también son posibles otras dimensiones).
- La tendenciosidad del contexto de uso: algunos media se prestan a una recepción privada e individualizada, mientras otros son de carácter más colectivo.
- Tendenciosidad de la relación que contrapone los media unidireccionales y los interactivos.

Los medios de comunicación, siguen siendo un artilugio a la hora de instalar un tema determinado en la sociedad. Es necesario trabajar en un buen contenido de gacetilla para que la prensa lo publique, pero el objetivo principal no debe radicar en la publicación, sino en lograr que el periodista se interese e interiorice sobre temas científicos que son de gran envergadura para la sociedad paraguaya.

3.3. Fuentes

Los medios de comunicación requieren de fuentes de acceso para la construcción de contenidos informativos a ser difundidos a la opinión pública a través de las distintas plataformas que poseen. Por eso, las relaciones entre los medios y las fuentes son necesarias, puesto que el proceso entre ambos es recíproco; los medios buscan contenidos y éstos buscan ser noticia. (McQuail, 1983)

En forma reiterativa se vuelve a resaltar el valor que tiene la información científica del MSPyBS para los medios de comunicación, pues forman parte esencial para concebir datos que posteriormente serán dados a conocer al público en general. Así se puede decir que la reciprocidad entre las instituciones y los medios informativos es una realidad plasmada día a día en nuestra cotidianeidad y el intercambio de servicios es ineludible entre ambos.

En muchos de los casos, los comunicadores o periodistas generan contactos que posteriormente les ayude a obtener información necesaria y competente que pueda sacarlo en el medio al cual pertenece. McQuail (1983), claramente sostiene:

Los medios informativos suelen establecer para sus propios fines, contactos regulares con personas informadas y expertos a fin de obtener a tiempo una información autorizada, de otro modo inaccesible, y de ser posible, antes que la competencia. Esto es válido sobre todo en el caso de las instancias políticas, las grandes empresas, las instituciones públicas y las personalidades del mundo del espectáculo. (p.343)

Este autor habla de tres factores básicos que conducen a una simbiosis inevitable entre los medios de comunicación y sus fuentes:

- **La planificación del suministro:** Los medios tienen que disponer de un suministro seguro para cubrir sus necesidades, y por tanto, deben pedir contenidos con antelación, ya sean noticias, ficción, u otros programas de entretenimiento. Esta necesidad la refleja el desarrollo de organizaciones

secundarias como las agencias de prensa que suministran contenidos regularmente.

- **Relaciones asimétricas:** En este punto aparece el desequilibrio entre los proveedores de información y los medios como receptores. Algunas fuentes son más poderosas que otras o tienen más poder de negociación en virtud de su categoría, dominio del mercado o valor intrínseco. Se habla de las subvenciones informativas de Gandy (1982) que se conceden selectivamente a poderosos grupos de presión para la promoción de su causa.
- **Relaciones con la asimilación:** Se plantea cuando los medios y unos aspirantes externos a comunicadores comparten un interés común. El caso más obvio se da cuando líderes políticos quieren alcanzar grandes audiencias, pero se produce una colusión menos obvia durante la cobertura informativa de rutina, y los periodistas probablemente tendrán a la vez una información privilegiada y un interés en la manera en que se difunda
- **Relaciones públicas y noticias:** Esta asimilación también la facilitan las actividades de las empresas de relaciones públicas o externas. Muchos datos confirman que unos proveedores de información bien organizados pueden ser muy eficientes y que los medios informativos utilizan la mayor parte de lo que empresas de relaciones públicas les suministran.

Todo este proceso de comunicación científica y medios de comunicación es sumamente importante para que la apertura de la ciencia en todas las áreas sociales. Y para que la misma sea efectiva, el cimiento debe estar consolidado adecuadamente, es decir el contenido de una gacetilla de prensa, es el principal factor para lograr que la comunicación científica sea instalada en la sociedad.

3.4. Internet y medios de comunicación

La llegada de la era digital y las nuevas tecnologías en el siglo XX ha generado un cambio trascendental en diversas áreas sociales, dando lugar a lo que se conoce como Sociedad de la Información o del Conocimiento. En ese sentido, a lo que interesa en este trabajo es la transformación que se ha dado en los medios de comunicación masivos con la implementación de esta nueva herramienta.

Campo (como se citó en Jódar, 2010) sostiene que: “Existe cierto paralelismo entre el desarrollo histórico de los medios de comunicación y el progreso tecnológico,

pues todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración en la historia de la comunicación” (p.4).

La industria tecnológica y los medios de comunicación de masas deben modificar el papel que cumplen, teniendo siempre presente, como carácter imperioso y necesario de cooperar intersectorialmente con el fin de llegar al público en el marco de las nuevas tecnologías de comunicación. (Jódar, 2010)

Con las sociedades de la información la producción y la información de todo tipo han crecido desmesuradamente y han hecho que los medios de comunicación apuesten cada vez más al uso de la tecnología y la internet produciéndose así transformaciones sociales.

McQuail (1983) hace mención a un determinismo de las tecnologías de comunicación descriptas a continuación:

- La tecnología de comunicación es esencial para la sociedad.
- Cada tecnología favorece determinadas formas, contenidos y usos de la comunicación.
- La secuencia de invención y aplicación de las tecnologías de comunicación influye en los cambios sociales.
- Las revoluciones de comunicación conducen a revoluciones sociales.

No cabe duda de la importancia que cumplen las nuevas tecnologías en los medios de comunicación de masas y que gracias a su uso, las informaciones tienen una mayor expansión y llegan de manera inmediata al público. También permite la interrelación con el usuario, que en muchas ocasiones aporta datos, opiniones o críticas válidas para el mejoramiento del servicio que se brinda.

En ese sentido, la internet también forma parte de un soporte para la difusión de información científica en salud, pues a través de la página web y las redes sociales, una noticia puede llegar a tener un alcance mayor dentro de la población. Sumado al trabajo que realizan los medios de comunicación de masas.

5. Prensa escrita

Para hablar de la prensa escrita es necesario remontarse a la historia y su evolución de manera a demostrar la significancia que tiene ya desde sus inicios además de que su participación en diferentes acontecimientos es de gran trascendencia para la sociedad misma, como lector y para los diferentes actores que hacen uso de los mismos.

Las instituciones públicas y privadas recurren a la prensa para brindar información a un público objetivo y en el caso particular del MSPyBS es necesario el vínculo con la misma para que las noticias de salud tengan un alcance nacional y éstas lleguen a todos los rincones del país, hecho que sin la utilización de los medios de comunicación no serían factibles.

La prensa escrita impresa, con sus ventajas y desventajas y aunque actualmente tenga mucha competitividad, lo que será abordado más adelante, aún genera un gran impacto en la sociedad y en los demás medios de comunicación, tales como radio y televisión, debido a que los conductores vuelven a informar sobre las principales noticias destacadas en la prensa escrita y realzan aquellas que aparecen en tapa o son de trascendencia para los periodistas, por ello la fuerza que mantiene este medio de comunicación tradicional no puede ser desmeritada.

Como antecedente del periodismo o prensa escrita ya se cuentan a las noticias manuscritas que circulaban por Europa dos siglos antes de la imprenta a partir de las correspondencias privadas de los militares, eclesiásticos, personas dedicadas al negocio como una forma de información no oficial y en el siglo XIV se iba expandiendo a Francia e Italia con los avisos, hojas a mano, gacetas y otros. (Guillamet, 2004)

Sin embargo, según este autor, sus orígenes radican en el año 1609 con la aparición de las dos primeras publicaciones periódicas en Alemania llamadas *Aviso en Wolfenbuttel* y *Relation en Estrasburgo*. Los periódicos nacieron de manera lenta y dispersa, por lo que la periodicidad semanal fue la más frecuente entre la prensa informativa.

Así este primer periodo de la historia del periodismo (nacido con la prensa escrita) que se dio durante la aparición y el desarrollo de las gacetas, la prensa tiene una existencia desigual de acuerdo al crecimiento político y cultural de los países más importantes, por lo cual lo llamaron un fenómeno únicamente europeo, donde tomó su mayor desarrollo potente.

Según Jurgen Wilke (como se citó en Guillamet, 2004) el desarrollo y extensión territorial de la prensa en Francia y Alemania se deben a cuatro explicaciones:

- La ventaja alemana del descubrimiento de la imprenta

-El particularismo propio de un imperio dividido en más de trescientos territorios de extensión muy diversa; principados, educados, condados, obispados y ciudades libres que tuvieron efectos muy positivos en cuanto a la vida cultural y a la suavización en las medidas de control sobre los impresos

- La centralidad geográfica europea que facilitaba la circulación de noticias y estimulaba su demanda

- La división religiosa a causa de la reforma luterana y los conflictos políticos y militares de ella derivados.

Así, es como nació la prensa en Europa y fue tomando fuerza y expansión a nivel mundial hasta la actualidad y continúa muy vigente en la sociedad, que sigue nutriéndose de información completa a través de esta plataforma tradicional. Además de su gran utilidad a los diferentes actores sociales como las instituciones públicas y privadas y a los demás medios de comunicación.

3.5.1. La prensa en Paraguay

En Paraguay durante el Gobierno de José Gaspar Rodríguez de Francia, declarado dictador perpetuo de la República del Paraguay en 1816 hasta 1840, se suprimió la edición de todo tipo de publicación periodística, debido a la política de aislamiento al que sometió al país durante esos años.

Sin embargo con el Gobierno de Carlos Antonio López en 1845 se creó el periódico “El Paraguayo Independiente” y estaba dirigido por el propio presidente López; el objetivo principal del mismo fue el reconocimiento de la independencia del Paraguay, por lo que una vez logrado la meta, en 1852 las publicaciones cesaron. (Guilliano, 2004)

Posteriormente, durante su Gobierno, aparecieron otros periódicos como: el Eco de Paraguay, El Comercio, La Época y el Semanario de Avisos y Conocimientos útiles; éste último, dedicó sus páginas a materias económicas y agrícolas y aunque cerró en 1855 reabrió en 1857 hasta 1868, momento en el que el país se encontraba en la guerra contra la triple alianza.

Actualmente, Paraguay cuenta con 324 medios de comunicación según la Comisión Nacional de Comunicación de Telecomunicaciones (CONATEL), de los cuales 11 corresponden a la prensa escrita, entre las cuales se pueden citar: Ultima Hora, ABC Color, La Nación, Popular, Crónica, 5 Días, Vanguardia, La Jornada, TN PRESS, ADN Paraguayo, Extra Press.

En esta investigación utilizaremos para la medición del impacto de las gacetillas de salud a tres de estos medios impresos citados; ABC Color, Última Hora y La Nación, además de analizar qué tipo de noticias tuvieron mayor eco en los mismos, las características que tienen dichas informaciones y el enfoque que cada diario le proporciona a los informaciones emitidas por el MSPyBS.

3.5.2. Características y estructura

El periódico, diario o prensa escrita como medio de comunicación tiene el objetivo de informar acerca de los acontecimientos de mayor trascendencia, cuya subsistencia se da gracias a las publicidades internas, no así a sus ventas, pues éstas solo ayudan a cubrir parte de la producción.

Como el medio más antiguo cumple con las tres funciones que la sociedad otorga a los medios: sirve como fuente de información; es generadora y difusora de opiniones y proporciona entretenimiento. (Gil, 2012).

El destinatario lee el mensaje cuando ya pasó un tiempo desde su emisión, razón por la cual tiene poca posibilidad de interactuar con el emisor, sin embargo, éste tiene la posibilidad de permanecer con la información de manera indefinida y puede analizarla por el tiempo que requiera, además de su utilidad para investigaciones futuras y demás.

Martínez (como se citó en Gil, 2012) sostiene que la principal característica de la prensa escrita radica en su lenguaje definido a su vez a través de seis rasgos que lo definen tales como: “Corrección, concisión, claridad, captación del receptor, lenguaje de producción colectiva, intervención de diferentes coautores y lenguaje mixto en el que las diferentes series informativas influyen entre sí para llegar al producto periodístico final” (p.90).

Así también este autor menciona que la prensa escrita cuenta con un sistema de signos propios donde se combinan series visuales lingüísticas, es decir el lenguaje escrito, series visuales paralingüísticas como el tamaño de titulares, subtítulos, disposición espacial y otros, y las series visuales no lingüísticas tales como las imágenes, fotografías, dibujo color etc.

En cuanto a la estructura del periódico está dividido en dos aspectos según Domínguez (2012), externo e interno, el primero se refiere al tamaño de los periódicos y el segundo a la estructura departamental y personal del periódico.

Los elementos que constituyen la estructura externa son los siguientes:

- **Logotipo:** Es el diseño del nombre de una publicación, que se presenta a manera de distintivo, el cual debe estar registrado ante la ley de propiedad intelectual.

- **Lema:** Enuncia el objetivo general de la publicación, además busca llamar la atención general del público.
- **Fechario:** Es la indicación del lugar de producción, día de publicación, año, tomo o volumen
- **Cintillo:** Anuncia la noticia de mayor importancia, se ubica por lo regular en la parte superior de la primera plana
- **Cabeza principal:** Constituye la noticia más relevante del día, de lado a lado de la primera plana.
- **Subcabeza:** Amplía lo expuesto en la cabeza principal
- **Orejas:** Son inserciones de anuncios comerciales que se encuentran en los espacios laterales del logotipo
- **Foto o grabado:** Ilustran y hacen más atractiva la presentación
- **Pie de foto:** Alude a lo presentado en la fotografía
- **Directorio:** Es el espacio donde se mencionan los nombres del grupo responsable de la publicación en orden de responsabilidad
- **Emblema:** Es el símbolo del periódico, se presenta con alguna figura; el emblema proyecta la idea de un objeto o bien de un elemento abstracto
En tanto que los elementos de la estructura interna son los siguientes:
- **Comercialización:** Se encarga de vender el espacio para la publicidad, de la circulación del periódico y de los ingresos por medio de distintas promociones
- **Producción:** Se encarga de todo lo necesario para lograr que se imprima el periódico. Abarca desde la realización de los negativos de la impresión, las placas para imprimir, el corte y el empaado para su distribución
- **Editorial y de noticias:** Es el departamento más complejo, ya que las páginas de la editorial contiene opinión y las páginas de noticias contienen un reporte objetivo. Este departamento está compuesto a su vez por jefe de redacción y jefe de información local.

3.5.3. *Ventajas y desventajas*

La prensa escrita como medio de comunicación tradicional cuenta con ventajas y desventajas que son importantes conocerlas.

Entre las primeras ventajas se puede citar la permanencia, ya que la misma es utilizada como fuente de consulta o apoyo, por diferentes actores, ya sean estudiantes, investigadores, profesores y otros. Además, el periódico es una fuente de consulta fiable, por lo cual también es una manera de registro o almacenamiento histórico. A Todo esto, se suma, las dos vías por las cuales obtiene sus ingresos económicos; a través de la publicidad, cuyo aporte significa el 80% del total y la venta de éstos periódicos, en un 20%. (Domínguez, 2012)

Otras de las ventajas que señala Vázquez (2012) es el contenido lingüístico que ofrece, además de la información sociocultural del país. Asimismo, los materiales presentados son reales y auténticos, por lo que no cabe lugar a ningún tipo de duda sobre los hechos noticiosos que presentan.

Son varias las ventajas que dispone la prensa escrita, y una de las que se resalta con mayor ímpetu es el fácil acceso para los lectores, pues éstos lo adquieren de manera física y posteriormente pueden informarse, o darle lectura a los contenidos de manera cómoda y donde mejor les parezca. Tampoco se puede negar la calidad del producto, pues las redacciones se elaboran con mayor cuidado y sigilo, primeramente por la extensión de la información y segundo; el público al que va dirigido, tendrá el tiempo suficiente para analizar y realizar críticas a la presentación.

Por otro lado, la prensa escrita, también presenta desventajas a ser consideradas; pues como no es un medio apto para anunciar productos que precisen de un público específico, pues el público al que va dirigido es general. En muchas ocasiones, la calidad de las imágenes es baja, debido al papel que se utiliza para su impresión, además de que varios consumidores no se sienten atraídos por este tipo de medios, lo que limita a su vez la variedad de productos que puedan ser anunciados por esta medio. (Domínguez, 2012)

También se puede agregar a las desventajas que presentan los periódicos, la vida útil que llevan una vez que hayan circulado en la población y la falta de inmediatez en la información difundida, pues los principales hechos ocurridos en el día son dados a conocer al día siguiente, muchas veces de manera extendida, pero no con la inmediatez que los demás medios de comunicación poseen.

3.5.4. Crisis en la prensa escrita

Desde la última década, la prensa escrita viene sufriendo una especie de crisis, tanto económica como de modelo, es decir, vinculada a la crisis económica mundial y a las nuevas

formas y soportes de comunicación que de alguna u otra manera genera nuevos hábitos de consumo.

Es decir, los cambios producidos en la prensa escrita se debe fundamentalmente a dos factores. Valencia (2013) sostiene:

La prensa escrita está experimentando los efectos de una crisis doble, superpuesta e interactiva. Por un lado, la crisis ocasionada por la aparición de las nuevas tecnologías de la información que han provocado nuevos conceptos y lenguajes, empresas y soportes para la comunicación, y por otro, una crisis de negocio, provocada por la crisis económica general (financiera, de consumo, de empleo), especialmente en Europa y Estados Unidos. (p.229)

Una de las consecuencias directas de la crisis en la prensa escrita es la disminución del consumo por parte del lector y por ende la inversión de la publicidad, la desaparición de medios de prensa, la monopolización de varias de ellas, despidos de profesionales y la disminución también de los salarios.

Se habló en un momento, incluso de la desaparición de los periódicos, los cuales serían sustituidos completamente por el formato digital, sin embargo, hasta la actualidad, sigue persistiendo, con transformaciones y nuevas herramientas incorporadas a la forma tradicional de comunicación que ayuda a fortalecer y complementar sus bases en pos de un crecimiento de la empresa periodística.

De la misma manera se ha visto nuevos métodos de estrategia para el área comercial mediante asociaciones empresariales, de productos, marketing de eventos y otros, como vía de afrontamiento ante las numerosas dificultades aparecidas en los últimos años para la prensa escrita. Además de la búsqueda de alternativas para agregar un valor al consumo de materiales online, lo que aún sigue en discusión y no se ha llegado a un acuerdo formal.

Ya se ha hablado en exceso sobre la extinción y el peligro con el que se estaba topando la prensa escrita ante la aparición de las nuevas tecnologías, sin embargo, la fusión de ambos hizo que se fortalecieran aún más las empresas periodísticas, dándoles la oportunidad de ofrecer informaciones de calidad y de un excelente nivel, pese a todo pronóstico; lo que hace pensar que la innovación es necesaria en toda área, sin dejar de lado las prácticas tradicionales.

