



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA PROFESIONAL DE PERIODISMO**

**IMPORTANCIA DEL ROL DEL COMUNICADOR
INSTITUCIONAL EN EL CAMPO DE LA SALUD**

**CASO: INSTITUTO NACIONAL DE
ENFERMEDADES NEOPLÁSICAS**

**Monografía elaborada por el Bachiller en Periodismo
JEAN CARLOS CAMÁN AGUIRRE
Para optar el título de Licenciado en Periodismo**

**Lima - Perú
2016**

DEDICATORIA

A Dios y toda mi familia
por todo su inmenso amor apoyo

AGRADECIMIENTOS

A todos los que me ayudaron y compañeros de trabajo que me ofrecieron su apoyo incondicional además de sus buenos consejos en cada paso que voy dando por mi carrera.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
--------------	---

CAPÍTULO I

EL PERIODISMO, LA SALUD, LA INSTITUCIÓN Y EL CÁNCER

1.1 El periodismo institucional en la salud	5
1.1.1 Periodismo científico	6
1.1.2 Periodismo en la salud	8
1.1.3 Comunicación en salud	10
1.1.4 Periodismo institucional	12
1.1.5 Imagen institucional o corporativa	13
1.2 La salud como componente de la educación preventiva	15
1.2.1 La salud	15
1.2.2 Promoción de la salud	16
1.3 El cáncer	17
1.4 El Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas	19

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DEL

INEN EN SU CAMPO DE ACCIÓN

2.1 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa escrita	21
2.1.1 Notas de prensa	22
2.1.2 De la nota de prensa a la entrevista	24
2.1.3 De la nota de prensa a la infografía periodística	25
2.2 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa radial	26
2.2.1 Programa ‘Preventorio Radial’	28
2.2.2 Programa ‘Vida en Plenitud’	29
2.2.3 Spots radiales	30
2.2.4 Invitaciones a programas radiales	31
2.3 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa televisiva	32
2.4 El rol del comunicador institucional del INEN en los medios digitales	33

2.4.1 Contenido en la página web	34
2.4.2 La administración de la página oficial de Facebook	35
2.4.3 La administración de la cuenta oficial de Twitter	36
2.4.4 La administración en la cuenta oficial de YouTube	37
2.5 El rol del comunicador institucional del INEN en la comunicación interna	38
2.5.1 Materiales gráficos y escritos	39
2.5.2 Materiales audiovisuales	40

CAPÍTULO III

EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOBRE CÁNCER POR PARTE DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DEL INEN

3.1 Establecimiento de la agenda periodística para el comunicador institucional	42
3.1.1 La temporalidad mediática en las informaciones sobre cáncer	43
3.1.2 Selección crítica de temas a tratar en la información	44
3.1.3 Calendarización del instituto en los temas de cáncer para el comunicador	47
3.2 El tratamiento periodístico del comunicador institucional del INEN	50
3.2.1 Titulares apropiados	51
3.2.2 Redacción científica entendible	53
3.2.3 Evitar estereotipar a los pacientes	55
3.2.4 Reconocer al público a quién se dirigirá la información	52
3.2.5 Correcto manejo de los términos y referencias	58
3.2.6 Uso apropiado de fotografías y gráficos	60

CONCLUSIONES 62

APÉNDICES 64

Apéndice A: Entrevista al Lic. En ciencias de la comunicación César Felipe Ruiz Córdor	64
Apéndice B: Entrevista al Lic. En periodismo Édgar Palomino Malqui	66
Apéndice C: Gráficos	68

BIBLIOGRAFÍA 69

INTRODUCCIÓN

La presente monografía tiene por finalidad descubrir la Importancia del rol del comunicador institucional en el campo de la salud. Caso: Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas' (INEN) Organismo Público Ejecutor que tiene como principal actividad el estudio e investigación del cáncer, ubicando en este documento al objeto de estudio que es el rol que desempeñan los comunicadores institucionales de dicha entidad en el sostenimiento de la promoción de la salud y la prevención del cáncer.

Para ello se ha establecido una metodología que emplea una técnica cualitativa que consiste en el análisis de las actividades que realizan los

comunicadores del INEN en el campo del periodismo institucional promoviendo una cultura de prevención en la población peruana.

También se ha empleado la técnica documental y bibliográfica en donde se recopilan libros, textos y declaraciones que involucran a los sujetos de análisis en el ejercicio de su trabajo. Este estudio monográfico distribuye de manera ordenada la información resultante de la investigación cuya base tiene la experiencia personal obtenida al momento de realizar el trabajo.

La importancia del tema radica en que el rol del comunicador institucional en el INEN es de informar a la población peruana todo acerca del cáncer, tanto como lo es la prevención, diagnóstico y el tratamiento de esta enfermedad. Abordando dicha información de forma ética, difundirla de una manera legible y entendible, valiéndose de los recursos que estén a su alcance como son los medios de comunicación tanto impresos, radiales, televisivos y digitales.

Finalmente se utilizara la técnica descriptiva donde se selecciona y describe los conceptos sobre periodismo en la salud, la imagen corporativa como complemento del periodismo institucional. Además servirá para futuras investigaciones cuyo tema se centra en las ciencias de la comunicación en el campo de la salud en nuestro país, asimismo será una referencia para los profesionales de la salud que desean obtener conocimientos acerca del cómo llegar a la población y sus grupos etarios para la difusión de información

CAPITULO I:

EL PERIODISMO, LA SALUD, LA INSTITUCIÓN Y EL CÁNCER

1.1 El periodismo institucional en la salud

El periodismo tiene una gama de especializaciones donde se puede desenvolver y tratar la información para un propio sector y tema, en materias de lo institucional en la salud es el ejercicio de estrategias comunicativas dentro de una organización dedicada al estudio de la salubridad.

Las instituciones, entidades y en sumo todo organismo integrado por grupos de personas que ejercen sus actividades laborales dentro de una organización necesitan tener un área dedicada a las comunicaciones y velar por las relaciones entre estas. En el caso de la salud, esta ciencia tiene centros de investigación donde se analiza y estudia cada patología que afecta a los seres humanos así como el estudio de cómo prevenir estos padecimientos, tratamiento del paciente y la cura.

Por ello estas áreas encargada de las relaciones y comunicaciones necesitan estar conformadas por profesionales capacitados en materias de periodismo y todo lo relacionado con las ciencias de la comunicación con nociones sobre imagen corporativa e institucional a su vez conocer de qué manera abarcar los temas de salud con la información que nace dentro del sector salud respetando su estudio y base científica. Asimismo el de poder resaltar la actividad de una institución de salud donde es el estudio y la investigación las bases sólidas que las conforman en materia de ciencia y medicina.

1.1.1 Periodismo científico

El periodismo es un campo diverso que abarca todas las actividades que realiza la humanidad, en la ciencia el periodismo ha encontrado un espacio diverso donde se puede desenvolver el quehacer informativo desarrollando técnicas que pueden ayudar a facilitar la comprensión de este sector tan complejo como lo es la ciencia.

El periodismo científico se propone contar al público a través de los medios de comunicación de masas la actualidad científica, tecnología, informaciones y descripción de laboratorios y centros de investigación. El periodismo científico crea un clima de interés por parte de la población a la ciencia y de una conciencia pública sobre el valor y la rentabilidad de la investigación científica y técnicas para lograr un desarrollo integrado y armonioso de las masas en la civilización tecnológicas (Calvo 1984: 79)

El autor señala que el periodismo científico es una especialidad informativa en estos tiempos, además refiere que las publicaciones de índole científica, tratada con las técnicas de los profesionales de la comunicación, a medida que crecen y mejoran la sociedad estarán cada vez más influida por la ciencia y la tecnología.

El periodismo científico tiene un futuro muy prometedor, la actualidad informativa estará cada vez más integrada a los temas de ciencia y tecnología (1984:79). A medida que el hombre descubre y experimenta en base a sus conocimientos estos van en aumento y con ello fomenta el interés.

Según Calvo, el periodismo científico se define en tres términos, el primero de ellos manifiesta que una de las tareas principales es de comunicar al público de una manera inteligible, clara y precisa los avances científicos y los descubrimientos de la ciencia moderna, esto quiere decir que los periodistas que se encargan de cubrir informaciones de esta índole tiene como responsabilidad situar al lector y utilizar palabras y frases que este pueda entender. De esta manera el mensaje llegará sin obstáculos y dudas (1984: 80), por ello el periodista debe tener en cuenta a que

público se dirige y de qué manera utilizar los términos adecuados para que la información pueda ser vista, leída y entendida en su totalidad.

En segundo lugar, el periodismo científico tiene el deber de enseñar, la contribución que debe otorgar al conocimiento de la humanidad es de suma importancia. Calvo resalta que el periodismo científico debe saciar el hambre y estimular las mentes de un cierto sector de la población que gusta de contenido de temas científicos, por esta razón se debe tratar la información de manera sencilla y coherente. Y por último el periodismo científico debe sensibilizar a la sociedad sobre los grandes fenómenos de nuestros tiempos, esto quiere decir que el periodismo en el campo de las ciencias y tecnología debe crear un clima sobre los efectos sociales que pueden tener una propuesta de transformación por parte de la comunidad científica y que pueden afectar positiva o negativamente la vida del ser humano. (1984: 80). Por ello el periodismo tiene el papel de ser un contribuyente en la educación para la población cuando las informaciones que se publica tienen como tema las ciencias.

1.1.2 Periodismo en la salud

En tiempos posteriores los temas de salud solo eran tomados por los medios de comunicación como informaciones de relleno, para terminar la diagramación o completar algunos segundos del noticiario de la mañana. A medida que crecía el conocimiento del ser humano por las ciencias y la salud, comenzaba a aumentar el interés por parte de la población por adquirir información acerca de este tipo de

temas. En estos últimos años el periodismo en la salud sirvió como un canal, un alimentador, una buena opción para encontrar formas de informarse sobre el estudio de enfermedades fuera de un consultorio médico, desde el centro de trabajo o la comodidad del hogar.

A partir que la población buscaba cada vez más fuentes que les enseñe acerca de las enfermedades y las manera como impedir que estas afecten su salud o cuales la cura para estos padecimientos, emergió la necesidad por contar con un tratamiento de la información muy detallista, por ello se requería de periodistas especializados en los temas de salud, que tienen como papel principal hacer entender al lector lo que está leyendo mediante técnicas de redacción sencillas, dejando los términos y palabras científicas por frases al alcance de su entendimiento.

Según Gonzáles la figura periodística se sitúa como intermediaria entre la sociedad y la realidad sanitaria además la existencia de periodistas especializados en sanidad en los medios de comunicación garantiza la presencia continuada de información sobre temas sanitarios en los periódicos, revistas, radio, televisión, medios digitales y agencias de noticias (2004: 304). De esto se deduce que debe existir en la formación periodística en las universidades e institutos una especialización en temas de salud, de esta manera se podrá obtener a profesionales dedicados a este rubro y se obtendrá productos informativos de calidad.

