



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso Facultad de Comunicación Social.

Autor:

AYERVE MOREIRA LADY PATRICIA

Tutor:

LCDO. STALYN ACOSTA MSc

Guayaquil, Ecuador

Año: 2020-2021

 <p>Presidencia de la República del Ecuador</p>	 <p>Plan Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes</p>	 <p>SENESCYT Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación</p>
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso Facultad de Comunicaron Social.		
AUTOR/ES: Lady Patricia Ayerve Moreira	TUTOR: MSc. Stalyn Arnoldo Acosta Andino	
INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Comunicación Social	
CARRERA: Comunicación Social		
FECHA DE PUBLICACIÓN	N. DE PÁGS.: 121	
ÁREAS TEMÁTICAS: Medios de comunicación y opinión publica		
PALABRAS CLAVE: Comunicación para la salud, cáncer de mama, estrategias comunicacionales		
RESUMEN: El presente proyecto de investigación consiste en identificar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social sobre temas de salud, específicamente, cáncer de mama y las formas de difusión de dichos temas. La hipótesis que se plantea en la investigación se fundamenta mediante la aplicación del método de observación, del descriptivo, deductivo e inductivo y del histórico, con tipos de investigación cualitativa y cuantitativa, como son encuesta y entrevista para obtener datos reales. Para la solución del problema se propone la creación de un plan estratégico comunicacional académico direccionado a los estudiantes de la carrera con el fin de que ellos conozcan el área de comunicación para la salud, en este caso sobre el cáncer de mama y la correcta realización de estrategias comunicacionales de estos. Los resultados de la investigación comprueban que los estudiantes no tienen conocimiento sobre la comunicación para la salud.		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN	
DIRECCIÓN URL (Tesis en la web)		
ADJUNTO URL (Tesis en la web)		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES	Teléfono: 0985969177	E-mail: lady.ayervem@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Stalyn Acosta Andino	
	Teléfono: 0994371582	
	E-mail: stalyn.acostaa@ug.edu.ec	

Certificado del Docente Revisor Del Trabajo de Titulación



ANEXO VIII - INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, marzo 19 de 2021

Doctora
ALBA BARRETH GONZALEZ, MSc.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
 Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Usted, el informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación: **Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso Facultad de Comunicación Social**, de la estudiante: **Lady Patricia Ayerve Moreira**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 19 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 6 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



NORMA ALYSSON
ANNIJO TRIVIÑO

Norma Alysson Annijs Triviño
 DOCENTE TUTORA REVISORA
 C.C. 0912884152
 FECHA: Marzo 19 de 2021



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO
NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÈMICOS**

Yo, Lady Patricia Ayerve Moreira con C.C. No. 0958748840 certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso Facultad de Comunicaron Social” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Lady Patricia Ayerve Moreira
C.C 0958748840

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESCUELA/CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

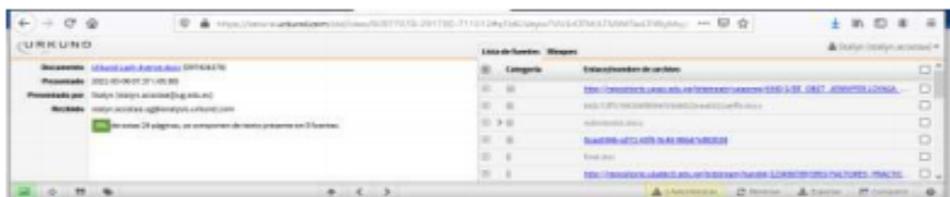


ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **STALYN ARNOLDO ACOSTA ANDINO**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **LADY PATRICIA AYERVE MOREIRA**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**.

Se informa que el trabajo de titulación: **"ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA: CASO FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL"** ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio (URKUND) quedando el 0 % de coincidencia.

Imagen:



Enlace:

<https://secure.arkund.com/old/view/92977078-291700-711012#q1bKLVayjibQMTTSMXXMdxMtExMtUxsojVUSrOTM/LTMtMTsxLTIWYMtAzMLAwNTQ2NbYwsbCONDc2qgUA>

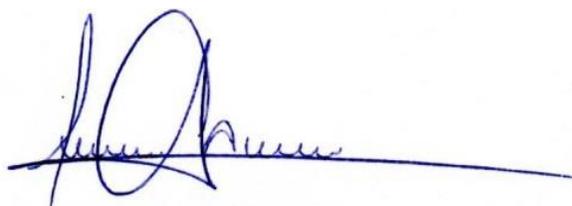


STALYN ARNOLDO ACOSTA ANDINO

STALYN ARNOLDO ACOSTA ANDINO
C.C. 091356536-2
FECHA: 9 marzo, 2021

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **AYERVE MOREIRA LADY PATRICIA**, estudiante de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil deja constancia escrita de ser la autora responsable del presente trabajo de Titulación.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lady Patricia Ayerve Moreira', is written over a horizontal line.

LADY PATRICIA AYERVE MOREIRA
CC. 0958748840

Certificado del Docente Tutor Del Trabajo de Titulación



ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Guayaquil,

Doctora
Alba Barreth González
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DEL CÁNCER DE MAMA EN LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA: CASO FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL”** de la estudiante **LADY PATRICIA AYERVE MOREIRA**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

El trabajo es el resultado de una investigación.
El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



ESTADO INSTITUCIONAL 2021
STALYN ARNOLDO
ACOSTA ANDINO

FIRMA DEL DOCENTE TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.C. 091356536-2
FECHA: 3 de marzo 2021

DEDICATORIA

Doy Gracias a Dios Por permitirme seguir creciendo profesionalmente ya que sin él nada de esto fuera posible, brindándome sabiduría, salud, y constancia.

A mis padres, por ser un gran ejemplo para mí e inculcarme mis estudios desde pequeña, siendo un gran apoyo incondicional, a mis hermanos por estar presente en cada nueva meta que me propongo, a mi familia que de cierta manera han aportado un granito de arena a lo largo de estos años para obtener mi título universitario y por encaminarme a tomar buenas decisiones.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme paciencia y perseverancia para poder elaborar este trabajo de titulación el mismo que me costó muchos años de estudios y aprendizaje.

Imposible no estar agradecida con mis padres por su apoyo moral y económico.

A mis amigos por todas esas veces que nos hemos apoyado y hemos estado el uno para el otro en todas las ocasiones que nos hemos necesitado.

A la Universidad de Guayaquil, específicamente la Facultad de Comunicación Social que me abrió sus puertas brindándome muchos conocimientos y experiencias, para lograr mi objetivo de ser licenciada, a todos mis profesores por compartir sus conocimientos e inculcarme sus valores para el desarrollo de mi vida como estudiante, y a mi Tutor: Stalyn Acosta quien fue mi principal guía para poder culminar este trabajo de titulación.

Tabla de Contenido

PORTADA

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR	¡Error! Marcador no definido.
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÈMICOS	iv
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	v
ACTA DE RESPONSABILIDAD	vi
Certificado del Docente Tutor Del Trabajo de Titulación	vii
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	ix
Tabla de Contenido	x
Índice de Tablas	xiv
Índice de Figuras	xv
RESUMEN.....	xvi
Abstract.....	xvii
Introducción	1
CAPÍTULO I.....	3
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Situación problémica.....	3
1.2. Formulación y sistematización del problema	6
1.2.1. Formulación del problema.....	6
1.2.2. Sistematización del problema	6
1.3. Objetivos de la Investigación	6
1.3.1. Objetivo General	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	6
1.4. Justificación	7
1.5. Delimitación temporal y espacial	9
1.5.1. Delimitación temporal.....	9
1.5.2. Delimitación espacial.....	9
1.6. Hipótesis.....	10

1.6.1. Detección de variables	10
1.6.2. Definición conceptual de las variables	11
Variable Independiente.....	11
Variable Dependiente.....	11
1.6.3. Definición real de las variables	12
Variable Independiente.....	12
Variable Dependiente.....	12
1.6.4 Definición operacional de las variables	13
CAPÍTULO II	14
2. MARCO TEÓRICO	14
2.1. Antecedentes	14
2.1.1. La comunicación.....	14
2.1.2. Comunicación estratégica	15
2.1.3. La salud	17
2.1.4. Cáncer de mama	19
2.2. Marco teórico.....	20
2.2.1. La comunicación para la salud	20
2.2.2. Comunicación estratégica para la salud	21
2.2.3. Comunicación para la salud en estudiantes	23
2.2.4. Comunicación organizacional.....	25
2.2.5. Comunicación para la salud en Facso	25
2.2.6. Comunicación de masas	26
2.2.7 Clasificación de los públicos	28
2.2.8. El cáncer de mama	31
2.2.8.1. Cómo se produce el cáncer de mama	32
2.2.8.2. Causas del cáncer de mama	33
2.2.8.3. Síntomas del cáncer de mama.....	34
2.2.8.4. Prevención del cáncer de mama	35
2.2.8.4. Métodos de detección precoz del cáncer de mama	36
2.3. Marco contextual.....	38
2.4. Marco conceptual	40
2.5. Marco legal	42

CAPÍTULO III	45
3. MARCO METODOLÓGICO	45
3.1 Diseño de la Investigación	45
3.2 Métodos de Investigación	45
3.2.1 Método Cualitativo	45
3.2.2 Método Cuantitativo	45
3.3. Tipo de investigación	46
3.3.1 Descriptiva	46
3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación	46
3.4.1 Encuesta	46
3.4.2 Entrevista	46
3.5 Población y Muestra	46
3.5.1 Población	46
3.5.2 Muestra	47
3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos usados	48
3.6.1. Datos sociodemográficos	48
3.6.2. Preguntas de las encuestas	50
3.6.3. Entrevistas a expertos	65
Entrevista sobre cáncer de mama	65
Entrevista sobre comunicación para la salud	70
Entrevista sobre estrategias comunicacionales	72
3.6.5. Entrevista a afectado por el problema	74
3.7 Comprobación de la Hipótesis	78
CAPÍTULO IV	79
4. PROPUESTA	79
4.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA	79
4.3. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA:	79
4.4. Objetivo general	81
4.5. Objetivos específicos:	81
4.6. Planificación estratégica de la propuesta	82
4.7. Presupuesto de la propuesta	84
4.8. Modelo de socialización de la propuesta	87

4.9 Conclusiones y recomendaciones	90
4.9.1 Conclusiones	90
4.9.2 Recomendaciones	91
Bibliografía	92
ANEXOS	98

Índice de Tablas

Tabla 1. Operacional de las Variables	13
Tabla 2. Clasificación de los públicos	29
Tabla 3. Representación gráfica de análisis de resultados	48
Tabla 4. Representación gráfica de análisis de resultados	49
Tabla 5. Representación gráfica de análisis de resultados.	50
Tabla 6. Representación gráfica de análisis de resultados.	52
Tabla 7. Representación gráfica de análisis de resultados.	53
Tabla 8. Representación gráfica de análisis de resultados.	54
Tabla 9. Representación gráfica de análisis de resultados.	56
Tabla 10. Representación gráfica de análisis de resultados.	57
Tabla 11. Representación gráfica de análisis de resultados	59
Tabla 12. Representación gráfica de análisis de resultados.	60
Tabla 13. Representación gráfica de análisis de resultados.	62
Tabla 14. Representación gráfica de análisis de resultados.	63
Tabla 15. Planificación de las dimensiones de la propuesta.	82
Tabla 16. Planificación de las dimensiones de la propuesta.	83
Tabla 17. Presupuesto global de la propuesta	84
Tabla 18. Presupuesto de la propuesta, gasto personal.	85
Tabla 19. Presupuesto de equipos tecnológicos	86
Tabla 20. Socialización del primer encuentro de la propuesta.	87

Índice de Figuras

Figura 1. Ubicación de la población escogida	10
Figura 2. Proceso de comunicación.....	15
Figura 3. Comunicación estratégica	16
Figura 4. Localización del cáncer de mama	19
Figura 5. Comunicación de masas.....	28
Figura 6 Tejido mamario.....	31
Figura 7. Representación gráfica de análisis de resultados.....	48
Figura 8. Representación gráfica de análisis de resultados.....	49
Figura 9. Representación gráfica de análisis de resultados.....	50
Figura 10. Representación gráfica de análisis de resultados.....	52
Figura 11. Representación gráfica de análisis de resultados.....	53
Figura 12. Representación gráfica de análisis de resultados.....	55
Figura 13. Representación gráfica de análisis de resultados.....	56
Figura 14 Representación gráfica de análisis de resultados.....	58
Figura 15. Representación gráfica de análisis de resultados.....	59
Figura 16. Representación gráfica de análisis de resultados.....	61
Figura 17. Representación gráfica de análisis de resultados.....	62
Figura 18. Representación gráfica de análisis de resultados.....	64
Figura 19 Campaña sobre comunicación y la salud.....	88
Figura 20 Ficha de capacitación de expertos	89



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad
universitaria: caso Facultad de Comunicaron Social

Autora: Lady Patricia Ayerve Moreira

Tutor: Stalyn Arnaldo Acosta Andino

RESUMEN

El presente proyecto de investigación consiste en identificar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social sobre temas de salud, específicamente, cáncer de mama y las formas de difusión de dichos temas. La hipótesis que se plantea en la investigación se fundamenta mediante la aplicación del método de observación, del descriptivo, deductivo e inductivo y del histórico, con tipos de investigación cualitativa y cuantitativa, como son encuesta y entrevista para obtener datos reales. Para la solución del problema se propone la creación de un plan estratégico comunicacional académico direccionado a los estudiantes de la carrera con el fin de que ellos conozcan el área de comunicación para la salud, en este caso sobre el cáncer de mama y la correcta realización de estrategias comunicacionales de estos. Los resultados de la investigación comprueban que los estudiantes no tienen conocimiento sobre la comunicación para la salud.

Palabras clave: Comunicación para la salud, cáncer de mama, estrategias comunicacionales.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**“COMMUNICATION STRATEGIES FOR BREAST CANCER PREVENTION IN
THE UNIVERSITY COMMUNITY: CASE FACULTY OF SOCIAL
COMMUNICATION”**

Author: Lady Patricia Ayerve Moreira

Scientific advisor: Stalyn Arnaldo Acosta Andino

Abstract

The aim of this research project is to identify the knowledge level that students from the faculty of Social Communication about health issues, specifically, breast cancer and the ways to sharing these important topics. The hypothesis presented in this investigation is based on the application of multiple methods, such as, descriptive, deductive, inductive, and historical; with qualitative and quantitative research types, such as, participant observation, survey, and interview to obtain real data. Finally, the proposal for this problem is to create a strategic academic communication plan, that is directed to students, so that they know how to implement communication strategies in this area, specifically, in breast cancer. The research results prove that students have not knowledge about health communication.

Keywords: Health communication, breast cancer, communication strategies.

Introducción

Este trabajo de titulación se realizó con el fin de identificar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social sobre temas de salud, específicamente, cáncer de mama y las formas de difusión de dichos temas; haciendo hincapié en el área de comunicación para la salud como parte del plan académico de un comunicador.

A través del primer capítulo se pudo plantear una hipótesis, la cual establece que no existe un plan estratégico comunicacional que aborde temas de salud, específicamente el cáncer de mama, que sea dirigido a los estudiantes de la carrera, además de no contar con estrategias, ya sean estas académicas o por parte de bienestar estudiantil, en cuanto al tema de comunicación para la salud respecta, que sean dirigidos a esta misma población.

También se analizó los aspectos conceptuales y legales involucrados a esta investigación.

Por su parte, en el segundo capítulo se tratan y despejan las variables que se determinaron en la investigación, tanto la dependiente e independiente, a su vez se establecen los fundamentos teóricos de las mismas, los cuales fueron desarrollados de manera individual como unificados, esto debido a su complejidad al tratarse temas que envuelven a la comunicación y a la salud, además de la parte académica de los estudiantes de la carrera.

En el tercer capítulo se determina que, al ser una investigación descriptiva, se emplea el uso de un enfoque mixto, es decir que se manejan herramientas tanto cuantitativas como cualitativas que son la encuesta y la entrevista respectivamente, a través de las cuales se esclarece la hipótesis y se logra contrastar la problemática de esta investigación. Para la

realización de este proceso se determinó una población y de ella su muestra para el análisis correcto.

