



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL**



**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA)
DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**ANÁLISIS DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS DE
REDUCCIÓN EN ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS REALIZADAS
POR EL MINISTERIO DE SALUD DEL ECUADOR**

AUTORA:

JENNIFER YOMAIRA GAVILANEZ LLANDAN

TUTOR:

MSC. FRANKLIN RODRIGUEZ PONCE

BABAHOYO – ECUADOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESULTADO DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

EL TRIBUNAL EXAMINADOR DEL PRESENTE DOCUMENTO PROBATORIO DE EXAMEN COMPLEXIVO, TITULADO: **ANÁLISIS DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS DE REDUCCIÓN EN ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS REALIZADAS POR EL MINISTERIO DE SALUD DEL ECUADOR**

PRESENTADO POR LA SEÑORITA: **Jennifer Yomaira Gavilánez Llandan**
ORGA LA CALIFICACIÓN DE:

8,17

EQUIVALENTE A:

TRIBUNAL

LCDO. MSC. MORA MUÑOZ
OSCAR ALFREDO
DELEGADO DELA DECANA

LCDA. MSC. HERRERA FLORES ANA
ELIZABETH
DELEGADO DEL CIDE

LCDA. MSC. CANEPPA MUÑOZ
CECILIA ISABEL
DOCENTE ESPECIALISTA

ABG. ISELA BERRUZ MOSQUERA
SECRETARIA DE LA
FF.CC.JJ.SS.EE



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a mis padres, que con tanto esfuerzo lograron darme los estudios enseñarme los verdaderos valores, guiándome siempre con sus sabios consejos para no decaer y lograr mis objetivos.

Jennifer Yomaira Gavilanez Llandan



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Jennifer Yomaira Gavilanez Llandan, portadora de la Cédula de Ciudadanía **120749771-8** estudiante del desarrollo del documento probatorio de la Dimensión Práctica del examen complejo, previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social, declaro que soy el autor del presente **proyecto de investigación**, el mismo que es original, auténtico y personal, con el tema: **ANÁLISIS DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS DE REDUCCIÓN EN ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS REALIZADAS POR EL MINISTERIO DE SALUD DEL ECUADOR**

Todos los efectos académicos ilegales que se desprenden del presente trabajo es responsabilidad exclusiva del autor.

Jennifer Yomaira Gavilanez Llandan

C.I: 120749771-8



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL
PRESENCIAL



**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL DOCUMENTO
PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIA A LA SUSTENTACIÓN.**

Babahoyo, 26 abril de 2019

En mi calidad de Tutor del *documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo de grado*, designado por el Consejo Directivo con oficio 0029-SCT-FERP, con fecha **Abril 1 de 2019**, mediante resolución CD-FAC.C.J.S.E-S0-003-RES-002-2019 certifico que el Sr. (a) (ta) **GAVILANEZ LLANDAN JENNIFER YOMAIRA**, ha desarrollado el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo:

**ANÁLISIS DEL MANEJO COMUNICACIONAL DE LAS CAMPAÑAS DE
REDUCCIÓN DE ENFERMEDADES INFECTOCONTAGIOSAS
REALIZADAS POR EL MINISTERIO DE SALUD DEL ECUADOR.**

Aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas, que regulan esta actividad académica, por lo que autorizo al egresado, reproduzca el documento definitivo del el documento probatorio (dimensión escrita) del examen complejo y lo entregue a la coordinación de la carrera de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación y se proceda a conformar el Tribunal de sustentación designado para la defensa del mismo.