En relación a este tema cabe resaltar que el proceso de selección de informaciones, el medio priorizará los distintos asuntos mediante una agenda

determinada, esto es en la temporalidad que se dan los temas de coyuntura a cerca de la salud. Ante ello el profesional de la comunicación desechará un lenguaje confuso y técnico por claridad para que se pueda acceder a todo público (2004: 305). Es entonces se menciona que el periodista debe ejercer como una especie de traductor de términos científicos en palabras sencillas.

Por tanto el periodismo en la salud tiene la responsabilidad social de informar con claridad, establecer patrones en pos de la prevención de enfermedades y traer apaciguamiento en tiempo de alarmas falsas por el desconocimiento de enfermedades y sus formas de conducta. El periodismo en la salud ejerce un poder en la población, fomenta la investigación y da pie a futuros estudios para el bien de la humanidad sirviendo como complemento el de difundir los hallazgos científicos en un lenguaje sencillo y entendible.

1.1.3 Comunicación en salud

La ciencia en la salud ha tenido la necesidad de poder comunicar efectivamente a la población sobre todo los avances que va realizando. Por ello comunicación en salud refiere el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones y conductas individuales así también las comunitarias que mejoren la salud.

Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos de mejorar la salud pública y personal, asimismo de contribuir en todos los aspectos de la prevención de la enfermedad incluyendo las relaciones entre los profesionales de la salud con los pacientes para la construcción de mensajes y campañas de salud pública.

En cuanto a la promoción de la salud, es aquella estrategia que facilita el conocimiento de los mensajes y la búsqueda de información acerca de temas de salud por parte de la población valiéndose de la utilización de imágenes en los medios masivos de comunicación.

El empleo sistemático de medios de comunicación, de grupos masivos y mixtos, así como tradicionales modernos, son herramientas de apoyo al logro de comportamientos colectivos funcionales que cumplan los objetivos de los programas de salud pública. Además Beltrán argumenta que estos objetivos son enunciados por instrumentos básicos de programación institucional, tales como: Políticas, estrategias y planes que buscan normar el desempeño de los organismos públicos y privados logrando que la población adopte conductas propicias al cuidado eficaz de la salud Beltrán (1995).

Según Mosquera la comunicación en salud se concibe como un proceso estratégico para optimizar las acciones encaminadas a lograr una utilización racional de la oferta de servicios de salud, mejorar la eficiencia y efectividad de los programas dirigidos a la prevención de la enfermedad y promoción de la salud (2003: 2)

Conjuntamente agrega que las investigaciones han demostrado que programas de comunicación en salud, basados en la teoría de la comunicación para la salud pueden poner este tema en la agenda pública, reforzar los mensajes sanitarios y estimular a las personas para que busquen más información dando paso a la adopción de estilos de vida saludables.

1.1.4 Periodismo institucional

El periodismo institucional es aquella modalidad de la ciencias de la comunicación social que se desempeña en el campo administrativo de una empresa u organización abarcándose en una serie de actividades comunicativas, cuyo fin es asegurar las buenas relaciones internas, entre las áreas que la conforman, además de fortalecer los vínculos con el exterior, a la población y grupos objetivos.

Entre las principales funciones del periodismo institucional está el de informar y exponer las diversas actividades que realiza la empresa o institución además de tener la responsabilidad de promover una imagen positiva de la organización.

El periodismo institucional utiliza canales y contactos para que estas informaciones se expandan más allá de sus muros, busca obtener presencia en los medios de comunicación donde la población adquiera conocimiento de las actividades.

Por tanto el periodismo institucional mantiene vínculos con las áreas internas de la organización a través de productos como boletines informativos para su distribución dentro del personal fomentando un interés sobre las diferentes actividades que se realiza, además ayuda a incentivar el término de identidad por parte de la organización hacia su potencial humano.

Debido a que el campo de acción que se desenvuelve, el periodismo institucional está sumiso a las políticas administrativas de la organización, por lo tanto este carece de autonomía y las informaciones que difunden son parcializadas bajo la dirección de la organización.

Sin embargo el trabajo del periodismo institucional no se limita a la comunicación interna, el contacto con el exterior de la organización es de vital importancia para el crecimiento de esta pues su desarrollo depende de su relación con los grupos de intereses por los cuales necesita generar vínculos. Por ello las informaciones que salen por parte de la organización necesitan ser observados con detenimiento para poder exponer su buena imagen así también obtener presencia en los medios de comunicación.

1.1.5 Imagen institucional o corporativa

Cuando se habla de imagen institucional o corporativa, se está tratando con un elemento de suma importancia para una organización que tiene como finalidad

establecer al conocimiento público el reconocimiento y la calidad que la distingue de otros grupos.

Según Capiotri la imagen corporativa es la idea global que tiene una organización sobre sus productos, servicios, actividades y su conducta. Además añade que la imagen es una nueva mentalidad de la empresa, que busca presentarse no ya como un sujeto puramente económico, sino más bien como un sujeto integrante de la sociedad (2013:29).

El autor basa sus conceptos tomándose de la corriente 'La imagen- actitud' en el cual manifiesta que es una última concepción que tiene un público acerca de una empresa, marca o producto (2013:21). La idea central de concepto de imagen corporativa es que es una representación mental, una evaluación que se hace a una empresa por el que se concede ciertos atributos con los que se define y se diferencia de las demás organizaciones. (2013:22). De allí parte la premisa que la imagen institucional o corporativa es importante pues permite identificar a la empresa o institución por parte de la población.

Divide al concepto de imagen corporativa en: Identidad de empresa, que es la personalidad de la organización donde resume lo que ella es y lo que pretender ser, donde es su comportamiento además de su ética elementos que la hace individual y la distingue marcando diferencias de las demás organizaciones.

En segundo lugar acoge el concepto de Comunicación de la empresa que dicta que es todo lo que la organización dice a sus públicos ya sea a través del envío de

mensajes a través de los diferentes canales de comunicación y por medio de su actuación cotidiana.

Por último, Capiotri menciona a la realidad corporativa como una estructura material de la organización donde se ubican sus oficinas, sus sedes, sus empleados, sus productos y servicios, en resumidas cuentas es todo lo tangible y vinculado a la propiedad. (2013: 29).

1.2 La salud como componente de la educación preventiva

La educación en cuanto a temas de prevención es muy importante para conservar en óptimas condiciones la salud de la población, es por ello que se debe determinar el concepto de lo que es salud y como adquiere su importancia para la sociedad y todo lo que la rodea, tanto de manera singular como la condición de cada individuo como persona, así también como colectivo, por eso se debe tener un concepto sobre lo que es promoción de la salud y como ayuda en capacitar a la sociedad sobre el beneficio de tener una cultura de prevención generando conciencia sobre la importancia de tener el conocimiento sobre las enfermedades y de qué manera evitarlas

1.2.1 Salud

Según la Organización Mundial de la Salud en la Constitución de la OMS menciona que el concepto de salud es el estado completo de bienestar físico y social

que tiene una persona, donde no solo es la ausencia de afecciones o enfermedades. Y aunque por mucho tiempo el término ‘salud’ acuñaba a la frase de no presentar o padecer enfermedades biológicas (1948).

Es en los años 50 en el que la OMS revisó esta definición y la noción de bienestar humano por el término ‘salud’, más adelante la Organización Panamericana de la Salud enriquece el concepto agregando que la salud también tiene que ver con el medio ambiente que rodea al ser humano.

La salud necesita ser entendida por diferentes ángulos y dimensiones, La Universidad de Cuenca menciona que es un Derecho Humano Fundamental lo que significa que está sobre los asuntos económicos, además agrega que la salud es un bien universal donde la sociedad debe trabajar activamente en su vigencia. La salud de debe ser considerado como un bien material y necesita ser trabajado pues es transformable y también debe ser accesible (2007: 06).

1.2.2 Promoción de la salud

Promoción de la salud refiere a toda acción y estrategia que facilite el conocimiento a la población acerca de temas de prevención de enfermedades y fomentar una vida saludable. La Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud, menciona que este término consiste en proporcionar a los pueblos los medios necesarios para mejorar su salud y ejercer un mejor control sobre la misma. El documento manifiesta que las personas deben tener la capacidad de alcanzar un

estado adecuado de bienestar físico, mental y social (citado en Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires) (1986: 1)

La Promoción de la Salud permite que las personas tengan un mayor control de su salud. La intervención social sumada a las intervenciones ambientales que debe ser destinada a beneficiar la calidad de vida mediante la prevención.

La Organización Mundial de la Salud compone el término Promoción de la Salud en: Buena gobernanza sanitaria, refiere a que los órganos gubernamentales deben formular políticas sanitarias y ser reguladas con incentivos del sector privado y el público además de promulgar leyes que fomente la protección del medio ambiente (2016). El segundo componente es la educación sanitaria, que es la adquisición de conocimientos por parte de la población que les permita elegir opciones saludables como lo es en la alimentación y los servicios de salud. El tercer componente que menciona la Organización Mundial de la Salud es, ciudades saludables, que refiere el papel fundamental que tienen las metrópolis para la promoción de la salud que están bajo su liderazgo y proponer medidas preventivas a sus comunidades

1.3 El cáncer

El cáncer es el nombre que se da a un conjunto de enfermedades relacionadas. En todos sus tipos, esta enfermedad afecta a algunas de las células del cuerpo causando división entre ellas sin detenerse y se diseminan a los tejidos de su alrededor NATIONAL CANCER INSTITUTE (2005). El cáncer puede empezar casi en

cualquier lugar del cuerpo humano, el cual está formado de trillones de células. En su normalidad las células humanas crecen y se dividen para formar nuevas células a medida que el cuerpo las necesita, estas al envejecer o ser dañadas muere con el tiempo y son remplazadas por células nuevas.

El cáncer produce que este ciclo de vida de las células llegue a descontrolarse, a medida que las células se hacen más y más anormales, las células viejas o dañadas sobreviven cuando deberían morir y las otras células nuevas se forman cuando no son necesarias. Este fenómeno anormal puede formar masas de tejido, o como también se les denomina, tumores.

Estos tumores pueden ser benignos pues no contienen células que produzcan cáncer, estas no se esparcen a otras partes del organismo, dada esta característica de estas masas pueden ser extraíbles a través de un proceso quirúrgico sin correr el riesgo de volver a surgir.

En cuanto a los tumores malignos , si son cancerígenos, esto es debido a que las células que los conforman sufren anomalías llegando a dividirse sin control y en desorden, además son invasivas y destruyen los tejidos que encuentre a su alrededor y pueden llegar al sistema linfático o al torrente sanguíneo.