Finalmente, en el cuarto capítulo se propone la elaboración de un plan estratégico de comunicación dirigido hacia los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social en el que se implemente la comunicación para la salud como parte académica, en los distintos temas que se puedan abordar, en este caso específico, el cáncer de mama. Esto tiene como objetivo educar a los estudiantes en cómo crear estrategias comunicacionales en temas de salud, partiendo desde el aprendizaje de las enfermedades, hasta como debe ser transformada esta información y difundida de forma asertiva.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Situación Problemática

El cáncer es una de las enfermedades que, tanto en el país como en el mundo, ha ido aumentando su nivel de morbilidad hasta el punto de llegar a convertirse en una de las principales y primeras causas de muerte mundial, transformándolo así, en un importante problema para la salud pública siendo, específicamente el cáncer de mama la segunda causa de muerte por cáncer en mujeres, falleciendo más de 410.00 mujeres por año.

Desde hace varios años atrás se han venido realizando campañas sobre el cáncer de mama para que la sociedad en general se informe sobre este tema. Síntomas, causas, consecuencias, pero, sobre todo campañas de prevención para esta enfermedad, donde dan a conocer las formas y métodos que existen para que se, contrarreste o detecte a tiempo este tipo de tumor maligno, incluso cuando para que sepan qué pasos seguir cuando solo es una lesión benigna, siendo esta información beneficiaria para toda la población ya que afecta tanto a hombre y como mujeres.

A pesar de los múltiples esfuerzos que se realizan para que se dé la propagación de información respecto a lo antes mencionado, los niveles de mortalidad por causa del cáncer de mama siguen en aumento ya que sigue existiendo un desconocimiento en la sociedad, más que de los síntomas, de la manera en la que se puede prevenir y detectar de forma oportuna y las edades recomendables para iniciar con estos métodos.

Además, que existe un desconocimiento parcial del procedimiento que se debe ejecutar en el autoexamen para la detección temprana de cáncer de mama, siendo esta uno de los métodos más publicitados.

Uno de los métodos de detección oportuna es el autoexamen, el cual lo puede realizar la misma persona desde su casa, es decir, no genera gastos, ni requiere de tiempo exagerado para realizarlo, pero a pesar de ello y de ser uno de los procedimientos más fáciles, existen pasos y normas para realizarlo y tener un resultado efectivo y asertivo, pero es allí donde se encuentra el problema ya que la sociedad en general aún no tiene un conocimiento pleno y completo sobre el tema y de como un procedimiento muy simple puede evitar mayores complicaciones en el futuro.

Las escasas disciplinas están un poco enlazadas, como es el caso de la comunicación y la salud, las cuales en el último siglo contiene una relación con el desarrollo entre la comunicación social con las demás disciplinas especializadas en la práctica de la comunicación para la salud (Montes de Oca & Rizk, 2014).

Los médicos tienen un léxico muy apropiado para la ciencia que estudian y para su propio entendimiento, pero muy complejo para la sociedad en general. Se conoce que quienes deben informar a la población son los comunicadores sociales y/o periodistas ya que están capacitados para saber la manera correcta de llegar al público objetivo, pero resulta que aquí en Ecuador no existe una relación entre estas ciencias: La comunicación y la salud, en la academia.

Según Busse y Godoy (2016) la comunicación mantiene un rol importante en la salud, debido que es un instrumento para poder anunciar e influir en las personas sobre contenidos importantes desde un plano individual, comunitario e institucional.

Como su propio nombre lo indica, es un campo totalmente multidisciplinario: además de ciencias de la salud y de la comunicación, se enriquece con la antropología, la sociología, la psicología, la neurociencia y la ingeniería, entre otras disciplinas

En la Universidad de Guayaquil, en la Facultad de Comunicación Social, existe un departamento de bienestar estudiantil, el mismo que no ha emprendido una campaña o estrategia comunicacional sobre este tema para que los estudiantes conozcan todos los métodos que existen para la detección temprana y cuál es el más factible, cómodo y eficaz para ellos y para sus familiares.

Tomando en cuenta también que no existe, en la parte académica, de la Carrera de Comunicación Social alguna parte de sí misma que involucre o que mencione lo que respecta a la “Comunicación para la salud”. Los comunicadores deben estar preparados en todas las ciencias y así como es importante el derecho, la política, el deporte, la psicología, es importante la salud como parte de la educación del comunicador. Con esto se ampliaría los campos de estudios de los profesionales en comunicación, incluso se despertaría el interés en crear proyectos innovadores en más de una ciencia ajena.

Tomando en cuenta que los comunicadores trabajan por y para la sociedad, qué mejor que generar contenido a través de proyectos creativos para educar a la población en temas que aportarían beneficios a su vida.

Si bien es cierto que cada ciencia es compleja en su aprendizaje y que cada profesional se prepara en su área específicamente, es indispensable la generación de nuevo contenido educativo para la población.

1.2. Formulación y sistematización del problema

1.2.1. Formulación del problema

¿Qué nivel de conocimiento tienen los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social sobre temas de salud, específicamente, cáncer de mama y sobre las formas de comunicar este tipo de temas?

1.2.2. Sistematización del problema

- ¿Es factible la elaboración de un plan de comunicación estratégica sobre los métodos preventivos para el cáncer de mama direccionado a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social?
- ¿Qué es la comunicación para la salud?
- ¿Qué es el cáncer de mama y cuáles son sus causas y síntomas?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Identificar el nivel de conocimiento que tienen los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social sobre temas de salud, específicamente, cáncer de mama y las formas de difusión de dichos temas.

1.3.2. Objetivos específicos

- Proponer un plan de comunicación estratégica sobre los métodos preventivos para el cáncer de mama direccionado para los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.
- Definir un campo de la comunicación como lo es “La comunicación para la salud”
- Identificar y describir información relevante sobre el cáncer de mama.

1.4. Justificación

El uso de las técnicas de comunicación y la comunicación estratégica permiten obtener una comunicación asertiva, es decir, que el mensaje que se quiere transmitir llegue de manera correcta, completa y coherente hacia el público que ya se ha escogido y analizado previamente.

Para investigar al público al que se quiere llegar se debe tener en cuenta varios aspectos, como lo son las edades, nivel de educación, nivel socioeconómico, etc.

El uso de la comunicación es aplicado hacia cualquier tema y tiene una gran relevancia debido al impacto que causa su buen manejo.

En la universidad de Guayaquil, específicamente en la Facultad de Comunicación Social existe un departamento de bienestar estudiantil el cual no emplea ninguna estrategia comunicacional en cuanto al tema que se está investigando, el de los métodos de prevención contra el cáncer de mama y es allí donde radica la importancia de este proyecto.

El cáncer de mama afecta tanto a mujeres (en mayor porcentaje) y a hombres siendo esta una de las enfermedades con mayor índice de mortalidad a pesar de que existen más de 1° métodos para su prevención y tratamiento disponibles.

El problema radica en el desconocimiento de la práctica correcta de los procedimientos para su detección temprana como lo es el autoexamen, que, a pesar de tener toda la información en internet, aun no comprenden por completo los pasos que se deben seguir para tener un resultado positivo de su puesta en práctica.

Al crear, o proponer la elaboración de un plan estratégico para que los estudiantes de facultad de Comunicación Social conozcan todos los procedimientos y su correcto uso, se está aportando a que estos puedan prevenir esta enfermedad ya que se encuentran en las edades específicas (de entre 18 a 24 años). Además, con los conocimientos que ellos

obtendrán respecto a todos los métodos que se pueden ejecutar antes y después de la enfermedad podrán prevenir e informar a sus familiares incluyendo el entendimiento de cuáles son las causas que despiertan esta enfermedad para así poder evitarlas.

La creación de este plan estratégico de comunicación y la próxima puesta en práctica del mismo, no solo permitirá que los estudiantes tengan conocimiento con respecto al tema específico que se está tratando como lo es el cáncer de mama, sino también que ellos conozcan, se involucren y se interesen por aprender cómo manejar estos temas de salud desde el punto de la comunicación, es decir llevar a cabo la relación de estas dos ciencias: la comunicación y la salud.

El periodismo tiene una alta 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. (Caman Aguirre, 2016)

Para ejercer estas labores dentro de la comunicación para la salud en instituciones dedicadas a este ámbito se necesita a profesionales en comunicación, imagen corporativa e institucional, manejo de los diferentes públicos, etc. y a su vez que conozca como abarcar temas de salud respetando los estudios existentes.

Se requiere 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 (Caman Aguirre, 2016)

A través de este tipo de actividades como realizar alguna campaña comunicacional dirigida a los estudiantes de la comunicación despierta el interés de estos futuros profesionales a explorar, aprender y capacitarse en otros ámbitos, saber que no hay un

límite, que lo único que deben poner en práctica en su vida profesional no es lo aprendido en la academia, sino que hay muchas opciones en las que puede desarrollar sus conocimientos.

En Ecuador existen campañas en las que se dictan charlas sobre ciertas enfermedades, pero estas charlas son dadas por médicos, por especialistas que, son expertos y saben perfectamente lo que dicen y hacen, pero no están capacitados para comunicar, no están correctamente entrenados para educar a la población por esa razón es indispensable que un profesional de la comunicación, quien sabe del manejo del lenguaje, del manejo del público, de la creación de estrategias para alcanzar objetivos, sea quien se encargue de brindar la información a la sociedad y de generar este tipo de contenidos.

1.5. Delimitación temporal y espacial

1.5.1. Delimitación temporal

El proyecto mencionado se va a ejecutar durante el primer periodo del año 2020 hasta el año primer periodo del año 2021.

1.5.2. Delimitación espacial

El presente proyecto se realizará en la Universidad de Guayaquil, en la facultad de Comunicación Social ubicada en la Ciudadela Quisquis Calle Eugenio Espejo E/Héctor Toscano y A. Romero Castillo, Guayaquil, GUAYAS, a los todos los estudiantes que se encuentren matriculados en la carrera de Comunicación Social de las tres jornadas (Matutina, vespertina y nocturna)

Figura 1. Ubicación de la población escogida



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Lady Ayerve, estudiante del 9no Semestre-carrera de Comunicación Social

1.6. Hipótesis

No existe un plan estratégico comunicacional que aborde temas de salud, específicamente el cáncer de mama, que sea dirigido a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, además de no contar con estrategias, ya sean estas académicas o por parte de bienestar estudiantil, en cuanto al tema de comunicación para la salud respecta, que sean dirigidos a esta misma población.

1.6.1. Detección de variables

A: Estrategias de comunicación para la salud.

B: Conocimientos profesionales de comunicación.

1.6.2. Definición conceptual de las variables

Variable Independiente

Estrategias de comunicación para la salud.

Según el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (2012) el proyectar **estrategias de comunicación** ayuda a solucionar inconvenientes en la salud, para prevenir alguna enfermedad e impulsar en estilo de vida sana.

El objetivo de **una estrategia de comunicación** es conseguir que las personas participen de manera activa y bien informada en acciones individuales y colectivas favorables a la salud; de tal manera el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (2012) indica que las personas deben generar conocimientos importantes sobre la salud, para poder prevenir alguna enfermedad y logren una participación en la promoción de la salubridad.

Variable Dependiente

Conocimientos profesionales de comunicación

Los autores Busse y Godoy (2016) dicen que la comunicación en la salud presenta contenidos de gran relevancia el cual se debe fortalecer a nivel mundial, en las instituciones educativas, tanto de comunicación, como salud pública, para que se puedan desarrollar disciplinas específicas entre sí y generar conocimiento en las personas.

1.6.3. Definición real de las variables

Variable Independiente

Estrategias de comunicación para la salud.

En todas las instituciones es necesario que exista comunicación. Para que la comunicación se realice de una forma asertiva se necesita tener conocimiento de las estrategias y tácticas que se deben considerar en base al público al que nos vamos a dirigir. En lo que respecta a las estrategias de comunicación para la salud se necesita ahondar en dos ciencias específicas: la comunicación y la salud para que, trabajando en conjunto, se formen profesionales capacitados y versátiles.

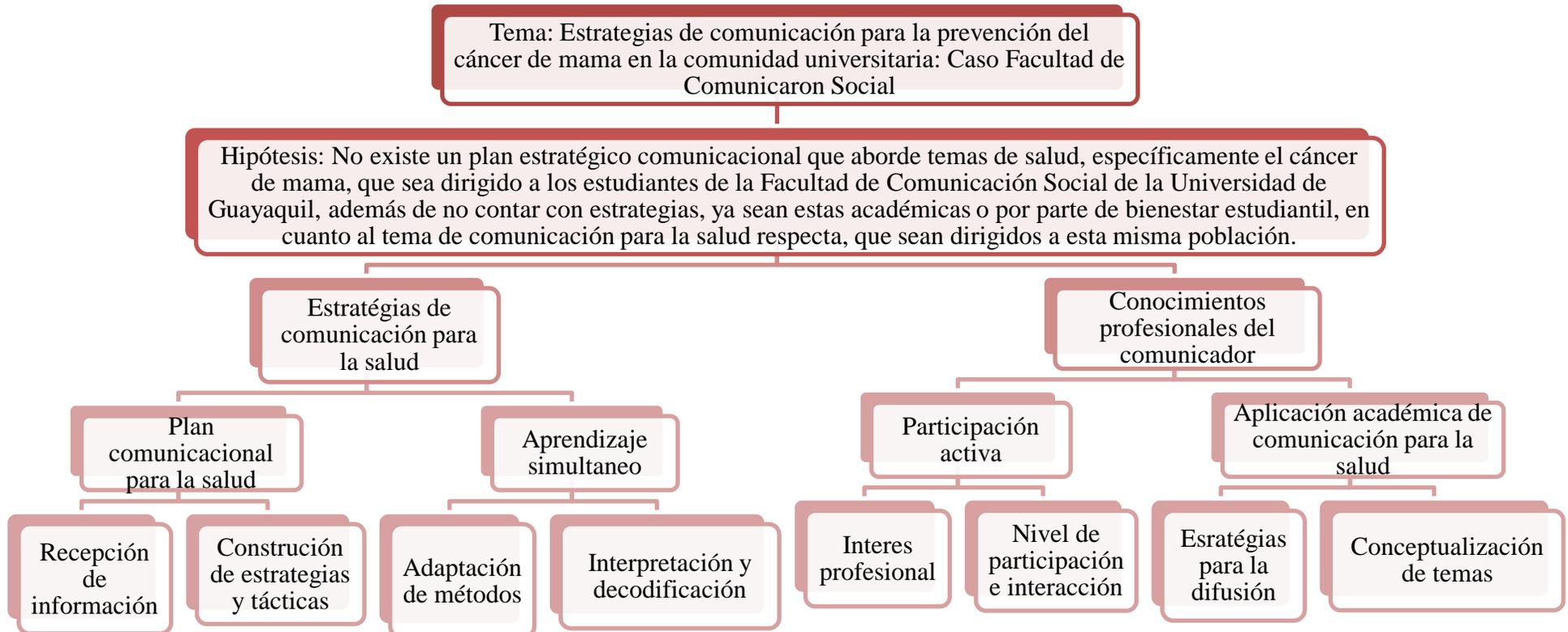
Variable Dependiente

Conocimientos profesionales de comunicación

Los conocimientos profesionales de un comunicador deben ser, no solo en lo que respecta y se cree “saber comunicar, difundir y transmitir información”, sino en aplicar este concepto en cualquier ámbito que lo desee. Tomando como referencia otras ciencias que se imparten en la academia como lo son el deporte, el derecho, comunicación organizacional, etc., la salud es un tema muy importante y mucho más en este país donde queda en evidencia que las personas no se instruyen por si solas.

1.6.4 Definición operacional de las variables

Tabla 1. Operacional de las Variables



Fuente: Definición operacional de variables

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady, estudiante del 9no Semestre-carrera de Comunicación

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. La comunicación

La comunicación ha sido una de las herramientas que se ha utilizado a lo largo del tiempo para la transmisión de mensajes ya sea de manera profesional o coloquial. Su importancia radica en que se utiliza con el fin de informar, crear entendimiento, generar respuestas, dar a conocer algo, etc. El uso del lenguaje y del proceso comunicativo le corresponde a tres sujetos que son los seres humanos, los organismos vivos y los dispositivos de comunicación.