Hace unos años, allá por los años 1991, Nicholas Negroponte había mencionado que la prensa escrita desaparecería al cabo de 10 años aproximadamente,

lo que resultó ser un error, pues lo que la prensa tradicional necesitaba era adaptarse a las nuevas tecnologías para seguir subsistiendo. Así, con el transcurrir de los años se pudo comprobar que la incorporación de las nuevas tecnologías ha hecho evolucionar a los medios de prensa escrita y elevado la calidad de los productos presentados (Martínez, 2010)

No obstante, existe una tendencia al consumo de informaciones en formato digital antes que la impresa, mismo por las facilidades de acceso que cuenta y brinda internet; una de las herramientas principales que ofrece el formato digital para el consumo de noticias.

A nivel mundial existen aproximadamente tres mil millones de usuarios de internet, según el informe global de internet (2014) el acceso a la misma se ha vuelto cada vez más fácil y permite que los usuarios intercambien ideas y opiniones con los medios de comunicación y los periodistas, además de realizar críticas que ayuden al fortalecimiento de los medios digitales.

En Paraguay, por su parte, sólo el 7,8% tiene conexión a internet en sus hogares

3.6. Gacetilla de prensa

La gacetilla de prensa es una de las herramientas más utilizadas por las instituciones públicas para la difusión de información. Muchos la consideran como un género menor, sin embargo, si la misma es elaborada correcta y adecuadamente puede ser un elemento trascendental para la expansión del conocimiento de la ciencia. Además, puede llegar a dar un valor enorme a la prevención, la organización de servicios públicos y la demostración de transparencia de los recursos del estado.

Mediante ella se comunica un breve mensaje con criterio periodístico. Debe ser lo más parecido a una nota, tal y como se lee en la prensa. La brevedad y concisión son requisitos inexcusables (para historias largas, recurrir a notas o artículos pre-redactados). También la precisión en los datos, porque como señala García Márquez, en periodismo: “un solo dato falso desvirtúa sin remedio a los datos verídicos”. (Amado, 2010, p.67)

En el MSPyBS las gacetillas de prensa son los canales principales de difusión de información, pues además de las publicaciones realizadas en la web principal de esta institución, las mismas son enviadas diariamente a todos los medios de comunicación de masas y que éstas las publiquen en sus distintos formatos, pues como se sabe, gracias a los

medios de comunicación, la opinión pública se mantiene informada sobre los distintos acontecimientos nacionales e internacionales, pero las que respectan a los contenidos sanitarios, por naturaleza son de interés primordial para la población, he allí la importancia de la relación institución- medios de comunicación.

Sin embargo, para que el alcance sea el esperado, es importante consolidar la construcción de la información a través de criterios científicos, con contenidos completos, bien redactados y persuasivos, no solo para su publicación, sino para una ampliación y extensión de la ciencia. Que esta herramienta sea capaz de despertar el interés y la curiosidad del periodista para llevarlo a otros escenarios de la vida social. El valor de la información que maneja el MSPyBS es inconmensurable, por lo que su difusión y extensión es más que primordial para la sociedad paraguaya.

Este acontecimiento hace imperiosa la necesidad de forjar los vínculos con los medios de comunicación, periodistas y reporteros sobre el enfoque, las características y los parámetros que tienen en cuenta para que una gacetilla sea considerada interesante y de inmediata publicación, pues el fin de toda institución pública, en este caso, del MSPyBs es la propagación de las noticias sanitarias de toda índole. Este acontecimiento exige adecuarse a cada medio de comunicación para lograr la difusión de la mayor cantidad de noticias de salud.

3.6.1. Historia de la gacetilla de prensa

El origen de las gacetillas de prensa están directamente relacionadas a los inicios de las Relaciones Públicas, cuyo escenario histórico data de los siglos XVII y XVIII, durante la revolución americana, momento en el cual, la publicidad era empleada para la recaudación de fondos, la promoción de causas, los acuerdos comerciales, la venta de tierras, la creación de personajes famosos entre otros (Rodrich, 2012)

El talento de los norteamericanos en cuanto a la promoción se reconoce incluso en sus primeros asentamientos en la Costa Este.

El primer esfuerzo sistemático en este Continente fue una campaña para recaudar fondos dirigida por el Harvard College en 1641, cuando dicha naciente institución envió a tres predicadores a Inglaterra para que iniciaran una misión. Una vez en Inglaterra, notificaron al Harvard la necesidad de un folleto informativo, una herramienta informativa básica en cualquier campaña de comunicación. Cutlip (como se citó en Rodrich, 2012, p.213)

Posteriormente, en el siglo XIX aparecen los agentes de prensa, es decir los especialistas formales en Relaciones Públicas, quienes se encargaban de promocionar a la empresa o institución, es así que en el siglo XX, tienen un alcance extraordinario, momento en el que los países consensúan sobre las organizaciones del Estado, la educación y con mayor énfasis el desarrollo económico establecido por las industrias y la comercialización.

Así fue expandiéndose a otros países como Francia, Bélgica, Finlandia, Gran Bretaña, Grecia, Irlanda, Italia, Noruega, Países Bajos, Suecia y Suiza, de éstos, fue en Italia donde se desarrolló con mayor destaque, debido a que las sociedades petroleras, las empresas y las administraciones públicas contrastaron las Relaciones Públicas.

En cuanto Estados Unidos crecía económicamente, una parte de la población vivía en la pobreza y el 87,5% de la riqueza se centralizaba en la octava parte de la población y el 1% de la urbe controlaba el 54% de toda la riqueza. Esta situación hizo que se contrataran a los agentes de prensa para que sean mediadores entre las empresas y la opinión pública por lo que a principios de 1900 las empresas Ford y General Motors, empezaron a crear los boletines de prensa o gacetillas de prensa y específicamente en 1908 nace el boletín Ford Times. (Rodrich, 2012)

Estas prácticas como ya se ha mencionado, fueron extendiéndose de los comercios, negocios e industrias a las empresas y/o instituciones, los cuales incorporaron esta valiosa herramienta como forma de comunicar lo que desean al público en general y a los medios de comunicación de masas. Las instituciones públicas como el MSPyBS utilizan diariamente las gacetillas de prensa para dar a conocer los hechos más importantes que acontecen a nivel sanitario, recordatorios de lucha contra enfermedades, maneras de prevención, hábitos de higiene, inauguración de obras realizadas por la institución entre otros.

3.6.2. Estructura y contenido

Una gacetilla se evalúa, en primer lugar por el contenido informativo que surgirá de unos datos básicos que según Amado (2010) deben ser presentados de la siguiente manera:

Encabezado:

- Datos del emisor: Identidad de la institución o persona que lo suscribe
- Indicación “Comunicado de prensa o gacetilla”: Un comunicado es un comunicado y no “información importante” como lo suelen llamar.
- Fecha y Hora: Dato vital que permite al periodista evaluar la vigencia de lo que se informa.

- Destinatario: Es más eficiente dirigir el comunicado al periodista o editor responsable
- Embargo: Indicación del momento en que la información puede ser dada a conocer, en el caso de que exista restricción

Cuerpo principal:

- Titular: El título debe ser llamativo pero también indicativo del contenido, para ayudar a que la información llegue a quien corresponda
- Encabezado: Técnicamente se llama copete o lead, consistente en un breve resumen de tres líneas de la noticia
- Desarrollo: La información no debería ocupar más de dos párrafos de entre 6 a 9 líneas cada uno
- Cierre: Párrafo final con un detalles de las fuentes, conclusiones y datos de los informantes

Pie de página:

- Datos de contacto: Debe incluirse claramente el nombre de la persona de contacto de prensa con el número de teléfono y dirección de correo.
- Cantidad de páginas: Si el comunicado tiene más de una página (cosa no conveniente) debe indicar el total de folios y si se acompaña de algún anexo.

3.6.3. Características principales

Las gacetillas o comunicados de prensa presentan características que la definen en sus funciones. Éstas tienen un formato estándar y generalmente se presenta al igual que las noticias periodísticas, es decir con el estilo de la pirámide invertida; el primero párrafo corresponde a la entrada y contiene la información más importante, los restantes complementan la información presentada y brindan detalles de manera decreciente, pues lo menos importante se coloca al término de la noticia (Sullivan, 2012)

Asimismo, las gacetillas de prensa responden a las preguntas básicas: quién, qué, cuando, donde, por qué y cómo, además de presentarse de manera clara, sencilla y concisa, lo que genera en el periodista de medios una buena interpretación de los hechos y las mismas no se prestan para la difusión de datos erróneos o confusos.

También, los párrafos de las mismas deben ser cortos y exentos de tecnicismos, abreviaturas, oraciones gastadas o detalles sin explicar, de modo a que los reporteros,

periodistas y/o editores los puedan leer con rapidez y facilidad y les de la interpretación que las oficinas de prensa buscan.

A estos escritos, pueden agregarse citas textuales del entrevistado o la fuente a la que se accedió para obtener la información, sin dejar de mencionar o indicar a quien corresponda la cita, específicamente en el segundo o tercer párrafo, con la mínima cantidad de adjetivos exaltados, para que así sean seleccionados por los medios de comunicación.

Éstas son algunas de las características importantes a tener en cuenta al momento del envío de materiales del Ministerio de Salud a los diferentes medios, con el objetivo primero de lograr su publicación en la prensa escrita y posteriormente tenga la repercusión esperada en los demás medios de comunicación y en la opinión pública.

De la misma manera, para que las gacetillas logren llamar la atención de los medios de comunicación, en especial de la prensa escrita como es el caso particular de este análisis deben contar con algunas cualidades comunicativas que deben distinguirse en las redacciones (Amado, 2010)

- **Destacar los hechos:** que sean claramente reconocibles
- **Usar datos precisos:** cifras, fechas, estadísticas, que den sustento empírico y autenticidad a las noticias
- **Dar veracidad:** Un recurso para reforzar la precisión de la información es recurrir a fuentes y opiniones diversas (organismos, institutos, analistas, etc)
- **Establecer relaciones:** relacionar con acontecimientos previos o futuros ayuda contextualizar la información y conectarla con los temas vigentes
- **Enfocar la información al destinatario:** La información debe presentarse dándole el enfoque adecuado a la idiosincrasia del medio y de su audiencia
- **Despertar reacciones:** Para dar a los hechos un contenido emocional, puede ser útil incluir las adhesiones o rechazos que pueden despertar las noticias en distintas personas o grupos

Es importante tomar en cuenta estas cualidades que fueron mencionadas para el éxito en la difusión de noticias de cualquier institución y/o empresa, además de utilizar otras estrategias que serán analizadas con mayor rigor más adelante. Los factores que determinan que un producto sea eficiente y llegue al objetivo deseado parten desde las cualidades informativas, la táctica con los medios de prensa y periodistas y la calidad de contenidos que son difundidos en las gacetillas de prensa.

3.6.4. Ejemplo de gaceta

MENINGITIS: No se transmite por el aire, sino de persona a persona

Figura 1

Transmisión de la meningitis



Fuente: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

- Mediante secreciones respiratorias o de la garganta, al toser, estornudar, al dar besos y al compartir cubiertos.

- La meningitis se previene con lavado de manos; la higiene con agua y jabón es clave.

- Todo niño con alguno de estos síntomas de la enfermedad (rigidez de nuca, fiebre, vómito y cefalea), no debe acudir a la escuela para evitar que otros se enfermen.

- Consultar inmediatamente si presenta cualquiera de los síntomas.

La transmisión de la meningitis se realiza de persona a persona mediante secreciones respiratorias o de la garganta, al toser, estornudar, dar besos y al compartir cubiertos, motivo por el cual se recuerda a la ciudadanía, extremar las medidas higiénicas para reducir el riesgo a contraer la enfermedad que se previene con el lavado de manos.

Esta práctica higiénica debe llevarse a cabo con frecuencia con agua y jabón, sobre todo antes de preparar y consumir los alimentos, después de limpiarse la nariz y luego de salir del baño.

Debido a que la enfermedad no que se encuentra en el ambiente, no hace falta cerrar instituciones educativas ante el reporte de casos sospechosos. Aunque sí es fundamental que en las instituciones educativas se limpien frecuentemente los bebederos y se evite que los niños consuman agua directamente desde los grifos. Asimismo, deben

utilizar vasos individuales o descartables para beber agua, no compartir utensilios, tereré, mate y limpiar los sanitarios frecuentemente, desinfectando con hipoclorito de sodio.

Por otro lado, es indispensable que el niño que cuente con síntomas de la enfermedad (dolor de cabeza, rigidez de nuca, fiebre elevada, fotosensibilidad, confusión, cefalea y vómitos, no acuda a la escuela o colegio para evitar que otros también enfermen. Los padres deben llevarlo a consultar al médico y evitar la automedicación con el inicio de los síntomas.

En niños más pequeños se pueden presentar síntomas inespecíficos como irritabilidad y somnolencia. Ante cualquier malestar, se pide no automedicar y recurrir al servicio de salud más cercano para la evaluación.

Más sobre la meningitis

Esta enfermedad puede llegar a través de una infección en la piel, el aparato urinario, el tracto respiratorio o el tracto gastrointestinal, (ya sea por virus o bacterias), viajar por el torrente sanguíneo hasta llegar a las meninges a través del líquido cefalorraquídeo. Si bien cualquier persona está expuesta a contraer la enfermedad, se reporta habitualmente en niños/as y personas inmunodeprimidas (defensas bajas).

El tratamiento debe realizarse de forma inmediata, con el uso de antibióticos en el caso de infecciones bacterianas, o manejo adecuado de síntomas en el caso de meningitis viral. Solo algunos casos requieren hospitalización para su monitorización.

De acuerdo a informes estadísticos, la mayor parte de los cuadros de meningitis registrados (80%), es de origen viral. En su mayoría causado por el Enterovirus, virus circulante durante todo el año, que se presenta como un cuadro respiratorio, con manifestaciones clínicas parecidas a un resfrío común. Solo de 15 a 20% de los casos es provocado por bacterias, el resto es originado por intoxicaciones, hongos, medicamentos y otras enfermedades.

Como ejemplo se toma esta gacetilla, difundida el 4 de mayo del 2017 cuyo tema se basa en la meningitis, enfermedad que últimamente ha afectado a estudiantes de diversas instituciones educativas del país. Esto ha suscitado la necesidad de comunicar adecuadamente las informaciones concernientes a la enfermedad, pues con este tipo de temáticas, la ciudadanía tiende a confundirse, situación que debe ser evitada por esta entidad.

El titular dice: “Meningitis: No se transmite por el aire, sino de persona a persona”. Aquí se puede observar que el título manifiesta que esta dolencia es transmitida de persona a persona y no por el aire, aclarando de esta manera las dudas que se puedan tener al respecto.

En la bajada utiliza cuatro puntos explicativos más detallados sobre el tema, que hace mención en primer lugar a las formas de transmisión de la meningitis, en segundo lugar a la prevención, en tercer y cuarto lugar hacen recomendaciones a los niños afectados y enfatizan la importancia de consultar ante la aparición de algún síntoma de este mal.

En el primer y segundo párrafo, se detallan nuevamente la manera en que se transmite la enfermedad, buscando alertar a la ciudadanía sobre los cuidados a tener en cuenta, además de citar algunas prácticas de higiene que puedan ayudar a su prevención, y los horarios y momentos más adecuados para realizarlos.

En tanto, que el tercer párrafo dedica unas líneas a esclarecer un dato muy importante, ya que debido a la psicosis generada en la población sobre esta enfermedad y su posible contagio masivo, exigen el cierre de las instituciones educativas por varios días, sin embargo en esta nota se hace mención a que no hace falta tomar esa determinación, ante casos sospechosos, pero sí es importante realizar las limpiezas correspondientes de aulas y de bebederos y grifos de agua. A éste párrafo le siguen más recomendaciones, lo que según este análisis debería incluirse de manera conjunta con las demás sugerencias realizadas al inicio de esta redacción, de manera a que el lector obtenga de una vez toda la información necesaria sobre esta enfermedad.

Los siguientes párrafos, (cuarto y quinto) hacen mención a más recomendaciones, pero en este caso concernientes a las actividades escolares de los pequeños, quienes no deben acudir a las escuelas para evitar contagiar a otros, ir a consultar al centro asistencial más cercano y no automedicarse.

Como apartado, ya con el siguiente título: “Más sobre la meningitis” extiende en tres párrafos más la información brindada. Dan a conocer las vías por las cuales la enfermedad puede infectar a la persona, tales como infecciones en la piel, el aparato urinario, el tracto respiratorio y otros detalles más como el tratamiento adecuado a seguir y los tipos de meningitis que existen, teniendo en cuenta que este es un dato fundamental para diferenciar los casos más graves y contagiosos como los que no lo son.

Por último, se agregan datos estadísticos sobre el tipo de meningitis que afecta en mayor medida a la población, lo cual podría extenderse con otros datos como cantidad de afectados, edad en la que se han detectado más casos, lugares donde la prominencia es mayor entre otros.

En la mayoría de los casos de enfermedades complejas como éstas tienden a ser desvirtuadas en el trato popular del mismo, de allí que la publicación científica es importante para buscar las maneras profilácticas de las mismas. En ese sentido la meningitis es una enfermedad que inflama el tejido delgado que rodea el cerebro y la médula espinal, llamada meninge. Existen dos tipos de meningitis. La más común es la viral, que ocurre cuando un virus penetra en su organismo a través de la nariz o la boca y se traslada al cerebro. Y la

bacteriana es rara, la cual puede ser mortal y suele comenzar con bacterias que causan infecciones parecidas a la gripe.

Por ésta razón es importante es que la comunicación científica juega un papel fundamental para dar a conocer informaciones tan importantes como éstas.

La razón por la que se incluye en el último párrafo la cuestión de estadísticas de la cuestión viral es que generalmente en el Paraguay se tiende a confundir los tipos de afección, por lo tanto, con esos datos numéricos se deja en claro que existe una amplia diferencia entre ambas y que la más común es justamente la menos peligrosa.

Estas informaciones ayudan a reforzar ideas que se tenían pero que no se la aprehendían o tomaban como suyas. Detrás de una comunicación formal hay toda una cuestión de oportunidad de conocimiento científico a una sociedad que no tiene esas capacidades.