FRANKLIN RODRÍGUEZ, MSc.
DOCENTE DE LA FCJSE.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



RESUMEN

En la Salud la comunicación juega un papel importante puesto que es una herramienta necesaria para informar y educar al público sobre temas relevantes para mejorar su calidad de vida y prevenir enfermedades. En el presente caso se analizó el manejo de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas ejecutadas por el Ministerio de Salud Pública (MSP) Distrito 12D01 Babahoyo con la finalidad de conocer su alcance y el manejo de dichas campañas en donde en base al análisis de los resultados obtenidos se detectó que el manejo de la comunicación de las campañas se mantiene diversos canales de comunicación y sus mensajes son de gran aporte en la información y prevención sin embargo se dejó al descubierto que se debe seguir trabajando en afianzar la relación médica-paciente para así motivar a participar, con este proyecto se busca ser un gran aporte al cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la comunicación estratégica de la salud.

Palabras claves: Campañas comunicacionales, enfermedades infectocontagiosas, comunicación estratégica.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN COMUNICACIÓN SOCIAL
MODALIDAD PRESENCIAL



ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
DESARROLLO	2
Justificación	2
Objetivos	3
Sustentos teóricos.....	4
Técnicas aplicadas para la recolección de la información	9
Resultados Obtenidos	11
CONCLUSIONES	14
BIBLIOGRAFÍA	16
ANEXOS	18

INTRODUCCIÓN

Las enfermedades infectocontagiosas se caracterizan por su fácil y rápida transmisión, provocadas por agentes patógenos como virus y bacterias que habitan en nuestro entorno. Actualmente, en el Ecuador coexisten enfermedades infectocontagiosas conocidas desde la antigüedad, como la influenza, tuberculosis, cólera, gonorrea, dengue, hepatitis y otras de diagnóstico como el Virus de Inmunodeficiencia Humana (VIH).

Debido a la mencionada problemática, el Ministerio de Salud Pública (MSP) realiza constantemente campañas informativas sobre la prevención de estas enfermedades infectocontagiosas, dirigidas a los sectores más vulnerables, con el objetivo de reducir la carga sanitaria y social de estas afecciones.

El interés de este proyecto se centra en conocer el manejo comunicacional de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas, realizadas por el ministerio de salud del Ecuador, y cómo influye en la creación de condiciones saludables para el buen vivir de la población. La recolección de información de este estudio se lo realizó mediante observación directa y entrevista.

El sujeto de estudio de esta investigación fue el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, ubicado en las calles Bolívar y Cinco de Junio, de la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos. En dicha institución se analizó cómo se manejan las campañas comunicacionales de reducción en enfermedades infectocontagiosas.

El aporte que tendrá este proyecto en la sociedad, es dar a conocer si las técnicas de comunicación actuales que maneja el Ministerio de Salud Pública, tienen el alcance que se necesita para reducir el porcentaje de enfermedades infectocontagiosas en nuestra población, con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la iniciativa de estas

campañas de prevención, mediante el análisis y la elaboración una propuesta adecuada sobre la promoción de la salud y prevención.

La línea de investigación en la que se centra este proyecto es en la educación y el desarrollo social puesto que, en base al análisis de los resultados, se logró aportar al fortalecimiento de la comunicación entorno a las estrategias comunicacional del Ministerio de Salud Pública, y al plan nacional toda una vida que promueve un desarrollo digno con iguales oportunidades para todas las personas.

DESARROLLO

Justificación

La comunicación desde inicios de la humanidad juega un papel importante, puesto que junto a ella nace de la necesidad de compartir información, debido a esto se transforma de acuerdo a sus objetivos en una comunicación estrategia, la cual surge de la necesidad de llegar a informar de manera específica de acuerdo a los intereses que se le desee obtener.

En la salud, es primordial informar y orientar al público sobre este tema, debido a que la comunicación es un actor clave dentro de esta área, sin una clasificación y distribución clara de la misma, el mensaje no llegará de buena forma a la comunidad, limitando así los efectos positivos que derivan una comunicación estratégica.

Debido a esto, el Ministerio de Salud Pública (MSP) del Ecuador, ejecuta constantes campañas de prevención e información de enfermedades infectocontagiosas, puesto que esta es una problemática común en temas salubres y se caracterizan por su fácil y rápida transmisión.