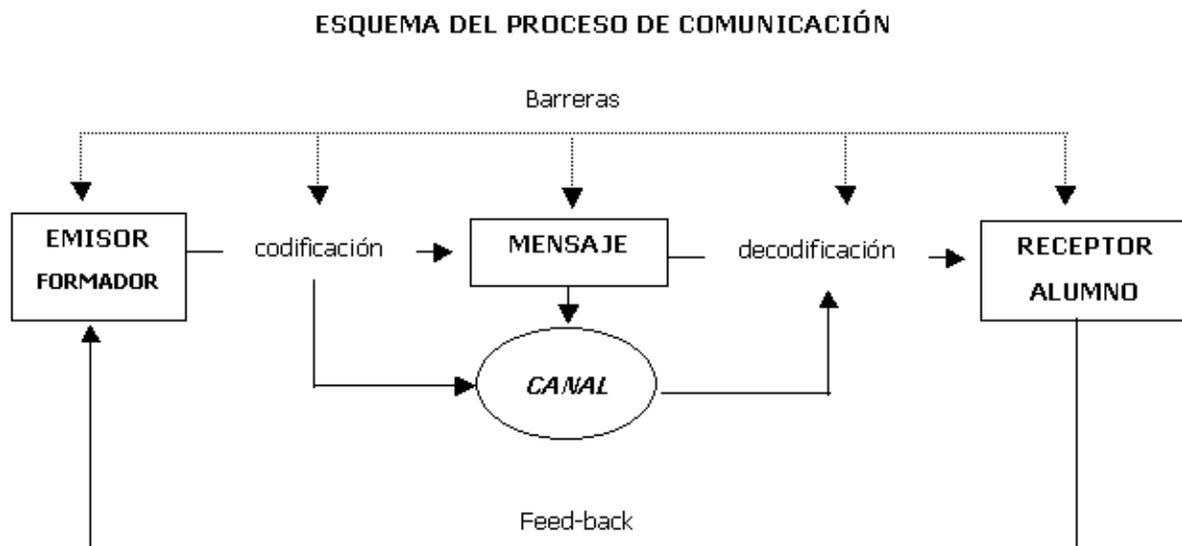
La historia de la comunicación se remonta al origen de los seres humanos debido a la necesidad de comunicarse con los demás y expresar los propios pensamientos y sentimientos. Los primeros signos de comunicación fueron principalmente gestos y sonidos culturales y, posteriormente, a través del desarrollo de algunas habilidades, la comunicación comenzó a transmitirse a través de imágenes. (UTEL, 2019)

El autor Gutiérrez (2016) dice que la capacidad que desarrolla el ser humano en edificar información por medio del proceso comunicativo o lenguaje permite implementar un crecimiento en el pensamiento de las personas.

Existen distintas formas en la que se la ejecuta la comunicación, las principales han sido: verbal, no verbal y escrita, pero el uso de la palabra ha sido la manera más eficaz en la que este proceso se ha llevado a cabo para el buen entendimiento entre las sociedades. Dentro de la comunicación se encuentran diversos elementos como lo son el emisor, el receptor, el mensaje, el canal, el código, la situación y el marco referencial. Todos estos elementos se emplean en el proceso para que sea efectiva la comunicación.

En el siguiente cuadro se representa el proceso comunicativo donde intervienen todos los elementos que se mencionaron con anterioridad y del cual se genera otro elemento que es la retroalimentación o *feed back*.

Figura 2. Proceso de comunicación



Fuente: Proceso de comunicación (Cruz, 2017)

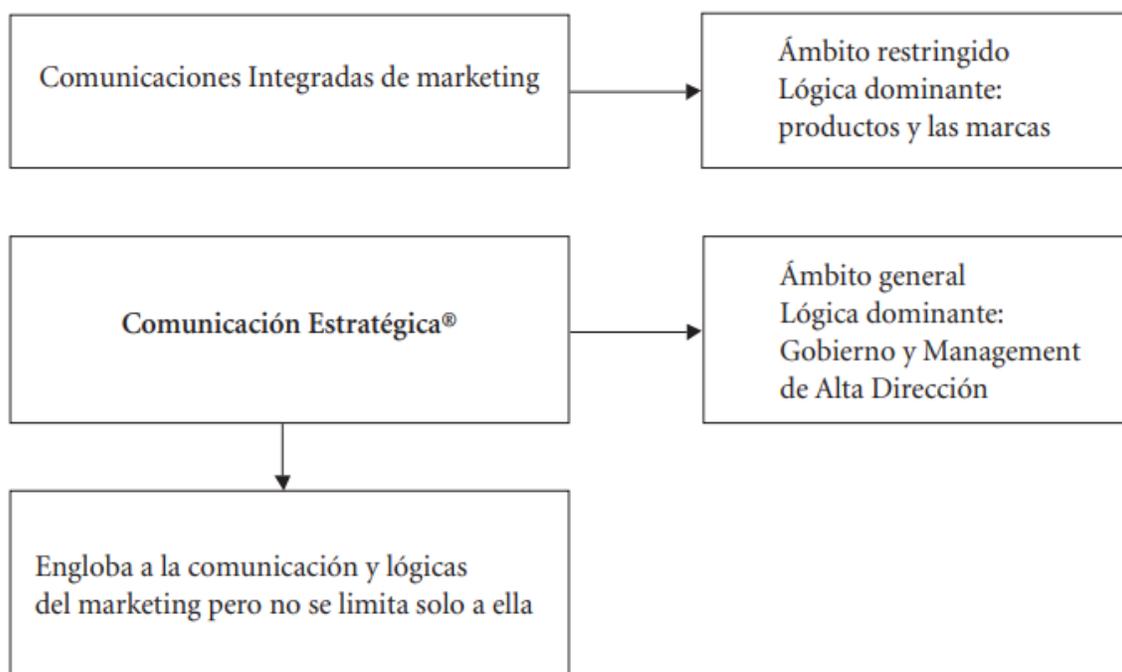
Adaptado por: Ayerve Moreira Lady

La comunicación es multidisciplinaria ya que se relaciona con todas las ciencias. Se necesita de la comunicación para que las demás ciencias sean entendidas por toda la población, una de ellas es la medicina y es una rama en la comunicación la cual es conocida como comunicación para la salud.

2.1.2. Comunicación estratégica

En los años 80 se consideraba que la comunicación estratégica era sinónimo de publicidad o marketing y solo en el ámbito empresarial. A medida que se han realizado investigaciones sobre aquello podemos notar que este es un tema mucho más amplio y que se puede enfocar a cualquier ámbito que lo requiera.

Figura 3. Comunicación estratégica



Fuente: Comunicación estratégica (Scheinsohn, 2010)

Adaptado por: Patricia Ayerve

En la imagen anterior podemos deducir claramente al resultado al que llega Scheinsohn, (2010) en su investigación. En esta hace referencia a que la comunicación estratégica, gracias a su grado de efectividad, puede y debe ser aplicada a cualquier ámbito que lo necesite siempre que este tenga un objetivo establecido y sepa los resultados que quiere alcanzar para que así el plan que se ejecute sea el correcto.

Scheinsohn (2010) dice que la comunicación estratégica engloba ciertas tácticas para que permitan que esta sea asertiva y funcional. No es regla usar todas ellas para que sea comunicación estratégica, al contrario, se aplican dependiendo de la necesidad del plan o estrategia que se haya establecido con un estudio previo.

Algunos ejemplos de comunicación a nivel táctico son:

- Publicidad
- Promoción
- Sponsoring
- Relaciones Públicas
- Difusión Periodística
- Lobbying
- Comunicación con los empleados
- etc.

El autor Sheinsohn (2010) delinea como una táctica a nivel global a la comunicación estratégica, donde se incluye un sistema claro y preciso a través de un método de gestión.

2.1.3. La salud

Como lo menciona Jaramillo Antillón (2001) en su escrito sobre la Evolución de la medicina: pasado, presente y futuro. Desde hace más de 2.000 años, bajo las enseñanzas de Sócrates y Aristóteles se sabe que el ser humano es el principio y el final de todo; por él existe la historia es el único ser que tiene un pasado y que planea su futuro y es por esa razón que se crean todas las ciencias para su buen desarrollo, en especial la medicina, ya que siempre ha sido de vital importancia que los seres humanos se mantengan con buena salud para que se siga construyendo sobre este mundo.

Luego de que se tuviera en cuenta, gracias a estos mismos personajes, la importancia de la salud del ser humano, se fueron realizando investigaciones y aparecieron nuevas teorías de las enfermedades, de cómo debían manejarse, de las causas, de las consecuencias de algunos hábitos etc.

El primer origen como tal de la medicina fue mitológico en el que tuvo mayor relevancia el Dios Apolo quien se encargaba de curar las heridas de los dioses griegos en base a lo que ahora se conoce como medicina natural ya que lo realizaba con el uso de una

raíz de Peonia. Este Dios transmitió sus conocimientos a sus alumnos y así fue como sus creencias en base a la medicina perduraron hasta los años 2.700 A.C.

En los años 4000 A.C. tuvo cabida la medicina Mesopotamia la cual se basaba en que las enfermedades eran causadas por demonios y espíritus malignos por ende la cura a ciertas enfermedades como por ejemplo la epilepsia, era un exorcismo y para prevenir a alguien de cualquier enfermedad su método era usar un conjuro.

Después de que la medicina tuviera lugar en el ámbito de la magia, de lo irreal y de lo divino, llegó Hipócrates, quien ha sido considerado el primer médico de la historia, ya que en sus relatos describa ciertas cosas que hasta la actualidad sabemos que son reales como lo es que la epilepsia es causada por un daño en el cerebro mas no por una posesión de un demonio o un castigo divino. Hipócrates dejó su legado enseñando que para saber las causas de una enfermedad hay que realizar un diagnóstico en el que se cuestiona al enfermo o paciente en lo que respeta su estilo de vida, se observa al paciente para saber los síntomas y luego se da un veredicto y un tratamiento para dicha enfermedad.

A raíz de esta nueva vertiente de la medicina empiezan a surgir más investigaciones como lo es la disección de cadáveres, la experticia en lo que los músculos y huesos, ahondar en ciertas enfermedades, conocer las afecciones y cómo influye el medio ambiente en la aparición de las enfermedades, el análisis de los gérmenes, controlar un virus, etc.

Se puede notar que los conocimientos actuales que se tiene sobre la medicina y la salud datan de años Antes de Cristo, que lo se actualiza es la manera en que se realizan los tratamientos para las enfermedades, el avance la farmacología, y las múltiples opciones que ahora se tienen para la prevención de todas las enfermedades, pero los conocimientos y la base toda esta ciencia sigue siendo la misma.

El primer pensamiento que tuvo el hombre sigue siendo primordial, aun después de más de 2.000 años “El ser vivo es la parte principal de la historia, de tal manera es un ser con pasado, presente y futuro. Ya que es el que crea la historia y es el fin de la misma (Jaramillo, 2001).

2.1.4. Cáncer de mama

Como dice la Sociedad Americana contra El Cáncer (2019), las células de los senos normales se convierten en cancerosas debido a cambios (mutaciones) en el ADN. El ADN es el resultado químico de nuestras células que conforma nuestros genes. Los genes tienen las disposiciones sobre cómo funcionan nuestras células.

Las transformaciones en el ADN permiten que se desarrollen células normales del seno las cuales se pueden volver cancerosas. Ciertos cambios en el ADN se heredan de los padres y pueden acrecentar significativamente su riesgo de cáncer de seno. Otros factores de peligro afines con el modo de vida, como la nutrición y cuánto ejercicio hace, pueden desarrollar la posibilidad de sufrir cáncer de seno, no obstante, todavía existe algún tipo de riesgo en las células las cuales conllevan a las hormonas a producir un efecto negativo (Sociedad Americana Contra El Cáncer, 2019).

Figura 4. Localización del cáncer de mama



Fuente: Localización del cáncer de mama (Redacción Médica , 2021)

Adaptado por: Ayerve Moreira Lady

2.2. Marco teórico

2.2.1. La comunicación para la salud

La importancia de la comunicación en la salud o para la salud radica en que existen profesionales en estas áreas, que tienen los conocimientos sobre enfermedades, métodos de prevención y procesos de cura, pero ellos no tienen o no están en la capacidad para comunicar esto al público y que la información llegue de manera correcta y sea entendida.

Alcalay (2015) Menciona que:

Esta situación constituye el foco central de interés del área de comunicación para la salud, es decir, el estudio de la naturaleza y la función de los medios necesarios para que los contenidos de salubridad se puedan desarrollar de buena manera para las personas.

La comunicación para la salud nace de la necesidad de comunicar con claridad y eficacia una de las ciencias más complicadas, pero una de las más importantes para la supervivencia de una sociedad ya que a través de esto se puede educar al pueblo con las herramientas que permitan que ese proceso de comunicación sea asertivo.

Estas escuelas de comunicación desarrollan una planificación en sus estudios para determinar a la comunicación con la salud, en aportes académicos.

Dentro del área de la comunicación para la salud se toman en cuenta tres aspectos importantes para su estudio, para una acertada divulgación de la información y para la correcta elección de las herramientas a utilizar y son:

- La comunicación entre paciente – médico
- La comunicación entre organizaciones de la misma área
- Los medios de comunicación y el diseño de estrategias de divulgación

Las destrezas de comunicación que se relacionan con los expertos en salud, tienen un gran impacto en los pacientes, por lo tanto su funcionamiento debe mejorar tanto en la salud física y mental (Lorente & Jiménez Arias, 2019)

Está comprobado que la comunicación para la salud educa a la población o al grupo objetivo que se tenga con las diferentes estrategias y herramientas que se pueden utilizar.

De tal manera EEUU tiene como ejemplo” Los resultados en las campañas de prevención difundida por los medios de comunicación en los años 96 y 97 la tasa de mortalidad por cáncer de mama genero una reducción importante en el estado de California. Esa reducción se atribuye al alto porcentaje de mujeres que, como resultado de las campañas de educación, se hicieron mamografías.” (Alcalay, 2015)

Es así como toma gran relevancia el uso de las ciencias sociales en otras y viceversa, en este caso, la salud, aportando con información clara sobre teorías, enfermedades, tratamientos, prevención, etc. que mejoran la calidad de vida de la población.

2.2.2. Comunicación estratégica para la salud

El área de la salud y la medicina es de difícil entendimiento para la sociedad, debido a los términos que se emplean para mencionar ya sea a tratamientos, a medicamentos, enfermedades, etc es por ello que no solo basta que la persona que se prepara para dar este tipo de información conozca, entienda y lo trasmita, sino que se debe hacer una planificación de las formas de trasmitir este tipo de contenido.

La salud desarrolla programas de prevención, la cual sirve de mucho la comunicación estratégica para poder lograr un impacto en la salud individual y colectiva de las poblaciones y cómo ésta puede contribuir a la prevención de enfermedades y la promoción de la salud. (Moreda Sánchez, Martínez Pastor, & Vizcaíno Pérez, 2016)

El objetivo de que se quiera mejorar los mensajes del campo de salud para darlos a conocer que la sociedad o el grupo al que va dirigida la información es que estos lo comprendan, lo apliquen y cambien sus hábitos, mejorando con ello también su calidad y estilo de vida, es decir que se pueda notar una reducción en los porcentajes de muerte por enfermedades que pueden ser prevenidas o tratadas gracias al conocimiento.

Para lograr este objetivo se debe plantear estrategias y tácticas comunicacionales que ayuden a que el mensaje cause el impacto que se desea en la población. Para esto se debe tener en cuenta ciertos aspectos como:

- Características etarias de la población a la que va dirigida
- Nivel socio-económico
- Nivel educativo
- Problemáticas sociales
- Temas de interés
- Vías de comunicación actualizadas

En una guía que presenta el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social menciona que este abordaje consiste en una estrategia global de comunicación, compuesta por tres sub-estrategias, integradas entre sí: Subestrategia apoyo y legitimación, Subestrategia movilización social y Subestrategia comunicación multimedios. (Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social , 2012).