El sistema linfático es el encargado de abastecer glóbulos blancos a los tejidos del organismo a través de los vasos linfáticos, este proceso da a lugar a que el cáncer pueda expandirse desde su origen y formar nuevos tumores en otros órganos, este hecho se le conoce como metástasis.

1.4 El Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásica

Según la Reseña Histórica que figura en la página web del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (www.inen.sld.pe). Durante el gobierno del general Oscar R. Benavides se construyó el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, Organismo Público Ejecutor cuya especialidad se basa en la prevención, detección, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación de las personas que son afectadas con padecimientos con características tumorales o neoplásicas.

En sus inicios, el INEN se denominaba bajo el nombre de ‘Instituto Nacional del Cáncer’ esto fue gracias a la Ley N° 8892 que estableció su creación, las actividades principales de dicha entidad estaban orientadas a la prevención, la asistencia social y especializada en los consultorios externos, y ejercía la tarea formativa con enseñanza superior universitaria sobre cáncer.

Durante el año 1939 se colocó la primera piedra de un nosocomio dedicado exclusivamente al estudio del cáncer, la Av. Alfonso Ugarte N°825 en el distrito de Cercado de Lima era la dirección del ‘Instituto Nacional del Cáncer’. Ya el 4 de diciembre del mismo año se inauguró de manera oficial.

En el año de 1980 se visionó la construcción de una nueva sede con el apoyo de las organizaciones filantrópicas. La Fundación Peruana del Cáncer realizó las gestiones la donación de un terreno cuya ubicación esta la Av. Angamos en el distrito de Surquillo. Lugar donde hasta el momento funciona el INEN.

El 5 de julio del 2005 se promulgó la Ley N° 28570 y en vista de los importantes avances en pos de la salud de la población peruana, la norma adjudicaba la denominación oficial a la entidad como ‘Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas’ (INEN) con el nombre de: ‘Dr. Eduardo Cáceres Graziani’.

Hoy el INEN es reconocido a nivel mundial por sus principios de fomentar a la población la prevención del cáncer y la promoción de salud mediante la atención oncológica integral y gracias a sus avances científicos en el diagnóstico y el tratamiento del cáncer.

La Dr. Tatiana Vidaurre Rojas es su actual Jefa Institucional que bajo su liderazgo impulsa a la institución en los primeros lugares del campo de las ciencias oncológicas a nivel nacional, regional y mundial.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DEL INEN EN SU CAMPO DE ACCIÓN

2.1 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa escrita

Una de las actividades principales que realiza el comunicador institucional en dicha entidad es el de hacer valer la presencia de su centro de trabajo en los medios escritos. Las actividades que realiza el INEN en el camino por desarrollar un mejor tratamiento para las enfermedades neoplásicas producen avances que son calificados

como grandes pasos para brindar una mejor calidad de vida a sus pacientes y en el mejor de los casos, su cura.

Por ello es importante para los intereses de la institución brindar información acerca de lo que está realizando, ante esto el comunicador tiene la responsabilidad de hacer prevalecer un lugar para el INEN en los diarios del país.

2.1.1 Notas de prensa

Las notas de prensa son aquellas herramientas de difusión informativa que utilizan los comunicadores de la institución para brindar información acerca de las innovaciones médicas, actividades que se realizan u aclaraciones sobre algunas dudas por parte de la población hacia un tema coyuntural de salud, en especial que se trate de cáncer.

Los comunicadores de la institución tienen una lista de personas, profesionales de la comunicación social que ejercen su profesión en los diarios de Lima, estos contactos claves se obtienen por afinidad, por amistad. El proceso que realizan es escribir la nota de prensa cuyos temas se basan en las actividades que realiza el INEN y mediante *e-mail* enviar a sus contactos y posteriormente una llamada telefónica confirma que ya llegó el mensaje electrónico.

Los comunicadores del INEN realizan un papel de relacionista público, no se enfatizan el tan solo redactar sino que su responsabilidad recae en que sea efectiva esa conexión entre institución y medio.

Un ejemplo de ello es la cobertura que se da a una cirugía pulmonar, esto con lleva a realizar la nota acerca del cáncer de pulmón y se obtiene información acerca de lo que es este tipo de neoplasia gracias al apoyo de un especialista en el tema como lo es en estos casos un médico oncólogo, cuya especialidad es el estudio del aparato respiratorio humano.

Sin embargo la notas de prensa no recaen en detalles médicos, con un lenguaje sencillo emiten la información. Si un medio de comunicación muestra interés sobre el tema entonces se cumplió la tarea, y esa es que la nota de prensa tenga un alcance mayor, alcance que pueda brindar un medio escrito. En circunstancias aplaudibles en un diario de mayor circulación.

Si bien un medio de comunicación escrito puede mostrar interés no significa que la información que salió desde la institución obtenga un espacio considerable en el diario. Las notas de prensa ayudan a ubicar al periodista más aún está en la decisión por parte del profesional en mencionar parte de la nota de prensa o copiar el contenido tal cual fue recibido y emitirlo.

2.1.2 De la nota de prensa a la entrevista

Las informaciones que han obtenido un interés pueden fomentar a que el medio se ponga en contacto con la oficina de comunicaciones del INEN mediante una llamada telefónica cuyo fin es poder ampliar aún más la información. Es entonces que se pacta una entrevista con el especialista en la salud.

El comunicador institucional del INEN realiza la labor de conector entre el periodista y el médico oncólogo, el hombre de ciencias es asignado por la jefatura institucional en coordinación con el área especializada en el tema que aparece en la nota de prensa que emitida desde un inicio. Es así que la Oficina de Comunicaciones obtiene una respuesta de quien es el médico asignado para la entrevista con el medio de comunicación.

La entrevista se realiza con la compañía de un miembro de la Oficina de Comunicaciones, la razón es el de poder guiar al periodista directamente al área asignada para realizar las preguntas que competen al tema inicial.

Esto además tiene el rol de poder salvaguardar la imagen de la institución, la razón recae en que el periodista invitado puede mostrar una información sobre las deficiencias que pueda tener la institución. Al no ser acompañado el hombre de prensa, este podría acceder a las áreas de la institución sin previa aprobación y ser interceptado por los miembros de seguridad debido a que está prohibido realizar toma fotográfica y/o grabaciones dentro de la institución sin previa coordinación entre la

Jefatura Institucional y la Oficina de Comunicaciones. Esto se realiza con el fin de salvaguardar la imagen positiva del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas.

2.1.3 De la nota informativa a la infografía periodística

Es bueno aclarar que el comunicador institucional no realiza infografías para los medios de comunicación, el rol que tiene radica en la observación de contenido que el medio escrito ha dedicado al tema de origen. Es así que se supervisa bajo la mirada periodística la dirección y el tratamiento de la información por parte del medio el tema. Las herramientas gráficas que se ha utilizado y el contenido que va junto a las ilustraciones, las infografías que tienen un tema científico (en especial en salud) tienen una tendencia procedimental, es allí que el rol de comunicador institucional es poder analizar los gráficos y los pasos que de manera secuencial guían al lector para obtener una mejor explicación del tema central de la información.

Todo esto se hace en función para rescatar la imagen positiva que obtendrá la población para con la institución además de velar el honor de las personas que colaboraron con el medio, tales como el médico a cargo y el paciente (si es que el caso tuvo lugar a una intervención quirúrgica).

El comunicador institucional muestra la información ya publicada a la Jefatura Institucional quien puede dar una opinión subjetiva del cómo la noticia puede traer efectos a la población peruana que se asiste al INEN. Además el comunicador institucional hace llegar la información final al médico involucrado para que pueda

observar de qué manera el medio de comunicación resaltó la información que obtuvo por su colaboración.

La importancia de este proceso para el comunicador institucional es poder explicar tanto a las autoridades de la institución como a los sujetos participantes directos de qué manera el medio de comunicación ha tratado la noticia y que como se puede mejorar en el acceso de información especializada para futuras publicaciones en la prensa.

2.2 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa radial

Uno de los medios de comunicación que más trascendencia a tenido el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas es la radio. La radio ha permitido acercar aún más a la población y a la institución, mediante espacios dedicados a los temas de prevención de cáncer y el tratamiento de la enfermedad son las bases para realizar programas radiales ha teléfono abierto para consultas en vivo.

El rol del comunicador institucional es importante pues es este quien realiza toda la producción del espacio radial, además de encargarse de ubicar los temas por temporalidad y traer invitados especiales que manejan en tema para resolver cuestionamientos, preguntas de los oyentes, todo bajo la dirección del profesional de la comunicación.

Para el Lic. Cesar Ruiz Córdor, miembro de la Oficina de Comunicaciones del INEN y conductor de radio (entrevistado por Jean Carlos Camán Aguirre el 31 de octubre del 2016) la institución tiene dos espacios radiales en dos diferentes radiodifusoras donde se permite al público consultar con los médicos invitados sobre temas de cáncer y desde hace 10 años se obtiene esta oportunidad. Además el INEN no realiza pago alguno para usar los espacios.

Ruiz aclara que la producción que realizan es muy elemental y básica donde los guiones y pautas van de la mano con el tema a tratar, el como encargado de la producción realiza la coordinación con un médico especialista para realizar los programas de radio y poder tratar los temas de prevención mediante el conocimiento que brindara el profesional de la salud en el espacio radial.

Ruiz menciona que es una ventaja el de poder pertenecer a una institución que realiza sus labores en un sector determinado, como lo es el estudio del cáncer, porque de esta manera el *background* para las preguntas serán más centradas y dirigidas para resolver cualquier pregunta de la población a cerca del cáncer.

El comunicador institucional debe estar atento a los temas de coyuntura nacional y mundial que refiere los temas de salud, de esta manera la creatividad para administrar el espacio radial será un tiempo provechoso y se podrá atender el mayor número de inquietudes.

2.2.1 Programa radial ‘Preventorio Radial’

El espacio radiofónico denominado ‘Preventorio Radial’ lleva más de diez años en el aire, este programa se emite dentro del noticiero de las 6:00 a.m. hasta las 9:30 a.m. y tiene como duración 30 minutos todos los miércoles desde las 9:00 a.m. hasta la culminación de dicho horario. Mediante una concesión entre la institución y la casa radiodifusora permiten obtener este espacio sin que haya un pago por ello, por esta razón para el INEN estas oportunidades son tan importantes porque permite realizar preguntas fuera de un consultorio.

‘Preventorio Radial’ es un espacio que se dedica a los temas de prevención cuyo potencial radica en la libre participación telefónica para los oyentes. El Lic. Cesar Ruiz, quien conduce el programa, explica que los primeros 15 minutos iniciales permiten entrar de lleno al tema del día, como lo podría ser el Cáncer de Cuello Uterino, es allí donde el invitado explica cuáles son las causas que permiten que se realice la enfermedad en las mujeres así como los factores de riesgo y de qué manera procede el tratamiento si es que se ha detectado la presencia de cáncer.