Por esta razón, es necesario conocer de qué manera influyen las campañas en la reducción y prevención de enfermedades infectocontagiosas, analizando el manejo de dichas campañas en relación a los objetivos planteados por el Ministerio de Salud.

La realización de este estudio fue factible, porque se contó con el apoyo del Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, puesto que se conoció los elementos que se emplean en el manejo comunicacional de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas desarrolladas por dicha institución pública, lo cual fue de mucha ayuda para la recolección y análisis de la información dentro de esta investigación.

El impacto que tiene este caso es relevante, debido a que las enfermedades infectocontagiosas son una problemática que se presenta en nuestra sociedad a diario por su fácil transmisión y desarrollo, por ello se debe tener como prioridad a la comunicación en temas de prevención y educación, debido a que influye en nuestras vidas y es una herramienta que aporta al cumplimiento de los objetivos.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la estrategia comunicacional de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas ejecutadas por el Ministerio de Salud del Ecuador, para descubrir la eficacia y limitaciones en el diseño e implementación dichas campaña en relación a los objetivos de comunicación.

Objetivo Específico

- Identificar y describir el enfoque subyacente en la estrategia comunicacional.

- Determinar de qué manera influyen las campañas en la reducción de enfermedades infectocontagiosas.

SUSTENTOS TEÓRICOS

La comunicación

Se entiende el proceso mediante el cual un emisor transmite significados a un receptor y se acepta que no sólo está vinculada al lenguaje sino a todo sistema de señales, convendremos en afirmar que la Comunicación fue actividad social mucho antes que objeto de interés. (M^a Verónica De Haro De San Mateo, 2014)

La comunicación es una cualidad inherente e inteligente del ser humano, es también un acto que le permite participar con el otro, para la construcción de sus saberes y sus acciones, consiste además en la edificación de vínculos simultáneos y dinámicos. (Durán, Cisneros, Meléndez, & Leonor, 2016)

Elementos de la comunicación

Los elementos de la comunicación forman parte del proceso en el que el mensaje llega al receptor, siendo igual de importante la forma en que se lo maneje, para que así cumpla con el propósito de informar en la mejor manera posible, de acuerdo con la Academia COE. (2015) estos elementos son:

- **Emisor.** Persona que transmite algo a los demás.
- **Mensaje.** Información que el emisor envía al receptor.
- **Canal.** Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.
- **Receptor.** Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.

- **Código.** Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.
- **Contexto.** Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.

La comunicación estratégica

La comunicación estrategia es utilizada con el propósito en particular de informar, buscando como resultado cumplir con los objetivos planteados, asimismo Maldonado (2012) indican que: “Comunicación Estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses y objetivos”.

En el ámbito educativo, la comunicación tiene un papel importante, debido a que se centra en los objetivos por medio de la difusión del mensaje, esto quiere decir que la instrucción que se recibe es fundamental para el entendimiento claro de lo que transmitir. Según Maraví (2015) expresa lo siguiente:

La comunicación educativa es un caso particular de la comunicación humana, la cual está incluida en formas de comunicación más amplias. Básicamente, la comunicación consiste en que uno o más sujetos establecen relación con otro u otros sujetos. La relación puede ser casual, eventual o frecuente, como un proceso más o menos duradero.

En el ámbito organizacional, la comunicación se centra en alcanzar los objetivos internos por medio de la difusión de información acertada que ayude al cumplimiento de

dichas metas, se la denomina como estrategia comunicacional y es manejada de forma informativa o publicitaria.