3.6.5. Estadísticas

El origen de la estadística o el quehacer estadístico se asocia con la invención del dado, hace siete mil años, pero por los prejuicios religiosos más que otro motivo se desarrolló en el siglo XVI, momento en el que Girolamo Cardano publicó “Liber de Ludo Aleae, sin embargo el término estadística se conoció en el siglo XVII como adjetivo ya que se empleaba para referirse a la persona dedicada a los asuntos del Estado, surgiendo así una disciplina híbrida, la del Estado, la de Economía política y la de la descripción de las constituciones de los países de la época (Barreto, 2012)

Posteriormente en 1752 Gotfried A. Achenwall usó la estadística como una rama del conocimiento, razón por la que los alemanes lo consideran como el padre de las estadísticas, además de que la Revolución Industrial dio una apertura importante a esta área, pues la necesidad de contar con datos e informaciones constantes impulsaron a que se expandiera y conociera mucho más sobre ella. Asimismo, la utilizaban para el control de la calidad de productos y así florecer en el comercio.

Luego, investigadores como Karl y Egon Pearson, Gosset, Neyman y Ronald Fisher aportaron para el desarrollo de esta área. Barreto (2012) señala que “Fisher ha sido considerado uno de los más destacados que incursiona en campos como la Genética, la Biología y la Agronomía, actividad científica que le valió que muchos lo distinguieran como “el padre de la Estadística moderna” (p.4)

Actualmente la estadística es una herramienta utilizada en múltiples ámbitos de la vida científica y cotidiana, debido a que su aplicación es cada vez mayor en la gestión de los

sistemas de sanidad, seguridad social, demografía, biología, meteorología o la política, pues gracias a esta área se logra una mayor precisión de los datos que se pueda obtener.

En ese sentido, las áreas de la comunicación y el periodismo también han implementado la estadística como herramienta de apoyo a las informaciones que brindan, puesto que gracias a la misma, se logra la construcción de una noticia con un contenido más claro, preciso y sólido, que ayuda además al lector a profundizar el hecho informado.

El MSPyBS cuenta con una Dirección General de Información Estratégica en Salud, la cual se encarga de recopilar los datos de los sistemas de salud y las estadísticas de los diversos temas que abarca esta área fundamental.

La DIGIES nació de la necesidad de combinar la información fragmentada de diversas bases de datos, dispersas en diferentes dependencias y con pocas facilidades de acceso. Es el instrumento institucional para el desarrollo de un sistema integral de información y análisis situacional en salud pública. El mismo, permitirá además a los tomadores de decisiones de todo el país encontrar la información en salud necesaria para facilitar la planeación estratégica del sector en todos los niveles administrativos.

[\(http://www.mspbs.gov.py/digies/institucional/\)](http://www.mspbs.gov.py/digies/institucional/)

Si bien esta dependencia se encarga de recolectar los datos a nivel ministerial, tropieza con una serie de dificultades como Dirección, empezando con la separación que sufrió del área de tecnología, a causa de trasfondos políticos, lo que posteriormente ocasionó que ambas áreas trabajen por separado. Esta situación ha desembocado en la ruptura de un trabajo mancomunado entre Información y Tecnología, sin embargo, poco a poco busca la transformación y la consolidación de esta área.

Por su parte, las gacetillas elaboradas por la DGCS también cuentan con algunos datos estadísticos, dependiendo del tema, reforzándose así la información brindada a los medios de comunicación, y dando una mayor apertura a que la información sea amplificadas posteriormente por la prensa.

4. METODOLOGÍA

4.1 Problema de investigación

Para la elaboración de esta investigación se han planteado una serie de interrogantes que surgen de la lectura científica de textos relacionados con la temática y desde la experiencia en el quehacer diario de mi trabajo en el Ministerio de Salud. Los interrogantes descriptos a continuación nos llevarán a la contextualización y formulación del problema de investigación:

- 1.- ¿Qué logran las gacetillas del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos?
- 2.- ¿Cuántas gacetillas informativas realiza la Dirección General de Comunicación en Salud?
- 3.- ¿Cuál es el objetivo de la elaboración de gacetillas de prensa del Ministerio de Salud?
- 4.- ¿Qué tipo de informaciones logran un mayor alcance en la prensa escrita?
- 5.- ¿Cuentan con estrategias de comunicación en el Ministerio de Salud para la elaboración de gacetillas?
- 6.- ¿Cómo replican los medios de comunicación las informaciones de salud?

Una vez planteados los interrogantes de investigación el problema queda formulado de la siguiente manera:

Se detecta que existe un bajo alcance de las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos, por lo cual se observa un desequilibrio entre la cantidad de noticias generadas en la institución y las publicaciones en la prensa escrita. Esto significa que varias de las informaciones trascendentales de la institución no están siendo canalizadas por los medios a la población, a quien finalmente se busca informar.

La excesiva cantidad de gacetillas elaboradas por los profesionales del área de comunicación juega una contraparte a la hora de lograr la publicación, pues el envío excesivo de informaciones, muchas veces genera rechazo antes que interés en los periodistas, además de propiciar la pérdida de una información importante entre otras menos trascendentales.

La mayoría son de contenido informativo y no preventivo ni educativo como lo sugiere la Organización Mundial de la Salud, razón por la cual, este tipo de noticias,

predomina en la prensa escrita, generándose de esta manera un quiebre en el logro de los objetivos de la comunicación en salud, que busca antes que curar, prevenir cualquier tipo de dolencia y promover una vida saludable para toda la población.

También se observa que la DGCS no cuenta con un plan de estrategias de comunicación para la elaboración de gacetillas de prensa, y éstas se elaboran con el fin de informar sobre todas las actividades de la institución o la conmemoración de fechas del calendario de salud, dejando de lado, la producción de información científica preventiva, educativa y de recomendaciones.

Por su parte, la prensa escrita, replica un porcentaje mínimo de las gacetillas institucionales, lo que genera que gran información de ciencia de la salud, no circula por los canales correspondientes, perdiéndose así una cantidad de información valiosa, que sirve de herramienta para todas las personas.

4.2 Objetivos de la investigación

4.2.1 Objetivo General

Analizar el alcance que generan las informaciones elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos.

4.2.2 Objetivos Específicos

- 1- Examinar el contenido de una muestra de gacetilla generada durante el mes de marzo de 2016.
- 2- Clasificar las gacetillas por enfoques temáticos
- 3- Identificar el proceso de divulgación de la información contenida en las gacetillas en los medios de prensa escrita
- 4- Comprobar el índice de alcance de la información en la prensa escrita durante el mes de marzo de 2016

4.3 Diseño de la investigación. Enfoque modelo y tipo de investigación. Adecuación a los objetivos

El diseño de esta investigación es no experimental, porque la descripción de las variables o categorías se realiza sin la manipulación de las mismas. (Hernández Sampieri 2014). El enfoque es cualitativo debido a que se llevará a cabo un análisis, una descripción e interpretación del contenido de gacetillas informativas del Ministerio de Salud elaboradas en el mes de marzo de 2016. La investigación se basa en observaciones y descripciones del fenómeno en estudio.

Posteriormente, con la misma metodología se comprobará el alcance de las mismas en los medios de prensa escritos ABC Color, Última Hora y La Nación, mediante la revisión textual de cada diario, durante el periodo seleccionado para el estudio, incluyendo los fines de semana y feriados.

Según Bernal (2010): Los investigadores que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica. Pretende conceptualizar, sobre la realidad, con base en la información obtenida de la población o las personas estudiadas. Se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental.

El tipo de esta investigación es del tipo descriptivo exploratorio, dentro del paradigma interpretativo, cuyas características principales son las siguientes:

Describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, además de especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades que se someta a un análisis. Pretenden medir o recoger información de manera independiente sobre los conceptos o las variables a las que se refiere. Hernández (2014).

En cuanto al tiempo es de corte transversal, porque se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único para describir, las variables y analizar su incidencia e interrelación en ese momento. Hernández (2010)

4.3.1 Adecuación de los métodos a los objetivos de la tesis

Cuadro 1

Adecuación de métodos a los objetivos

Objetivos Específicos	VARIABLES	Definición conceptual	Definición Operacional	Instrumento	Fuente
Examinar el contenido de una muestra de gacetilla generada durante el mes de marzo de 2016	Gacetillas de prensa	Herramientas utilizadas por las instituciones para transmitir un breve mensaje con criterio periodístico	-Contenido -Temas -Categorías	Análisis de contenido	Archivo de la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud
Clasificar las gacetillas por áreas temáticas	Gacetillas de prensa	Herramientas utilizadas por las instituciones para transmitir un breve mensaje con criterio periodístico	Informativa Institucional Recomendaciones Educativa Preventiva	Análisis de contenido	Archivo de la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud
Identificar el proceso de divulgación de la información contenida en las gacetillas en los medios de prensa escrita	Medios de prensa escritos	Publicaciones informativas de carácter impreso que varían de acuerdo a su periodicidad	Envío de gacetillas ABC Color Última Hora La Nación	Análisis de textos periodísticos. Entrevistas	-Archivo de la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud -Diarios ABC Color, Última Hora y La Nación
Comprobar el índice de alcance de la información en la prensa escrita durante el mes de marzo de 2016	Medios de prensa escritos	Publicaciones informativas de carácter impreso que varían de acuerdo a su periodicidad	Alcance diario Alcance mensual ABC Color Última Hora La Nación	Análisis de textos periodísticos. Entrevistas	Diarios ABC Color, Última Hora y La Nación

Fuente: Elaboración propia

4.4. Descripción del lugar de estudio

La investigación se desarrolló en la ciudad de Asunción, capital de Paraguay, específicamente en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, sito en Pettirossi, equina Brasil, lugar de donde se recabaron todas las informaciones relacionadas al trabajo de investigación.

También en el mismo lugar se tuvo acceso a las gacetillas de prensa seleccionadas para el estudio (marzo 2016) y a los diarios elegidos para la medición del alcance de éstas informaciones, teniendo en cuenta que en la institución se archivan diariamente todos los periódicos comprados para las autoridades que se nutren de las principales noticias que traen los mismos.

4.5. Población y Muestra

4.5.1. Población

Con respecto a la población, se tiene lo siguiente:

- Todos los diarios de prensa escrita del Paraguay (11)
- Todos los periodistas de la prensa escrita que cubren el área salud (11 periodistas)
- Las gacetillas elaboradas en la Dirección General de Comunicación en Salud del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social en el año 2016.

4.5.2. Muestra

Para la muestra, de los 11 periódicos nacionales existentes en Paraguay, se tomaron 3 de manera intencional, teniendo en cuenta el alcance que tienen a nivel país. Los mismos corresponden a los diarios ABC Color, Última Hora y La Nación.

Asimismo, de los 11 periodistas de prensa escrita que acuden periódicamente al Ministerio de Salud para cubrir las actividades institucionales se han tomado a 3 de ellos, bajo el criterio de dedicación exclusiva al área salud, pertenecientes a su vez a los tres diarios seleccionados para el análisis de la investigación ABC Color, Última Hora y La Nación.

Por otra parte, como material de análisis se tienen las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud. De las 3600 gacetillas elaboradas anualmente, se han seleccionado 283 gacetillas, correspondientes a un mes de estudio, (marzo del año 2016)

Este periodo de selección es ideal para lograr que el resultado sea concreto y preciso, y el análisis no recaiga en repeticiones importunas, extensas y con aportes poco valiosas. Además, de esta manera, se logrará un estudio minucioso de cada gacetilla elaborada, con las particularidades que las caracterizan.

Para este examen de gacetillas se han creado cuatro categorías: Enfoque, Tema, Datos estadísticos y Pertinencia, los cuales ayudaron a explorar con mayor rigor todas las características del objeto de estudio.

Asimismo, el enfoque de las gacetillas fue nuevamente subdividido en: Informativo, Institucional, Educativo, Preventivo y de Recomendaciones, dentro de las cuales, fueron clasificadas todas las noticias analizadas.

Por último, se corroboró el alcance que cada una de ellas haya logrado en los tres periódicos escogidos, los cuales serán analizados individualmente, página por página.

4.6 Variables

-Dependiente:

Alcance de las gacetillas de prensa en los medios de prensa escritos

-Independiente:

Gacetillas de prensa del Ministerio de Salud

4.7 Técnica de Recolección de datos

4.7.1 Análisis de contenido de gacetillas

Para este trabajo de investigación se recurrió al análisis de contenido de las gacetillas de prensa del mes de marzo de 2016 de la Dirección General de Comunicación en Salud. Para lo cual se seleccionaron 283 y se distribuyeron en cuatro categorías: Tema, enfoque, datos estadísticos y pertinencia. Todo esto, distribuido en cuadros, para una mejor identificación.

Para el alcance en los medios de prensa escritos se accedió a los archivos físicos de los diarios ABC Color, Última Hora y La Nación del mes de marzo de 2016, lo cual fue comprobado con la revisión de todas las páginas de los diarios estudiados.

4.7.2 Entrevistas

Se elaboraron entrevistas semi estructuradas a los 3 periodistas que cubren el área de salud para obtener datos sobre los criterios y los parámetros que utilizan para la reproducción o reelaboración de las gacetillas enviadas por la Dirección General de Comunicación en Salud.

Para la elaboración de las preguntas, se ha recurrido a aquellas que servirían para brindar más aportes a la investigación, teniendo en cuenta que el eje principal siempre es el alcance de las gacetillas en los medios de prensa escritos. Se buscó identificar mediante las preguntas el proceso que cada medio de prensa escrito utiliza para la toma de una información, cuáles son tomadas con mayor facilidad para su publicación y el tipo que tiene más probabilidades de ser reproducida por la prensa.

Todos estos criterios fueron debidamente validados por tres profesionales, una del área metodológica, quien adecuó las preguntas acorde a los objetivos y ayudó a centrarlas en base a lo que se quiere lograr en esta investigación.

Otra profesional del área metodológica, pulió las preguntas realizadas a los periodistas, para no caer en redundancias o en consultas poco trascendentes, que finalmente no servirían para obtener información de calidad.

Por último, una profesional del área de comunicación en salud colaboró en el enfoque de cada pregunta realizada a los periodistas que cubren ésta área, de manera a que las mismas sean claras, sencillas y directas, y los entrevistados puedan responder sin dubitativas ni evasiones.

4.8 Proceso de análisis de datos

4.8.1 Análisis de contenido de gacetillas

La obtención del resultado del análisis de contenido de las gacetillas se dio conforme a los objetivos trazados en esta investigación.

Analizar el alcance que generan las informaciones elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud en los medios de prensa escritos:

Se corroboró el alcance de cada una de las gacetillas elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud en los medios ABC Color, Ultima Hora y La Nación y cuál de los medios ha reproducido en mayor cantidad éstas informaciones.

Examinar el contenido de una muestra de gacetilla generada durante el mes de marzo de 2016:

Todos los contenidos fueron analizados minuciosamente, lo que ha ayudado a obtener los temas predominantes en las gacetillas y las que son tomadas con mayor facilidad por la prensa escrita.

Clasificar las gacetillas por enfoques temáticos:

Mediante la clasificación, se ha logrado dividir la muestra en cuatro categorías: Tema, enfoque, datos estadísticos y pertinencia.

A su vez, el enfoque fue subdividido en: Informativo, Institucional, Educativo, Preventivo y Recomendaciones.

Identificar el proceso de divulgación de la información contenida en las gacetillas en los medios de prensa escrita

Para la obtención de este resultado, se accedió a la Dirección de Comunicación en Salud para visualizar el trabajo diario de los comunicadores y el proceso que se realiza para el envío de gacetillas a los medios de prensa escritos.

Comprobar el índice de alcance de la información en la prensa escrita durante el mes de marzo de 2016:

Para la comprobación de la cantidad de información reproducida en la prensa escrita, se ha accedido a los tres periódicos estudiados y posteriormente se ha procedido a observar y contabilizar la cantidad de gacetillas reproducidas en estos medios.

Para la clasificación de categorías se procedió a seleccionar los siguientes ítems:

1-Tema: Variedad de contenidos de las gacetillas de prensa, es decir las diferentes temáticas que se presentaron en las informaciones, tales como enfermedades conocidas como el dengue, zika, chikungunya, operación semana santa, refacciones edilicias de hospitales entre otros.

2-Enfoque: En esta categoría se observa la orientación de cada gacetilla, para lo cual se volvió a dividir de la siguiente manera:

Informativo: Todas las gacetillas cuyo contenido están orientados a informar sobre determinados hechos, sin ahondar en mayores detalles.

Institucional: Estas corresponden a las informaciones que se inclinan a todas las obras realizadas por el ente, las mejorías de hospitales o el destaque a las autoridades ministeriales.

Educativo: En este enfoque se observan las noticias dedicadas a formar sobre hábitos de higiene, actividades saludables, ejercitación del cuerpo etc.

Preventivo: Los materiales con este enfoque se realizan con el objetivo de dar a conocer algunas formas de prevención de enfermedades, o maneras de impedir el avance de las mismas.

Recomendaciones: Estas gacetillas están abocadas a brindar algunos consejos y comportamientos que pueden ser asumidos por las personas para llevar una vida más plena y saludable.

3- Datos estadísticos: Aquí se hace una observación de todas las gacetillas que contienen datos estadísticos y si éstos influyen de alguna manera para lograr la publicación de la información

4-Pertinencia: Esto es útil para determinar si el momento, el contexto y la coyuntura fueron adecuados para que la información fuera lanzada.

4.8.2 Entrevistas

Para las entrevistas se acudió a tres periodistas, quienes trabajan en los diarios ABC Color, Última Hora y La Nación, todos dedicados a cubrir temas de salud.

Se elaboraron entrevistas semi estructuradas para recabar todas las informaciones necesarias para complementar la investigación. Se aplicaron las mismas entrevistas a los periodistas, de manera a comprobar la postura y el manejo que tienen en el proceso de selección de gacetillas enviadas por la Dirección de Comunicación para su publicación.

Mediante estas entrevistas, también se pudo acceder a los puntos de vista de cada periodista sobre las gacetillas informativas, la cantidad adecuada para el envío diario a medios de prensa, las debilidades y las fortalezas de cada una de ellas.

También brindaron aportes interesantes sobre el contenido, el enfoque, las herramientas utilizadas en las gacetillas y las formas en que pueden ser tomados por la Dirección de Comunicación para su mejoría.

Además dieron a conocer varias de las características que son llevadas en cuenta por la prensa escrita para su publicación. Aspectos como la fotografía, el uso de infografías u otros elementos que dan un mayor resalte a las gacetillas.

Todo estos datos fueron de gran relevancia, pues gracias a ellas, se ha observado algunas de las falencias de estas herramientas utilizadas por las instituciones para la difusión

de todo tipo de información y las formas de trabajo que deben mantenerse para seguir mejorando la publicación.

6. RESULTADOS

6.1. Temas con mayor alcance en la prensa escrita

Para el análisis de las gacetillas y el alcance que tuvieron en la prensa escrita durante el periodo seleccionado, se han determinado algunas categorías que han ayudado a realizar un estudio más minucioso y profundo sobre la temática abordada. Entre ellas se encuentran el tema, el enfoque, los datos estadísticos y la pertinencia de las mismas.