Ruiz manifiesta que debido al corto tiempo que se obtiene en el aire se hace un llamado al público para que formulen preguntas puntuales de esta manera se podrá responder la mayor cantidad de preguntas. El espacio radial también sirve para poder difundir las actividades que se realizaran tales como ferias, eventos de celebración y campañas médicas en el país.

2.2.2 Programa radial ‘Vida en Plenitud’

‘Vida en Plenitud’ lleva albergando un espacio en Radio María por más de dos años, el INEN obtiene este espacio cada 15 días los martes desde las 11:00 a.m. hasta las 11:55 a.m. Donde se habla acerca de prevención y diagnóstico temprano de cáncer.

Lic. Ruiz narra que este espacio se obtuvo fruto de bienaventuradas causalidades gracias a la amistad que tenía él con Monseñor José Ignacio Alemany quien era director de la radio y mostró su interés de poder hacer un programa referente a salud. Una vez de acuerdo se reunió el equipo de la Oficina de Comunicaciones, la Jefatura Institucional del INEN y el Monseñor, de esta manera nació el espacio ‘Vida en Plenitud’.

Lo que diferencia entre el programa ‘Preventorio radial’ (Radio Libertad) y ‘Vida en Plenitud’ es el tiempo que se emplea cada uno en desarrollar y el horario que salen al aire, las llamadas telefónicas son un gran estímulo que junto a fomentar la cultura de prevención en la población hace que cada programa sea creativo y ameno.

Ruiz comenta que cada programa recibe un promedio de entre 8 a 12 llamadas y que para futuros proyectos se tiene el de realizar una cabina radial en las instalaciones del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, por internet se piensa transmitir segmentos de noticias y difundir consejos de vida saludable para los pacientes y las personas que se conecten a la radio online.

El papel que ejerce el comunicador institucional es de también proponer proyectos por el bien de la institución además de pronunciar ideas para la mejora de los servicios en cuanto a la buena comunicación entre la entidad y la población.

2.2.3 Spots radiales

El comunicador institucional del INEN emplea diferentes herramientas para poder enviar el mensaje de prevención a la población, los spots radiales conducen esta intención a la realidad, gracias al apoyo de los contactos a través de conductores de radio se puede difundir diferentes mensajes en pos de la prevención.

La realización como la componen la pre y pos producción de los mensajes van de la mano con la información de especialistas del INEN para poder brindar de manera puntual los consejos para una vida saludable tales como lo es el de comer frutas y verduras, realizar actividad física por 30 minutos diariamente, tomar 2 litros diarios de agua, no fumar, tener una vida sexual responsable y acudir al médico para realizar los exámenes preventivos de las diferentes modalidades que aqueja el cáncer.

No solo los spots se limitan a la prevención temprana sino además hacen un llamado a la población para acudir a campañas de salud en Lima Metropolitana, mediante la cadena de radio, Radio del Sur, cuya sede se ubica en el distrito de Lurín, se pudo difundir la realización de una campaña de salud de despistaje temprano de cáncer de cuello uterino y mamas totalmente gratis para el público.

El comunicador institucional debe realizar estos mensajes radiales de manera que atraiga a la población a saber más sobre el cáncer y de qué manera puede acudir para ser atendido. El papel del comunicador es de vital importancia pues la creatividad para poder usar este tipo de recursos ayuda a que el mensaje de prevención y de las actividades llegue efectivamente y se obtenga una respuesta positiva por parte de la población para cambiar sus hábitos de vida y evitar el cáncer.

2.2.4 Invitaciones a programas radiales

El papel que desempeña el comunicador institucional en pos de la prevención de cáncer en nuestro país es poder ser el intermediario entre los medios de comunicación y la institución, es por ello que el comunicador aprovecha la coyuntura noticiosa en cuanto a temas de salud pública.

Un ejemplo de ello fueron las noticias que surgieron a raíz de una investigación por parte de la Organización Mundial de la Salud en donde se mencionaba que el consumo de carnes rojas eleva la probabilidad de adquirir cáncer gástrico.

Ante ello la población entró en alarma total y el consumo de carnes comenzó a bajar proporcionalmente, por ello los programas radiales de las principales radiodifusoras del país en el intento de ampliar más el tema acerca de los peligros de

comer grandes cantidades de carnes solicitaban la presencia de un especialista para sus programas de mayor sintonía.

El comunicador del INEN recibía ya sea por llamada telefónica o correo electrónico el interés del medio y se asignaba un Profesional de la Salud para que pueda dar un panorama más claro sobre el tema y de esta manera no solo dar información sino también el de presentar la institución y su nombre en la radio, en un horario muy competitivo y de gran demanda comercial.

2.3 El rol del comunicador institucional del INEN en la prensa televisiva

El INEN no tiene mucha presencia en los medios de comunicación televisivo, sea en casos que lo requiera el panorama coyuntural, si bien es cierto que ante temas de relevancia en el sector salud los medios de comunicación están dirigidos a políticas de salud dando como resultado el buscar la noticias en las autoridades como lo es el Ministerio de Salud, la presencia del INEN en estos solo se da en temas de cáncer.

El comunicador institucional es quien busca las oportunidades, llevando sus propios materiales audiovisuales a las casas televisivas mediante dispositivos electrónicos, discos compactos u otra herramienta de transmisión de información para que puedan tener un espacio.

La información que brinda el INEN es de vital importancia para la población, un ejemplo de esto fue la intervención quirúrgica en un paciente con un tumor cerebral. Lo impactante de esta información es que dicha persona se estaba sometiendo a la operación pero despierto, quiere decir que tenía conocimiento en ese momento de lo que estaba ocurriendo. El comunicador institucional fue de gran importancia pues se valió de sus recursos y materiales como lo es una videocámara para poder grabar los detalles de la operación y el procedimiento que llevar a realizar dicha intervención

Este tipo de cirugías fue la primera que se realizó en el 2015 y para la historia del país. Teniendo las imágenes ya producidas, el comunicador institucional se dirige a las estaciones de televisión a entregar el material grabado. El apoyo de los contactos claves ayuda a que la información no pase desapercibido fomentando así la noticia a todos los rincones del país. De esta manera el comunicador de la institución cumple una función importante que es el de provocar presencia y un espacio para la institución sin gastos de extras de por medio.

2.4 El rol del comunicador institucional del INEN en los medios digitales

En estas últimas décadas la tecnología ha provocado que los medios de comunicación evolucionen aceleradamente, ahora ya no se habla de tan solo tres plataformas (televisión, radio y prensa), los medios digitales han contribuido a que

los comunicadores institucionales pueda promover la imagen del INEN a un público aún más grande, una embargadora que no conoce fronteras.

Es por ello que el comunicador institucional debe estar capacitado para generar contenido multimedia y manejar las herramientas web para obtener provecho de estas comunicarse efectivamente con la población.

2.4.1 Contenido en la página web

El Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas tiene un dominio web (www.inen.sld.pe) donde el comunicador surte de manera continua la página con notas informativas y fotografías cuyo contenido es información referente a la institución. Además ayuda a que la población pueda acceder desde su computadora a la programación de actividades que se realizaran durante todo el año.

A su vez el comunicador institucional es el encargado de administrar la página web, juntamente con los jefes de las otras áreas hacen posible que la información de los cursos que se dictan en la institución puedan ser de acceso público a toda la población. Asimismo se puede acceder al tarifario institucional en el cual los pacientes pueden consultar los precios de los diferentes servicios que brinda el instituto entre ellos las tarifas de las medicinas y fármacos donde pueden encontrar el lugar de su venta dentro y fuera de la entidad.

Por otra parte se surte la página con los banners que se crean desde la Oficina de Comunicaciones del INEN, así como el acceso para el Portal de Transparencia.

2.4.2 La administración en la página de oficial de Facebook

Una de las principales funciones del comunicador institucional es supervisar y controlar la página de redes sociales, esto es con el fin de poder publicar las fotografías y vídeos de las actividades que realiza la institución con el propósito de alcanzar esta información a buen sector de las personas que hacen uso de las aplicaciones móviles para estar conectados entre otros grupos e intercambiar.

Sin embargo el acceso a páginas tales como lo es *Facebook* no solo mantiene informado a quien se tope con perfiles sino también sirve como una herramienta de interacción entre el público que se sirve de los servicios del INEN así como quejas y reclamaciones por parte de estos a los administradores de la página, quienes son los miembros de la Oficina de Comunicaciones.

El Lic. Cesar Ruiz Córdor menciona que se hace en lo posible de responder las preguntas que envían los seguidores mediante mensajería de texto que tienen las redes sociales. La mayoría de preguntas son por consultas y/o citas que tienen los pacientes y que están programadas en fecha asignadas con el médico y se responden asertivamente en caso que los usuarios utilicen lenguaje soez o expresan su malestar.

Los comunicadores institucionales necesitan ser asertivos en las respuestas al malestar que pueden tener los pacientes y sus familiares, esto tiene como objetivo fortalecer los vínculos entre estos y la institución.

Un caso de comunicación asertiva fue cuando un paciente expresó su malestar mediante un comentario sobre una publicación que hizo el INEN referente a sus actividades, inmediatamente la Oficina de Comunicaciones se puso en contacto con el usuario insatisfecho, una vez expuesta el motivo de la queja los comunicadores institucionales buscaron una solución efectiva ante el reclamo. Luego de resolver el conflicto se le invitó al usuario retirar su comentario de la red social a fin de salvaguardar la imagen positiva de la institución.

Tal como se vio en el ejemplo se puede observar que la función y responsabilidad de administrar una cuenta de red social de una entidad estatal debe ser manejada por un profesional de las comunicaciones.

Además el contenido que se va a publicar debe ser revisado con anterioridad por el director de la Oficina de Comunicaciones asimismo con la Jefa Institucional del Inen, la Dra. Tatiana Vidaurre Rojas.

2.4.3 La administración en la cuenta oficial de Twitter

El comunicador institucional tiene a su cargo una plataforma virtual de comunicación interactiva como es el Twitter, mediante 150 caracteres el comunicador

institucional debe sintetizar lo que desea informar con referencia a las actividades de la institución, la ventaja que da Twitter al comunicador es de volver tendencia mediante el *Hashtag* diferentes menciones sobre las actividades que competen a salud. La compañía de fotos y videos ayudan a complementar la información publicada, además se puede direccionar a la página web (también en *Facebook*).

Asimismo se puede interactuar con la población compartiendo sus menciones y opiniones asertivas que involucren las actividades que se realizan en pos de la prevención del cáncer.