La comunicación en la salud

La comunicación en salud ha sido definida como el arte y las técnicas para informar, influir y motivar al público sobre temas de salud relevantes desde la perspectiva individual, comunitaria e institucional. Se ocupa de la prevención de enfermedades, las políticas de salud y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades y los individuos. Como su propio nombre lo indica, es un campo totalmente multidisciplinario: además de ciencias de la salud y de la comunicación, se enriquece con la antropología, la sociología, la psicología, la neurociencia y la ingeniería, entre otras disciplinas. Ninguna de estas especialidades puede abordar por sí sola los problemas y desafíos que emergen de este territorio mixto. Naturalmente, nos ocupamos de asuntos relacionados con la creación y la reproducción de sentidos entre diferentes actores, a través de diferentes medios de comunicación. (Busse & Godoy, 2019)

La comunicación en la salud es una estrategia fundamental para informar y educar al público sobre temas relevantes, debido a esto es importante que la ejecución de la comunicación dentro de dicho sector, sea considerada parte importante del desarrollo de campañas de prevención y concientización. En donde según Díaz (2015) :

La promoción de la salud requiere de una comunicación eficaz, tanto de las posibilidades de desarrollo individuales y colectivas, como de los riesgos que pueden estar presentes y comprometan su salud. Este último aspecto constituye un elemento indispensable de la gestión de brotes o epidemias, piedra angular de las labores de prevención.

Se requiere una información oportuna y una educación constante dentro de la salud pública, por ello es importante una comunicación eficiente que sirva de instrumento para el

cumplimiento de los objetivos. Asimismo los autores Delgado, Caridad, Estopiñán, & Martínez (2016) definen que “Específicamente en salud, significa educar, informar, convencer y explicar sobre comportamientos individuales y sociales saludables, que, además, proporcionan a las personas y comunidades las ventajas y elementos necesarios para mejorar su calidad de vida y prevenir enfermedades”.

Campañas comunicacionales

Las campañas comunicacionales son una estrategia de comunicación que tiene como finalidad difundir un producto, servicio o información, para así cumplir con los objetivos planteados. En la salud, las campañas comunicacionales se centran en informar y educar a la población con el objetivo de reducir la carga sanitaria, asimismo Villafranca (2015) lo define como:

Las campañas de comunicación sociales, entre las que se encuentran las de salud, se caracterizan por su finalidad, la de informar e influir en las conductas para producir beneficios sociales, no comerciales. Éste es uno de los objetivos prioritarios que se marca el colectivo de pacientes para lograr sus fines. En el ámbito de las enfermedades con baja prevalencia, las campañas parten fundamentalmente de las iniciativas de las organizaciones de pacientes y su prioridad es la educación social.

Para una efectiva comunicación en salud es necesaria la realización de campañas. Entre los objetivos principales que persiguen éstas figuran: la adopción de actitudes y comportamientos nuevos, la prevención de determinadas enfermedades, el fomento del conocimiento de los síntomas para obtener un diagnóstico precoz, ofrecer la información necesaria para acceder a un posible tratamiento o la atención sociosanitaria adecuada, entre otros. (Villafranca, 2015)

La comunicación trasciende lo que conocemos como medios masivos de comunicación (prensa, radio y TV), y una buena campaña de prevención o de promoción de la salud

puede ser mucho más efectiva si se tiene un contacto constante con la población a la que queremos llegar. Por ello, no sólo es necesario enfatizar en los programas de comunicación desde los centros de salud, sino también estructurar campañas comunicativas que prioricen el aspecto de participación de la sociedad y del contacto directo. (Feo Acevedo & Feo Istúriz, 2013)

Debido a esto, es necesario según Acevedo & Feo (2013) que “Estos medios pueden ser un instrumento importante para la promoción de la salud y para confrontar las conductas y hábitos nocivos y perjudiciales”.