Tabla 2

Categorías analizadas en las gacetillas

Categorías	Definiciones
Tema	Informaciones más tratadas
Enfoque	Orientación de la información
Datos estadísticos	Datos numéricos que brinda la información
Pertinencia	Momento, Contexto, Coyuntura

Fuente: Elaboración propia

Mediante el tema, se observa cuáles son las informaciones más tratadas en la institución durante el mes de marzo de 2016 y posteriormente se hace una medición de las que tuvieron un mayor alcance en los medios de prensa escrita.

El enfoque, sin embargo determina la orientación que tiene la información elaborada, subdivididas en: Informativas, institucionales, educativas, preventivas, y de recomendaciones, de modo a diferenciar con exactitud, qué tipo de noticias se elaboran, cual es el enfoque predominante, y de ellas, cuáles fueron reproducidas en la prensa escrita y de qué manera.

Las informativas corresponden a aquellas que solamente brindan informaciones sobre la salud, las actividades realizadas en la institución o qué tipo de enfermedades están circulando en el país.

Las institucionales son las gacetillas cuya alusión hacen a la institución misma, los hospitales, centros de atención, se destacan algunas mejoras edilicias, refacciones o nuevas instalaciones además de resaltar la figura de las autoridades sanitarias.

Las educativas, sin embargo son las noticias que combinan información y educación, mediante las cuales se busca más que informar, enseñar y educar sobre las diferentes temáticas de la Salud Pública y mediante las mismas lograr cambios de hábitos y costumbres en la población en general.

Las preventivas por su parte, se relacionan a las gacetillas cuyos contenidos se basan en la planificación y gestión de los servicios sanitarios, además mediante ellas se busca la reducción, el impedimento y el progreso de las enfermedades, lo que idealmente es planteado por la Organización Mundial de la Salud a través de healthy people.

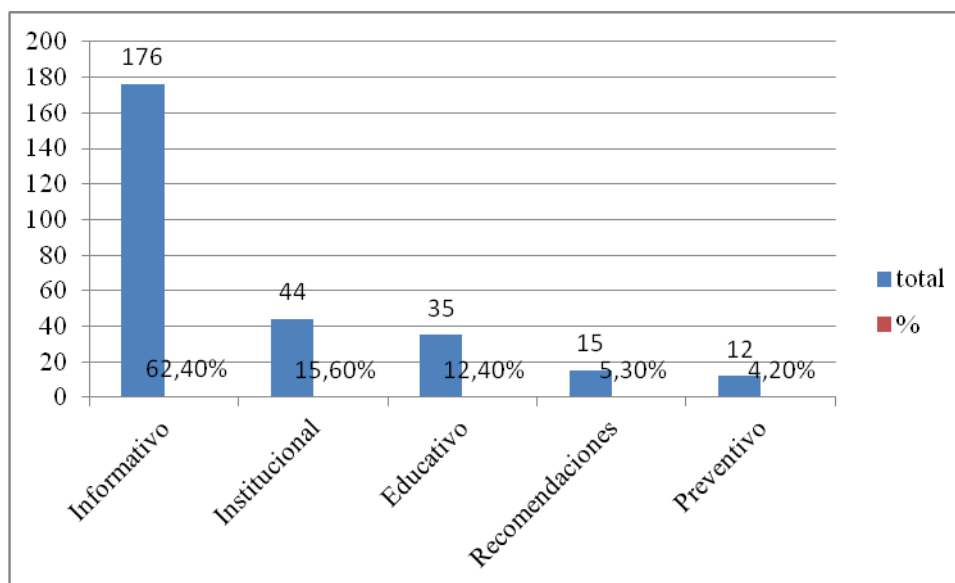
Por último las de recomendaciones tratan las informaciones que emiten consejos o promocionan la salud desde cualquier área, buscando siempre el bienestar de toda la población.

Además se hace una observación de los datos estadísticos que contienen las gacetillas, y cuántas de ellas lograron una mayor repercusión en los medios de prensa escrita. También se analizó la pertinencia de cada una de ellas, para finalmente obtener un resultado óptimo y objetivo, con todos los análisis posibles.

En ese sentido, se pudo corroborar que de la totalidad de gacetillas elaboradas en la DGCS, sólo 30 (10%) informaciones cuentan con datos estadísticos. En cuanto a la pertinencia, se ha comprobado que 245 fueron oportunos y realizados en el momento adecuado, es decir que el 86% de las mismas fueron pertinentes.

A continuación se puede observar el total de gacetillas elaboradas en la DGCS de acuerdo a los enfoques seleccionados:

Gráfico 1
Total de gacetillas elaboradas en la DGCS



Fuente: Elaboración propia.

De las 282 gacetillas elaboradas en el mes de marzo de 2016, 176 (62%) corresponden al enfoque informativo, 44 (15%) al institucional, 35 (12%) al educativo, 15 (5%) al de recomendaciones y 12 (4%) al preventivo.

En este gráfico se observa claramente que el enfoque de las gacetillas en su mayoría se centra en el informativo, es decir en dar a conocer sobre todas las actividades institucionales, fechas conmemorativas, o luchas que se realizan contra las enfermedades epidemiológicas, pero sin profundizar ni extender la noticia.

A continuación se encuentra el enfoque institucional, dentro de las cuales caben todas las noticias referentes a la institución, como su nombre lo dice. Entre ellas se destacan las informaciones relacionadas a la refacción del Hospital San Pablo, mejoras de algunos centros de salud, la certificación a Paraguay de libre de malaria, construcción de servicios de agua potable y otras menciones a la autoridad máxima de la entidad.

Posteriormente se da lugar al enfoque educativo, el cual trata temas como: semana santa libre de criaderos, mediante la cual se brinda algunos tips a tener en cuenta para la erradicación de las enfermedades transmitidas por el vector aedes aegypti. Informaciones sobre cómo combatir la obesidad y el sobrepeso, formas de cuidarse ante la aparición de la gripe, etc.

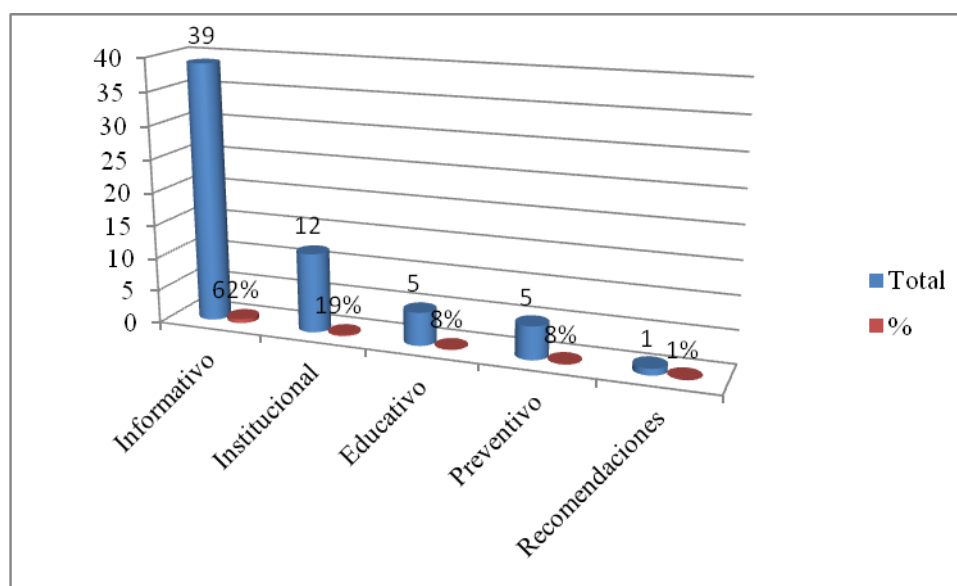
Seguidamente se observan los temas concernientes a las recomendaciones, dentro de las cuales se pueden citar: Consejos para utilizar menos sal en la comida, como cuidar a los más pequeños para que no sufran las enfermedades epidemiológicas, los cuidados que deben tener las embarazadas ante el zika, entre algunas orientaciones para los que viajarán en semana santa.

Por último, los temas preventivos en su mayoría trataron sobre: Maneras de prevenir anomalías congénitas, importancia de realizarse la prueba del VIH, formas de prevenir enfermedades renales, obesidad, sobrepeso, la importancia de consultar ante aparición de ronchas entre otros.

De todos estos enfoques, se puede observar en el siguiente gráfico, cuáles tuvieron un mayor alcance en la prensa escrita:

Gráfico 2

Alcance de gacetillas en los medios de prensa escritos



Fuente: Elaboración propia

En este gráfico se puede observar, que de las 282 gacetillas elaboradas por la DGCS, 62 fueron publicadas en los medios de prensa escritos, correspondiente al 21% de la totalidad. Las de carácter informativo se replicaron 39 veces (62%) veces, las institucionales 12 (19%), las educativas 5 (8%), las preventivas 5 (8%) y las de recomendaciones 1 (1%) vez.

Tabla 3*Temas con mayor alcance en la prensa escrita*

Temas con mayor alcance en la prensa escrita:
Dengue
Vacunaciones
Certificación
Diálisis
Obesidad
Enfermedades renales
Zika
Alimentación saludable
Alianza Público Privada
Operativo Semana Santa
Atención en Unidades de Salud Familiar
Actualización de casos de dengue etc

Fuente: Elaboración propia

Asimismo se observa que los temas con mayor alcance fueron los informativos, los cuales clasifican en la categoría que lleva ese mismo nombre. Las noticias publicadas son variadas, con diferentes temáticas como dengue, vacunaciones, certificaciones, diálisis, obesidad, enfermedades renales, zika, alimentación saludable, Alianza Público Privada, operativo semana santa, unidades de salud familiar, actualización de casos de dengue entre otros.

Si bien, de todas las gacetillas elaboradas en la DGCS, solo 30 cuentan con datos estadísticos, no todas las informaciones de esa categoría fueron publicadas. Apenas 12 noticias, de la totalidad, con esas características lograron ser insertadas en la prensa escrita. Entre las más resaltantes se pueden citar: cantidad de criaderos de mosquitos, obras del Hospital San Pablo, aumento de pacientes dializados, reducción de dengue en algunos departamentos, afecciones renales en infantes, erradicación de la polio, niños obesos, muertes por dengue, heridos en semana santa entre otros.

Sin embargo se puede examinar que los medios de comunicación toman las informaciones cuyo tema resulta novedoso, atractivo e importante para la población, independientemente a los enfoques que cada uno tenga. Esta situación demuestra dos aristas: la primera; que las gacetillas brindan una información con contenido variado,

sin enfoque científico, y con un bajo número de estadísticas, de los cuales, los periodistas hacen una selección acorde a sus propios criterios.

La segunda; la ausencia de un seguimiento por parte de la institución a la prensa para la publicación de temas destacados dentro de Salud Pública. Además de enfatizar el área científica y poner a conocimiento de los periodistas sobre el rigor científico de una información. Pues esto ayuda a que el periodista se encuentre instruido sobre los temas a ser lanzados, y la importancia de aplicar la metodología científica en una gacetilla que posteriormente será dada a conocer a la sociedad a través de la prensa.

Además de todo esto es importante lograr un título que resulte persuasivo para el periodista y logre captar su atención, sin descuidar el contenido de la información y el vínculo con el titular.

Por otra parte, un dato que no deja de ser útil a la investigación respecta a los medios que brindaron un espacio a las gacetillas de salud, teniendo en cuenta el siguiente dato:

Tabla 4

Cantidad de gacetillas reproducidas por los medios de prensa escritos

Medios de prensa escritos	Cantidad de reproducción
Ultima Hora	29
ABC Color	22
La Nación	11

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla se puede examinar, que el medio que reprodujo más veces las informaciones contenidas en las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud, fue el diario Última Hora, con 29 informaciones publicadas, seguido del diario ABC Color con 22 noticias publicadas y por último se encuentra el diario La Nación con 11 noticias reproducidas.

Esto demuestra también, el interés que cada diario le brinda a los temas de Salud Pública. Si bien la diferencia no es muy alta entre los dos primeros medios de prensa mencionados, se puede señalar al primero como el que mayor importancia le da a las gacetillas enviadas por la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud para su publicación.

Asimismo también se puede observar, que todas las gacetillas de prensa fueron reproducidas de manera adecuada, con pequeñas modificaciones en los titulares como en la bajada. Sin embargo, el enfoque, los datos y la manera en que se presentaron no sufrieron cambios ni alteraciones para la publicación.

Esto significa que la redacción de las gacetillas, están correctamente elaboradas y presentadas a los medios de comunicación, con el formato adecuado y requerido para el efecto.

6.2. Características de las noticias con mayor alcance en la prensa escrita

Las noticias con mayor alcance en la prensa escrita dependen de la temática, que resultó en este caso ser variada, pero por la trascendencia y la pertinencia de muchas de ellas, fueron publicadas. Se destacan las informaciones relacionadas al dengue, zika, vacunaciones, erradicación de la malaria, remodelación de hospitales, mejoras en el servicio de agua potable, obesidad en niños, alimentación saludable, enfermedades renales, sedentarismo y sobrepeso entre otros.

Se puede observar que no existe una característica unificada de los temas que fueron publicados en la prensa escrita, pues los contenidos son variados aunque el enfoque predominante es el informativo, seguido del institucional, del educativo, del preventivo y el de recomendaciones.

Sin embargo, los temas que fueron tomados por los medios de prensa escritos, tuvieron trascendencia en el momento de su difusión, además de poseer algunos rasgos preponderantes para los periodistas, como los casos de dengue y/o chikungunya, enfermedades que tienen un considerable aumento en los primeros tres meses del año, coincidente con uno de los meses seleccionados para el análisis.

A esto se suma la nueva epidemia que azotó a varios países sudamericanos, y que finalmente tuvo cabida en nuestro país. El zika, cuyas consecuencias son mucho más graves para la salud de la población. Estos temas, son por citar algunos de los que por naturaleza son prioritarios para la prensa, independientemente del enfoque de su contenido.

Dentro de las informativas, se observa que las noticias se centran en dar a conocer el tema, con algunos detalles que resultan llamativos para los periodistas como el caso de la erradicación de la malaria, enfermedad que desde el año 2011 ya no existe en nuestro país.

A continuación se puede observar detenidamente algunas de las características de las noticias tomadas por la prensa:

“Paraguay ya está lista para el proceso de certificación como libre de Malaria”

Figura 2

Certificación contra la malaria



Fuente: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

- **Lo afirmó el Representante de OPS/OMS en nuestro país, Dr. Carlos Castillo Solórzano**
- **En tres años serán ejecutados unos U\$S 2.782.936.**

Los trabajos para la certificación de nuestro país como libre de Malaria están en la fase más avanzada y se considera como un “país privilegiado”, gracias a los logros alcanzados con respecto a esta enfermedad.

En conferencia de prensa conjunta entre el Ministerio de Salud, la OPS Paraguay y la OIM, fue presentado el proyecto “Fortalecimiento de la Estrategia Nacional para la Prevención de la Reintroducción de la malaria en el Paraguay”.

Al respecto el Dr. Carlos Castillo Solórzano manifestó que se ha interrumpido la transmisión autóctona de la enfermedad desde el 2011. Este corte se da gracias al trabajo de las autoridades ministeriales, seneperos y 5.000 vigilantes que hacen el monitoreo epidemiológico a nivel país.

“Han pasado tres años sin Malaria y podemos decir que el país está listo para iniciar el proceso de certificación como libre de la enfermedad”, indicó el alto funcionario de OPS.

A su turno, el Lic. Richard Velázquez jefe de la oficina de la Organización Internacional para las Migraciones, explicó que el alcance del proyecto se enmarca en la importancia del cumplimiento de los principales objetivos financiados por el Fondo Mundial de Lucha contra el VIH, Tuberculosis y Malaria.

El monto total del proyecto asciende a USD 2.782.936 que serán ejecutados durante los próximos tres años. La OIM será el Receptor Principal del proyecto, y estarán bajo su responsabilidad los procesos administrativos y financieros en estrecha coordinación con el MSPyBS.

Para el logro de los objetivos se pretende trabajar en cinco componentes:

1. Control de Vectores
2. Prestación de Servicios
3. Seguimiento y Evaluación
4. Gestión de casos
5. Gestión de Programas

Cada uno de estos componentes está asociado a varias actividades, algunas de implementación simultánea.

El Fondo Mundial es una organización diseñada para acelerar el fin del VIH, la Tuberculosis y la Malaria como epidemias. Fundada en 2002, es una asociación entre los gobiernos, la sociedad civil, el sector privado y las personas afectadas por estas enfermedades. El Fondo Mundial recauda e invierte cerca de USD 4 mil millones al año para apoyar programas dirigidos por expertos locales de los países y las comunidades más necesitadas.

Por su parte, el Ministro Barrios agradeció el alcance de este proyecto y sostuvo que este es un eslabón importante para lograr la certificación de nuestro país como libre de Malaria. “Estamos por un buen camino para lograr el objetivo y lo seguiremos haciendo mediante el control, el bloqueo y evitar un caso importado se sea fuente de contagio para nuestro país”, concluyó.

En esta gacetilla podemos observar, que la noticia se limita a informar que en una conferencia de prensa del Ministerio de Salud y la OPS resaltaron los trabajos ministeriales para la erradicación de la malaria, enfermedad que desde el 2011 ya no existe en nuestro país, por lo cual recibirá una certificación.

Si bien cuenta con una información importante no solo para la prensa sino para la población, no profundiza sobre la enfermedad, las causas, las consecuencias, las formas de

evitarla o los cuidados que se debe tener ante esta dolencia ni expone la cantidad de afectados hasta el 2011 para que la misma tenga un rigor científico.

Sin embargo, la noticia fue publicada por los diarios ABC Color y Última Hora por la importancia que dicho acto significa para Paraguay y a su vez la repercusión positiva que tiene en la población paraguaya, porque se habla de una enfermedad que fue suprimida en 5 años, cuyo resultado es beneficiosa para todo el país.

Por otro lado, las noticias institucionales tuvieron un alcance importante en la prensa, entre las que se pueden destacar la remodelación del Hospital Materno Infantil San Pablo, la erradicación de la polio y la malaria en Paraguay, cirugías neurológicas inéditas en el país, renovación de camas en algunos hospitales entre otros.

Las educativas, preventivas y de recomendaciones por su parte, tuvieron una menor repercusión, aunque las noticias tocasen temas como el sedentarismo, la obesidad, problemas renales, alimentación saludable y otros. Situación que reluce la escasez científica de las gacetillas difundidas por el MSP, sumado a la falta de capacitación de periodistas en contenidos científicos.