Para realizar una propuesta de enseñanza sobre la salud a través de la comunicación se necesita de una macro estrategia, la cual será el resultado todo el proyecto que se realice, mientras que para lograr cumplirlo se deben realizar actividades específicas que vayan encaminando a la culminación y cumplimiento de todos los objetivos y a esas se las conoce como tácticas.

Las nuevas tecnologías facilitan mucho la difusión de información de una manera rápida y llegando a todo un grupo focal. Es allí donde se deben fusionar la información correcta con la difusión de la misma de forma rápida, por lo tanto, cuando se crea una macro-estrategia comunicacional se debe tomar en cuenta todos los recursos con los que se cuentan y que pueden ser bastante útiles a la hora de querer dar una información, utilizándola ya sea para generar expectativa y así lograr que se interesen un poco más por la información que se les va a proporcionar, tanto como para hacerles llegar el contenido como tal.

2.2.3. Comunicación para la salud en estudiantes

Todas las personas que conforman una sociedad están obligadas a conocer sobre las enfermedades que pueden contraer en el medio en el que se desenvuelven y viven diariamente, pero, como es evidente, las personas están acostumbradas a acudir al médico cuando están enfermas, mas no como un proceso natural para prevenir cualquier enfermedad, el resultado de esta mala práctica es que empiezan a saber de la enfermedad cuando ya está presente, cuando ya está avanzada e incluso cuando ya no se puede tomar ningún tratamiento.

Una de las maneras con las que las personas se informan son los medios de comunicación masiva y, en la actualidad, las redes sociales que están mucho más en boga a la hora de buscar información sobre algún tema, y es allí hacia donde se debe apuntar en esta área del conocimiento.

Así como en el área de comunicación se le da cabida a otras áreas como son la realización de proyectos, el conocimiento de leyes, de política y demás, es necesario que a los estudiantes de esta carrera se les enseñe como se lleva a cabo lo que es la comunicación

para la salud, porque es de suma importancia que se genere contenido nuevo en los medios de comunicación que eduque a la población en problemas que pueden prevenir.

En Estados Unidos ya se le da un espacio a la comunicación para la salud en algunos establecimientos educativos.

En la actualidad 4 profesores investigadores laboran en departamentos de comunicación para la salud. El docente académico Charles Berger, es uno de los principales teóricos de la ciencia de la comunicación, influye de manera significativa en los medios masivos para lograr una percepción en las enfermedades de alto riesgo. (Alcalay, 2015)

En la academia, a los comunicadores sociales es normal que se les enseñe lo que es comunicación para empresas, que se les inculque e incite al periodismo deportivo y que se les imparta conocimientos sobre informática, leyes e incluso sobre política, sabiendo que estos son campos ya saturados en el mercado, por no decir que casi nulos en plazas de trabajo, sin embargo no fomentan a la investigación o inducen al aprendizaje de otros tipos de ciencias que puedan relacionarse con la comunicación como lo es la “Comunicación para la Salud”.

El perfil del comunicador se describe con algunas de las siguientes palabras: versátil, multidisciplinario, multifuncional, polifacético. Para cumplir estos requisitos es indispensable que el comunicador o periodista conozca sobre la mayoría de ciencias, las más importantes y solo despertando ese interés en el estudiante garantizarían un profesional con todas esas cualidades, porque es gracias a la relación que se puede hacer entre algunas ramas que surgen nuevas áreas de estudio, de investigación e, incluso, de trabajo.

Las personas, la sociedad, el pueblo necesitan entender el porqué de muchas afecciones que tienen, el porqué de sus dolencias y mucho más en este país donde las

personas consultan por su enfermedad, pero no tienen dinero para su tratamiento, entonces es importantísima la labor que tendría el comunicador para que la población conozca cómo prevenirse y no tenga que llegar a buscar una cura para alguna enfermedad avanzada.

2.2.4. Comunicación organizacional

La comunicación que se maneja dentro de las organizaciones es lo que se ve como resultado en sus actividades, es decir si una empresa u organización maneja una buena comunicación se ve reflejado en el cumplimiento de forma asertiva de sus objetivos.

El autor Peiró y Bresó (2015) definen a la organización como una determinada relación con el entorno social, basado en la realidad, siendo sistemático para el proceso de información en la comunicación a través de transacciones.

De Castro (2015) define a la comunicación organización como una institución que forma parte de una cultura con sus respectivas reglas y normas.

2.2.5. Comunicación para la salud en Facso

En la facultad de comunicación social según registros no existen materias que ayuden a proporcionar este conocimiento a los estudiantes en ningún nivel, lo único que existe es ciertas charlas sobre educación sexual, prevención de enfermedades sexuales y métodos anticonceptivos, pero son dictadas por personas ajenas a la facultad. Esto sucede porque a pesar de tener el conocimiento, no saben las técnicas mucho menos tienen la confianza para explicar este tipo de temas sobre la salud.

Existen docentes conocedores del área, pero no pueden brindar sus conocimientos al 100% ya que no corresponde a la materia que se está llevando a cabo.

De cualquier forma, las charlas brindadas sirven para aportar conocimientos y esto debería realizarse más seguido con distintos temas de salud, para que así empiece una cultura de educación en salud en la Facultad.

Uno de los temas de los cuales se hace publicidad en todos los lugares y plataformas, tanto en vallas publicitarias, post en redes sociales, videos institucionales, etc. es el cáncer mama, que afecta tanto a hombres como a mujeres y que es una de las enfermedades que pueden evitar y controlar desde casa, pero por el desconocimiento total o parcial del tema no lo ponen en práctica.

Así como el cáncer de mama es una enfermedad mortal, existen muchísimas más que se pueden prevenir e incluso retrasar su proceso. Este es un tema de salud, de medicina, pero que afecta a todas las personas en general, por ende, hay información que deberían conocer todos, más no solo un grupo de personas.

Los comunicadores deben tener conocimientos en todas o en las mayorías de las áreas que existen y que son de mayor relevancia para la sociedad, no solo como conocimiento propio, incluso para quienes trabajan en medios de comunicación o que aspiran a laborar en uno, deben tener todo tipo de conocimientos para demostrar su capacidad, su nivel de estudio, su versatilidad, etc Por esta razón es importante incluir la salud en lo que respecta la parte académica de la carrera de Comunicación Social.

2.2.6. Comunicación de masas

La comunicación nace de la necesidad de entendimiento y relación con otro y con el entorno, partiendo de este enunciado podemos deducir que la comunicación de masas solo se trata de comunicar, pero con la diferencia de querer llevar la información a una cantidad

mayor de público, en menos tiempo buscando que todos estén informados en el momento preciso.

Esta ha sido una de las razones por las que se crearon los MassMedias (Los medios de comunicación masivos). La televisión, la Radio y el medio impreso forman parte de este grupo, son quienes se encargan de la recolección de datos, procesamiento de la información y la trasmisión o difusión de la misma.

Hay algo que la comunicación de masas no puede tener y es la seguridad de que su público entendió el mensaje que este emitió, en este tipo de procesos comunicativos de forma masiva no existe el *feed back* porque no se puede corroborar al instante que la audiencia comprendió y procesó la información que recibió, es más ni si quiera puede tener la seguridad de que su objetivo recibió la noticia.

Toda forma de comunicación, se dice, es una forma de manipulación de las conciencias (la educación, la religión, la política) que hasta ahora se veía limitada por el número de personas a las que podía controlar. Los diarios, pero sobre todo la radio y la televisión, multiplican exponencialmente la capacidad de manipulación de los grupos sociales.(Sáez Casas , S.f.)

Ahora la comunicación de masas sufre un cambio debido a los avances tecnológicos. Esto hace que los modelos convencionales de los medios de comunicación de masas empiecen a cambiar, a mejorar y a adaptarse a las nuevas herramientas a las que se enfrentan y que, incluso, pueden ayudar de mejor manera a que estos alcancen los objetivos principales que es el de llegar a más personas, a tener más oportunidad de inmediatez además de que estos nuevos retos les permiten conocer la opinión pública de manera inmediata y con esto lograr mejorar sus tácticas comunicacionales cada día.

Figura 5. Comunicación de masas



Fuente: Comunicación de masas (Maza, 2016)

Adaptado por: Ayerve Moreira Lady

2.2.7 Clasificación de los públicos

Cuando se quiere realizar el proceso de comunicación y que este sea asertivo debemos diferenciar a nuestro público objetivo. Como se menciona en el apartado de “Comunicación de masas”, todo tipo de comunicación es una manipulación por ende para cumplir el objetivo de informar se debe conocer todos los aspectos del receptor para saber cómo dirigirse hacia él.

Tabla 2. Clasificación de los públicos

Tipo	Concepto	Relación
Público estadístico	División que se hace en atención al sexo, a la edad, a la ocupación, a la religión que profesan, al nivel de entradas económicas...	<p>1-A diferencia de reacción entre el público masculino y el público femenino frente a un mismo acontecimiento, y a la oposición de sus gustos.</p> <p>2-A la diferencia de las actitudes, gustos, reacciones entre viejos, adultos y jóvenes.</p> <p>3- A los aspectos relativos al hombre y a la mujer como entre económicos, sociales y políticos.</p>
Público funcional	Su clasificación se realiza en razón a los lazos que los cohesionan y dirigen hacia metas comunes; tales como una agrupación profesional, una organización laboral, política y social.	Para las relaciones públicas este tipo de público es de capital importancia por cuanto, al considerar su ubicación respecto a la organización, originan la clasificación de los públicos específicos.
Público específico	Este tipo de público es el que tiene mayor incumbencia en las relaciones públicas; y , su determinación se hace con base en:	<ul style="list-style-type: none"> -De las clasificaciones de los públicos estadísticos y de los públicos funcionales. -De la naturaleza de la organización que se contempla. -De la esfera de actividad y áreas de influencia de esa misma organización. -De la interrelación de los factores antes señaladas con el problema específico de relaciones públicas que confronta la organización en sí.

Fuente: Clasificación de los públicos

Adaptado por: Ayerve Moreira Lady

Una vez determinado el público al que queremos llegar, conociendo las características que sirven para la construcción del mensaje y usando las herramientas adecuadas para la difusión, se puede tener una comunicación asertiva y acertada.

La mejor manera de lograr persuadir a una persona o una masa es conociendo como llegar a ella, apelando a su sentimentalismo y emociones, usando el lenguaje correcto para su entendimiento, conociendo los canales de comunicación de su preferencia y saber algo de sus gustos. Estas son algunas de las características generales que se deberían usar en el proceso de comunicación masivo, incluso sirven cuando se trata de crear estrategias comunicacionales con objetivos establecidos.

De las características primordiales son conocer:

- Sexo
- Edad
- Nivel socio-cultural
- Nivel económico
- Nivel académico
- Nivel profesional

Aranguren (2012) indica que todas las personas pertenecen a un público en específico, pero con diferentes características, relacionándose a un tipo de audiencia en un conjunto determinado.

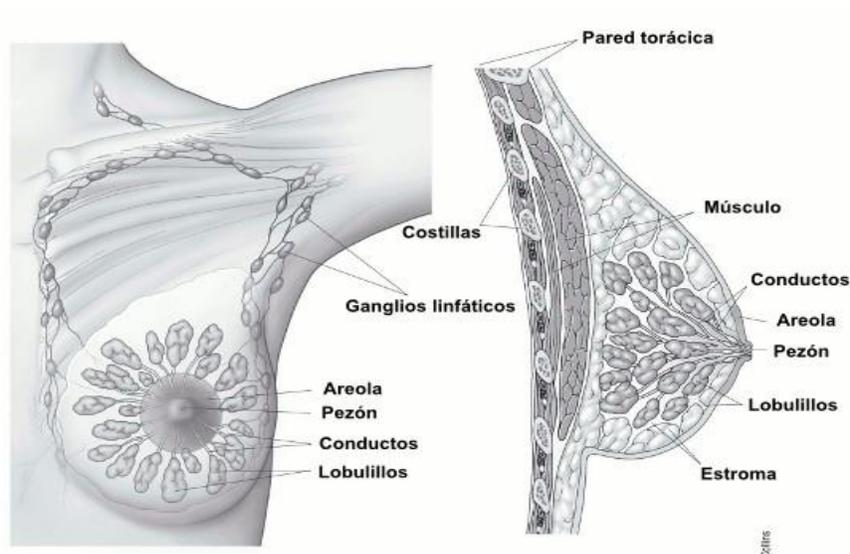
2.2.8. El cáncer de mama

Los autores Dornelles Et. Al (2015) dice que el cáncer es una de las consecuencias primordiales de la muerte por afecciones no transmisibles alrededor de todo el mundo, siendo un factor importante para la salud.

La sociedad Americana Contra el Cáncer (2019) hace referencia que las células cancerosas del seno hacen parte de un tumor que en su gran mayoría se puede dar cuenta la paciente por medio de radiografías o a través de una masa. El cáncer de seno ocurre en su gran mayoría en las mujeres, pero cualquiera esta propenso a esta enfermedad.

A menudo pueden aparecer bultos en el área de los senos, muchos de ellos son benignos, son protuberancias que aparecen en el seno, pero no se esparcen, sin embargo, cualquier tipo de anomalía debe ser tratada por un profesional ya que este tipo de anomalías puede indicar algún problema a futuro.

Figura 6 Tejido mamario



Fuente: Tejido mamario (Sociedad Americana Contra El Cáncer, 2019)

Adaptado por: Ayerve Moreira Lady

2.2.8.1. Cómo se produce el cáncer de mama

Como se menciona anteriormente el cáncer de mama es el crecimiento descontrolado de las células del cuerpo debido a mutaciones del ADN que ya están presentes en esta parte del cuerpo, entonces empiezan a generarse células muertas y el cuerpo en vez de transformar estas células en sanas y generar nuevas células sanas, lo que hace es empezar a generar células iguales las cuales se van acumulando y es como se empieza a formar una tumoración a nivel del seno.

Las lesiones al nivel de las glándulas mamarias se pueden clasificar en dos tipos, lesiones benignas y malignas. Las lesiones o tumores benignos son los que no causan ningún daño mayor dentro del cuerpo, es decir se forma un tumor, pero este no sigue creciendo ni expandiéndose, también se debe seguir un tratamiento ya sea para extraerlo o tratarlo.

Cuando estas células empiezan a propagarse más allá del tumor original o inicial, es decir empieza a expandirse, a generar ramificaciones, se considera que es una lesión maligna y cuando toma esta categoría es considerado cáncer al nivel de las mamas.

Si estas tumoraciones no se detectan a tiempo pueden seguir creciendo lo que va a causar que esta lesión afecte a las partes sanas del tejido mamario, llegando a una zona axilar, es allí donde radica la importancia de la detección temprana de este tipo de patologías. (Gordillo, S.f.)

2.2.8.2. Causas del cáncer de mama

Según la Organización Mundial de la salud (2020), todos los canceres que parecen las mujeres en el mundo, se encuentra el cáncer de mama con un 16%.

Son múltiples los factores de riesgo que inciden en la generación de una lesión en las glándulas mamarias. Una de ellas que es bastante común, es por la genética, la cual predispone mucho a que una persona sufra el mismo padecimiento de sus progenitores o demás familiares, no es absoluto, pero la persona es más propensa a padecerlo. Otras de las razones que ya se conoce y que son la razón de ser de muchas patologías son el estilo de vida, la alimentación, la actividad física que realiza la persona, etc.

La sociedad Americana Contra el Cáncer (2019) indica que las transformaciones que se encuentran anexadas al ADN forman parte del cáncer de seno, las cuales son alcanzadas de manera significativa, de tal manera es algo que ocurrió en las células del seno y no se heredó o que se tenía al nacer.

“Entre el 85 al 90% de los casos de CA se da por el envejecimiento natural de las células que producen anomalías en los genes” (Gordillo, S.f.). Por otro lado, sólo entre el 5-10% de los casos de CA es producto de una anomalía heredada.

La Asociación Española Contra el Cáncer (2018) menciona que en general, expertos apuntan como factores de riesgo lo siguiente:

- Ser mujer (los hombres también pueden padecer la enfermedad, pero es más propensa en mujeres).
- Envejecer.
- Herencia.