Como se establecen las campañas comunicacionales

Según la investigadora en comunicación Silvia Mazzoli (2019) menciona dentro de su blog digital los ocho pasos que hay que tener en cuenta antes de lanzar una campaña comunicacional al mercado o público, las cuales son:

1. Determinar claramente y cuantificar los objetivos de la campaña. ¿Qué se pretende conseguir? ¿Lanzamiento, notoriedad, nuevos clientes, fidelización...? Algunos ejemplos de objetivos cuantitativos pueden ser: alcanzar x conversiones (o ventas), x pruebas de producto, solicitudes de información, captación de leads, etc. en un determinado periodo de tiempo.
2. Definir el público objetivo (target) al que nos vamos a dirigir. Por ejemplo: grandes empresas de un sector específico, personas con determinadas necesidades y/o perfiles socio-demográficos concretos, etc.
3. Seleccionar los medios de comunicación a los que se encuentra expuesto nuestro público objetivo. Escoger dónde concentrar nuestros esfuerzos de comunicación, estableciendo un mix de medios. Por ejemplo: publicaciones sectoriales, un determinado evento, redes sociales concretas, etc.

4. Valorar el presupuesto: ¿Cuánto nos podemos gastar, cuánto nos deberíamos gastar y cuánto acabaremos gastando?
5. Diseñar el contenido y los mensajes de la campaña. ¿Qué queremos comunicar?
En este punto debemos enfocarnos en nuestra propuesta de valor, beneficios, aspectos diferenciales y posicionamiento. También será imprescindible adaptar el mensaje a los medios escogidos. Por ejemplo, en Twitter es necesario concentrarlo en pocos caracteres, mientras que en la publicidad exterior adquieren mucha importancia elementos visuales como el color, el tamaño, etc. u otros como el emplazamiento, un eslogan efectivo, etc.
6. Establecer el plan de acción de la campaña, detallando las distintas acciones que la compondrán, escogiendo el momento más oportuno y definiendo su duración.
7. Asignar responsables de la gestión de la campaña: personal de la propia empresa, colaboradores externos, una agencia, etc.
8. Preparar instrumentos adecuados de medición y control para, una vez finalizada la campaña, dar respuesta a la pregunta: ¿Qué resultados hemos logrado con la campaña realizada? ¿Hemos conseguido nuestros objetivos?

TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Tipo de Investigación a Aplicarse

Investigación Diagnóstica: Por medio de la investigación se determinó los elementos que se aplican dentro del manejo comunicacional de las campañas de reducción de enfermedades infectocontagiosas realizadas por el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, con la finalidad de levantar información que aporte a los análisis de este estudio.

Investigación Descriptiva: A través de esta investigación se observó y determinó de qué manera influyen en la comunidad las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas realizadas por el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, por medio del análisis del impacto y canal de difusión de cada tipo de campaña.

Investigación de Campo: Esta investigación permitió tener un acercamiento con los hechos, en este caso con el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, y así aplicar las técnicas adecuadas para recopilación de información que aporte al desarrollo de este estudio.

Técnicas aplicadas

Observación directa: Esta técnica se caracteriza por observar el sujeto de estudio para así tomar la información y recopilarla para un posterior análisis. Gracias a esta técnica se pudo levantar evidencia proporcionada por el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, tales como fotografías, afiches y videos de las campañas ejecutadas para la reducción en enfermedades infectocontagiosas en nuestro país.

Entrevista estructurada: Es una técnica que se centra en obtención de datos por medio del dialogo entre dos personas, en donde el entrevistador pregunta sobre un tema u objetivo específico de estudio para obtener información que aporten a su investigación. Por medio de esta técnica, se logró entrevistar al licenciado Jacinto Alvarado, (Analista distrital de comunicación, imagen y prensa) del Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, con el objetivo de conocer cómo se manejan las campañas comunicacionales para la reducción en enfermedades infectocontagiosas, así como el objetivo y alcance de las mismas.

RESULTADOS OBTENIDOS

Para el desarrollo de este caso de estudio se analizaron las campañas comunicacionales de reducción en enfermedades infectocontagiosas ejecutadas por el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, por medio de una entrevista estructurada al representante de comunicación de dicho establecimiento, en donde se recolectó la siguiente información:

Tabla 1.

Campañas de reducción de enfermedades comunes infectocontagiosas en el Ecuador.