El papel del comunicador institucional en la administración de los contenidos en redes sociales es de vital importancia, mantiene la institución al ritmo de las nuevas tecnologías de la comunicación y la introduce en la aldea global de las conexiones interoceánicas.

2.4.2 La administración en la cuenta oficial de You Tube

La producción de vídeos en cada actividad que realiza la institución requiere de un portal que facilite la publicación de este contenido a la población. El comunicador institucional asume el papel de la producción de material audiovisual por el cual se requiere que esté capacitado para la edición no lineal digital, a su vez tener conocimiento del lenguaje audiovisual.

En los videos institucionales se puede apreciar que el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas realiza actividades continuamente, la mayoría de videos que se pueden encontrar la cuenta de *You Tube* son actividades para los pacientes, el comunicador institucional enfoca el contenido a mostrar bajo la dirección de impartir una imagen positiva de la institución, mostrar que el INEN es más que un hospital es una entidad estatal que vela por el cuidado de sus pacientes y familiares.

Además se promociona spots de videos de prevención de cáncer, los mensajes y consejos de una vida saludable son más efectivos al ser didácticas y entendibles para cualquier tipo de público, es por ello que el comunicador institucional debe usar términos y referencias de fácil entendimiento para la población, obviando el lenguaje científico.

Ante la poca presencia en medios televisivos, la principal herramienta para la difusión audiovisual es este portal.

2.5 El rol institucional del INEN en la comunicación interna

La comunicación es la base principal para que toda organización funcione, en el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas el contacto entre la administración, el cuerpo médico y los pacientes es de mucha importancia. Es por ello que el papel de los comunicadores de la institución es de ser ese canal de comunicación y contacto entre estos grupos, por ello el desarrollo de herramientas

comunicacionales sumado a ello las estrategias de alcance para que la información que salga desde la entidad llegue a la población.

2.5.1 Materiales gráficos y escritos

Para poder llegar a los pacientes de manera efectiva e informarles sobre las actividades que se realiza dentro de las inmediaciones de la institución es importante la elaboración de volantes esto también sirve para poder direccionar de manera correcta y asesorar a los pacientes que acuden por primera vez al instituto.

En cuanto a los temas de prevención, el comunicador institucional tiene como cargo crear e innovar mediante el diseño gráfico diferentes materiales para su distribución y en especial repartir por lotes a cada área que recibe una determinada cantidad de pacientes a diario.

Por otro lado, los afiches que se realizan sirven para exclusivamente para cursos que se dan en el INEN, es por ello que las áreas que conforman la institución trabajan en conjunto con la oficina de comunicaciones con motivo de realizar cursos libres para los profesionales de la salud. Por tanto los comunicadores deben tener el conocimiento de publicidad y propaganda con el fin de poder captar el mayor número de concurrencia y participación de estos.

En cuanto los *roll screem* han servido para poder ser utilizados como agentes de impacto visual *tanto* en temas preventivos contra el cáncer como lo es: hábitos de vida saludables, chequeos médicos anuales, actividad física diaria y una buena

alimentación junto a una sexualidad responsable. Son lo que se puede observar plasmado en los *roll scream* del INEN, todo este material es diseñado por los comunicadores institucionales que junto a la asesoría del cuerpo médico se logra obtener una información correcta y fidedigna además de sencilla que puedan entender los usan los servicios del INEN.

Además es responsabilidad del comunicador elaborar trípticos en físico sobre todos los tipos de cánceres, en coordinación con el Departamento de Promoción de la Salud, Prevención y Control Nacional del Cáncer quien es el área encargada de establecer políticas de prevención para todo el país. Es por ello que los materiales escritos y gráficos son una tarea que realiza la Oficina de Comunicaciones para mantener ese contacto entre las áreas que conforman la institución y los pacientes.

2.5.2 Materiales audiovisuales

Los videos que se realizan no solo son exhibidos en las plataformas virtuales que ofrece el internet, sino que también se utiliza en los monitores que tiene la institución instalados en los módulos de atención al ciudadano.

Los temas que se pueden mostrar en el contenido audiovisual varían desde temas preventivos (llamados spots de prevención) a las actividades por fechas especiales en el año. Sin embargo el comunicador institucional tiene como deber

actualizar los contenidos de manera periódica y sujeto al cronograma de la jefatura institucional.

De esta manera se puede fortalecer las relaciones entre la entidad y la población facilitando el acceso a la información referente a la salud además de poder crear un ambiente más cercano entre médico y paciente, es por ello que el material audiovisual ayuda mucho en especial para aquellas personas que son analfabetas y vienen desde el interior del país para ser atendidos.

A futuro el INEN plantea poder instalar un estudio de circuito cerrado televisivo donde se podrá realizar pequeños programas y segmentos dedicados a la salud, donde se podrán hablar de avances científicos así como un programa de atención al ciudadano donde la opinión de los pacientes podrá ser noticia y tendrán un lugar prioritario para la mejora de los servicios de la institución.

CAPÍTULO III

EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOBRE CÁNCER POR PARTE DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL DEL INEN

3.1 Establecimiento de la agenda periodística para el comunicador institucional

La Teoría de Establecimiento de la Agenda por Maxell McCombs y Donald L. Shaw donde refirieron que los medios de comunicación ejercen influencia en el público sea de forma directa en indirecta, por tanto los temas que publican en sus ediciones adquieren interés por parte de las masas además de convertirse en agentes conductuales produciendo un cambio de comportamiento a quienes alcance (citado en Rodríguez 2004: 15).

En el caso del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, los comunicadores siempre están al pendiente de lo que sucede por parte de los medios de comunicación especialmente en temas de ciencias que involucren al cáncer. Es por ello que se hace necesario realizar un agenda periodística donde son los temas a tratar y las informaciones que necesitan ser aclaradas cuando el panorama noticioso menciona la enfermedad.

3.1.1 La temporalidad mediática en las informaciones sobre cáncer

El comunicador institucional del INEN tienen como una característica en su perfil periodístico el estar al ritmo de las noticias, es decir, no perder la ilación de lo que está sucediendo en el país y en el mundo. Si bien el periodismo institucional se encarga de velar por la imagen y cubrir los hechos que ocurren dentro de una organización, el periodista que ejerce esta labor debe prestar atención al panorama informativo y estar al día de los hechos que son noticia. Es por ello que los temas de ciencias que hablan de salud e involucran al cáncer debe ser una prioridad para el comunicador del INEN, pues dicha institución muestra interés por el estudio de la enfermedad y se especializa en el desarrollo del tratamiento en sus pacientes.

Los medios de comunicación periódicamente dan un espacio a los temas de cáncer, un ejemplo notorio de ello es los temas que involucraban el consumo de carnes rojas y su relación con el cáncer gástrico. Es allí donde el comunicador institucional al ver la notoriedad de importancia para la población que significaba esta

noticia estaba en la obligación de abarcar la información y agendarla en los temas inmediatos a tratar por parte de los especialistas del campo oncológico y los profesionales de la comunicación a fin de dar un mejor tratamiento periodístico.

La agenda periodística en una institución como lo es el INEN es muy importante pues ayuda a organizar los temas a tratar y las informaciones que requieren importancia a fin de educar a la población en cuanto que medidas deben tomar para prevenir el cáncer. El Lic. Edgar Palomino Malqui, Jefe de la Oficina de Comunicaciones del Inen (Entrevistado por Jean Carlos Camán Aguirre, el 15 de noviembre del 2016) explica que el INEN tiene como rol acciones de prevención y control de cáncer y que los comunicadores son parte de ello.

En todas esas líneas de acción debe estar el tema comunicacional, el tema comunicacional o las estrategias comunicacionales son transversales, así como estamos para difundir logros y avances de gestión, también estamos contribuyendo con el tema de prevención.

Es por ello que el profesionalismo y las acciones proactivas a fin de captar la información y exponerla a los públicos deben ser con la dirección de estrategias y una de estas es la agenda periodística.

3.1.2 Selección crítica de temas a tratar en la información

En la práctica informativa que realiza el comunicador institucional está la selección bajo criterio profesional, si bien el cáncer y las maneras en cómo se clasifican tienen el mismo grado de importancia para la población el criterio

periodístico en el comunicador es importante para dar a lugar a un tipo de cáncer pero bajo la temporalidad noticiosa.

En la Oficina de Comunicaciones del INEN manejan con sumo cuidado los temas que tratan, es en estos casos donde los rumores dados en los medios de comunicación son descartados por los profesionales del INEN.

En casos como algún tratamiento novedoso o alguna cura que no tiene bases científicas como los reportajes y notas sobre plantas que ayudan a ‘sanar’ el cáncer o algún tratamiento esotérico para dicho fin, también ciertas noticias con fuentes dudosas (especialmente dadas por la prensa amarilla en diarios) no son abordadas por el INEN y sus comunicadores.

Por ello el juicio crítico en el comunicador institucional es muy importante, se guía a través de la temporalidad noticiosa e intenta abarcar la información dada por los medios de comunicación pero de manera completa. Uno de los casos que se puede mencionar es sobre un informe de la Organización Mundial de la Salud acerca de la relación que tienen las bebidas calientes y el cáncer de esófago, Plataforma Web del Diario Gestión (2016). En la noticia mencionaba que una agencia especializada en cáncer procedente de la OMS argumentaba que el café y el mate a temperaturas mayores a 65 grados tienen efectos cancerígenos.

Es allí donde el comunicador presta atención en la noticia y en el tema que valiéndose de una fuente confiable que impulsó el artículo como lo es la Organización Mundial de la Salud adquiere un grado de importancia considerable, en

esta circunstancias el comunicador del INEN se pone en contacto con un profesional de la salud de la institución especializado en el estudio del cáncer y la gastroenterología.

En este caso con la ayuda del oncólogo se obtiene una base científica que sustente la información y mediante un lenguaje sencillo y claro se llega a informar a la población la manera en cómo puede afectar el consumo de bebidas calientes y que recomendaciones se deben tomar en cuenta si se desea ingerir líquidos más aun cuando es en épocas de invierno.

De esta manera se selecciona los temas que se abarcaran en la institución además que se reparten volantes y herramientas de difusión que muestran el punto de vista por parte de la institución gracias al aporte del especialista y la estrategia comunicativa del profesional de la comunicación.

La institución cuida mucho las informaciones que vierten en los medios de comunicación, esto es a medida que nuevos hallazgos y estudios con base científica llegan al conocimiento de la gente, los medios buscan y solicitan opinión a la institución , es por ello que el comunicador institucional debe manejar la situación con criterio dando recomendaciones al médico de qué manera debe dirigirse al público, dejando de la lado los términos científicos y anteponiendo palabras sencillas que lleven el mensaje .

La selección de temas debe ser realizada por un profesional, la Oficina de Comunicaciones del INEN resalta la seriedad de sus miembros y su compromiso con la institución y la ética periodística.