- Raza (las mujeres blancas son más propensas; pero las afro descendientes suelen adquirir cáncer de seno más agresivo y avanzado diagnosticado a edades tempranas).
- Inicio temprano de la menstruación.
- Embarazo tardío o ningún embarazo.
- Inicio de menopausia después de los 55 años.
- Fumar o beber alcohol.
- No ejercitarse.
- Mala alimentación y obesidad (más aún después de la menopausia).
- Haber padecido enfermedades de las mamas que no son cancerosas.
- Haber tenido cáncer de mama.
- Tomar anticonceptivos orales (píldoras anticonceptivas).
- Tener mamas densas.
- Usar terapia hormonal combinada.
- Tratamientos previos con radioterapia. (Gordillo, S.f.)

2.2.8.3. Síntomas del cáncer de mama

Cuando la persona se encuentra en etapas precoces, no presenta síntomas. Por lo general cuando es detectado de manera oportuna es porque el paciente se realiza controles constantes como método de prevención.

Sin embargo, la enfermedad en cierta etapa empieza a presentar síntomas, incluso cuando es una lesión benigna.

La Asociación Española Contra el Cáncer (2018) menciona algunos a los que se debe prestar atención:

- Cambio de tamaño de alguna de las mamas.
- Irregularidades en el contorno.
- Menor movilidad de una de las mamas al levantar los brazos.
- Alteración en la piel de la mama como: úlceras, cambios de color y aparición de lo que se denomina piel de naranja (por su aspecto similar a la piel de dicha fruta).
- Cambios en el pezón, como puede ser la retracción del mismo (hundimiento).
- Aparición de un nódulo en la axila.
- Existen otros síntomas como son el cansancio o el dolor óseo localizado, que pueden aparecer en las fases más avanzadas de la enfermedad.
- Dolor en la mama a la palpación.
- Protuberancia o tumoración

2.2.8.4. Prevención del cáncer de mama

El cáncer de mama es una de las patologías que no se puede prevenir. No existe ningún método que pueda ser usado para evitar padecer la enfermedad, sin embargo, existen algunas recomendaciones para que disminuya el factor de riesgo en la persona y la probabilidad de padecer esta lesión tumoral.

Según Hermoso Álvarez estos son algunos parámetros a seguir para reducir el factor de riesgo de una persona:

- Llevar una alimentación balanceada y alta en fibra, que incluya brócoli, acelgas, espinacas, setas, uva y papaya
- Disminuir el consumo de azúcares y grasas
- Practicar ejercicio al menos 30 minutos diariamente
- Mantener un peso adecuado
- Evitar el cigarro y el alcohol
- Realizar una auto-exploración (autoexamen) mamaria mensual a partir de los 20 años, de preferencia al quinto día de la menstruación
 - Solicitar una mamografía y ecografía a partir de los 34 años, en caso de antecedentes familiares de la enfermedad.

2.2.8.4. Métodos de detección precoz del cáncer de mama

Esta es una enfermedad que en las primeras fases suelen no presentarse síntomas por lo que es recomendable mantener un chequeo permanente a través de métodos de estudio que permiten la detección oportuna del cáncer de mama. Estos métodos se empiezan a realizar a partir de que el paciente tenga 20 años.

Según RadiologyInfo (2020) es importante realizarse chequeos médicos de manera constante para poder determinar alguna enfermedad a tiempo y pueda ser diagnosticado a tiempo, de tal manera deberían existir programas para reducir la cantidad de muertes por el cáncer de mama.

Los exámenes que se realizan para la detección temprana son: el examen clínico que lo realiza el médico personalmente para comprobar si no se presenta algún signo, examen de fluidos que lo realiza un laboratorio, examen genético que analiza el ADN para saber afirmar o descartar este factor de riesgo y por último, el examen por imagen donde se usan varios

métodos a través de la imagen para observar si se presenta alguna protuberancia o tumor interno.

Según Lara y Olmedo en su artículo la detección temprana y diagnóstico del cáncer mamario (2011) menciona que la mayoría de pacientes con esta enfermedad sin detectados porque ellos mismos notan tumoraciones en el área del seno por lo acuden a un chequeo.

También a continuación se muestra una lista de los métodos que se emplean para la detección oportuna de esta patología. Cabe destacar que para cada una de ellas se debe tomar en cuenta las características del paciente como la edad, el sexo, patologías anteriores, etc.

- **La Mastografía:** Los estudios mastográficos o mamográficos consisten en radiografías realizadas en máquinas de rayos X diseñadas en forma específica y exclusiva para la realización de estos estudios.
- **El ultrasonido o sonografía:** Esta modalidad de imagen es complementaria a la mastografía y no la sustituye para la detección temprana del cáncer mamario, de hecho, cuando existen hallazgos mastográficos anómalos es indispensable practicar el ultrasonido para esclarecer el carácter de tales anomalías
- **La resonancia magnética:** Este método de imagen que tampoco utiliza radiación ionizante es un auxiliar a la mastografía y el ultrasonido para el diagnóstico de la patología mamaria
- **La tomografía:** Es un método de imagen que combina la tomografía computada con la medicina nuclear, en el que al inyectar un radiofármaco (FDG) por vía intravenosa y su concentración en áreas compuestas por células malignas es captada

y cuantificada en la tomografía, lo cual permite conocer las características del padecimiento, el avance local y/o a distancia del cáncer mamario.

2.3. Marco contextual

El cáncer es una de las enfermedades que, tanto en el país como en el mundo, ha ido aumentando su nivel de morbilidad hasta el punto de llegar a convertirse en una de las principales y primeras causas de muerte mundial, transformándolo así, en un importante problema para la salud pública siendo, específicamente el cáncer de mama, la segunda causa de muerte por cáncer en mujeres, falleciendo más de 410.00 mujeres por año.

Desde hace varios años atrás se han venido realizando campañas sobre el cáncer de mama para que la sociedad en general se informe sobre este tema. Síntomas, causas, consecuencias, pero sobre todo campañas de prevención y auto-detección para esta enfermedad, donde dan a conocer las formas y métodos que existen para que se controle, contrarreste o detecte a tiempo este tipo de tumor maligno, siendo esta información beneficiaria para toda la población ya que afecta tanto a hombres y mujeres.

A pesar de los múltiples esfuerzos que se realizan para que se dé la propagación de información respecto a lo antes mencionado, los niveles de mortalidad por causa del cáncer de mama siguen en aumento ya que sigue existiendo un desconocimiento en la sociedad, más que de los síntomas, de la manera en la que se puede prevenir, como se puede detectar a tiempo y de las edades recomendables para iniciar con estos métodos. Además, que existe un desconocimiento parcial del procedimiento que se debe ejecutar en el autoexamen para la detección temprana de cáncer de mama.

Uno de los métodos de detección temprana es el autoexamen, el cual lo puede realizar uno mismo y desde su hogar, es decir, no genera gastos, ni requiere de tiempo

exagerado para realizarlo, pero a pesar de ello y de ser uno de los procedimientos más fáciles, existen pasos y normas para realizarlo y tener un resultado efectivo y asertivo, pero es allí donde se encuentra el problema ya que la sociedad en general aún no tiene un conocimiento pleno y completo sobre aquello.

En la universidad de Guayaquil, en la facultad de comunicación social, existe un departamento de bienestar estudiantil, el mismo que no ha emprendido ni una campaña o estrategia comunicacional sobre este tema para que los estudiantes conozcan todos los métodos que existen para la detección temprana y cuál es el más factible, cómodo y eficaz para ellos y sus familiares.

En el tema que respecta a la parte comunicacional ponemos en evidencia que en la Facultad de Comunicación Social no existe ningún plan que tenga como objetivo la enseñanza de la comunicación para la salud. Los estudiantes no tienen conocimiento de este campo ni en la parte académica dentro de la malla curricular, ni en actividades extracurriculares.

Se realiza este plan comunicacional con el fin de que el estudiante conozca el trasfondo de algún tema respecto a la salud, en este caso específico el cáncer de mama, ya que para ejecutar un proyecto así se debe conocer todo respecto a esta enfermedad, además de aprender cómo poder transmitir esta información a su público, que este la entienda y exista retroalimentación.

2.4. Marco conceptual

Comunicación: La comunicación es un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir el mensaje, con un código en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado. (Universidad del Salvador , S.F.)

Comunicación social: Se ha venido denominando comunicación social a un conjunto de disciplinas que constituyen áreas cada vez más específicas del saber científico y de la actividad profesional, inscriptas en el marco de las llamadas Ciencias Sociales. (Vera López & Villegas Martínez, 1997)

Salud: La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. (Organizacion Mundial de la Salud, 2020)

Comunicación para la salud: La comunicación en salud puede contribuir a todos los aspectos de la prevención de enfermedades y promoción de la salud. Es relevante en diferentes contextos incluyendo: relación médico-paciente, búsqueda de información respecto a salud a través de varios medios masivos de comunicación, adherencia a regímenes, y recomendaciones clínicas, construcción de mensajes de salud, y campañas, propagación de información individual o para la población en general sobre asuntos de salud que son de alto riesgo, imagen de salud, y los elementos de la cultura en los medios, educación de los consumidores sobre cómo tener acceso a sistemas de cuidado de salud y en el desarrollo de aplicaciones tecnológicas relevantes para la salud pública. (Ríos Hernández , 2015)

Público objetivo: El público objetivo es un grupo de personas que reúne las características generales de los individuos que consumen o necesitan nuestro producto, servicio o marca. Podemos definir nuestro público objetivo a través de algunos criterios demográficos, como edad, sexo y nivel socioeconómico. Estas informaciones pueden complementarse con algunos otros datos, de acuerdo con el segmento en el que nos desarrollamos. (Muelle, 2018)

Estrategias: Conjunto de acciones que se realizan bajo un previo análisis del público con el fin de cumplir un objetivo determinado.

Plan estratégico: Un plan estratégico es un plan de acción que incluye aclarar lo que pretendemos lograr y cómo pretendemos lograrlo. Esta programación se plasma en un documento de consenso, en el que especificamos las principales decisiones que nos guiarán hacia la excelencia en la gestión y ejecución de los objetivos.

Estrategias de comunicación para la salud: Acciones y actividades que se realizan consecuentemente con un público con el objetivo de informar e influir sobre las decisiones individuales y colectivas de estos que ayudan a mejorar y mantener su salud.

Comunicación asertiva: La comunicación asertiva tiene que ver con la capacidad de expresarse verbal y pre verbalmente en forma apropiada a la cultura y a las situaciones.

Cáncer de mama: El cáncer de mama consiste en la proliferación acelerada e incontrolada de células del epitelio glandular. Son células que han aumentado enormemente su capacidad reproductiva. Las células del cáncer de mama pueden diseminarse a través de la sangre o de los vasos linfáticos y llegar a otras partes del cuerpo. Allí pueden adherirse a los tejidos y crecer formando metástasis. (Santaballa Bertrán, 2020)

2.5. Marco legal

En esta parte se describirán los artículos legales que hagan referencia a la comunicación, al derecho a la información y a la salud:

En la Constitución de la República del Ecuador, Título II, Derechos, Capítulo II, Derechos del Buen Vivir, Sección Tercera (Comunicación e información), **Art 16** menciona lo siguiente:

“Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación”. (Constitución de la República del Ecuador , 2008, pág. 14)

En la Constitución de la República del Ecuador, Título II, Derechos, Capítulo II, Derechos del Buen Vivir, Sección Tercera (Comunicación e información), **Art 18** menciona lo siguiente:

“Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.
2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas”. (Constitución de la República del Ecuador , 2008)

En el Código Orgánico de Salud, Capítulo II, Garantía y Principios Generales, Sección IV (Derechos de información, participación y control social), Art. 25 se explica que:

“Todas las personas podrán participar individual o colectivamente, de conformidad a la ley de la materia, fortaleciendo el auto cuidado y su relación con los determinantes sociales de la salud. La Autoridad Sanitaria establecerá los mecanismos que apoyen y solventen los procesos de formación ciudadana y difusión de derechos y deberes en salud”. (Código Orgánico de Salud , 2016)

En el Código Orgánico de Salud, Capítulo III, Obligaciones, Art. 26 se explica que:

Todas las personas naturales o con personería jurídica que residan o establecidas en el territorio ecuatoriano tendrán las siguientes obligaciones en salud:

2) Promover la salud personal, familiar y comunitaria;

3) Apoyar las intervenciones de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y protección de la salud... (Código Orgánico de Salud , 2016)

En el Código Orgánico de Salud, Título II, Promoción de la Salud, Capítulo I (Promoción en el ámbito educativo y de la comunicación), Art. 81 se explica que:

Información sobre salud pública en medios de comunicación. - La información sobre salud pública vertida en los medios de comunicación deberá ser consistente con el conocimiento científico y no deberá promover intervenciones sanitarias innecesarias que puedan atentar contra la salud o impulsen acciones o productos no saludables. La Autoridad Sanitaria Nacional emitirá recomendaciones que mejoren el conocimiento sobre la salud de la población en situaciones de riesgo, de alerta o

emergencia sanitarias declaradas y para evitar toda forma de publicidad y promoción que atente contra la salud e induzca comportamientos discriminatorios o que promuevan la violencia, para lo cual coordinará con los medios de comunicación y con las entidades estatales competentes espacio de divulgación son costo en los casos que amerite, Sin perjuicio a lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación. (Código Orgánico de Salud , 2016)

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

En esta parte del proyecto se va establecer los distintos tipos de diseños, técnicas e instrumentos de investigación que se van a utilizar en el proceso de análisis de resultados.

3.1 Diseño de la Investigación

Se utilizará de manera ordenada para el uso de la investigación las diferentes técnicas e instrumentos, de tal manera se va emplear el diseño no experimental, manejando las dos variables: a) estrategia de comunicación para la salud y b) conocimientos profesionales de comunicación, desarrollando estas técnicas se obtendrán resultados importantes, los cuales serán profundos para el proyecto.

3.2 Métodos de Investigación

3.2.1 Método Cualitativo

A través de la entrevista con profesionales de expertos en salud, como es el cáncer de mama se quiere determinar información para como poder prevenir esta enfermedad.

3.2.2 Método Cuantitativo

A través de este método se va recopilar información importante, realizando una encuesta a la comunidad universitaria de la Facultad de Comunicación Social, para poder determinar que estrategias de comunicación se pueden utilizar para la prevención del cáncer de mama.

3.3. Tipo de investigación

3.3.1 Descriptiva

La investigación estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: Caso Facultad de Comunicación Social tendrá un nivel de investigación descriptiva, toda vez que se procederá a describir las características más importantes y fundamentales encontradas a lo largo del proceso de investigación, para lograr describir las causas del problema, las cuales se responderán por medio de las encuestas, a través de la elaboración de un cuestionario.

3.4 Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.4.1 Encuesta

La encuesta será desarrollada a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social para poder evaluar los criterios que tiene la población sobre el cáncer de mama y como poder prevenirlo.

3.4.2 Entrevista

Para obtener información de expertos se evaluará la entrevista por expertos en temas de salud, específicamente sobre el cáncer de mama.

3.5 Población y Muestra

3.5.1 Población

El estudio se realizará en el Facultad de Comunicación Social, en la Carrera de Comunicación Social la cual tiene una población de 1.117

3.5.2 Muestra

Para la recolección de los datos y la aplicación del instrumento de la investigación y para sacar la muestra se utiliza la siguiente fórmula.