Estos informes fueron enfocados sin profundidad, sin datos estadísticos y sin apuntar a lo que un material científico requiere. Es decir la falta de un contenido completo, científico y persuasivo que encamine a la profundización y extensión de una información no solo en los medios de comunicación sino en la sociedad toda, partiendo desde la base donde se produce la información, se canaliza, se difunde y se inserta a la sociedad. Aunque los materiales con estos enfoques fueron publicados en menor cantidad, se examina uno que obtuvo su alcance en un medio escrito.

Niños obesos, potenciales enfermos crónicos

Figura 4

Ilustración de Niños obesos



Fuente: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

- **En el país, 1 de cada 3 escolares presenta exceso de peso.**
- **Con alimentación saludable se puede reducir la carga de obesidad infantil.**
- **Consumo de frutas y verduras en lugar de comida rápida, recomiendan.**

La obesidad infantil es un fuerte predictor de la obesidad en la adultez. Además de una enfermedad, es a la vez un factor de riesgo para el desarrollo de patologías crónicas no transmisibles como la diabetes, los problemas cardiovasculares y ciertos tipos de cánceres.

En el país, cerca del 30% de los escolares presentan sobrepeso u obesidad, esto es, 1 de cada 3 niños/as y adolescentes se encuentran excedidos en su peso.

El consumo de alimentos poco saludables como las comidas rápidas o también denominadas “chatarras”, con alto contenido graso y sal, los snacks y las bebidas azucaradas como gaseosas y jugos envasados favorecen a la malnutrición de esta franja poblacional. Estos tipos de comestibles han sido reconocidos como uno de los principales contribuyentes y factores de riesgo de la obesidad infantil, razón por la cual la Organización Mundial de la Salud (OMS) ha pedido a los países restringir su promoción y publicidad dirigida a los/as niños/os y adolescentes, ya que influye en las preferencias, solicitudes de compra y consumo.

La adopción de hábitos alimenticios saludables desde temprana edad (consumo de frutas y verduras a diario) permitirá disminuir la carga de la obesidad infantil y frenar la predisposición de enfermedades crónicas en la adultez.

La gran carga de la obesidad en nuestro país impone tomar medidas que favorezcan la prevención y reducción de los factores de riesgo y la intervención en el ambiente obesogénico.

Paraguay continúa la lucha contra la obesidad infantil

Para hacerle frente a la epidemia del siglo XXI, Paraguay cuenta con una *Estrategia Nacional para la Prevención y el Control de la Obesidad 2015-2025*, la cual se ha elaborado en el marco del Plan Nacional de Acción para la Prevención y el Control de las Enfermedades No Transmisibles 2014-2024.

Mediante esta estrategia se apunta a reducir la prevalencia de obesidad en la población paraguaya en los próximos 10 años. Constituye en una política pública nacional de lucha contra la Obesidad.

Consta de 4 áreas que definen el ámbito de acción y metas por ciclo vital. Las áreas estratégicas contemplan acciones normativas, de fiscalización y políticas que favorecen la implementación de medidas de prevención de la obesidad, la promoción de la salud y el manejo integral de la obesidad, así como la vigilancia, investigación e información para la correcta toma de decisiones.

Esta gacetilla, está clasificada dentro del enfoque preventivo, y la cual también tuvo alcance en un medio de prensa escrito. A diferencia del informativo, ésta información contiene datos estadísticos y amplifica la temática desde distintas aristas, tales como las causas de este mal, los riesgos que podrían desarrollarse a lo largo del tiempo, la cantidad de afectados, y las formas de evitar que esta enfermedad se instale en la población infantil paraguaya.

Así también hace mención a la estrategia que Paraguay tomó desde el 2015 para frenar esta problemática, mediante un plan que data desde ese año hasta el 2025. Así se puede reconocer que ésta gacetilla a diferencia de los demás, cuenta con el rigor científico que la comunicación de la ciencia requiere. El abordaje es el ideal, para insertar en la prensa con mayor fuerza temas relevantes que afectan directamente a la salud poblacional.

Haciendo una extensión del análisis, de las 62 gacetillas publicadas, 12 cuentan con datos estadísticos, pese a que en la DGCS se han construido 30 materiales con datos numéricos. Esto significa que la mayoría de las gacetillas son tomadas de acuerdo a la importancia que los medios de prensa le den a un tema específico y el contexto en el que se desarrolla la información.

Otro dato importante es que, la prensa escrita sigue siendo uno de los medios tradicionales utilizados tanto en la población como en todos los medios de comunicaciones radiales y televisivas, que una noticia de Salud Pública haya sido publicada en los diarios, tiene una alta probabilidad de que la misma vuelva a ser difundida por las demás plataformas periodísticas.

Como los diarios siguen marcando la agenda de los medios de comunicación radiales y televisivos, las noticias de Salud Pública que tuvieron alcance en la prensa escrita, son tomadas por los conductores para profundizarlos incluso extenderlos con los expertos y/o profesionales médicos. Esto a su vez genera que las noticias sean conocidas por más personas, en este caso, los oyentes y televidentes de los medios de comunicación.

Los debates, consultas e incluso quejas y cuestionamientos por parte de los oyentes, televidentes o mismo de los lectores, surgen luego de alguna publicación en la prensa escrita. Aunque si bien existen nuevas formas de comunicar, la utilidad de los diarios sigue siendo alta en la sociedad paraguaya.

Se puede denotar que mediante una buena canalización de la información puede llegar a tener un alcance interesante en la sociedad paraguaya. Desde la producción de gacetillas, la difusión y la publicación en la prensa escrita, como los demás medios de comunicación.

El proceso para que la información de Salud Pública genere interés en un alto porcentaje de la población paraguaya, como ya se ha observado, depende de algunos factores principales a tener en cuenta como: mayor rigor científico de las gacetillas, seguimiento de las noticias difundidas a los medios de comunicación y la capacitación de periodistas en temas científicos sanitarios.

6.3. Evaluación del alcance de los temas de salud en la prensa escrita

El alcance de los temas de Salud en la prensa escrita como se estuvo analizando, la decisión de publicarla recae sobre el periodista y/o editor, lo que indica que además de trabajar correctamente en la elaboración de gacetillas con todas las características mencionadas anteriormente, también es importante educar al periodista en contenidos científicos sanitarios.

Para esto, lo fundamental es presentar un trabajo acorde a lo recomendado por las organizaciones de Salud, como la OMS y la OPS. Enfatizar las herramientas de difusión en la prevención de enfermedades, en la educación y en algunas recomendaciones para tomar hábitos de higiene saludables, sin dejar de mencionar los trabajos ministeriales realizados a diario por las autoridades y funcionarios de esta entidad.

Se ha visto que de las 282 gacetillas de prensa elaboradas en la DGCS en el mes de marzo, se han publicado 62 informaciones, es decir el 21%, porcentaje considerado bajo, puesto que la cantidad de información construida y emitida a diario, oscila de entre 5 a 15 noticias, entre las cuales habían noticias tanto de mayor o menor importancia, empero se puede observar que hubo días en que no se ha publicado un solo material de todas las difundidas en los medios de comunicación.

Aunque, las de mejor alcance fueron las informativas, se debe tener en cuenta, que la cantidad de gacetillas construidas con ese enfoque en la institución, fue también

mayor, lo que lógicamente dio más probabilidades de ganar un espacio en los medios de comunicación, y en menor porcentaje las educativas, preventivas y de recomendaciones; se debe examinar el tema, el contenido, el contexto y el enfoque, aunque este último no tenga gran relevancia para la prensa como se ha visto en los resultados.

Pero, también entra a tallar, el seguimiento que los encargados de comunicación realizan sobre un tema determinado una vez difundida la información, porque se ha corroborado que el seguimiento de una noticia, resulta positiva para su publicación, además de reiterar la importancia que tiene un contenido científico para la población. Esta mirada, depende del conocimiento y de la extensión que cada periodista realice de la noticia que dispone a través de las gacetillas de prensa. Por ello, el involucramiento del comunicador institucional es imprescindible para lograr una buena repercusión a nivel prensa y por ende también en lo social.

Algunos desafíos más resaltantes surgidos luego de esta investigación son los siguientes:

- Un mayor alcance en los medios de prensa escritos
- Una mayor rigor científico de las gacetillas de prensa
- Seguimiento de las noticias emitidas a los medios de comunicación por parte de los comunicadores institucionales.
- Capacitación a periodistas sobre temas científicos en salud
- Adecuación de la cantidad de gacetillas difundidas a los medios de prensa
- Incorporación de infografías, estadísticas y audios en las gacetillas de prensa

Como éste trabajo hace la medición del alcance de las gacetillas de prensa del MSPyBS en los medios de prensa escritos, uno de sus principales desafíos es conseguir más espacios dentro de los mismos, adecuando los mecanismos utilizados para la difusión de información acorde a las orientaciones de las organizaciones mundiales de la salud y a los medios masivos.

La comunicación científica, vista desde las gacetillas de prensa, puede ser un arma poderosa para la construcción de una sociedad más involucrada a la ciencia de la salud. Los medios de comunicación también forman parte de este proceso trascendental de crecimiento científico no sólo para Paraguay sino para el mundo entero.

Por ello, el rigor científico que cada gacetilla contenga es el primer paso para el logro consecutivo de los objetivos de la institución. Pues si un material se encuentra bien elaborado desde todo punto de vista y con todos los requerimientos ya señalados más arriba, la probabilidad de que el impacto sea mucho más alto tanto dentro de la institución, en los medios de prensa y en la sociedad paraguaya es incuestionable.

Así también el trabajo del comunicador institucional, no se limita en la redacción de gacetillas de prensa, sino en el seguimiento de las mismas hasta su publicación. El contacto que pueda generarse con los periodistas que cubren el área salud, es una labor que suma positivamente el resultado de lo esperado, pues, si un encargado está constantemente señalando con anticipación sobre una información que será de utilidad para la sociedad, a los medios de prensa, los trabajos de la institución tendrán también más visibilidad.

A esto se suma, la importancia de capacitar a los periodistas en temas científicos, y con mayor afectación en contenidos de ciencias de la salud, teniendo en cuenta que a pesar de que una gacetilla esté elaborada con el rigor requerido, incluyendo el énfasis científico y la inclusión de estadísticas en todos los materiales, muchas de las informaciones no llegan a destino, por la falta de conocimiento y especialización de los periodistas en estas áreas.

Pues se ha corroborado, mediante el análisis y las entrevistas realizadas a los actores de la comunicación científica, la falta de una capacitación en contenidos científicos y terminología de salud, es un factor más que incide en la baja repercusión de temas de la salud en los medios masivos de comunicación.

Otro de los factores a tener en cuenta, para lograr el alcance que se busca en los medios de prensa, es la excesiva cantidad de gacetillas formuladas y enviadas diariamente a la prensa. Este hecho genera que las informaciones importantes se pierdan entre las de menor arraigo y los periodistas se sientan abrumados con tanta información.

Es por ello, que la cantidad de gacetillas enviadas a los medios es un componente no menor a los demás elementos que juegan un papel importante para la publicación. Expertos en comunicación institucional, señalan que el número adecuado de elaboración y envío de gacetillas por día es de 3 a 4, pero con un contenido amplio, completo, sencillo y claro.

Los errores más comunes, radica en la excesiva cantidad de noticias emitidas a la prensa, que en vez de tomar la información sanitaria, la descarta por el simple hecho de haberla recibido con otros materiales de menor importancia.

También como desafío se encuentra la incorporación de infografías en las gacetillas, para persuadir a los periodistas de que la información emitida es importante no solo para ellos, sino para toda la población del territorio paraguayo, pero que mediante los medios de comunicación tienen una mayor aceptación dentro de la misma.

Las estadísticas por su parte, acrecientan el interés de los periodistas del área, ya que los datos numéricos muchas veces lleva a que la información sea llamativa, persuasiva y lo lleve a amplificar la información o en todo caso corroborarla con los especialistas y/o profesionales del área salud y la anexión de audios en el texto, para un trabajo más completo y eficaz.

Por último se agrega que la incorporación de más elementos persuasivos a las gacetillas siempre tendrán un efecto positivo en el logro de objetivos, ya sea en la publicación de temas de salud en los medios de prensa como también la repercusión que pueda generar en la ciudadanía, tema que no se ahonda en esta investigación, sin embargo se menciona por la importancia que la población juega dentro de los objetivos de la Salud Pública.

6.4 Entrevistas a los periodistas y profesionales de comunicación

6.4.1 Entrevista a periodistas que cubren el área salud

La entrevista de esta investigación va dirigida a tres periodistas de los diarios seleccionados para el estudio, con el objetivo de conocer su punto de vista con respecto a las gacetillas de prensa elaboradas por la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud.

También se acudió a la directora de dicha área para profundizar sobre los trabajos que realizan diariamente en la institución y a un especialista de la Comunicación Institucional para conocer más sobre la herramienta utilizada para informar, en este caso, la gacetilla de prensa.

Los resultados de las entrevistas realizadas a los periodistas que cubren el área de salud demuestran que para publicación de una gacetilla de prensa toman en cuenta diferentes

aspectos, como temas poco comunes, llamativos, novedosos y aquellos que afecten directamente a la población.

Otro de los puntos importantes para la publicación es que el titular sea llamativo, interesante y a la vez logre despertar el interés del periodista para que éste profundice la información y lo extienda.

Asimismo todos coincidieron en la importancia que radican los temas de enfermedades epidemiológicas o coyunturales, puesto que en su mayoría afectan generalmente a gran parte de la población y también algunos temas institucionales, que sean de interés general y en menor medida, las informaciones que promocionan charlas a profesionales de la salud o a funcionarios de la institución.

En cuanto a las modificaciones que sufren las gacetillas para su publicación, los entrevistados señalaron que es su obligación extender la información, modificarla sin alterar los datos, pero proporcionando una información más extensa y que consiga atrapar al lector. Además sostuvieron que como periodistas, no se deben quedar con la información contenida en la gacetilla, sino ahondar, profundizar e investigar más sobre el tema lanzado por Salud Pública.

Por otro lado, resaltaron en todo momento la utilidad de las gacetillas en diferentes contextos. Ya sea para tomar un tema y publicarlo o como respaldo de las conferencias de prensa llevadas a cabo por la Dirección General de Comunicación en Salud, puesto que gracias a las mismas, se corroboran varios de los datos y en el caso de la ausencia por motivo especial de un periodista a la actividad institucional, se recurre a ellas para mantener informado a los lectores.

Entre las sugerencias señaladas por los periodistas que cubren salud se pueden mencionar las siguientes:

- Utilizar términos adecuados para el lector
- Brindar datos estadísticos en las gacetillas de prensa
- Realizar talleres dirigidos a periodistas que cubren el área salud sobre terminologías y tratamiento de información con contenido vulnerable
- Mejora de la página web institucional
- Evitar la distribución de una misma imagen a todos los medios de prensa

- Agregar a la gacetilla un número de contacto para amplificar la información
- Incorporar audios o links de las entrevistas realizadas a los profesionales de la salud
- Utilizar infografías para los usos de datos estadísticos

También otro aspecto señalado por los entrevistados es la importancia de no exceder el límite de la cantidad de gacetillas enviadas a la prensa para evitar el hastío o la pérdida de alguna información importante para la opinión pública. Esto ocurre en algunas ocasiones, según los periodistas cuando se envían desmedidamente las informaciones y en contraparte genera desinterés para su publicación.

6.4.2 Entrevista a la directora de Comunicación del Ministerio de Salud

Por su parte la directora general de Comunicación del Ministerio de Salud, brindó algunos detalles de los procesos realizados en la institución para la elaboración y difusión de información sanitaria a toda la opinión pública.

El área de comunicación trabaja en tres ejes principales, Dirección de Comunicación Interna, Dirección de Comunicación Externa y Dirección de Redes de Información. Esto consiste primeramente en trabajar internamente todos los temas los diferentes departamentos que producen diariamente información.

Posteriormente se comunica a través de las gacetillas de prensa, por un lado en la web institucional, y por otro mediante los medios de comunicación, a los cuales se envía diariamente todos los materiales elaborados en la institución a través de correos electrónicos e incluso vía whatsapp, de manera a que ningún medio de comunicación se pierda información sobre Salud Pública.

Por último se hace el monitoreo de información, lo que consiste en recabar todas las informaciones de Salud Pública que tuvieron repercusión en algún medio de comunicación y si la misma fue positiva o negativa, como también el tema que mayor difusión tuvo en los medios de comunicación.

Los temas trabajados son programados semanalmente en una reunión técnica con los diferentes departamentos de la institución y con presencia del Ministro de Salud, para establecer las pautas de los mismos y los temas a ser informados a la población. También se tienen en cuenta el calendario de conmemoraciones donde se incluyen todas las actividades comunicacionales, esto de acuerdo a la línea proporcionada por la Organización Panamericana de la Salud y la Organización Mundial de la Salud.

La Dirección de Comunicación no cuenta con un plan de estrategias de comunicación, razón por la cual, se recurre a las reuniones semanales o diarias dependiendo del requerimiento que surge en el momento. Asimismo cuenta con un manual de comunicación en la cual se observa el organigrama y las funcionalidades que cada sub área debe cumplir para el logro de objetivos propuestos por la entidad a nivel comunicacional.

Para el cumplimiento efectivo de todas las labores comunicacionales, de acuerdo a lo mencionado por la directora de comunicación, se establece un horario de 06:00 a 19:00 hs para cubrir plenamente toda actividad institucional, incluyendo guardias para los fines de semana y feriados, de manera a no descuidar la comunicación de la salud.

En cuanto a la principal falencia de la Dirección es la falta de un presupuesto propio para el manejo de campañas comunicaciones de distintos temas, teniendo en cuenta que cada departamento maneja su propio presupuesto para sus diferentes campañas, sin embargo, todas las directrices son lideradas siempre por la dirección de Comunicación, como rector del área.

Por último, entre los logros más destacados, de acuerdo a lo señalado por la encargada de comunicación, es que gracias al trabajo mancomunado de todos los funcionarios del área, se haya logrado el respeto por parte de los demás comunicadores del estado, además de recibir buenas críticas hacia el producto elaborado y distribuido a todo el país.

6.4.3 Entrevista a especialista de la comunicación institucional

Por su parte, una especialista de la comunicación institucional brindó información útil sobre los trabajos comunicacionales realizados en las instituciones y dio a conocer algunas de las características de la prensa que son tomadas por los medios de comunicación para su publicación.

Una de las principales características de las gacetillas con mayor alcance en los medios, de acuerdo a la especialista, es el enfoque periodístico a través de un hecho noticioso que se logre implantar en la información brindada a la opinión pública. Además de poseer todos los rasgos ya mencionados en párrafos anteriores, este es uno de los elementos trascendentales para “enganchar” a los medios de comunicación con un tema en particular.