3.1.3 La Calendarización del instituto en los temas de cáncer para el comunicador

En toda organización hay un cronograma de actividades al año, y en el INEN se basan en acciones de prevención para la población, es por ello que la calendarización de dicho órgano se centra en fechas clave para realizar acciones en pos de la promoción de la salud.

El comunicador institucional es el factor clave para la realización de las actividades, estas acciones institucionales conmemoran fechas dadas por el INEN, es por ello que los temas que se tomarán en cuenta por un determinado periodo de tiempo son regidos bajo la dirección jefatural de la institución.

Y aunque el INEN tiene ya periodos determinados para poder dedicar a algún tipo de cáncer o un reconocimiento especial a la acción de un grupo de personas, el calendario anual están incluidos los días y fechas internacionales en lo que ha temas de cáncer se refiere. Uno de estos son todos los meses de octubre, según la Organización Mundial de la Salud el décimo mes del año está bajo la denominación de ‘Mes de Sensibilización sobre el Cáncer de Mama’ es allí donde los temas preventivos deben ser tratados por los profesionales de la salud y el comunicador.

El papel del comunicador es importante en el calendario de la institución pues es quien realiza las acciones estratégicas para la comunicación a fin de sensibilizar a las masas y llamar a la conciencia que la salud empieza por cada individuo que conforma la sociedad.

Este tipo de estrategias ayudan a que la conducta preventiva de la población se más efectiva, la Teoría de modelo de creencias por Becker y Rosenstock que menciona que el cambio de conducta en una persona se realiza si es que esta teme y reconoce las consecuencias de su conducta en cuanto a salud se refiere (citado en Caballero 2012: 13) , y aunque el INEN no es un medio de comunicación las acciones que realizan si ejercen influencia en la conducta de la población en cuanto a temas de salud refiere, esto se obtiene a través de las técnicas que realizan los comunicadores institucionales que tiene como responsabilidad innovar y mejorar las formas en cómo llevar el mensaje a la población para que adquieran hábitos de vida saludable.

Es por ello que las fechas clave son una oportunidad para el comunicador en realizar productos que favorezcan la reducción de incidencias y mortandad a causa del cáncer, las acciones que se realizan durante todo el año es un trabajo en conjunto entre la jefatura y la Oficina de Comunicaciones.

Según el Lic. Edgar Palomino Malqui, Jefe de la Oficina de Comunicaciones del INEN (entrevistado por Jean Carlos Camán Aguirre el 15 de noviembre del 2016) las estrategias preventivas por parte del INEN radica en un programa anual que es: ‘Cuéntamelo Todo del Cáncer’ surgida hace dos años a raíz de la Reunión

Internacional Contra el Cáncer donde se dispuso que todos los países deben implementar estrategias orientadas a esclarecer los mitos y verdades sobre el cáncer.

Palomino señala que a través de un sondeo a los pacientes de la institución dieron cuenta que las personas se transmiten información de manera coloquial bajo el término “¿Qué tal?, ¡cuéntamelo todo!” es allí donde se nombró con esas palabras la estrategia que tiene cuatro mensajes:

En primer lugar es de prevención con la denominación de ‘Me gusta vivir sano’, en segunda instancia se llama ‘Detéctalo’(el cáncer) cuando está en silencio’ que fomenta la importancia de la prevención temprana, en tercer lugar se refiere a las personas que ya tiene cáncer pero con un tema positivo ‘Con cáncer también se puede vivir bien’ y por último hace referencia al Plan Esperanza, programa de financiamiento para las personas de bajos recursos que se brinda tratamiento del cáncer.

Es por ello que la calendarización es un punto de partida para innovar nuevas formas de comunicar los mensajes de prevención, el comunicador institucional apela a esa dirección y realiza acciones donde las notas de prensa, los videos y materiales gráficos además los programas radiales junto a las redes sociales se unen para dar cobertura periodística a las actividades que se realizarán durante el año.

3.2 El tratamiento periodístico del comunicador institucional del INEN

En las comunicaciones el tratamiento de la información se denomina al proceso periodístico de utilizar el contenido de las fuentes que se obtiene de un hecho y/o acontecimiento de interés público, empleando técnicas vinculadas con la redacción y la presentación tales como: ¿Qué? ¿Quién? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?

Son preguntas elementales para realizar una correcta descripción y exposición de la noticia, además la dirección que el medio de comunicación da a la información que publicará está basada en el enfoque que emplea dicho emisor a las masas.

En el tratamiento de la información por parte del periodismo se destaca la claridad que emplea en cada cobertura, en el ámbito del periodismo especializado los temas de salud adquieren interés por parte del público.

En este caso es el comunicador institucional del INEN quien tiene la misión de convertir los términos y denominaciones médicas en frases entendibles para que la noticia pueda ser comprendida y el mensaje produzca un efecto en la conducta del lector.

En el tema de cáncer en las redacciones, emisiones y publicaciones en nuestro país adquiere el termino de referente a cuando interés despierta en la población (en las ediciones de salud y ciencias), siendo que esta enfermedad no discrimina estrato social, condición económica, creencia, sexo y edad.

En este contexto, la sociedad conoce que es el cáncer, y cuáles son las medidas para poder prevenirlas gracias, en buena parte, a la contribución de los medios de comunicación en su rol de agentes educadores y a la participación de las instituciones dedicadas al estudio de la enfermedad como lo es en este caso el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas que junto a sus comunicadores han sido colaboradores para la educación sanitaria brindando información sobre prevención y promoción de las salud.

3.2.1 Titulares apropiados

En toda información periodística el titular es quien da el primer elemento que da presentación a la noticia, el comunicador institucional del INEN tiene sumo cuidado al momento de agregar títulos a sus notas informativas, productos audiovisuales y en los materiales de difusión publicitaria.

Esto es porque el material que realiza el comunicador proviene de artículos y voces científicas, donde el material académico en cuanto a ciencias y estudio de cáncer están a la orden por lo tanto requiere de exactitud al momento de tratar su contenido para la información pública.

El comunicador institucional debe tener rigurosidad al momento de poner el titular en su producto, este titular debe ser exacto y fiel al contenido de la información sin llevar a la confusión a quien lo lee, mediante frases cortas (cinco palabras) el comunicador debe manifestar el porqué de la noticia en el titular. Sin embargo algunos productos periodísticos de los medios de comunicación incurren a ciertos errores que muestran titulares inexactos, en los temas de cáncer este primer elemento periodístico en la información no menciona lo que lo nota en si intenta decir.



Gráfico 1

Este tipo de titular en un producto audiovisual da a entender al receptor que las plantas podrían ser la cura para el cáncer (Andina de Radiodifusión S.A.C, 18 de agosto del 2016, gráfico 1). Sin embargo el contenido que muestra el vídeo además de la descripción que acompaña al enlace menciona que las plantas serían parte del tratamiento para los pacientes con cáncer, más no un elemento suficiente para llegar a la cura como da a entender el titular de la noticia.

Es por esto que los productos periodísticos que tienen como tema el cáncer deben ser tratados con exactitud sin dar opción a la confusión y al mal entendido. Por ello el comunicador institucional del INEN debe favorecer al entendimiento de las noticias en cáncer ya sean en los avances científicos que favorezcan el tratamiento en los pacientes asimismo en las recomendaciones para la prevención de la enfermedad.

3.2.2 Redacción científica entendible

La claridad en la información es un pilar importante para la noticia, el comunicador institucional debe realizar el papel de traductor del lenguaje científico a las palabras sencillas y entendibles, las informaciones que provienen del INEN son una fuente abundante de términos y palabras con el argot que usan los profesionales de la salud. Es allí que la labor del comunicador recae en afianzarse de sus conocimientos en el tratamiento de información junto a la asesoría del médico o el especialista del estudio realizado y posteriormente publicado.

Si bien en el quehacer informativo cuando se tiene a una institución especializada en cáncer es inevitable toparse con informaciones de una nivel de complejidad amplio, el comunicador institucional debe hacer valer su creatividad en la estrategia para llevar la información a la población, no solo en notas informativas u reportajes escritos sobre avances en medicina, sino es donde la producción audiovisual da pie a que la información sea más dinámica apoyada de la voz del

profesional de la salud y los elementos visuales que emplee el comunicador en la producción del material.

En caso el comunicador institucional por requerimiento del medio u otra fuente que necesite de la información para ser publicada solicite que sea por escrito la actividad del hombre de prensa en la institución es de poner palabras tan sencillas que engloban términos tan difíciles de entender.

Los investigadores estudiaron un tipo de adenocarcinoma de pulmón cuyos pacientes tienen una mutación en el gen KRAS, el **cáncer de pulmón** más perjudicial de todos.

Las pruebas se hicieron en modelos animales de ratón y muestras de tumores humanos, detalla el CNIO en un comunicado.

Una de las barreras más importantes en el estudio de los adenocarcinomas de pulmón es su enorme heterogeneidad cuando se encuentran en fases avanzadas.

Las células tumorales evolucionan con el tiempo, aprenden a adaptarse al entorno para crecer y sobrevivir, formando subpoblaciones dentro de un mismo tumor, lo que dificulta los tratamientos y explica por qué muchos pacientes dejan de responder a ellos.

Gráfico 2

Sin embargo algunas redacciones por parte de los medios de comunicación se prestan más a la confusión que al entendimiento de la nota informativa. Ejemplo de esto es el párrafo que cita «Los investigadores estudiaron un tipo de adenocarcinoma de pulmón cuyos pacientes tienen una mutación en el gen KRAS, el cáncer de pulmón más perjudicial de todos» (Página Web - Diario El Comercio, 11 de febrero del 2016, gráfico 2).

3.2.3 Evitar estereotipar a los pacientes

Es importante tomar en cuenta que la imagen que proyecta la información periodística cuando esta involucra a una o a un grupo de personas, puede producir en el receptor una proyección calificativa de los participantes en el hecho que da pie a la información.

En este caso el comunicador institucional del INEN en su quehacer periodístico en los temas de cáncer puede encontrar que algunas informaciones datan que las formas en cómo se presenta la enfermedad en diferentes tipos de persona colinda mucho con su estilo de vida.

El comunicador institucional debe tomar en cuenta que no debe usar estereotipos ni etiquetas al momento de hablar de cáncer, ejemplos como del Virus de Papiloma Humano que es uno de los factores principales para desarrollar en el ser humano cáncer de recto en especial a los varones que optaron la homosexualidad como una forma de vida.

Es de resaltar que el comunicador no debe referirse al colectivo homosexual como un grupo de riesgo de manera literal, el papel que tiene el profesional de la comunicación es el de no hablar del error sino de enseñar a cómo prevenirlo, en cuyo caso usando preservativo y teniendo una vida sexual responsable.