Muestra es igual a población sobre error al cuadrado multiplicado por población menos uno.

$$n = \frac{N}{E^2 (N - 1) + 1}$$

$$n = \frac{1.176}{0,05^2 (1.176 - 1) + 1}$$

$$n = 298$$

$$n = 300$$

3.6. Análisis de los resultados de los instrumentos usados

3.6.1. Datos sociodemográficos

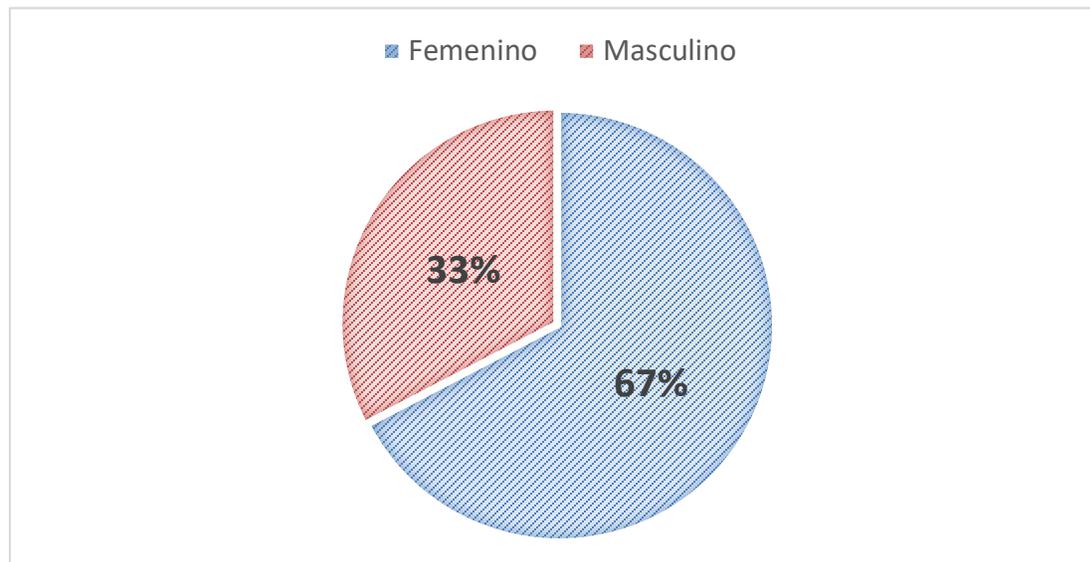
Sexo

Tabla 3. Representación gráfica de análisis de resultados

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	202	67.3%
MASCULINO	98	32.7%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 7. Representación gráfica de análisis de resultados



Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis: Es necesario identificar a la población que se está investigando para tener noción y entrar en contexto en cuanto a las respuestas de las encuestas. El primer dato que se obtuvo es que la mayoría de la población muestral (202 de 300 encuestados) es de género femenino, información relevante en el tema ya que el cáncer de mama tiene mayor incidencia en mujeres y el objetivo es averiguar el conocimiento que tienen sobre el tema.

Rango de edad

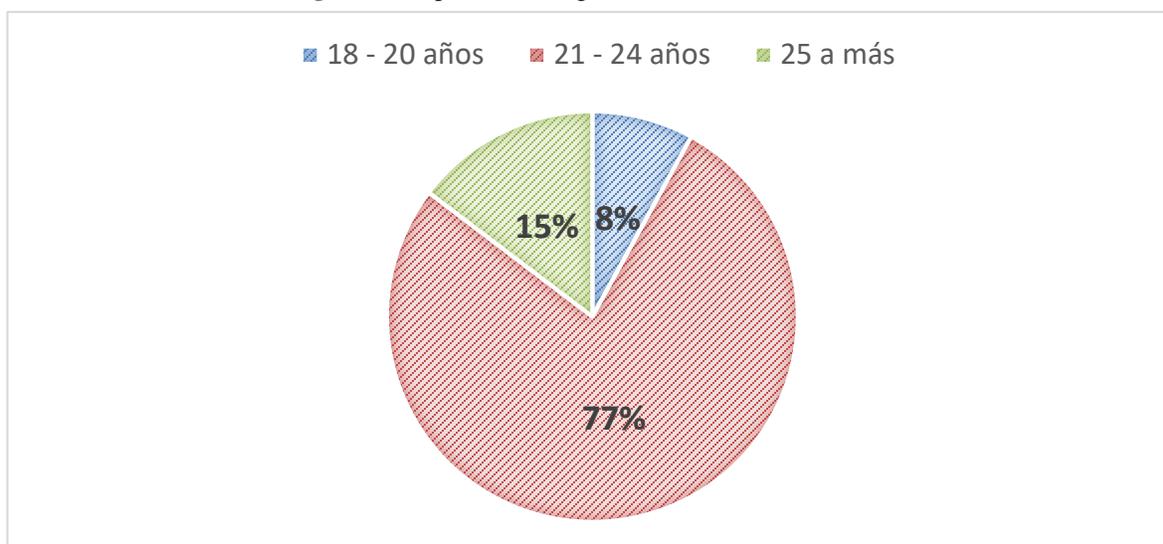
Tabla 4. Representación gráfica de análisis de resultados

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 20 AÑOS	24	8.0%
21 - 24 AÑOS	232	77.3%
25 A MÁS	44	14.7%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 8. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis: Una información solicitada en la encuesta es el rango de edad de cada persona que la realiza, como se observa la mayor parte de la muestra, tiene entre 21 a 24 años de edad y en 15% de 18 a 20 años. Conociendo estos datos se logra considerar el tipo de lenguaje a usar al momento de poner en práctica los objetivos que se han planteado en la investigación, siendo el más importante la creación de un plan comunicacional que, para su elaboración es relevante conocer estos aspectos de su público objetivo.

3.6.2. Preguntas de las encuestas

1. ¿Conoce usted qué es el cáncer de mama?

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Aplicación académica de comunicación para la salud

Indicador: Conceptualización de temas

Técnica: Escala de Likert

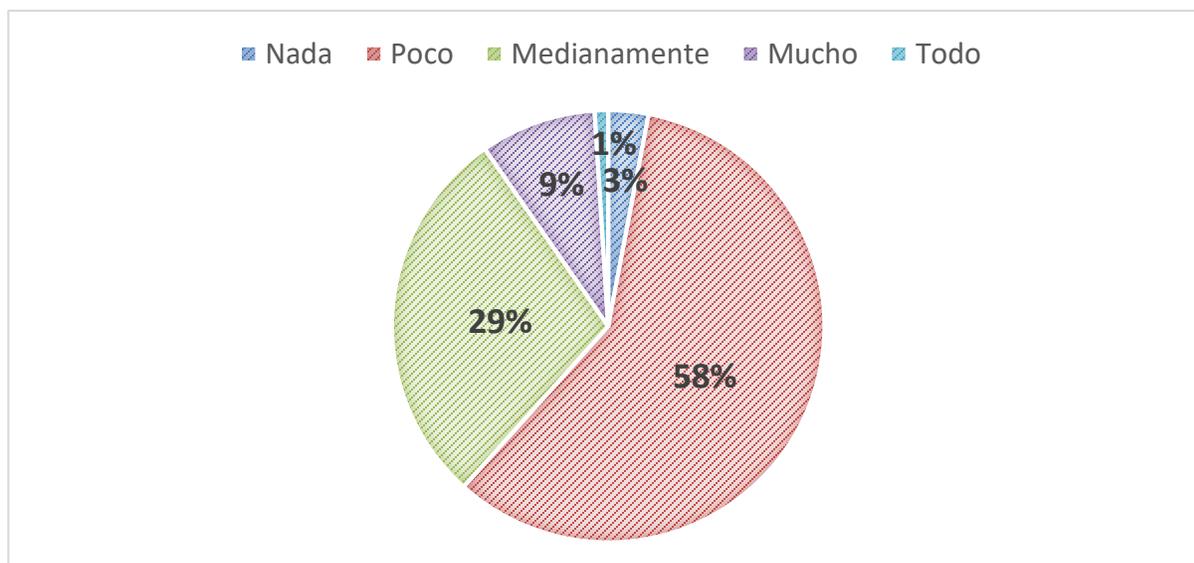
Tabla 5. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	9	3.0%
POCO	176	58.7%
MEDIANAMENTE	86	28.7%
MUCHO	26	8.7%
TODO	3	1.0%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 9. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N° 1:

Al ser consultados sobre sus conocimientos en cuanto a qué es el cáncer de mama, hubo varias respuestas que se destacaban y que resaltan algunos puntos de la investigación, entre ellas con mayor porcentaje refleja que más de la mitad de las personas tienen poco conocimiento al respecto, seguido por un 29% de los encuestados que tienen un conocimiento medio sobre el tema. Otra cifra relevante es el 9% de personas que saben mucho respecto al cáncer de mama. Los resultados de esta pregunta reflejan la necesidad que tienen estas personas de ampliar la información que ya tienen, pero es incompleta y que esto debe realizarse de la manera adecuada, usando los medios y canales idóneos, bajo los parámetros sociodemográficos que ya se tienen de ellos. Cabe recalcar que un aspecto positivo de los resultados es que el porcentaje de encuestados que no conocen nada sobre qué es el cáncer de mama es muy bajo (3%).

2. ¿Tiene conocimiento sobre las causas que provocan el cáncer de mama?

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Participación activa

Indicador: Nivel de participación e interpretación

Técnica: Escala de Likert

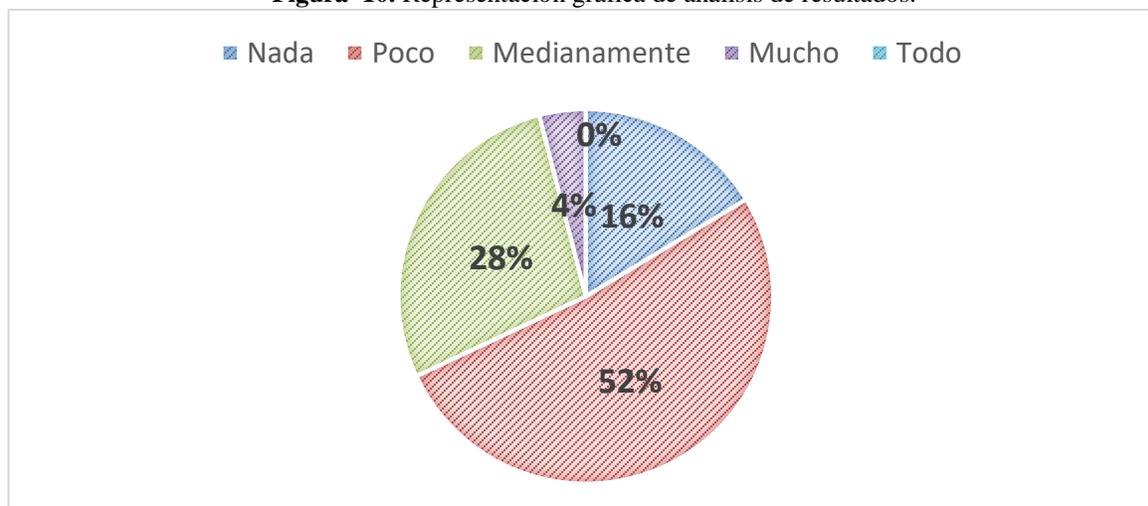
Tabla 6. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	49	16.3%
POCO	155	51.7%
MEDIANAMENTE	84	28.0%
MUCHO	12	4.0%
TODO	0	0.0%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 10. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis: En este apartado, un poco más de la mitad de los encuestados tiene conocimiento sobre las causas del cáncer de mama, pero es poco, por otro lado, se puede comprobar que, a pesar de que la mayor parte de la población muestral son mujeres dentro de los 21 a 24 años de edad, tienen un conocimiento nulo con respecto a las cosas que provocan este tipo de cáncer reflejando un 16% que pertenece a este grupo en los resultados. Además, existe un 28% más que tiene un entendimiento medianamente completo respecto a la pregunta en desarrollo. También es rescatable el 4% de personas que conocen mucho de las causas que provocan o que conllevan al desarrollo del cáncer de mama.

3. ¿Tiene conocimiento que esta es una enfermedad detectable desde temprana edad?

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Participación activa

Indicador: Interés profesional / Nivel de participación e interacción

Técnica: Escala de Likert

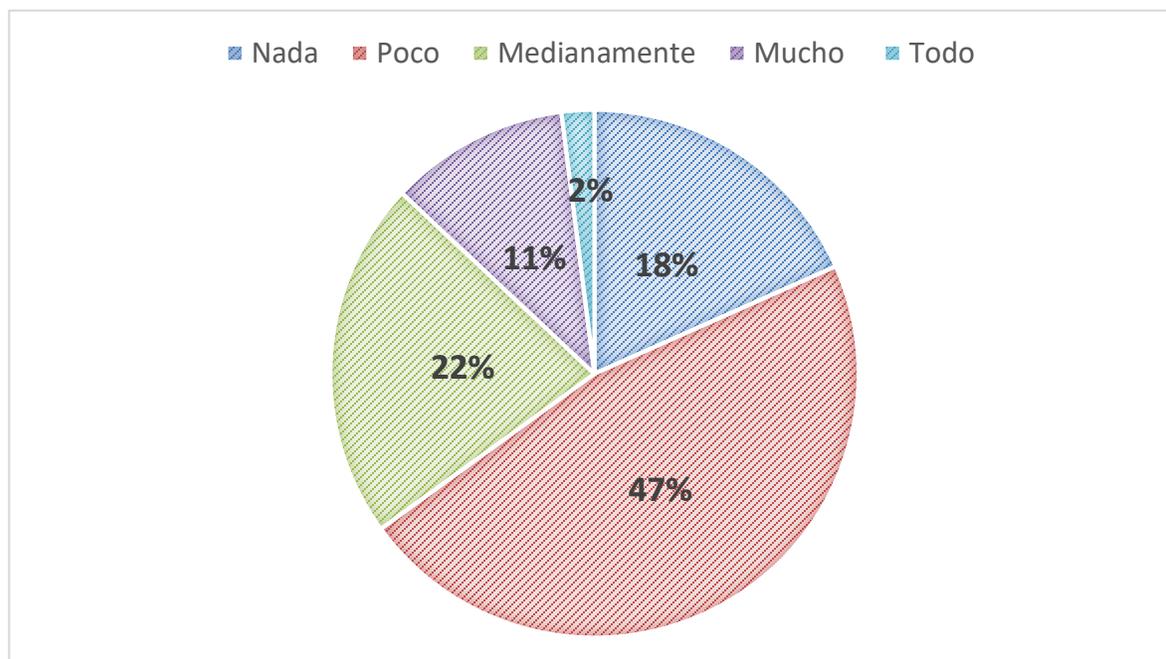
Tabla 7. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	55	18.3%
POCO	140	46.7%
MEDIANAMENTE	66	22.0%
MUCHO	33	11.0%
TODO	6	2.0%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 11. Representación gráfica de análisis de resultados



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N° 3:

En esta pregunta que también tiene como objetivo saber el nivel de conocimiento que tiene la población con respecto al tema general “cáncer de mama”, un 47% respondió que conoce poco sobre que esta es una enfermedad detectable a temprana. Luego de eso, las respuestas con mayor porcentaje se reparten entre el 18% que no sabe nada con respecto al planteamiento expresado y el otro 22% que tiene un conocimiento medianamente completo sobre el tema. Se destaca que en este cuestionamiento hay una cantidad mayor de personas que saben mucho (11%) y todo (2%) en comparación a las anteriores preguntas que son de las mismas características.