Campañas comunicacionales de reducción en enfermedades infectocontagiosas				
Campañas ejecutadas	Descripción	Frecuencia de ejecución	Canal de difusión	Objetivo
Campaña de Prevención de Embarazo en Niñas y Adolescentes para el Sistema Educativo	La campaña comunicacional denominada “ ESA ES, Educación Sexual para Prevenir ” es parte de las acciones que el Gobierno Nacional desarrolla para asegurar el acceso efectivo de los adolescentes a una educación sexual integral que aborde aspectos sobre sexualidad, planificación familiar, derechos sexuales y reproductivos.	Cada año en todas las unidades educativas públicas de 25 cantones priorizados	-Entrevistas -Conferencias de prensa -Notas de prensa -Página web institucional -Redes sociales -Capsulas informativas transmitidas en las unidades de salud -Casas abiertas -Puntos de información -foros -Conferencias -Conversatorio	Promover a los adolescentes el acceso de manera universal a información, educación y servicios de salud sexual y reproductiva, para la toma de decisiones libres, responsables sobre su sexualidad y reproducción.

Campaña “Tú bebé sin VIH: Hazte la prueba”	El Ministerio de Salud Pública (MSP) realiza varias acciones para la prevención de la transmisión de VIH de madre a hijo, entre ellas: Captar oportunamente a la mujer embarazada y practicarle un tamizaje de VIH cada tres meses, más un tamizaje previo al parto y control prenatal adecuado.	Cada trimestre	<ul style="list-style-type: none"> - Entrevistas - Conferencias de prensa - Notas de prensa - Página web institucional - Redes sociales - Cápsulas informativas - Casas abiertas - Puntos de información 	Concienciar a la población ecuatoriana, especialmente a las mujeres en edad fértil y embarazadas, en la importancia de realizarse la prueba de VIH antes y durante el periodo de gestación, con el fin de identificar de forma temprana el virus, el tratamiento y las acciones de prevención.
Campaña para prevenir la influenza, dengue, zika y chikungunya	La autoridad sanitaria trabajará en tres líneas de acción para el control vectorial: controles químicos a través del uso de plaguicidas; controles físicos mediante la eliminación de criadores del mosquito transmisor Aedes Aegypti; y campañas informativas	Cada año en época invernal de Enero a Mayo, en regiones de la costa ecuatoriana	<ul style="list-style-type: none"> - Jornadas de perifoneo - Casas abiertas, puntos de información - Redes sociales - Entrevistas - Conferencias de prensa - Notas - Página web - Conversatorio 	Disminuir la transmisión de enfermedades producidas por vectores y la influenza, que se presenta con mayor frecuencia durante la temporada invernal.

Elaborado por: Jennifer Gavilanez

Nota: Departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo (2019).

Gracias a la proporción de estos datos se logró analizar la estrategia comunicacional de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas ejecutadas por el Ministerio de Salud del Ecuador, distrito 12D01 Babahoyo, en donde se detectó lo siguiente:

- Los canales de comunicación utilizados dentro de la difusión de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas, tienen un gran alcance, sin embargo, la información se basa a nivel nacional y no logra captar la atención de una población específica, propia de una ciudad, parroquia o recinto.
- Las acciones comunicacionales abordan aspectos relativos en asuntos inherentes a problemas de salud pública.
- La participación de la comunidad es uno de los grandes retos en los programas de salud, debido a que existe poco interés en conocer e informarse.

Mediante el análisis de la tendencia de los últimos 4 años, de las campañas se pudo detectar que:

Tabla 2.