Por ello que la función y dirección principal del comunicador en el INEN es ser un agente que favorezca al conocimiento preventivo y de explicar qué medidas tomar si en caso una persona es detectada con cáncer en sus diferentes etapas.

Otros de los ejemplos que se puede mencionar son en los pacientes que tienen cáncer hepático, si bien la obesidad es uno de los factores de riesgo que favorecen al desarrollo de este tipo de neoplasia el comunicador institucional del INEN debe evitar calificar directa e indirectamente a las personas obesas como potenciales futuros pacientes con cáncer, sino que nuevamente el papel principal del comunicador es ayudar a que las personas tomen conciencia de su condición y puedan cambiar su estilo de vida por uno más óptimo para el bien de su cuerpo y su familia.

El comunicador debe tratar a cada redacción, artículo, reportaje, videos y audios producidos con mucho profesionalismo no culpabilizando a la persona por su condición como suele suceder en el tratamiento periodístico en el cáncer de pulmón donde se hace referencia a la condición que ha llegado a la persona por ser consumidor del humo de tabaco, es más el papel positivo que desea brindar el comunicador a la sociedad llevando mensajes como el de evitar el humo de tabaco usando como recurso imágenes que desechen su uso y se orienten más por proteger el ecosistema y el entorno familiar.

3.2.4 Reconocer al público a quien se dirigirá la información

El comunicador institucional debe reconocer a que público ira la información que está preparando, cuál es su contexto social y la cultura en el cual se desenvuelve el público ya antes seleccionado. Los temas de cáncer son importantes por lo tanto todos los habitantes del país tienen derecho a estar informados, al notar esto el comunicador busca y emplea estrategias comunicativas, en pueblos lejanos quechuablantes se realiza material que estos puedan entender y usar, además de poder llevar el mensaje a cada habitante.

Por ello las estrategias comunicativas son importantes, el comunicador entiende que la mejor forma de llevar la información no siempre son los productos escritos, para educar sobre prevención en pueblo alejados se usa más los materiales gráficos que constan de fotografías, rota folios, dibujos de boceto y materiales para regalar como son toallas y botellas pero todos con el logo de la institución y los mensajes de prevención.

El comunicador entiende que aunque se use este tipo de material no es suficiente para que las personas puedan cambiar sus estilos de vida y reducir que la población acuda a los centros de salud ya enfermas. El propósito de todos los materiales que realiza la Oficina de Comunicaciones junto al cuerpo médico es poder crear conciencia a la población a que acudan a los puestos de salud estando sanas para poder realizar los chequeos preventivos.

Ante esta situación el comunicador entiende que mejor es educar a las personas en sus etapas escolares, es por ello que el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas crea el programa 'Semillitas de la Prevención' estrategia educativa encargada de capacitar de manera creativa a los niños en los colegios sobre temas de salud y prevención contra el cáncer, es por ello que los materiales e información que se usan para llevar el mensaje y la información es elaborada por el comunicador.

El comunicador debe reconocer y seleccionar que tipo de estrategia usar para capturar la atención de los niños, por ello a través de figuras o dibujos pueden servir como apoyo. Sin embargo el comunicador además de realizar los materiales debe registrar cada momento, es por ello que su labor es muy importante para la institución pues el registrar cada actividad que se realiza a lo largo y ancho del país requiere de mucho compromiso y responsabilidad.

3.2.5 Correcto manejo de los términos y referencias

El comunicador institucional del INEN entiende que usar referencias o analogías cuando se refiere a los pacientes con cáncer es un error, si bien el comunicador no escribe para un diario o una revista de circulación masiva entiende que los medios de comunicación usan las plataformas que pertenecen al INEN a fin de obtener información que da origen a sus publicaciones.

Sin embargo los medios de comunicación incurren al error de usar comparaciones nada amigables para los pacientes con cáncer a sus familias. El empleo de metáforas que usan los escritores, reporteros y columnistas sean estos del propio medio de comunicación o invitados a escribir una nota u opinión para la edición del día, tienen que tener en cuenta que usar el término cáncer al momento de calificar algunas deficiencias y problemas sociales en nuestro país no es la mejor vía para acentuar y calificar este déficit gubernamental.

The image shows a screenshot of a newspaper article header. At the top, there are two tabs: 'IMPRESA' and 'COLUMNISTA INVITADO'. The main title is 'El cáncer social de la corrupción' in a large, bold, black font. Below the title, there are social media sharing buttons for Facebook (Me gusta), Twitter (Compartir), and Google+ (G+1). To the right of these buttons is a button that says 'Enviar a un amigo'. Below the sharing buttons, it says 'Escribe: Alejandro Toledo'. On the left side, there is a red diamond-shaped logo with the letters 'GLR' inside. To the right of the logo, there is a short paragraph of text: 'La corrupción es un cáncer social. Cuando este mal hace metástasis, la sociedad se degrada a sí misma, consume al Estado y este se vuelve vulnerable amenazando su propia estabilidad y existencia.' On the far right, there is a small box containing the text '(Des)' and '07 de f'.

Gráfico 3

Este párrafo corresponde a una columna de opinión de un diario (Página Web Diario La República, 07 de febrero del 2016, gráfico 3) se tiene por conocimiento por parte del medio que la persona autora de esa parte de la sección periodística se encuentra bajo la denominación de ‘columnista invitado’, sin embargo se debe tener tino al momento de emplear términos pues estos llegarían a herir la sensibilidad de las personas que padecen cáncer además de los miembros de la familia.

3.2.6 Uso apropiado de fotografías y gráficos

Las fotografías que se realizan en las actividades de la institución sirven como material de registro para poder ser usadas en los materiales gráficos además de las redes sociales, el comunicador institucional debe saber que momentos capturar los momentos importantes de las actividades. Por ello debe tener un concepto básico de lo que la armonía fotográfica y conocimientos acerca del lenguaje visual.

Es por ello que las fotografías son seleccionadas con criterio en especial si en dicho material gráfico muestran a menores de edad. Para ello el comunicador institucional usa los programas de edición para salvaguardar la identidad de los menores de esta manera evita exponerlos sin autorización de sus padres.

Vale resaltar que los procesos de edición no solo son para cuidar la imagen de los niños sino también se emplea técnicas fotográficas con el fin de cuidar el honor del paciente con cáncer, no mostrando una imagen triste y llena de angustia, sino de manera positiva mediante la plenitud que siente el paciente al ser atendido de la mejor manera dirigiéndose a la frase que tiene el INEN como es “Con cáncer también se puede vivir bien”.

Por ello el comunicador institucional debe cuidar el honor del paciente y presentar un trabajo impecable y ético además de científico. El INEN tiene como una de sus actividades educativas el realizar producciones audiovisuales en operaciones e intervenciones quirúrgicas por ello el comunicador es utilizado para registrar tal acontecimiento mediante la toma fotográfica y el video asegurando que el material

que se obtenga se use para fines académicos y cuidando que dicho material se use para tal fin.

Por ello se toma con bastante cautela el publicar los productos y ver primeramente al público que se dirigirá el material además de conocer la intención que tiene si alguna entidad o persona natural desea hacer uso del material producido por el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas.

En cuanto al uso de gráficos y figuras el comunicador institucional debe usar las ilustraciones correctas en los materiales de difusión sin caer en el lenguaje confuso sino descriptivo, orientando al quien lee o visualiza el producto de manera tal que la información haya sido entendida y que se pueda apreciar a largo plazo un cambio de conducta en cuanto a salud.

Es por ello que todos los contenidos son supervisados y bajo la observación de los médicos a fin de que el lenguaje que se haya utilizado en el material sea preciso sin dejar a un lado el aporte científico y la intención primaria que se tiene en cada producto que se realiza, la prevención.

CONCLUSIONES

- 1) El periodismo institucional ejerce un papel importante para una organización, en este caso lo es para una entidad estatal dedicada al rubro de la salud, pues otorga a la institución una conexión con los medios de comunicación , obteniendo oportunidades con la cobertura que brinda la prensa y dado como resultado que la información y las actividades que realiza el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas no sean solamente para el conocimiento del personal sino se expanda más, a toda la población.
- 2) Los comunicadores institucionales no solo son parte del personal de la institución sino que son elementos importantes para la organización y el crecimiento de la entidad, velando por la continua comunicación entre las áreas que la conforman y así fortalecer el vínculo entre estas para cumplir los objetivos.
- 3) La presencia que tiene el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas en los medios de comunicación es gracias a la labor que ejercen sus comunicadores, pues ellos son quienes buscan las oportunidades para que la información que se ha elaborado en el INEN esté presente en cada plataforma comunicativa. Por ello es importante que los comunicadores tengan contactos en cada medio de comunicación.
- 4) Para abordar periódicamente los temas que involucran al cáncer hay que tener en cuenta que el lenguaje sencillo es una buena herramienta frente al argot científico para que la información llegue con claridad a la población. El

comunicador institucional ejerce el papel de traductor de términos de ciencia convirtiendo a estos en enunciados fáciles de leer y entender. Por ello está capacitado para tratar la información oncológica de manera correcta.

- 5) El comunicador institucional es el motor creativo que impulsa a los proyectos que crean la dirección general, el comunicador sabe que herramientas puede utilizar para llevar el mensaje de prevención y es un agente especializado en el contenido de las ciencias médicas esto es por el ejercicio de su profesión dentro de un instituto especializado y dedicado al estudio del cáncer.
- 6) El comunicador institucional ejerce actividades administrativas como lo es las cuentas y plataformas que otorga el internet para llevar información al público que gusta por el uso de redes sociales, además el comunicador institucional hace las actividades que refieren a las relaciones publicas fortaleciendo no solo los vínculos internos sino creando nexos con la población y sus grupos de interés, entre ellos los medios de comunicación.
- 7) Las casas de estudios que se dedican a enseñar periodismo y ciencias de la comunicación debe tener en su curricular académico cursos referentes a la especialización en temas de ciencias, principalmente la salud, enseñar de qué manera se debe abordar a información y que técnicas se debe utilizar para llevar la información a la población y que esta pueda comprender el contenido.

**APÉNDICE A: ENTREVISTA AL LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN CÉSAR FELIPE RUIZ CÓNDOR**

Realizado: 31 de octubre del 2016

- 1) ¿Qué tan importante es para el INEN tener a periodistas y comunicadores que puedan llevar el mensaje de prevención a la población?**

Nosotros en el caso de la Oficina de Comunicaciones del INEN es importante porque nosotros hacemos contenidos que son básicamente para la prevención de cáncer. Si se quiere decir nosotros hemos tenido una súper especialización que podría decirte como periodista de salud u oncología debido al quehacer diario que tenemos con los médicos, hemos adquirido cierta experiencia y con el nivel de estudio que poseemos. Hay que agregar que un comunicador siempre debe estar aprendiendo y en la institución que va siempre tiene que aprender cual es el norte al que quiere llegar, entonces para nosotros es muy importante en este caso porque hacemos contenidos que van básicamente a la población a nivel nacional con nuestros programas de radio, nuestros trípticos que hacemos. Elaboramos material para la prevención de cáncer.