4. Marque los métodos de detección temprana para el cáncer de mama que conozca.

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Aplicación académica de comunicación para la salud

Indicador: Conceptualización de temas

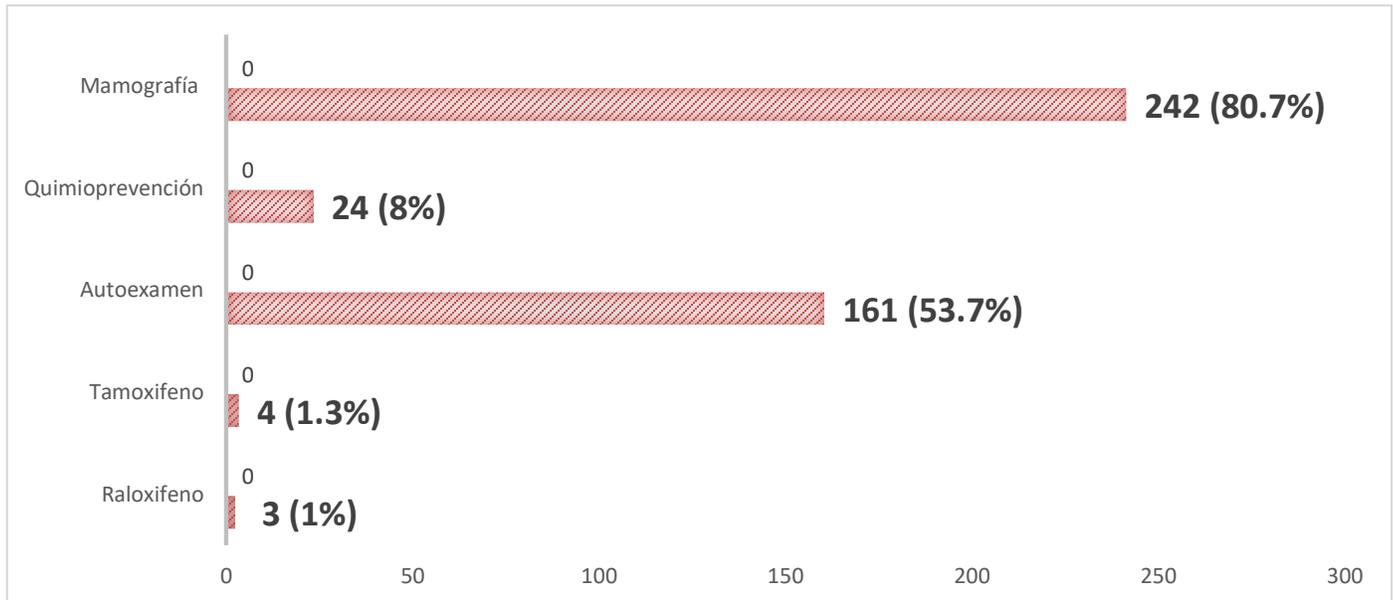
Técnica: Escala semántica

Tabla 8. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RALOXIFENO	3	1.0%
TAMOXIFENO	4	1.3%
AUTOEXAMEN	161	53.7%
QUIMIOPREVENCIÓN	24	8.0%
MAMOGRAFÍA	242	80.7%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 12. Representación gráfica de análisis de resultados.

Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N° 4:

Esta pregunta tuvo respuesta de opción múltiple por ende un mismo encuestado pudo selecciones más de una respuesta. En esta categoría, las respuestas se reparten mayoritariamente en dos opciones, Mamografía con un 80.7% y Autoexamen con un 53.7% ya que estos son los más reconocidos por la sociedad. Luego tenemos con un 8% la Quimioprevención, ya que como su nombre lo dice puede ser reconocido con más facilidad. Por último, las opciones de Tamoxifeno y Raloxifeno cuentan con 1% cada una. Considerando que todas las opciones representan a métodos que ayudan con la detección temprana del cáncer de mama, la población conoce prácticamente solo dos.

5. ¿Conoce cuál es el tiempo adecuado para que una persona empiece con alguno de los métodos mencionados anteriormente?

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Aplicación académica de comunicación para la salud

Indicador: Estrategias para la difusión / conceptualización de temas

Técnica: Escala de Likert

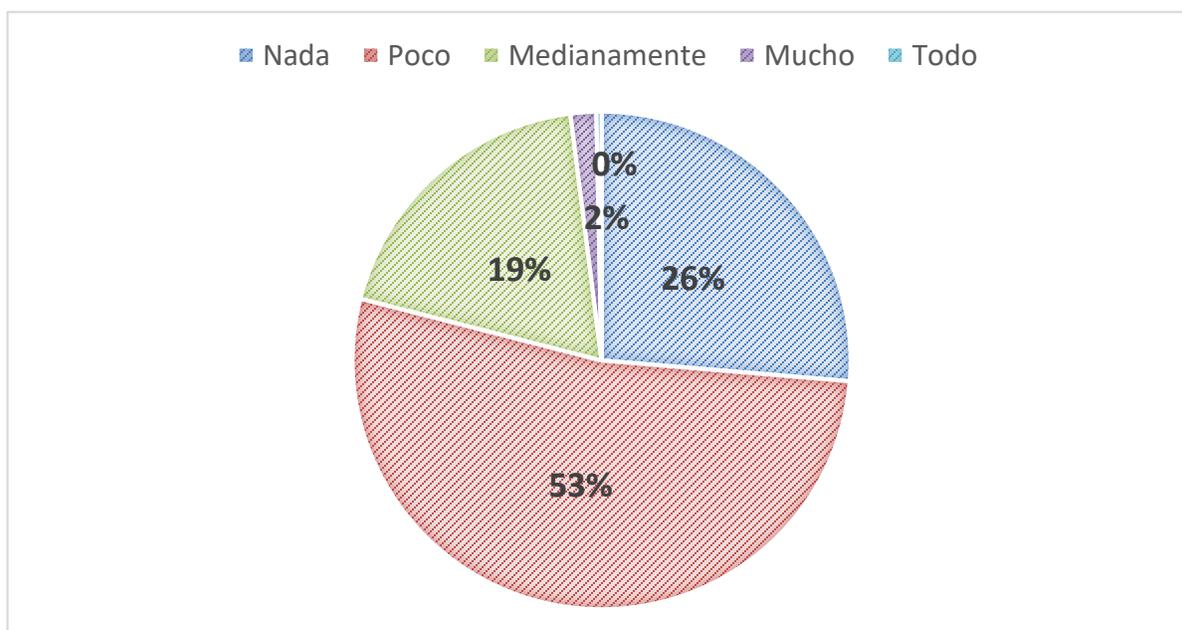
Tabla 9. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	79	26.3%
POCO	158	52.7%
MEDIANAMENTE	57	19.0%
MUCHO	5	1.7%
TODO	1	0.3%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 13. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°5:

Un poco más de la mitad de los encuestados menciona que conoce poco, y una cuarta parte de los consultados no tienen conocimiento con respecto a la edad adecuada para iniciar con el uso de estos métodos, a pesar de que gran parte de ellos se encuentra en el grupo con la edad precisa. Un conocimiento medianamente completo solo lo tiene el 19% de personas y el 2% sabe mucho, pero no todo del tema en cuestión.

6. ¿Tiene conocimiento o alguna vez ha escuchado sobre el área de “Comunicación para la salud” durante sus estudios en la Carrera?

Variable: Estrategias de comunicación para la salud

Dimensión: Plan comunicacional para la salud

Indicador: Construcción de estrategias y tácticas

Técnica: Escala de Likert

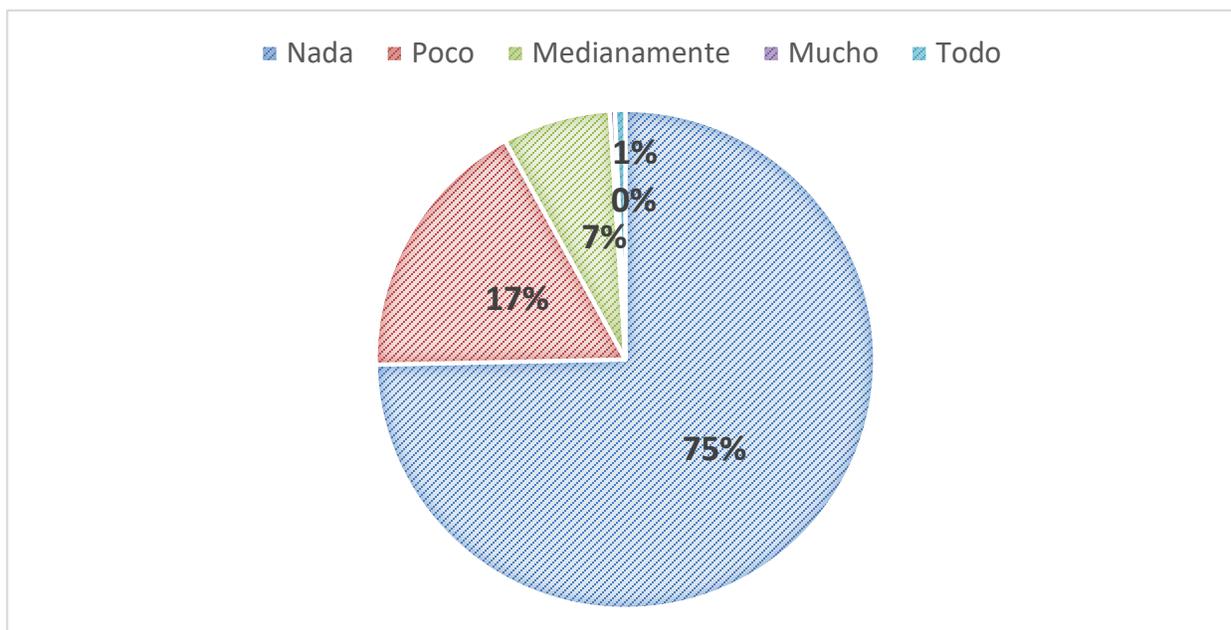
Tabla 10. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NADA	224	74.7%
POCO	52	17.3%
MEDIANAMENTE	21	7.0%
MUCHO	1	0.3%
TODO	2	0.7%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 14 Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°6:

En este apartado se realiza un cuestionamiento vital para esta investigación, sobre el tema específico de la Comunicación para la salud. Siendo nuestra Población/Muestra estudiantes pertenecientes a la Carrera de Comunicación Social, la mayoría de ellos no ha escuchado respecto al tema que se menciona, por encima de la mitad de encuestados ni siquiera tiene conocimiento de esta área de comunicación. Por otro lado, los resultados inferiores se reparten entre el 17% de la población muestral que indica que conoce o ha escuchado poco del tema y el otro 7%, que corresponde a solo 21 personas, quienes saben o conocen del tema medianamente, es decir que tienen un conocimiento parcial.

7. ¿Considera que esta es un área que se debe tomar en cuenta en la carrera de Comunicación Social?

Variable: Estrategias de comunicación para la salud

Dimensión: Aprendizaje simultaneo

Indicador: Adaptación de métodos / Interpretación y decodificación

Técnica: Escala de Likert – Nivel de desacuerdo

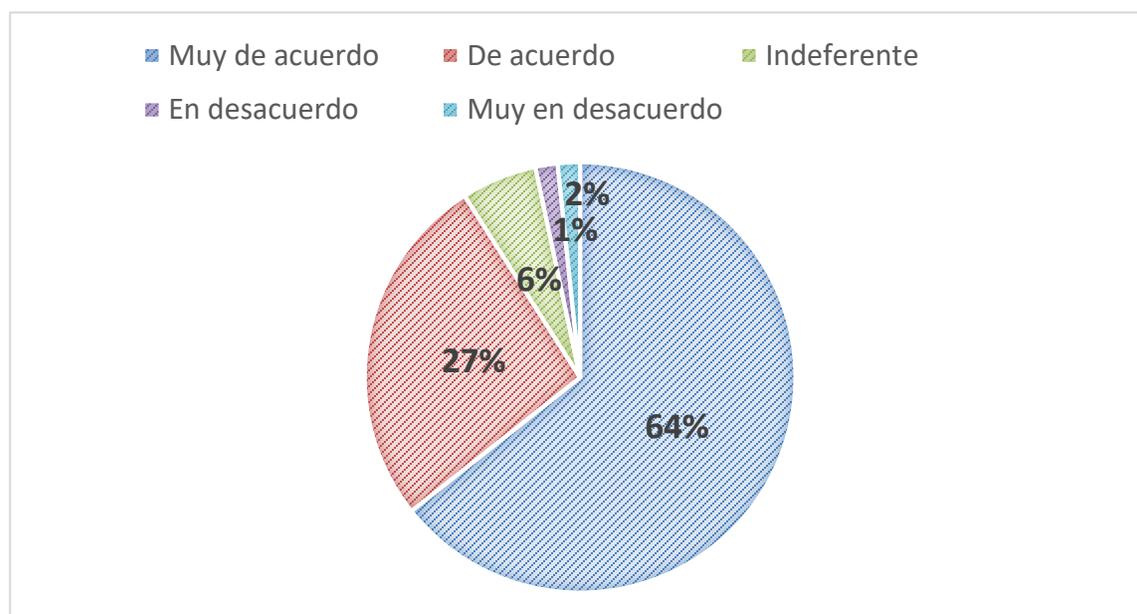
Tabla 11. Representación gráfica de análisis de resultados

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	193	64.3%
DE ACUERDO	80	26.7%
INDEFERENTE	17	5.7%
EN DESACUERDO	5	1.7%
MUY EN DESACUERDO	5	1.7%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 15. Representación gráfica de análisis de resultados



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°7:

El más de la mitad de encuestados está muy de acuerdo en que la Comunicación para la salud, indistintamente del tema que se explique, es importante que se tome en cuenta en la parte académica de la Carrera de Comunicación social. El 27% está de acuerdo con lo planteado también. El porcentaje que es indiferente a que se explique de estos temas en la parte académica es del 6%. Mientras que, para el beneficio del cumplimiento de objetivos de esta investigación, se reparten un 1% cada uno las opciones “En desacuerdo” y “Muy en desacuerdo”.

8. ¿Conoce o ha participado en alguna campaña comunicacional en temas de salud dentro de la Facultad de Comunicación Social?

Variable: Estrategias de comunicación para la salud

Dimensión: Plan comunicacional para la salud

Indicador: Recepción de información

Técnica: Encuesta – Likert nominal

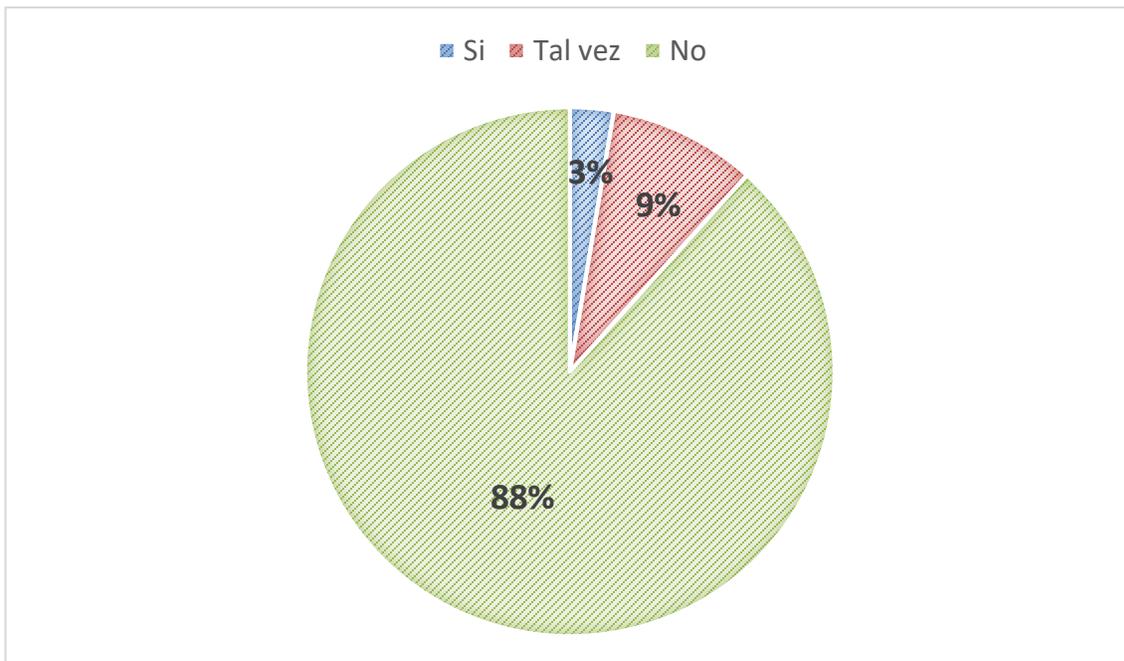
Tabla 12. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	8	2.7%
TAL VEZ	27	9%
NO	265	88.3%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 16. Representación gráfica de análisis de resultados



Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°8:

De las 300 personas encuestadas, 265 de ellas, es decir, el 88% ni conoce ni ha participado de algún evento, campaña o charla que abarquen temas con respecto a la salud. El 9% no está seguro si ha participado o conoce que en la Facultad de Comunicación Social se haya dado algún evento de esta índole y por último esta el 3% de la población encuestada quienes aseguran que conocen o que alguna vez han participado en eventos donde se expongan temas de salud en la Facultad.

9. ¿Está de acuerdo en la implementación de un plan comunicacional sobre los métodos preventivos para el cáncer de mama direccionado a los estudiantes?