Cifras de los últimos casos de enfermedades infectocontagiosas zona 5

Enfermedades	2015-2016		2017-2018	
	Casos	Muertes	Casos	Muertes
VIH	772	38	653	28
TUBERCULOSIS	875	78	227	49
INFLUENZA				
A(H1 N1)				
H3N1	No específico	No específico	9 casos	
INFLUENCIA B				2 muertes
HEPATITIS				

Elaborado por: Jennifer Gavilanez

Nota: <https://www.salud.gob.ec/informacion-estadistica-de-produccion-de-salud/>

Dentro del análisis de las enfermedades infectocontagiosas según el informe del Ministerio de Salud Pública, en la Zona cinco que comprende a los distritos de las provincias de (Bolívar, Los Ríos, Santa Elena, Galápagos y una parte del Guayas) los últimos cuatro años habido una reducción en los casos de mortalidad, según las cifras proyectadas en la página web oficial del ministerio de salud del Ecuador, definidas en la (tabla 2), dejando al descubierto que el trabajo por parte de la salud pública, cumple con su objetivo de reducir la carga de mortalidad anual, en especial del virus de la inmunodeficiencia humana (VIH).

De acuerdo a cada situación detectada dentro de esta investigación, se han planteado las siguientes posibles soluciones:

- Motivar la participación general por medio de la designación de líderes comunitarios o institucionales, como transmisores de información y ayuden a tener un acercamiento apropiado con la población, con el objetivo de sensibilizar a la comunidad respecto a la corresponsabilidad que debe asumir en cuanto al cuidado de la salud personal, familiar y comunitaria.
- Establecer un canal de comunicación directa y distrital, el cual contrapone lo que ya es conocido, es decir, información distribuida de forma general en la Zona Cinco, además de afianzar las relaciones que se tienen como los medios de comunicación públicos y privados.

CONCLUSIONES

El estudio aplicado al análisis del manejo comunicacional de las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas realizadas por el Ministerio de Salud Pública (MSP), distrito 12D01 Babahoyo, permitió determinar cómo se desarrolla esta organización de acuerdo a su función y procesos comunicacionales.

El interés por la efectividad dentro de la salud pública en el Ecuador, se ejecuta por medio de la comunicación estratégica, las cuales se centran en informar y educar a la

población con el objetivo de prevenir enfermedades, reducir la carga sanitaria y mejorar la calidad de vida de la población.

A pesar de tener diversos canales de distribución informativa para las campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas y contar con un estudio estructurado de las más comunes y perjudiciales, no logra captar la atención generalizada, debido a que no se llega con un mensaje teledirigido al distrito 12D01 Babahoyo, sino a un todo, en referencia a la Zona Cinco de Salud.

Por ende, la promoción de la salud pública requiere de una comunicación efectiva, que abarque las facultades en el desarrollo individual y colectivo, sobre los riesgos que comprometen la salud, en el caso que no se informe de manera adecuada sobre la prevención y control de enfermedades de fácil transmisión.

Debido a que, en temas de prevención de salud, es indispensable afianzar la relación médico-paciente en todas las áreas de la institución, para así motivar a los usuarios a informarse sobre las campañas de prevención e información de enfermedades infectocontagiosas y así poder evitar complicaciones de salud.

El enfoque del modelo de Comunicación Estratégica, debe estar presente en las campañas de enfermedades infectocontagiosas dentro de las organizaciones de la salud pública, debido a que es una herramienta inmediata para el cumplimiento de los objetivos planteados, los cuales mejoran la calidad de vida de la población.