- 2) ¿Qué perfil debe tener un comunicador institucional?**

Debe tener el deseo de seguir aprendiendo y conociendo más. En mi caso empecé en una radio, de las más importantes del país, nunca pensé trabajar en una institución como el INEN, sin embargo trabajo aquí y hacemos registro fotográfico, la labor de prevención, programas radiales y es muy interesante seguir aprendiendo. El comunicador debe seguir aprendiendo, debe seguir leyendo, el comunicador adquiere experiencia en el campo, yo porto parte de mi experiencia y aprendo en el instituto porque aquí hay docencia, los médicos realizan docencia.

- 3) ¿Cómo consideras el papel de los comunicadores o periodistas en el ámbito de la salud en el país?**

Lamentablemente no está muy difundida, hay poquísimos colegas que se dedican al tema de salud como lo es la ciencia, poquísimos, 4 a 5 y contados.

Sin embargo debería haber una especialización porque el tema de salud, el de estar en un medio donde puedes hacer un programa de salud, que vale decir que hay varios actualmente, pero no son conducidos por los médicos. Uno de los excelentes “comunicadores”, pero es un médico, es el caso del señor Elmer Huerta quien tiene un programa de radio en RPP o también el Dr. Recova quien tiene un programa en Plus Tv. Pero aclaremos lo siguiente, no son comunicadores, son médicos que están asumiendo una función de los comunicadores, yo creo que debería ser el comunicador realizando un programa de prevención. Para eso requiere una especialización.

4) El comunicador en el ámbito de la salud tiene el papel de ‘traductor’ en cuanto a términos médicos, artículos de medicina para que las personas puedan entender ese tipo de contenidos

Por su puesto, ¿has visto como escriben los médicos?, nosotros lo que hacemos es que esa información difícil de entender llevarla a la lectura del público, en un nivel que tenemos nosotros, ponemos la información al alcance de la población que es básicamente nuestra labor y con eso también estamos educando a la población. Nosotros lo que hacemos es el papel de prevención.

5) ¿Qué herramientas en el campo de la comunicación social usan para llegar a la población?

Nosotros usamos todos los medios posibles, si hablamos de redes sociales, tenemos a Facebook y Twitter donde absorbemos las preguntas de público. Si hablamos de folletería la hacemos nosotros e informamos a la población mediante eso como son los tipos de cáncer y la prevención. Si hablamos de radio, el INEN tiene dos programas de radio que no le cuesta ni un solo sol a la institución como lo es Radio Libertad y Radio María y llevamos siempre a nuestros especialistas de aquí del INEN siempre hablando de temas de prevención, estilo de vida saludable y como uno siempre debe estar a favor de la conservación de su salud. Y el canal de You Tube donde tenemos los spots de prevención y las actividades como son las ferias del paciente.

APÉNDICE B: ENTREVISTA AL LICENCIADO EN PERIODISMO

ÉDGAR PALOMINO MALQUI

Realizado: 15 de noviembre del 2016

1) ¿Qué tan importante es para la institución tener profesionales de la comunicación en la imagen corporativa?

Toda institución sea de mediana o gran envergadura, necesita un órgano comunicacional porque de esta manera a través de las estrategias de comunicación que se establezcan se conectan todos los mensajes internos y todos los mensajes para la comunidad. Considero importante que toda organización tenga una unidad orgánica relacionada con la actividad comunicacional y debe contar con profesionales relacionados con la carrera de comunicación y periodismo.

2) ¿De qué manera la Oficina de Comunicaciones aporta a que el INEN pueda tener presencia en los medios?

La fortaleza del INEN es la herramienta periodística, considerando que las ciencias de la comunicación abarca el tema de la publicidad, redes sociales entre otros. Básicamente la fortaleza de nuestras actividades son es la herramienta periodística, primero porque no tiene costo de pauta comercial y segundo porque esto te permite utilizar los diversos medios de comunicación para poder transmitir tu mensaje. Generalmente lo realizamos soltando información de manera periódica por lo menos una vez a la semana y también llamando a los medios para que puedan colocar el tema que estamos proponiendo en la agenda mediática.

3) En cuanto al contenido de ciencias que sale de esta institución ¿De qué manera se trata la información para que sea entendible a la población? ¿Qué técnicas usa la Oficina de Comunicaciones?

Toda información que sale de aquí es abundante y de alto nivel académico-científico, nosotros lo bajamos en un mensaje sencillo haciendo un gran esfuerzo pues el tema de la salud es un tema especializado y el tema de oncología es mucho más especializado que otra rama de la salud. Lo que

hacemos básicamente es obtener la información a través del esfuerzo, la experiencia y el trabajo en equipo se baja la información a un lenguaje fácil de leer porque tratamos de brindar las notas de prensa que mandamos a los medios están un nivel que pueda ser fácilmente entendible por el periodista y a su vez él pueda dárselo a la población.

4) En tiempos de crisis hablando en el ámbito institucional ¿Cómo maneja la Oficina de Comunicaciones esos momentos?

Hay diversas formas, nos ha funcionado el salir a responder así como el quedarnos en silencio dependiendo de la fuente que origina la crisis. Nos reunimos con la alta dirección, vemos las causas que produjeron la situación y las soluciones. El INEN no sale a debatir, no sale a responder a los pacientes si hacen una denuncia trabajamos de una manera personalizada con la persona afectada. Sin cámaras de comunicación vamos a los medios y mencionamos nuestra verdad, los periodistas elijen no sacar la nota.

5) La importancia en el rol del comunicador institucional en el INEN abarca también en lo que son temas de prevención...

El INEN tiene acciones de prevención, control y tratamiento e investigación en cáncer, son sus líneas de acción. En todas esas líneas de acción tiene que estar el tema comunicacional, las estrategias comunicacionales son transversales a todas las sesiones comunicacionales. Así como estamos para difundir logros, avances de la gestión también estamos para el tema de prevención y dentro de esto a veces funciona las notas de prensa pero ahora frente a estas circunstancias tenemos los programas de radio, allí trasmitimos el tema preventivo. Otros formatos que tenemos son los spots preventivos y están en redes sociales, no todos escuchan radio hay gente que está muy pegada a las redes y parte de nuestra estrategia es usar frases populares que están en el habla común. Como lo es la estrategia 'Cuéntamelo todo sobre el cáncer'

APENDICE C: GRÁFICOS

- **Gráfico 1.-** Esta ilustración fue obtenida mediante la página web del portal de noticias de Andina de Radiodifusión S.A.C el 20 de octubre del 2016 cuya fecha de publicación por parte del medio de comunicación figura el 18 de agosto del 2016 para su uso en este documento. Se eligió esta información debido a que muestra un ejemplo claro de un titular confuso cuyo tema central menciona al cáncer, de esta manera fue calificado para servir como ilustración para explicar el porqué del error en el tratamiento periodístico.
- **Gráfico 2.-** La siguiente captura fue obtenida desde la página web del diario El Comercio el día 25 de octubre del 2016 para su exposición en este trabajo monográfico cuya fecha de publicación por parte del medio de comunicación data del 11 de febrero del 2016. Se eligió este extracto de la nota informativa pues muestra un lenguaje científico no tratado de manera sencilla para su entendimiento por parte de la población, por ello se calificó para ser usada para dicho efecto.
- **Gráfico 3.-** EL siguiente gráfico fue obtenido desde la redacción web del diario La República el día 01 de noviembre del 2016 para tomarla como ejemplo en este trabajo cuya publicación por dicho medio fue realizado el día 07 de febrero del 2016. El material menciona analogías usadas de manera errónea por parte del autor, el ex presidente de la República del Perú, el Dr. Alejandro Toledo Manrique quien sirvió como redactor de opinión para este medio.

BIBLIOGRAFÍA

AECC (2006). *Guía de estilo, Salud y medios de comunicación. El Cáncer*. En https://www.pfizer.es/docs/pdf/sala_prensa/guia-estilo-medios-comunicacion-sobre-cancer.pdf Consulta: 25.10.2016.

BELTRÁN, Luis (1995). *Salud pública y comunicación social. Comunicación para la salud*.

En <http://www.bvsde.paho.org/bvsair/e/repindex/rep58/saludpub/saludpub.html>
Consulta: 13.10.2016.

CAPIOTRI, Paul (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa. Concepto de Imagen Corporativa*. Málaga: Editorial Ariel, pp. 21-29

CEBRIÁN, Mariano. *Periodismo empresarial e institucional. Introducción*. En <http://www.comunicacionsocial.es/docs/publicaciones/ficheros/introduccionp50.pdf>.
Consulta: 25.10.2016

CALVO, Manuel (1984). *Periodismo científico. Comunicación y Medios*. En <http://www.revistas.uchile.cl/index.php/RCM/article/viewFile/14925/15344>.
Consulta: 02.10.2016.

DIAZ, Lorena. *Teorías de la comunicación*. Tlalnepantía: Editorial Red Tercer Milenio S.A.C

GONZÁLES, Antonia (2004). *Salud, información periodística especializada en alza*. En <http://www.aloj.us.es/grehcco/ambitos11-12/borjas.pdf>. Consulta 10.10.2016.

INSTITUTO NACIONAL DE ENFERMEDADES NEOPLÁSICAS. *Reseña Histórica*. En <http://www.inen.sld.pe/portal/institucional/resena-historica.html>
Consulta: 20.10.2016

MOSQUERA, Mario (2003). *Comunicación en Salud: Conceptos, teorías y experiencias*.

En http://www.portalcomunicacion.com/obregon/pdf/Mosquera_2003.pdf. Consulta: 15.10.2016.

NATIONAL CANCER INSTITUTE. *¿Qué es el cáncer?* En <https://www.cancer.gov/espanol/cancer/naturaleza/que-es>. Consulta: 22.10.2016

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *Constitución de la OMS: Principio*. En <http://www.who.int/about/mission/es/>. Consulta 17.10.2016.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. *¿Qué es la promoción de la salud?*
En <http://www.who.int/features/qa/health-promotion/es/>. Consulta: 18.10.2016

RODRIGUES, Raquel (2004). *Teoría de la Agenda-Setting*. España: A.F Alaminos.
pp.15

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES. *Carta de Ottawa para la promoción de la salud*.
En <http://www.fmed.uba.ar/depto/toxico1/carta.pdf>. Consulta: 17.10.2016.

UNIVERSIDAD DE CUENCA (2007). *Salud y sociedad. Concepciones de salud y enfermedad*.
Cuenca: Universidad de Cuenca, Facultad de Ciencias Médicas.