Es importante además, brindar contenido atractivo, llamativo, iniciando por el titular de la información y por ende el cuerpo de la misma. Así también todos los datos incorporados en las gacetillas de prensa deben estar debidamente corroborados para no caer

en brindar datos erróneos o falsos, porque esto podría generar la pérdida de credibilidad hacia los trabajos de comunicación y por ende también hacia la institución.

Asimismo califica a la gacetilla de prensa como un instrumento por excelencia, teniendo en cuenta que el comunicador institucional direcciona el mensaje a brindar, asegurando la publicación con el enfoque elaborado desde un principio a diferencia de las conferencias u otras herramientas de difusión de información.

Pero para ello, también es importante, según la especialista, realizar un seguimiento de todas las informaciones emitidas a los medios de comunicación, crear un acercamiento con el periodista que cubre el área para indagar sobre la gacetilla que fue enviada y la posibilidad existente para su publicación.

Otro aspecto importante señalado es la elaboración de informes estadísticos por trimestre, en el cual, se pueden cargar todos los datos que atañen a Salud Pública y que sea de interés general para toda la población. Para esto, puede fijarse una fecha en la que se pueda hacer entrega de toda esta información a los periodistas del área salud y ellos lo trabajen para posteriormente publicarlos.

Por último en cuanto a la cantidad de gacetillas enviadas a la prensa, explica que es importante no sobrecargar de información a los periodistas, lo que según la misma, debe ser de 3 a 4 gacetillas estratégicas por día. Para ello se puede realizar un filtro, mediante el cual se seleccionan todas las noticias de mayor envergadura y clasificarlas de acuerdo a su importancia y las que requieren una publicación inmediata.

En definitiva existe coincidencia entre lo señalado por los periodistas que cubren el área de salud y la especialista en comunicación institucional sobre la importancia del enfoque noticioso que se brinde a una gacetilla, el uso de datos estadísticos en los mismos, el seguimiento de la información enviada a los medios de comunicación y la cantidad de gacetillas emitidas a los periodistas, que no deben exceder de 4 para no abrumar ni traspasar una información trascendente para la prensa y para la población en general.

CONCLUSIONES

De acuerdo al planteamiento y los objetivos propuestos para esta investigación que fueron desarrollados mediante un análisis minucioso de las gacetillas de prensa del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social y el alcance en los medios de prensa escritos, se visibiliza que el proceso de la comunicación en las instituciones públicas es fundamental para el desarrollo y crecimiento de las mismas. Además de fortalecer las relaciones con el público mediante las diversas estrategias empleadas por los encargados del área comunicacional, se consolidan los lazos internos de la institución para el logro de metas y objetivos propuestos por las mismas.

Uno de los canales más próximos para llegar al público al cual se ofrece un determinado servicio, como es el caso de esta investigación, es la prensa escrita, la cual transmite la información brindada por las instituciones a sus respectivos lectores, pero, además de ello, continúa siendo uno de los medios tradicionales de mayor envergadura y mediante el cual los demás medios de comunicación, tales como la radio y la televisión siguen nutriéndose de las principales informaciones que las mismas contienen.

Esto significa que si las noticias de Salud Pública son publicadas en la prensa escrita, los conductores radiales y televisivos las toman para volver a difundirlas, generándose de esa manera una mayor repercusión de lo que informa Salud Pública, demostrándose así que en nuestro país, la prensa escrita sigue marcando la agenda de los demás medios de comunicación, además de ser la principal fuente de información de toda la población.

Por su parte las herramientas más utilizadas por las instituciones públicas para informar sobre diversos temas son las gacetillas de prensa, cuyos contenidos ofrecen una gama de información a los medios de comunicación y a la población en general. Como el caso del MSPyBS, el cual maneja conocimientos científicos trascendentales que tienen una estrecha relación con el bienestar de cada uno de los paraguayos, y por consiguiente debe hacerlo llegar mediante los canales correspondientes.

Estas informaciones científicas, son de gran trascendencia no solo para la institución, sino para los diferentes actores de la sociedad paraguaya, puesto que los conocimientos científicos sobre la salud son de por sí relevantes y más que relevantes, primordiales para cualquier persona, desde todo punto de vista.

Y para llegar a una considerable preparación de la sociedad, se debe trabajar desde los diferentes escenarios en que cada uno actúa, unidos con el fin de aumentar la cultura científica en Paraguay.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud, la Comunicación en Salud, como sub área de la comunicación institucional, debe trabajar específicamente, además de brindar información institucional; en el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunicacionales que mejoren la salud, incluyendo aspectos de prevención, educación y recomendación sanitaria.

Es decir que la mayor parte del trabajo comunicacional debe centrarse en la utilización de plataformas disponibles para lograr hábitos saludables en la población.

En ese sentido, se pudo comprobar que el índice del alcance de las gacetillas de prensa en los medios de prensa escritos fueron muy bajos, puesto que solo el 21% de las informaciones de salud fueron publicadas en la prensa escrita, de un total de 282 gacetillas elaboradas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud.

La mayoría, es decir el 62% a su vez, corresponden al enfoque informativo, el cual no contiene la mirada científica esperada y sugerida por las organizaciones mencionadas más arriba. La mayoría se centra en informar sobre temas varios que competen a la institución, sin datos que profundizan la información o de pie a la extensión de la misma.

Seguido a esto, el 12% de las gacetillas que fueron publicadas en la prensa escrita corresponde al institucional, el cual se centró en hablar sobre las mejoras edilicias de los hospitales, la gestión ministerial para la obtención de dichos beneficios, la creación de nuevos servicios sanitarios en el interior del país y otros.

Si bien, estas noticias son importantes para comunicar, sería importante alternarlas con los demás enfoques y no centrarlas en demasía en las actividades o gestiones institucionales. Tal como lo mencionaron, los periodistas entrevistados para esta investigación, quienes a su vez señalaron que cuando la información está muy orientada a la imagen de la entidad, se pierde el interés que pueda generarse en los medios de comunicación.

En cuanto a los enfoques educativos, preventivos y de recomendaciones, los dos primeros tuvieron el 5% de alcance en la prensa escrita y el último tan solo 1%. Siendo éstos los que deberían llenar las páginas de los periódicos, para educar y

promover acciones y hábitos saludables en la población, siguiendo siempre las normativas sugeridas por las organizaciones internacionales de Salud.

Sin embargo, el resultado demuestra, por un lado, el bajo enfoque brindado desde la institución a estos tipos de información y por ende, la baja repercusión también en la prensa escrita sobre temas como formas de prevenir obesidad en niños, actividades que deben realizarse para contrarrestar el sedentarismo en las personas, cuidados para evitar enfermedades estacionales como la gripe, influenza y otros.

Todo esto, indica la importancia de realizar una mirada retrospectiva a todo el trabajo institucional realizado en el Ministerio de Salud y el enfoque que se brinda a las gacetillas, como principales herramientas de difusión de información de salud. Mayores datos estadísticos, la utilización de herramientas más llamativas y un mayor rigor científico en el contenido de las mismas son solo algunos de los elementos a ser tomados en cuenta para la mejora de la labor comunicacional de dicha institución.

Por su parte, como ya se ha visualizado; el alcance que las gacetillas de prensa tienen en la prensa escrita depende de los temas que se informan o de la trascendencia momentánea que la información pueda tener, como ocurrió especialmente con los casos de dengue y zika, enfermedades epidemiológicas que tuvieron una gran repercusión en la salud poblacional tanto de nuestro país como países vecinos y que afecta no solo a la salud, sino también a la economía de todo un país que debe buscar el camino para que este tipo de situaciones no se repitan a menudo.

Aunque, estos temas se dan para profundizar y brindarle un enfoque educativo o preventivo, la mayoría se presentó dentro del enfoque informativo, sin tener en cuenta como objetivo la educación de la población. En cambio, las que fueron orientadas con esa mirada fueron pocas en cantidad.

También, de acuerdo a la interpretación realizada sobre la investigación, los temas más llamativos para los periodistas que cubren salud son las que conciernen o afectan de alguna manera a la población.

Así también lo novedoso que puede resultar la información en ese momento para la prensa escrita o para la población en sí. Por otro lado, se puede notar que las estadísticas aportan un valor más a la noticia, la vuelve más llamativa, más completa fiable e incluso objetiva.

Los periodistas que cubren el área salud manifiestan que si una noticia contiene datos estadísticos, la probabilidad de que sea publicada son muchas más altas que aquellas que no la contienen.

Aunque, la mayoría de los temas publicados en la prensa escrita en el mes de marzo del año 2016 son del enfoque informativo, seguido del institucional, y no contienen la orientación que realiza la OMS para la comunicación en salud, de educar, prevenir y recomendar, el contenido de las noticias, juegan un papel preponderante en ese sentido.

Las estadísticas, el enfoque científico, la pertinencia, la forma en que se presenta la gacetilla, la novedad del tema y la veracidad, generan una mayor atracción a la hora de ser publicada, como ya se ha mencionado en párrafos anteriores.

De acuerdo también a lo señalado por los periodistas del área más de una vez reiteraron que los datos numéricos son fundamentales para complementar y brindar la idea central de una información, razón por la cual si una gacetilla se encuentra incompleta, muchas veces se tiene que recurrir a otras fuentes para extender la información y complementarla.

Por ello éstas deben contener informaciones completas para que además de resultar útil para el periodista se consiga el objetivo propuesto: La publicación.

Aunque los temas de mayor arraigo en la prensa escrita como ya se ha reiterado anteriormente, corresponden a la categoría informativa, esto se debe a diferentes situaciones. Y aunque los periodistas sostengan que las gacetillas con mayor alcance son las preventivas y educativas, se ha visto que finalmente el contenido temático cobra valor a la hora de lograr una publicación, por ese motivo, para cumplir lo establecido por la OMS y para que el trabajo sea óptimo y de calidad, se puede hacer una gacetilla con todas las características más arriba presentadas.

Incluso, como mencionó la especialista en comunicación institucional, las gacetillas pueden contener un hecho noticioso, llamativo y novedoso además puede cumplir con el rol de educar y prevenir sobre diferentes enfermedades y afecciones de la salud.

Éste formato, si bien es poco conocido, puede llegar a despertar el interés en la ciencia ya sea por parte de los periodistas, los medios de comunicación, o la población en sí. Por ello si el material se encuentra bien elaborado, correctamente redactado, y con un mayor énfasis científico, más que ser publicado, se logrará

traspasar las fronteras de comunicación y el crecimiento de la ciencia en el Paraguay puede ser mucho más alto de lo que se cuenta, incluso de lo que se espera.

Al mismo tiempo, es importante adecuar la cantidad de gacetillas enviadas a los medios de comunicación para no sobrecargarlos, pues esa situación muchas veces genera el desenfoque del tema primario que en ese momento se está manejando. Si diariamente se envían de 7 a 15 gacetillas, es preferible hacerlo con aquellas de mayor importancia ya sea por la pertinencia o por la temática misma, reduciendo la cantidad a 3 o 4 envíos diarios.

Esto significa que la emisión de gacetillas diarias a los medios de comunicación deben ser estrictamente controladas y seleccionadas, al mismo tiempo de mantener una relación con el encargado del área salud en los distintos medios para reconocer el tipo de noticia que buscan y la forma en que el Ministerio de Salud la está presentando, y así posteriormente hacer un seguimiento de lo enviado y lo publicado.

El trato generado con el periodista que cubre el área es fundamental para aumentar las probabilidades de que una gacetilla sea publicada, inclusive, se le puede informar con anticipación sobre un tema de trascendencia que será lanzada y que requiere su publicación, todo con mayor facilidad si se construye un lazo de confianza entre ambas partes.

También, desde la contraparte, es importante reforzar la práctica periodística con cursos de capacitación en cuanto a la terminología utilizada en esta área, los temas que subyacen problemáticas sociales, formas de encarar las informaciones sanitarias, tratamiento de informaciones con contenido vulnerable, como casos de SIDA, embarazo en menores, abuso en menores etc, todo con el objetivo de lograr que el trabajo comunicacional del Ministerio de Salud sea reflejado de manera óptima en los medios de comunicación.

Otra de las recomendaciones que se pueden brindar luego de un exhaustivo estudio analítico de las gacetillas y su alcance en los medios de prensa escritos es realizar una reunión con los periodistas del área para que éstos brinden sus sugerencias con respecto a todos los trabajos de la DGCS, para luego analizarlas detenidamente y de acuerdo a ello mejorar el producto presentado, teniendo siempre en cuenta que toda gacetilla puede estar nutrida con información novedosa y científica a la vez, solo es necesario buscar la conexión entre ambas para no salir del esquema ideal de Comunicación Científica en Salud.

Asimismo, otra de las herramientas que dan un plus más a las gacetillas, son las infografías, cuyos datos y presentación resultan generalmente llamativos, lo cual debe ser aprovechado como recurso esencial en la presentación de una información emitida en el formato que ha sido estudiado en este trabajo. También la incorporación de audios o links que enlacen la entrevista que ha dado el especialista de la salud o el que está generando noticia, superaría cualquier expectativa de alcance de gacetillas en los medios de comunicación, por la gran eficacia que éstos instrumentos representan en la emisión de contenidos sanitarios.

Otro detalle importante que se ha observado en esta investigación es el grado de importancia que contienen las fotos anexadas a las gacetillas, las cuales deben ser diferentes para cada medio de comunicación, caso contrario, podría restar la posibilidad de que la información ofrecida sea publicada, porque una misma fotografía no puede ser utilizada por todos los medios de prensa escritos.

Todo lo señalado anteriormente intenta demostrar que la elaboración de las gacetillas no se realizan con el único objetivo de tener un espacio en la prensa escrita, sino que a través de ella, se busca canalizar la información al mayor número posible de ciudadanos, quienes finalmente son el público objetivo de una institución que administra la Salud Pública de todo un país, por ese motivo, es importante el papel que cumplen tanto las gacetillas institucionales como los medios de comunicación, en este caso particular, los de prensa escrita.

Y como un control diario, no debe faltar el monitoreo constante de todas las informaciones publicadas en los medios de comunicación, cuáles de ellas tuvieron un mayor alcance y si éstas fueron tomadas de manera positiva o negativa. Este afán ayuda a sopesar las diferentes características de las informaciones que lograron un espacio en la prensa, para luego determinar las falencias y virtudes que tuvieron las noticias elaboradas en la institución.

Asimismo, las denuncias, críticas o cuestionamientos hacia los trabajos de Salud Pública pueden ser recabados a través de este trabajo. Es un elemento esencial que sirve como parámetro de medición de la labor comunicacional y la repercusión no solo a nivel de medios de comunicación sino de la opinión pública en general.

La forma, aunque resulta como cualquier noticia presentada en un medio de comunicación, si es enfocada correctamente, podría propender a levantar la curiosidad en la ciencia, la expansión del conocimiento científico y a su vez, que esto genere que

el círculo de la ciencia en Paraguay no se concentre en los grandes científicos sino llegue a instalarse en los más recónditos territorios de este país.

Por eso, es importante comprender desde ambas aristas que el trabajo debe realizarse recíprocamente, aunque la mirada sea distinta y las labores son practicadas desde diferentes escenarios, no se puede negar la utilidad y la proximidad latente entre las partes, por lo cual la comunicación, la buena predisposición y la apertura a críticas y sugerencias no deben ser vistos con malos ojos, sino más bien deben ser características practicadas diariamente para el fortalecimiento de las tareas que las instituciones y sus respectivos comunicadores ejecutan a diario.

Todas las sugerencias expuestas arriba, fueron recabadas con el objetivo de fortalecer las tareas de comunicación del Ministerio de Salud, teniendo en cuenta que una gacetilla correctamente elaborada y redactada, puede ser una herramienta útil de prevención de numerosas enfermedades que actualmente azotan al país y mediante este género poco conocido se pueden lograr varios objetivos en relación a la mejora de la salud poblacional.

Además mediante este recurso, se brinda todas las informaciones de las actividades institucionales y los trabajos que cada funcionario realiza a diario, esto como demostración de la transparencia en la utilización de recursos del estado y el aporte que cada ciudadano brinda a través de sus impuestos.

Todos los actores señalados en este trabajo de investigación cumplen un papel elemental en la construcción de políticas públicas cuya finalidad principal es satisfacer las necesidades básicas de todas las personas que viven dentro del territorio paraguayo. Y con más razón la salud; un componente básico y primordial para cada uno de los ciudadanos. Pues como se sabe, el crecimiento de un país a nivel económico y educativo, depende de la productividad de sus habitantes, quienes a su vez requieren de buena salud para la efectividad en sus labores cotidianas.

RECOMENDACIONES

A partir de este trabajo de investigación surgen varios puntos que pueden ser tomados en cuenta para el fortalecimiento de la comunicación científica a través de las gacetillas de prensa. Entre las mismas se pueden citar los siguientes:

- Un rigor más científico de las gacetillas de prensa, teniendo en cuenta que el enfoque predominante de las mismas es el informativo cuya característica principal se basa en informar un determinado hecho sin una profundización del tema.
- El enfoque de las gacetillas, pueden combinarse sin alterar la redacción o el objetivo de la información brindada a la prensa y al público en general.
- Mayor inclusión de datos estadísticos en las gacetillas de prensa, mediante otros elementos que resulten persuasivos como infografías, tablas, o tortas.
- Un involucramiento mayor entre comunicadores institucionales y periodistas para el cumplimiento de los objetivos por parte de ambos. Para el primero, lograr la publicación de la gacetilla de prensa y para el segundo, obtener un material completo y bien elaborado para su publicación.
- Utilización de elementos como infografías y links de los audios completos de las entrevistas
- Capacitación a periodistas que cubren salud sobre temas científicos en salud, terminologías técnicas y tratamiento de información con contenido vulnerable, como enfermedades incurables, menores de edad y otros.
- Reducción de la cantidad de gacetillas elaboradas en la Dirección de Comunicación con el fin de lograr la publicación de los temas con mayor trascendencia.