BIBLIOGRAFÍA

- Academia COE. (31 de 1 de 2015). *Comunicación Oral y Escrita*. Obtenido de <http://coe.academia.iteso.mx/2015/01/31/proceso-comunicativo/>
- Busse, P., & Godoy, S. (2019). Comunicación y salud. *Cuadernos.info*(38), 10-13. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000100001
- Delgado, N., Caridad, M., Estopiñán García, M., & Martínez Abreu, J. (2016). La comunicación en el primer nivel de atención de salud. *Revista Médica Electrónica*, 38(2), 261-269.
- Díaz, C. (2015). La comunicación en salud como premisa fundamental para la percepción de riesgo en las poblaciones. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 53(2).
- Durán, P., Cisneros, N., Meléndez, V., & Leonor, M. (2016). Comunicación Estratégica: construcción comunicacional de la estrategia corporativa en organizaciones sociales. *Revista Civilizar*, 3, 175-194.
- Feo Acevedo, C., & Feo Istúriz, O. (2013). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. *Saúde em debate*, 37, 84-95.
- M^a Verónica De Haro De San Mateo. (2014). *La comunicacion a traves de la historia*. España: ACCI.
- Maldonado, M. (26 de febrero de 2012). *Blog Maria Maldonado*. Obtenido de <http://maridaliyamaldonado.blogspot.com/2012/02/que-es-la-comunicacion-estrategica.html>
- Maraví, R. (2015). LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA. Obtenido de [http://augustofrisancho.com/descargas/Profesores-Art%C3%ADculos-e-investigaciones-LA-COMUNICACI%C3%93N-EDUCATIVA-\(Rub%C3%A9n-Mes%C3%ADa\).pdf](http://augustofrisancho.com/descargas/Profesores-Art%C3%ADculos-e-investigaciones-LA-COMUNICACI%C3%93N-EDUCATIVA-(Rub%C3%A9n-Mes%C3%ADa).pdf)
- Silvia Mazzoli. (18 de Febrero de 2019). *Cómo crear una Campaña de Comunicación en 8 Pasos*. Obtenido de www.silviamazzoli.com:

<https://www.silviamazzoli.com/como-crear-una-campana-de-comunicacion-en-8-pasos/>

Villafranca, P. (2015). Análisis de las campañas de comunicación de pacientes con enfermedades raras en España. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(5), 1042-1059.

ANEXOS

ANEXO 1.

Ilustración 1. Entrevista



ANEXO 2. ENTREVISTA

Entrevistado: Licenciado Jacinto Alvarado, (Analista distrital de comunicación, imagen y prensa) del Ministerio de Salud Pública (MSP),

Entrevistador: Jennifer Gavilanez

Tema: Campañas de reducción en enfermedades infectocontagiosas realizadas por el Ministerio de Salud del Ecuador

¿Con qué frecuencia realizan campañas?

El Ministerio de Salud Pública implementa campañas comunicacionales acorde a las iniciativas institucionales con base en la promoción de la salud y prevención de enfermedades.

Las acciones comunicacionales abordan aspectos relativos a asuntos inherentes a problemas de salud pública. Citamos como ejemplo las siguientes campañas:

- Campaña de Prevención de Embarazo en Niñas y Adolescentes para el Sistema Educativo
- Campaña “Tú bebé sin VIH: Hazte la prueba”
- Campaña de sarampión
- campaña de influenza

¿Qué medios utilizan para la difusión de las campañas?

Se emplean los medios de comunicación social, para el efecto se programan entrevistas, conferencias de prensa, se envían notas de prensa. También se usan recursos alternativos como la página web institucional, cuentas en redes sociales que son manejadas por las Coordinaciones Zonales de Salud, producción de videos que se transmiten en las

plataformas audiovisuales de las unidades de salud, jornadas de perifoneo, casas abiertas, puntos de información, foros, conferencias, conversatorios, etc.

¿Cuáles son los temas más recurrentes que abordan las campañas?

La prevención de la influenza, el dengue, zika y chikungunya, suele abordarse con mayor frecuencia por ser problemas de salud que mantienen su incidencia durante todo el año, por las condiciones medioambientales en el país, particularmente en la Costa y la zona del Subtrópico del país.

¿Qué resultados han obtenido de las campañas?

El principal objetivo que se plantea el Ministerio de Salud Pública a través de las campañas comunicacionales y jornadas de movilización social, es la sensibilización de la población respecto a la corresponsabilidad que debe asumir en cuanto al cuidado de la salud personal, familiar y comunitaria.

En ese contexto, las estrategias utilizadas han permitido los siguientes resultados:

- La conformación de Comités Locales de Salud