REFERENCIAS

- Alcalay, R. (28-10-16). La comunicación para la salud como disciplina en las universidades estadounidenses. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 5 (3). Doi:
<http://dx.doi.org/10.1590/S1020-49891999000300020>
- Alcoceba, J. (2010). Análisis de las notas de prensa institucionales y su visibilidad en la prensa. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 4-7 DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-905-354-367– ISSN 1138-5820
- Alcorta, F., y Mantinian M. (2004). La Comunicación Institucional. Una herramienta estratégica. Recuperado de
http://www.universidadcatolica.edu.py/uca/assets/docs/Comunicacion_Institucional.pdf
- Aldana, E. (2015). *Impacto sobre los empleados de una gestión de Recursos Humanos socialmente responsable*. Recuperado de
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13874/2/Tesis%20EDER%20ALDANA%20B%20-%20V2.pdf>
- Avogadro, M. (2005). Periodismo de la ciencia. Aproximaciones y Cronología. *Razón y Palabra* (43), 5
- Beristáin, H. (1995). *Diccionario de Retórica y Poética*. Recuperado de
<http://exordio.qfb.umich.mx/archivos%20pdf%20de%20trabajo%20umsnh/libros/Helena-Beristain-Diccionario-retorica-y-poetica.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Administración, Economía, hhumanidades y ciencias sociales*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación
- Busto, L. (2013). Trascendencia de los gabinetes de comunicación en la práctica periodística. El caso concreto de la nota de prensa. *Historia y Comunicación Social*, 18, 603-607. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/44352>
- C Peñafiel Saiz, I Camacho Markina, A Aiestaran Yarza, M Ronco López, L Echegaray Eizaguirre (2014). La divulgación de la información de salud: un reto de confianza

entre los diferentes sectores implicados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 135- 137. DOI: 10.4185/RLCS-2014-1005

Carbajal, M., y Román V. (2005). Salud y Medios de Comunicación. Recuperado de <http://www.cedes.org.ar/Publicaciones/SSPP/2005/SSPP200501.pdf>

Cruz, A., y Ruíz M. (2009). *Gestionar y desarrollar la adecuada comunicación entre las personas que atienden y cuidan a los pacientes*. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/Guia-estrategia-de-comunicacion.pdf>

Díaz, J., y Carvalho H. (1978). *Planificación y Comunicación*. Recuperado de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50418.pdf>

Fiske, J. (1982). *Introducción al estudio de la comunicación*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/SeminarioComunicacin/fiske-john-introduccion-al-estudio-de-la-comunicacion-61677590>

Guzmán, V. (2012). *Comunicación Organizacional*. Recuperado de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho_y_ciencias_sociales/Comunicacion_organizacional.pdf

Hernández Sampieri, R, Fernández Collado, C y Baptista L. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill

Informe de Healthy people (2010) Healthy Communication. Healthy people.gov. Recuperado de www.healthypeople.gov

Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación*. Recuperado de http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf

Márquez, J., Cedeño, R., y Mejía L. (2016). Particularidades sobre la comunicación. *Dominio de las Ciencias*, 2, 219-221

Martínez, C., y Orozco, M. (2014). Una mirada desde la comunicación en salud a los planes de promoción de salud en Sudamérica. Casos: Bolivia, Chile, Colombia. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 6 (2), 182-186

Mattelart, A. (2001). *Historia de la Sociedad de la información*. Recuperado de <https://octavioislas.files.wordpress.com/2017/04/mattelart-armand-historia-de-la-sociedad-de-la-informacion.pdf>

Mazo, M. (2007). Lenguaje y comunicación. *E.O.I Español para extranjeros*, 7 (2), 3-4.

- Muriel, M., y Rota G. (1980). *La Comunicación institucional. Enfoque Social de las relaciones humanas*. Quito. Ecuador: CIESPAL
- Ocoe, G. (1998). Comunicación y promoción de la salud. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (63), 27-28. Recuperado de [file:///C:/Users/HP/Downloads/1217-2408-2-PB%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/1217-2408-2-PB%20(5).pdf)
- Odalís, M. (2012). Gestión integral de comunicación en las organizaciones en perfeccionamiento empresarial. *Ciencia en su PC*, (3), 34-36. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/1813/181324071003.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y la Cultura. (2011). Comunicación para el Desarrollo. Recuperado de http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_for_m_development_oslo_c4d_pda_es.pdf
- Páez, A. (2009). *La comunicación para la promoción de la salud en los servicios de salud del sector público*. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2622>
- Quiñónez, H. (2015). Comunicación científica. *Razón y palabra*. (90), 3-6
- Serrano, M. (1982). *Teoría de la Comunicación*. Madrid: Gráficas Valencia
- Tur, V., y Monserrat, J. (2015). El plan estratégico de comunicación. Estructura y Funciones. *Razón y Palabra*. (88), 4-7.
- Watzlawick, P., Beavin, J., y Jackson D. (1991). *Teoría de la Comunicación Humana*. Recuperado de file:///C:/Users/HP/Downloads/Teoria-De-La-Comunicacion-Humana_Paul%20Watzlawick.pdf

ANEXO

Tabla 5

Gacetillas del 1 de marzo de 2016

Gacetillas 1-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Asistencia médica a familias de Villeta	Informativo	No	Sí	
2	Cooperación internacional contra la malaria	Informativo	Sí	Sí	
3	Paraguay listo para la certificación libre de malaria	Informativo	No	Sí	Última Hora ABC Color
4	Atienden con éxito otro parto en USF de Canindeyú	Informativo	No	No	
5	San Juan Bautista asueto para combatir al dengue	Informativo	No	Sí	
6	Consultorios vuelven a funcionar en Ypacaraí	Informativo	No	Sí	Última Hora
7	Aconsejan menos sal para más salud	Recomendaciones	No	Sí	Última Hora

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Gacetillas del 2 de marzo de 2016

Gacetillas 02-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Día internacional de la audición	Prevención	Sí	Sí	
2	Evaluarán factores de riesgo a funcionarios	Educativo	No	Sí	
3	Investigan supuestas irregularidades en Hogar de ancianos	Informativo	No	Sí	ABC Color
4	Mañana se conmemora el día mundial de los defectos	Informativo	Sí	Sí	

	congénitos				
5	Dengue: Formas graves se verifican en grupo infantil	Recomendación	No	Sí	
6	Concepción suma fuerzas para combatir al dengue	Informativo	No	Sí	
7	Encuentran 84.229 criaderos de mosquitos	Informativo	Sí	Sí	ABC Color La Nación
8	Disfrutemos de una semana santa libre de criaderos	Educativo	No	No	
9	Seneperos arremeten contra criaderos	Educativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Gacetillas del 3 de marzo de 2016

Gacetillas 03-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Alimentación de abuelitas se rige por plan nutricional	Informativo	No	Sí	ABC Color
2	Inician obras del gran hospital Materno Infantil San Pablo	Institucional	No	Sí	Última Hora
3	Construirán salas para la atención de psiquiátricos	Institucional	No	Sí	
4	Apuntalan atención fisioterapéutica en Capellanes del Chaco	Institucional	No	Sí	
5	Se contará por primera vez con vigilancia nacional de defectos congénitos	Informativo	Sí	Sí	
6	Enseñar a combatir enfermedades vectoriales	Educativo	No	Sí	
7	Anomalías congénitas pueden evitarse	Preventivo	Sí	Sí	
8	Rastrillaje en Pilar	Informativo	No	Sí	
9	Hospital Moderno	Institucional	No	Sí	ABC Color
10	Actualizan conocimientos del personal de Enfermería	Informativo	No	No	

	de Mariano Roque Alonso				
11	Anuncian implementación de “instituciones libres de criaderos”	Informativo	No	Sí	
12	Supervisan comercios de Amambay	Informativo	No	Sí	
13	Acceden a 600 kits antidengue	Informativo	No	Sí	
14	Alto índice de sedentarismo y sobrepeso en funcionarios	Educativo	No	Sí	Ultima Hora ABC Color

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8

Gacetillas del 4 de marzo de 2016

Gacetillas 04-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Fortalecen estructura psiquiátrica	Institucional	No	Sí	
2	Anuncian atención oftalmológica a pobladores de Tacumbú	Informativo	No	Sí	
3	Equipan laboratorio para diagnóstico de VIH	Informativo	Sí	Sí	
4	Paraguarí sale a la caza de los criaderos del Aedes Aegypti	Educativo	No	Sí	
5	Roque Alonso se pronuncia contra el Aedes y anuncia movilización comunitaria	No	Sí		
6	Fortalecen área de fisioterapia en Capellanes del Chaco	No	No		
7	Habilitan primera carpa de contingencia contra el dengue, zika y chikungunya en Caaguazú	No	Sí		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9*Gacetillas del 5 de marzo de 2016*

Gacetillas 05-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Aprende dos pasos sencillos para evitar la gripe	Educativo	No	Sí	
2	Asociación de damas es contralora de trabajos en hogar de ancianos	Informativo	No	Sí	
3	Entérate por qué es crucial que te hagas la prueba del VIH	Preventivo	No	Sí	
4	Implementan sistema informático para agilizar programa nutricional	Informativo	No	Sí	
5	Boquerón: Actualizan conocimiento en VIH al personal sanitario	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia**Tabla 10***Gacetillas del 6 de marzo de 2016*

Gacetillas 06-03-17	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Cubrirse con la mano al toser o estornudar contribuye a propagar la gripe	Educativo	No	Sí	
2	Impulsarán proyecto para vigorizar acciones contra el Aedes en Semana Santa	Informativo	No	Sí	
3	MSP y UNA suscribirán acuerdo técnico – científico	Informativo	No	Sí	
4	Hogar Nuestra Señora cuenta con mecanismos de seguridad para resguardar a	Informativo	No	Sí	

	abuelitas				
5	Convocan al segundo curso virtual sobre calidad en servicios de salud	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Gacetillas del 7 de marzo de 2016

Gacetillas 07-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Especialistas en Oncología radiante reciben capacitación continua del extranjero	Informativo	No	No	
2	Carreras universitarias con aranceles preferenciales para funcionarios	Informativo	No	Sí	
3	Con más de 1000 millones en medicamentos e insumos refuerzan Parque Sanitario de Alto Paraná	Institucional	No	Sí	
4	Sigue oferta de repelentes para trabajadores formales	Informativo	No	Sí	
5	Senepa fortalece capacidad de respuesta para el control de mosquitos	Informativo	No	Sí	
6	Proponen pasar la Semana Santa en destinos turísticos comprometidos con la salud	Informativo	No	Sí	
7	Experta evaluará avances en Paraguay para el cambio histórico de vacunación	Informativo	No	Sí	
8	UNA controlará calidad de los insumos médicos adquiridos por Salud Pública	Informativo	No	Sí	
9	Imponente avance de las obras edilicias en el Hospital de Villa Elisa	Institucional	No	No	
10	Más de 30 mujeres participan del Club de	Informativo	No	Sí	

	madres en Hernandarias				
11	USF de Itapúa encuentra 1589 casas con criaderos en el mes de febrero	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12

Gacetillas del 8 de marzo de 2016

Gacetillas 08-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Instruyen a damnificados sobre saneamiento básico y potabilización del agua	Informativo	No	Sí	
2	Ni servicios de salud se salvan de los delincuentes	Informativo	No	No	
3	Riñones salvos de por vida es posible	Educativo	No	Sí	
4	Instan a mujeres a cuidar su salud	Informativo	No	Sí	
5	Médicos culminan residencia pediátrica en el Acosta Ñu	Informativo	No	No	
6	Ministerio de Salud fortalece capacidad de respuesta al zika	Informativo	No	Sí	
7	Realizarán pruebas de laboratorio a más de 50 niños y niñas	Informativo	No	No	
8	USF ampliada atiende con éxito 23 nacimientos en lo que va del año	Informativo	No	Sí	
9	Salud apuesta a la capacitación de sus recursos humanos	Informativo	No	Sí	
10	Unos 7500 pobladores de Ytakyry acceden a agua potable	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13*Gacetillas del 9 de marzo de 2016*

Gacetillas 09-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Distritos de Alto Paraná serán abastecidos gracias a dotaciones completas de medicamentos	Informativo	No	No	
2	Más aliados se suman a la lucha contra los vectores	Educativo	No	Sí	
3	Crece número de pacientes dializados	Preventivo	Sí	Sí	Última Hora
4	Expondrán situación de enfermedades renales	Informativo	No	Sí	
5	Habilitan servicio odontológico en Ayolas	Institucional	No	Sí	
6	Senasa habilitará más oficinas en el interior del país para atender demanda de agua potable	Institucional	No	Sí	Última Hora
7	Descartan hechos de corrupción en el hogar de ancianos	Informativo	No	Sí	
8	APS sinónimo de entrega, compromiso y amor al prójimo	Informativo	Sí	Sí	
9	Dengue: Marcada reducción en cuatro departamentos	Informativo	Sí	Sí	Última Hora ABC Color
10	Guilian Barré: Inflamación neurológica asociada a la infección por el zika	Educativo	No	Sí	
11	Hospital Distrital de Villeta recibe equipo desfibrilador	Institucional	No	No	
12	Paraguay ya cuenta con las nuevas vacunas Bopv	Institucional	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 14*Gacetillas del 10 de marzo de 2016*

Gacetillas 10-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	230 indígenas atendidos durante ronda médica	Informativo	No	Sí	
2	Embarazadas deben redoblar cuidados ante zika	Preventivo	No	Sí	
3	Llaman a prevenir lesiones renales desde la infancia	Preventivo	Sí	Sí	Última Hora
4	Senasa habilita oficina de atención en la municipalidad de Guayaibi	Institucional	No	Sí	
5	Inician trabajos para reacondicionar oficina regional del Senasa en Santaní	Institucional	No	Sí	
6	Experta en vacunas resalta labor de Paraguay de cara a la erradicación mundial de la Polio	Institucional	Sí	Sí	- ABC Color
7	Experto brasileño insta a consultar de inmediato ante la aparición de ronchas	Preventivo	No	Sí	
8	Fortalecen urgencias del Hospital Regional de Villarrica	Institucional	No	No	
9	Involucran a estudiantes en la lucha contra vectores	Informativo	No	Sí	
10	La sal escondida detrás de productos procesados	Educativo	No	Sí	
111	Piribebuy celebra su 380° aniversario con una gran intervención comunitaria	Informativo	No	Sí	
12	Tres virus circulan por causa de un mismo vector	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15*Gacetillas del 11 de marzo de 2016*

Gacetillas 11-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Como afecta el zika a embarazadas	Educativo	No	Sí	
2	Establecen primer club de embarazadas del año en el Este del país	Informativo	No	Sí	
3	Fortalecen capacidad de de recursos humanos con curso de idioma	Informativo	No	No	
4	“Tenemos el mejor laboratorio a nivel país”	Institucional	No	Sí	
5	Promotores de Desarrollo son nexos entre familias en pobreza extrema y el Estado	Institucional	No	Sí	
6	Prevención de enfermedades son implementadas en instituciones educativas	Informativo	No	Sí	
7	Ñeembucú: Travesía para acercar servicios de salud a la comunidad	Informativo	No	Sí	
8	Impulsan control prenatal a través de clubes de madres	Informativo	No	Sí	
9	Laboratorio Central celebra 20 años de autonomía	Institucional	No	Sí	
10	MSP confirma primer caso de zika en embarazada en el país	Informativo	No	Sí	Última Hora La Nación
11	Misión Técnica de OPS presentará conclusiones de su visita al país	Informativo	No	Sí	
12	Ocho especialistas se suman al equipo médico del Hospital Regional de Pilar	Informativo	No	Sí	Última Hora
13	Ante riesgo de	Educativo	No	Sí	

	malformaciones y microcefalia, exhortan a embarazadas a acudir a sus controles.				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16

Gacetillas del 12 de marzo de 2016

Gacetillas 12-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Instalan equipo de rayos x en Hospital de Villarrica	Institucional	No	No	
2	Implementarán cantinas saludables en 12 centros educativos de Guairá	Informativo	No	Sí	
3	Debido al zika, bebés corren riesgo de nacer con malformaciones	Educativo	No	Sí	Última Hora
4	Zika: OPS insta a proteger como sociedad a las embarazadas	Informativo	No	Sí	ABC Color
5	Comunidad de San Ignacio se moviliza contra el Aedes	Informativo	No	Sí	
6	Realizan la primera sesión del Comité de Ética del MSP	Institucional	No	No	
7	Refuerzan supervisión de esquemas de vacunación de Mariano	Informativo	No	No	
8	Loma Pyta: Identifican más de 450 predios con criaderos	Informativo	Sí	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17*Gacetillas del 13 de marzo de 2016*

Gacetillas 13-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Más que nunca debemos combatir los vectores del dengue, zika y chikungunya	Educativo	No	Sí	
2	MSP instalará laboratorio con nivel de bioseguridad	Institucional	No	Sí	
3	Zika puede generar aborto espontáneo y muerte del bebé al nacer	Educativo	No	Sí	ABC Color
4	Abordan sobre estrés laboral en nosocomios especializados del INCAN	Informativo	No	Sí	
5	Refuerzan habilidades sobre captación y manejo de Tuberculosis en Barrio Obrero	Informativo	No	Sí	
6	Senasa inicia mejoras de 50 sistemas de agua en San Pedro	Institucional	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia**Tabla 18***Gacetillas del 14 de marzo de 2016*

Gacetillas 14-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Areguá declara la guerra al Aedes	Informativo	No	Sí	
2	Comunidades indígenas acceden a atención primaria de la salud, mediante el programa “sembrando oportunidades”	Informativo	No	Sí	
3	Gripe en épocas de calor: Cuídate y evitá la dispersión del virus	Educativo	No	Sí	

4	Niños obesos, potenciales enfermos crónicos	Preventivo	Sí	Sí	Última Hora
5	Potencian capacidades de equipos de salud para el control de Tuberculosis en el Chaco	Informativo	No	Sí	
6	Si tenés tuberculosis es importante que sepas que se cura	Educativo	No	Sí	
7	Capacitan a docentes en estrategia contra el dengue, zika y chikungunya	Informativo	No	Sí	
8	Alientan a la eliminación de criaderos de mosquitos	Informativo	No	Sí	
9	MAPFRE trabajará por un centro laboral saludable	Informativo	No	Sí	
10	MPS recuerda que el servicio del Seme es gratuito	Informativo	No	Sí	
11	Niñas, niños y embarazadas Mbya Guaraní acceden al PANI en Villeta	Informativo	No	Sí	
12	Zika afecta al bebé en los primeros tres meses de gestación	Educativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19

Gacetillas del 15 de marzo de 2016

Gacetillas 15-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Arranca Club de Madres en Unidad de Salud de Ñeembucú	Informativo	No	No	
2	¿Cómo protegemos a los niños de la comida chatarra?	Educativo	No	Sí	ABC Color
3	Ante zika, urge reforzar controles a embarazadas	Recomendación	No	Sí	
4	Realizan inédita neurocirugía en el Hospital	Informativo	No	Sí	Última Hora Abc Color

	de Luque				
5	Plan de contingencia será ejecutado en caso de crecidas y epidemia	Informativo	No	Sí	
6	Alianza entre salud y educación para el combate frontal del Aedes	Informativo	o	Sí	
7	Alto Paraná: Distribuyen 12 mil dosis de las nuevas vacunas contra la polio	Informativo	No	Sí	
8	Potenciarán aporte integral a usuarios de Cebinfas y hogares sustitutos	Informativo	No	No	
9	Atención médica llega a 100 afectados por las inundaciones	Informativo	No	Sí	
10	Médicos especialistas fortalecen servicios de salud en Concepción	Informativo	No	No	
11	¿Qué es el zika?	Educativo	No	Sí	
12	Ypacaraí: Instan a mujeres a practicar el pap	Educativo	No	Sí	
13	¿Sabías que el virus de la influenza puede sobrevivir sobre superficies hasta dos días?	Educativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Gacetillas del 16 de marzo de 2016

Gacetillas 16-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	APP fortalecerá estrategias de trabajos de salud	Institucional	No	Sí	ABC Ultima Hora La Nación
2	Iniciarán atención oftalmológica masiva en Yhu	Informativo	No	Sí	

3	El mosquito es la mayor amenaza para la población paraguaya	Educativo	No	Sí	
4	Establecen nuevas juntas de saneamiento en Concepción, San Pedro y Canindeyú	Institucional	No	Sí	
5	Activan plan de albergues saludables en Capital	Informativo	No	Sí	
6	Otorgan a trabajadores oportunidad para culminar sus estudios	Informativo	No	Sí	
7	Amambay implementará proyecto "Disfrutemos de la Semana Santa"	Informativo	No	Sí	
8	Senepa halla más de 1260.000 criaderos del Aedes	Informativo	Sí	Sí	Última Hora
9	Delegación de Centro Odontológico uruguayo visita al INCAN	Informativo	No	Sí	
10	Encaran actividad todos los días para hacer frente al Aedes	Informativo	No	Sí	
11	Evalúan situación de albergues en Ayolas	Informativo	No	Sí	
12	MSP confirma 3 muertes más por dengue	Informativo	Sí	Sí	Última Hora Abc La Nación
13	Refuerzan eliminación de criaderos en Valenzuela	Informativo	No	Sí	
14	Unidad Anticorrupción constata irregularidades en Puesto de Salud de Santa Teresa	Informativo	No	Sí	
15	Universitarios se alistan en la lucha contra el Aedes	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21*Gacetillas del 17 de marzo de 2016*

Gacetillas 17-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	
1	Encaran trabajos de prevención vectorial de cara a la Semana Santa en Pilar	Informativo	No	Sí	
2	Embarazadas deben adoptar prácticas seguras para evitar zika	Preventivo	No	Sí	L a Nación
3	Equipo donado por el Papa ya está en funcionamiento en el Hospital Nacional de Itauguá	Informativo	No	Sí	
4	Salud Pública dispuso cobertura para el transcurso de la marcha campesina	Informativo	No	Sí	
5	Misiones: Establecen proyecto de Semana Santa enfocado a destinos turísticos	Informativo	No	Sí	
6	Preparan intervención contra vectores en Santa María de Fe	Informativo	No	Sí	
7	Benefician a madres del programa “Tekopora” con kits “Kunu’u”	Informativo	No	Sí	
8	Brindarán datos estadísticos sobre tuberculosis en Paraguay	Informativo	Sí	Sí	
9	¿De dónde eliminan la mayor cantidad de criaderos Aedes?	Informativo	Sí	Sí	
10	Efectuarán jornada de detección temprana de diabetes	Educativo	No	Sí	
11	MSP apuesta a la formación y capacitación continua de funcionarios	Informativo	No	No	

12	Senasa inicia perforación de 100 pozos en el norte del país	Institucional	No	Sí	
13	Sensibilizan sobre atención integral a adolescentes	Informativo	No	Sí	
14	Unos 15.000 médicos residentes se incorporan al plante del Barrio Obrero	Institucional	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22

Gacetillas del 18 de marzo de 2016

Gacetillas 18-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Imputan a funcionario por supuesta confección de documentos con contenido falso	Informativo	No	Sí	
2	Con abordaje integral proponen dar freno a la incidencia de tuberculosis	Informativo	No	Sí	
3	Implementarán proyecto sanitario orientado al turismo	Informativo	No	Sí	
4	Desvinculan a contratado por incumplimiento de asignaciones laborales	Informativo	No	No	
5	Evitá salir de tu casa si estás con síntomas de dengue	Recomendación	No	Sí	
6	Red Latinoamericana y del Caribe de Promoción de la Salud se reúne por primera vez	Informativo	No	Sí	
7	Capacitan sobre psicoprofilaxis obstétrica y estimulación prenatal en Concepción	Informativo	No	Sí	
8	Suministro de alimentos en	Informativo	No	Sí	

	Itakyry se realiza en todos los horarios establecidos				
9	Incidencia por Tuberculosis en Paraguay con tendencia decreciente	Informativo	Sí	Sí	
10	Realizan jornada de promoción de la salud en Colonia Maka	Informativo	No	Sí	
11	Proyecto RISS-CONE fortalece servicios materno-infantiles en Alto Paraná	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23

Gacetillas del 19 de marzo de 2016

Gacetillas 19-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Jóvenes siguen siendo inconscientes cuando suben a una moto	Educativo	Sí	Sí	
2	Otorgan certificado internacional de estudio de sífilis al Laboratorio Central	Informativo	No	Sí	
3	Todos los servicios del MSP tienen capacidad para tratar a pacientes con Tuberculosis	Institucional	Sí	Sí	
4	Higienice sus manos después de sonarse la nariz	Educativo	No	Sí	
5	Salud Pública dispone más de 90 servicios para responder a las necesidades de salud mental	Preventivo	No	Sí	
6	Desarrollan jornada de atención integral en Colegio de Mariano Roque Alonso	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24*Gacetillas del 20 de marzo de 2016*

Gacetillas 20-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Lo que debes hacer durante el embarazo	Educativo	No	Sí	
2	Intensifican búsqueda de febriles para descartar zika	Informativo	No	Sí	
3	Las 4 cosas que hay que saber sobre la Tuberculosis	Educativo	No	Sí	
4	Aty Guasú y atención médica en Cerrito	Informativo	No	Sí	Última Hora
5	Con intercambio de experiencias pretender concienciar acerca de la Tuberculosis	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia**Tabla 25***Gacetillas del 21 de marzo de 2016*

Gacetillas 21-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Activan operativo de salud en la terminal de ómnibus	Informativo	No	Sí	A BC La Nación
2	Día del agua: Abordarán sobre fuentes de agua subterránea y su incidencia en el suministro	Informativo	No	Sí	
3	Habilitan primer club de diabéticos del año en la USF San Francisco	Institucional	No	Sí	Úl tima Hora
4	Hermosean infraestructura del Hospital Regional de Ciudad del Este	Informativo	No	No	
5	INCAN apuesta a la formación constante de su	Informativo	No	No	

	personal				
6	Más instituciones educativas se unen a la lucha contra vectores	Informativo	No	Sí	
7	Presentarán nueva edición de la "Guía Nacional de Manejo de la Tuberculosis"	Informativo	Si	Sí	
8	Servicio de ecografía en Curuguaty funcionará nuevamente	Institucional	No	Sí	
9	Visita el país el titular del Movimiento de Congreso Mundial	Institucional	No	Sí	
10	MSP establece sistema de guardia	Informativo	No	Sí	Última Hora

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26

Gacetillas del 22 de marzo de 2016

Gacetillas 22-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Asume nuevo director de la Región Sanitaria de Concepción	Institucional	No	Sí	
2	Febriales deben consultar y evitar viajar en semana santa	Preventivo	No	Sí	Última Hora
3	Investigan presunto título falso de persona que intentó gestionar registro profesional	Informativo	No	Sí	A BC Color Última Hora
4	Lanzan guías y plan para fortalecer control de la Tuberculosis	Informativo	Sí	Sí	
5	Recetas saludables para una Semana sin culpas	Educativo	No	Sí	
6	Salud firma Convenio con universidades para habilitar Centros de Formación	Institucional	No	No	

7	“Agua y empleo” tema de la celebración del Día Mundial del Agua	Informativo	No	Sí	Última Hora
8	Bloquean criaderos del Aedes Aegypti en el Cementerio de Piribebuy	Informativo	No	Sí	
9	Chiperas de María Ana	Informativo	No	Sí	
10	Notificaciones por Dengue disminuyeron en Alto Paraná, Amambay y Caazapá	Informativo	Sí	Sí	ABC Color Última Hora La Nación
11	Instituciones Gubernamentales garantizan turismo saludable en Cordillera	Institucional	No	Sí	
12	Más instituciones se suman proyecto “Escuelas y Colegios libres de criaderos”	Informativo	No	Sí	
13	Servicios de salud del MSP garantizan cobertura en Tañarandy	Informativo	No	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27

Gacetillas del 23 de marzo de 2016

Gacetillas 23-03-16	Tema	Enfoque	atos	Per tinencia	P ublicado en:
1	Garantizan asistencia de Semana Santa	Informativo	No	Sí	
2	Cuidados deben extremarse para impedir dispersión de virus en días santos	Recomendaciones	No	Sí	
3	Recomendaciones para quienes visitarán cementerios en Semana Santa	Recomendaciones	No	Sí	
4	Si tenés fiebre o roncha no	Recomendaciones	No	Sí	Ú

	viajes en Semana Santa				ltima Hora
5	Salud pide no abusar con la chipa y chocolates durante Semana Santa	Recomendaciones	No	Sí	
6	Aregueños se alistan para combatir contra el Aedes Aegypti	Informativo	No	Sí	
7	¿Cuáles son las causas más frecuentes de la demanda asistencial en Semana Santa	Informativo	Sí	Sí	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28

Gacetillas del 24 de marzo de 2016

Gacetillas 24-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Concepción se une para poner fin a la TB	Informativo	No	Si	
2	Síntomas de dengue “Repose”	Recomendaciones	No	Si	
3	Tuberculosis. Afección respiratoria prevenible y curable	Educativo	Si	Si	
4	Qué última cena no termine en problemas gastrointestinales	Recomendaciones	No	Si	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 29

Gacetillas del 25 de marzo de 2016

Gacetillas 25-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Control prenatal, indispensable durante el embarazo	Educativo	No	Si	
2	Evitar accidentes de tránsito depende de la	Preventivo	No	Si	

	prudencia de cada persona				
3	Llamá gratis al 141 ante urgencias en salud	Informativo	No	Si	
4	INAN insta a evitar intoxicaciones alimentarias y alcohólicas	Recomendaciones	No	Si	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30

Gacetillas del 26 de marzo de 2016

Gacetillas 26-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Zika: Conozca las recomendaciones para embarazadas	Recomendaciones	No	Si	
2	Adiestran a personal de TBS sobre manejo de personas con discapacidad	Informativo	No	Si	
3	Adultos mayores de Limpio disfrutaron de un Día de Campo	Informativo	No	Si	
4	Entes involucrados comparten líneas de trabajo sobre provisión de agua en el Chaco	Informativo	No	Si	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31

Gacetillas del 27 de marzo de 2016

Gacetillas 27-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Chocolate restringido para diabéticos	Recomendaciones	No	No	
2	Brindan asistencia integral en colegios de Tacuaty	Informativo	No	Si	
3	Desarrollarán Diplomado en APS	Informativo	No	No	La Nación
4	Instalan Cámaras de	Informativo	No	Si	Última Hora

	Seguridad en el Materno Infantil de San Lorenzo				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32

Gacetillas del 28 de marzo de 2016

Gacetillas 28-03-16	Tema	Enfoque	atos	Per tinencia	P ublicado en:
1	Director Regional busca reordenar	Institucional	No	Si	
2	Innovarán servicios públicos con implementación de receta electrónica	Informativo	No	Si	La Nación
3	INAN aclara que controles de alimentos son necesarios para garantizar la salud	Informativo	No	Si	
4	¿Qué hiciste contra el mosquito hoy?	Recomendaciones	No	Si	
5	Renuevan camas del Instituto de Cardiología luego de 25 años	Institucional	No	Si	La Nación Última Hora
6	Arrancá la semana con energía y salud	Recomendaciones	No	Si	
7	Charlas de concienciación acerca de la TB en Pdte. Hayes	Informativo	No	Si	
8	Fortalecen el área educativa del SENEPA	Informativo	No	Si	
9	Hospital registró 467 heridos y 3 muertos durante la Semana Santa	Informativo	Si	Si	La Nación

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33*Gacetillas del 29 de marzo de 2016*

Gacetillas 29-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Expondrán avances sobre respuesta mundial al SIDA	Informativo	No	Si	
2	Distribuyen 8 mil dosis de vacunas bivalentes contra la polio en Concepción	Informativo	No	Si	Última Hora
3	Actualizan sitios de acceso a la información pública en IBS	Informativo	No	No	
4	Trivalente contra la influenza es la indicada para nuestro país	Informativo	No	Si	ABC Color
5	IPS dispone de documentación digitalizada para registro de entidades	Informativo	No	Si	
6	Inmunizan a poblaciones indígenas de	Informativo	No	Si	
7	Tomógrafo de última generación ya funciona en Paraguarí				ABC Color

Fuente: Elaboración propia**Tabla 34***Gacetillas del 30 de marzo de 2016*

Gacetillas 30-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	A la caza del Aedes en Canindeyú	Informativo	No	Si	
2	Atención integral a diabéticos e hipertensos disponible en Altos	Institucional	No	Si	
3	Ciclos de fumigaciones y bloqueos de febriles se hacen tras mapeo de casos	Informativo	No	Si	
4	Diabetes va en aumento	Informativo	Si	Si	

	alerta la OMS				
5	Gobierno inaugura sistema de agua en el Dpto. de Paraguarí	Institucional	No	Si	
6	Inaugurarán mejoras en Hospital-Escuela Indígena de Caaguazú	Institucional	No	Si	
7	Caacupé: Desarrollan intervenciones comunitarias post Semana Santa	Informativo	No	Si	
8	Conferencia: en 6 Dptos. Disminuyeron notificaciones por Dengue	Informativo	Si	Si	Última Hora
9	El mundo erradicó enfermedades gracias a la vacunación	Informativo	No	Si	
10	Hosp. de Caacupé cuenta con área exclusiva para hidratación a febriles	Institucional	No	Si	
11	Nuevo desafío nacional: contribuir a la eliminación mundial de la polio	Institucional	No	Si	
12	MSP abre investigación por caso de prematuro quemado	Informativo	No	Si	ABC Color Última Hora
13	SEME: amplía cobertura en eventos masivos	Informativo	No	Si	
14	Vacunan a escolares contra la polio y otras enfermedades	Informativo	No	Si	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35

Gacetillas del 21 de marzo de 2016

Gacetillas 31-03-16	Tema	Enfoque	Datos	Pertinencia	Publicado en:
1	Inician detección temprana de problemas	Informativo	No	Si	

	oculares característicos de las cuatros décadas				
2	Cáncer de colon uno de los mas frecuentes entre los paraguayos	Educativo	No	Si	
3	En qué consiste el reposo por Dengue, Chikungunya o Zika	Recomendaciones	No	Si	
4	Centro de Salud de Katuete duplica cantidad de camas	Institucional	No	Si	
5	Conmemoran Día Internacional del Cáncer	Informativo	No	Si	
6	Convocan a jóvenes a conformar elenco musical para educar en salud	Informativo	No	Si	
7	Vacunas que arriban al país están disponibles a las 72 horas	Informativo	No	Si	
8	Difundirán medidas preventivas sobre inundaciones en material audiovisual	Informativo	No	Si	
9	30 mujeres participan del primer club de embarazadas del	Informativo	No	Si	
10	Más sillones de hidratación refuerzan servicios para la atención a febriles	Informativo	No	Si	
11	Vencer a la diabetes es la consigna	Informativo	Si	Si	

Fuente: **Elaboración propia**

ENTREVISTAS

Entrevista a los 3 periodistas que cubren el área salud

Sexo: Femenino, masculino, masculino

Formación: Periodistas

Diario al que presta servicios: ABC Color, Última Hora, La Nación

Preguntas

- 1- ¿Qué tipo de noticias o gacetillas son tomadas para su publicación?
- 2- ¿Qué características requieren las noticias emitidas por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social para lograr un impacto en la prensa escrita?
- 3- ¿Las gacetillas que reciben son modificadas para su publicación?
- 4- ¿Cómo amplían las informaciones que reciben desde el Ministerio de Salud?
- 5- ¿Cuándo se realiza una conferencia de prensa, resulta necesario según tu criterio el envío de gacetillas a todos los medios de comunicación?
- 6- ¿Te parece correcto enviar distintos tipos de gacetillas para cada medio de comunicación?
- 7- ¿La cantidad de gacetillas que se envían diariamente les parece suficiente?
- 8- Alguna sugerencia que tengas respecto a las gacetillas de prensa y las labores realizadas por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud Pública?

Entrevista a la directora de Comunicación del Ministerio de Salud

Profesión: Comunicadora Social

Cargo: Directora de Comunicación en Salud

Preguntas

- 1- ¿Cuál es el trabajo que realiza la Dirección General de Comunicación en Salud?
- 2- ¿Cuál es el objetivo principal de la Dirección General de Comunicación en Salud?
- 3- ¿Cuentan con un plan de estrategias de comunicación por la cual se rigen los trabajos de comunicación en salud?
- 4- ¿Cómo se desarrollan los trabajos de comunicación en la institución?
- 5- ¿Cuál es la fuente de información o datos para la preparación de materiales?
- 6- ¿Cuáles son las herramientas de difusión de la información?

- 7- ¿Cuál es el mayor logro de la Dirección General de Comunicación en Salud?
- 8- ¿Se puede decir que la Comunicación en Salud forma parte de una vía de educación y promoción de la salud?
- 9- ¿Existen algunas dificultades que se presentaron en los trabajos de comunicación?

Entrevista a la especialista en comunicación institucional

Cargo: Directora de Comunicación de la Dirección Nacional de Transporte

Profesión: Comunicadora Social

Preguntas

- 1- ¿Existen archivos históricos sobre la comunicación institucional?
- 2- ¿Cuáles son las herramientas más importantes de la comunicación institucional?
- 3- ¿Cree usted que las gacetillas de prensa, son fundamentales a la hora de informar al público?
- 4- ¿Qué necesita una gacetilla de prensa para que tenga impacto?
- 5- ¿Qué se requiere para elaborar un plan de comunicación estratégico?
- 6- ¿Aparte de las gacetillas de prensa, qué otros elementos pueden ser utilizados para comunicar?
- 7- ¿Es necesario escribir para cada público sobre un mismo tema?
- 8- ¿Qué cantidad de gacetillas se recomienda elaborar por día?
- 9- ¿Qué aspectos se deben tener en cuenta para lograr un impacto en los medios de prensa?