Variable: Estrategias de comunicación para la salud

Dimensión: Aprendizaje simultaneo

Indicador: Adaptación de métodos

Técnica: Escala de Likert – Nivel de desacuerdo

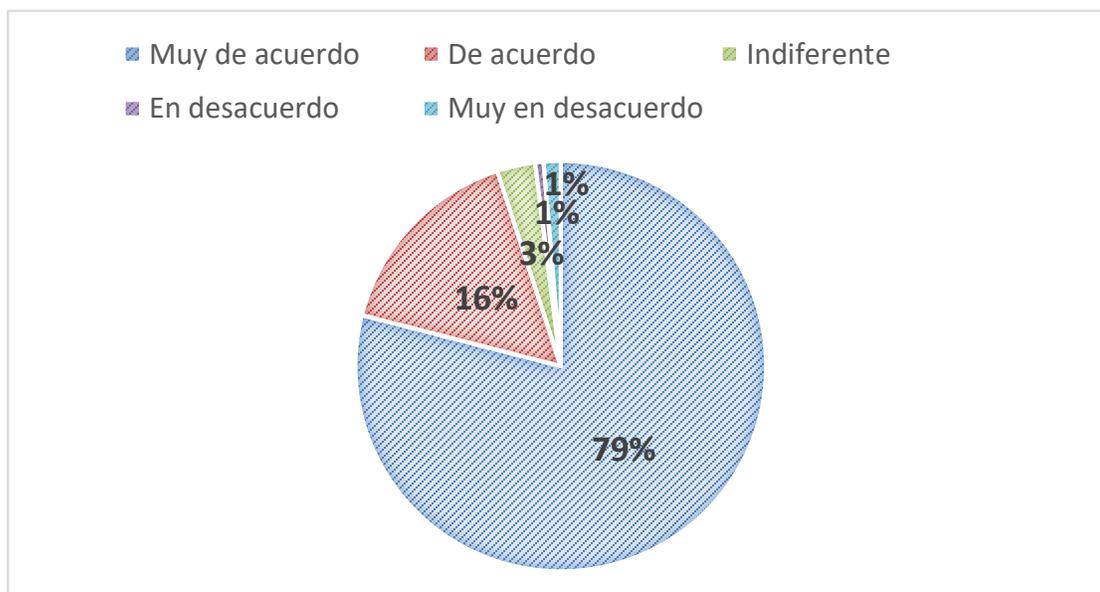
Tabla 13. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	237	79.0%
DE ACUERDO	48	16.0%
INDIFERENTE	9	3.0%
EN DESACUERDO	2	0.7%
MUY EN DESACUERDO	4	1.3%
TOTAL	300	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 17. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°9:

Para uno de los objetivos planteados en el desarrollo de esta investigación, se tiene que la mayoría de la población encuestada está en total acuerdo y al 16% de acuerdo para su puesta en práctica que se refiere a la elaboración de un plan comunicacional sobre el cáncer de mama que va direccionado a los estudiantes de la carrera, tomando en cuenta el contexto de la Comunicación para la salud. El 3% es indiferente a la ejecución de este plan y el 1% respectivamente para las personas en desacuerdo y las que están en total desacuerdo de lo propuesto.

10. ¿Está de acuerdo en participar en eventos en los que se mencionen temas como el cáncer de mama u otros temas de salud, pero direccionados al área de comunicación?

Variable: Conocimientos profesionales del comunicador

Dimensión: Participación activa

Indicador: Nivel de Participación e interacción

Técnica: Escala de Likert – Nivel de desacuerdo

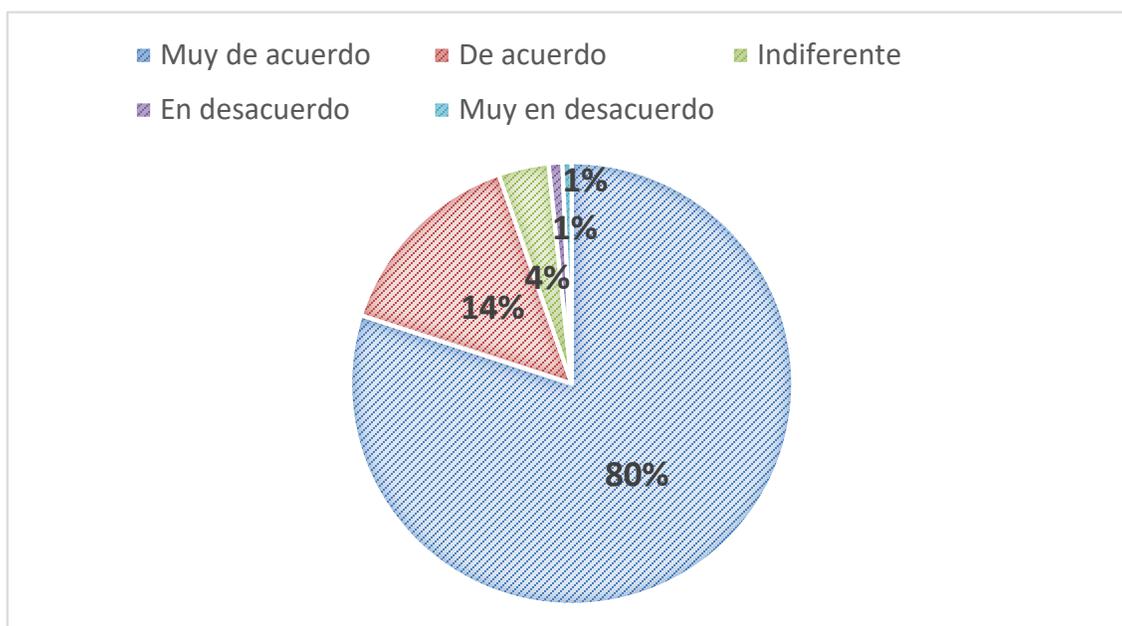
Tabla 14. Representación gráfica de análisis de resultados.

CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	240	80.0%
DE ACUERDO	44	14.7%
INDIFERENTE	11	3.7%
EN DESACUERDO	3	1.0%
MUY EN DESACUERDO	2	0.7%
TOTAL	100	100%

Fuente: Público muestral

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 18. Representación gráfica de análisis de resultados.



Fuente: Público muestral
Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Análisis pregunta N°10:

Para la puesta en práctica del plan establecido se necesitan quienes participen activa y pasivamente de él y para esto se tiene que la mayoría de las personas que se encuestaron que mencionan que están muy de acuerdo con esto y otro 14% que está de acuerdo. Un 4% es indiferente, es decir, que se puede contar con su participación como no. Y por último se reparten un 1% para cada una de las opciones “En desacuerdo” y “Muy en desacuerdo”, esto significa que este 2% no participaría en los eventos mencionados.

3.6.3. Entrevistas a expertos

Entrevista sobre cáncer de mama

3.6.3.1. Entrevista a experto en Oncología

Dr. Carlos Figueroa Jordán

-Graduado en medicina general de la Universidad de Guayaquil.

-Especialista en oncología.

-Especialista en Imagenología en potencia de la Universidad de Guayaquil.

-Médico perteneciente a la Policía Nacional.

-Desempeña su labor en el hospital de la policía de la ciudad de Guayaquil. Como

Posgradista en Imagenología presta su servicio en los diferentes hospitales de la ciudad

como son: Icaza Bustamante, Teodoro Maldonado, Solca, Cerid, Universitario, etc.

3.6.3.2. Preguntas de la entrevista Oncólogo

1. ¿Qué tipo de lesiones tumorales existen en las mamas?

Las lesiones en las mamas, en especial en mujeres, existen dos tipos:

- Lesiones tumorales benignas
- Lesiones tumorales malignas (Cáncer)

En relación a las lesiones benignas, lo más frecuente son los quistes y los nódulos; en las lesiones malignas, los más frecuentes son los carcinomas ductales.

Ambas se presentan, por lo general, en diferentes etapas de la vida; hay casos en los que se presentan en personas jóvenes, en otras se presenta en personas de mayor edad, cada una de estas diferenciadas por las características propias que presentan y también estas características tienen que ver mucho con el método de estudio que uno realiza, por ejemplo, Si hablamos de las lesiones benignas, específicamente en los quistes, que son frecuentes en

las mujeres jóvenes, se caracterizan por lesiones redondeadas, de contenido líquido, y si hacemos un diferencial con las lesiones malignas, en cambio, estas se las puede visualizar de forma irregular, de contenido sólido y a su vez se puede visualizar invasión a otras partes del cuerpo, sobre todo invasión a los ganglios axilares, invasión pulmonar, invasión ósea. Existen variedades de lesiones benignas y también malignas, pero como forma general esos serían los ejemplos.

2. ¿Esta es una enfermedad que se puede prevenir?

Ante el aumento de la incidencia de las lesiones tanto benignas como malignas se realiza estudio de prevención para la detección oportuna de este tipo de patologías, principalmente para el cáncer de mama.

En nuestro país, sobre todo, se realiza más para la detección de lesiones malignas en la parte de las mamas. Se realizan estudios mediante una campaña de salud, con la finalidad de que todas las mujeres mayores de 40 años, dependiendo de la jurisdicción, acudan a las diferentes unidades hospitalarias; un ejemplo: todos los que pertenecen al sur tienen que dirigirse al hospital del Guasmo sur, para que se realicen dos estudios principalmente: La ecografía y la mamografía.

No necesariamente el paciente debe tener signos y síntomas. Síntomas como ya sabemos es lo que manifiesta que siente el paciente y signos son los que uno como médico puede palpar, en este paso puede ser una tumoración, un nódulo una hinchazón, etc. entonces al realizarse estos estudios, con o sin síntomas, la finalidad es detectar oportunamente si es una lesión maligna y de esta manera recibir un tratamiento antes de que esta lesión cause un perjuicio mayor a la salud del paciente.

3. ¿Qué método de detección/detección temprana de cáncer de mama es más óptimo?

Para la detección oportuna de cáncer de mama se debe realizar un estudio que se conoce como *screening* el cual consiste en que cuando el paciente llega al centro de salud se le realizan dos estudios: la ecografía y la tomografía.

Son dos estudios que se complementan para valorar la glándula mamaria. No puede existir un solo estudio ya que la ecografía permite ver ciertas cosas que la mamografía no lo hace y viceversa; para realizarlos se debe tener en cuenta que este complemento de estos métodos de estudio solo se realiza en mujeres mayores de 40 años ya que las mujeres menores a esa edad no pueden ser sometidas a las mamografías debido a estas emiten radiación y pueden causar daños en cuanto a la fertilidad de estas pacientes más jóvenes.

Dependiendo de la imagen que veamos tanto en la ecografía como en la mamografía existen criterios de malignidad y benignidad

4. Cuando una persona ya padece la enfermedad sin saberlo ¿Qué síntomas se le presentan?

Los signos y síntomas que pudieran indicar una lesión de mama sobre todo de características malignas y que indicarían o que sugieren al paciente que debe recibir un tratamiento médico oportuno son principalmente la retracción del pezón, es decir, que el pezón en vez de estar protuido hacia afuera, se encuentra deprimido o retraído, además otro síntoma es la asimetría mamaria marcada, es decir que una glándula mamaria es más grande o más pequeña que la otra, normalmente así debe ser, pero cuando existe una marcada diferencia se considera un signo de alarma.

Otro signo es que al palpar la glándula mamaria se sienta un cuerpo extraño, como una masa o un nódulo a cualquier nivel de los cuadrantes de la mama, así como también si

encuentra un cuerpo extraño al nivel de las axilas ya que cuando se presentan estas significa que la enfermedad se ha extendido hacia los ganglios.

Otro signo de alarma existe enrojecimiento, dolor e hinchazón de una o ambas mamas, otro signo para prestar atención es que exista secreción en el pezón que sean de características sanguinolentas ya que eso indica que presenta anomalías y que debe acercarse a un centro de salud.

5. ¿Ha tenido casos de cáncer de mama en hombres?

Es muy infrecuente, realmente no he tenido pacientes con cáncer de mama de como tal.

Lo que sí es frecuente en ellos es lesiones benignas, por ejemplo, una hipertrofia de la glándula mamaria que consiste en un agrandamiento de la misma, pero sin ser malignos. La incidencia es mucho menor, pero si existe. Por lo general esta es una enfermedad que se presenta con más regularidad en mujeres por su misma condición y cambios físicos por los que pasa lo largo de toda su vida.

6. ¿Considera que toda esta información debe conocerla la ciudadanía para así ayudar que esta enfermedad reduzca su porcentaje de mortalidad?

Si, considero que sí, es más, ya existe por parte del gobierno diferentes campañas de información, tanto por medios de comunicación como por redes sociales en los cuales se hace promoción sobre las campañas de prevención, donde se detalla detenidamente cuales son los pasos a seguir para hacerse el autoexamen mamaria, cuales son las actitudes que deben tomar ante la sospecha o la confirmación de una lesión de las glándulas mamarias con el fin de que obtengan una atención oportuna y que de esta manera se disminuya la morbimortalidad de los pacientes.

La morbilidad para disminuir la incidencia de la enfermedad y la mortalidad para impedir la muerte del paciente.

Estas campañas también se promocionan mediante charlas libre en las salas de espera de los diferentes hospitales, se da la charla, se entrega folletos con información.

7. Cuando realiza una consulta, ¿Considera que su paciente entiende todo lo que le dice respecto a la enfermedad y los tratamientos a seguir?

Depende mucho la relación médico - paciente. Hablando de la parte médica, el médico debe ser consiente, respetuoso y ponerse en los zapatos del paciente, por eso debe ser preciso, conciso, tratar de utilizar los términos, las palabras más sencillas para que el paciente tenga claro la característica de su enfermedad.

El médico debe orientar y motivar al paciente para que siga con los controles oportunos para que no abandone ni los controles ni el tratamiento que debe seguir. Y como dije esta comunicación depende mucho de la relación médico – paciente.

8. ¿Ha trabajado en campañas comunicacionales sobre el cáncer de mama o cualquier otro tema de salud?

Todo el personal de salud, en las diferentes áreas, especialidades y niveles (Nivel 1: Subcentro de salud, Nivel 2: Hospitales de menor complejidad, Nivel 3: Hospitales de mayor complejidad, etc.) se deben realizar campañas de prevención, no solamente para este tipo de patología, para todas las enfermedades; no solamente para un sexo sino para ambos.

Un ejemplo es que también se realizan campañas para la detección oportuna de cáncer de próstata, también se realizan campañas de prevención para darle importancia a la lactancia materna, campañas sobre lo que son las enfermedades de transmisión sexual.

En cuanto se refiere a las campañas comunicacionales, esto está debidamente distribuido a los actores que intervienen en este tipo de campañas, por ejemplo hay

personas que se encargan de la difusión de las campañas, comunicar a los pacientes, comunicar a la comunidad, establecer hora y lugar, quienes conformamos el personal de salud nos limitamos a acudir y dar la charla o la información correspondiente

Entrevista sobre comunicación para la salud

3.6.3.3. Entrevista a trabajador/a en el área de comunicación de una institución de salud

Ing. Dana Triviño

-Coordinadora del área de “Comunicación, imagen y prensa” del Hospital Francisco Icaza Bustamante – Hospital del niño

3.6.3.4. Preguntas a trabajador/a en el área de comunicación de una institución de salud

1. Actualmente, ¿Existe algún manual para la guía en lo que respecta “Comunicación para la salud”?

Dentro de la institución existe un departamento llamado Educación para la Salud, son licenciadas en educación quienes son las encargadas de dar charlas en las salas de espera y salas de hospitalización con temas de prevención, con el fin de educar a la ciudadanía con el fin de reducir algún tipo de enfermedad.

2. Si bien se sabe que la ciudadanía tiene problemas para entender todo lo que deberían saber respecto a las enfermedades que padecen o son propensos a sufrir ¿Existe algún plan cuyo objetivo sea el difundir información completa, en un lenguaje común, sobre algunas de las enfermedades que más niveles de mortalidad tienen para que la ciudadanía sepa cómo prevenirlas o tratarlas?

Los usuarios que se encuentran en las salas de espera o están hospitalizados son informados por parte de las Educadoras para la Salud, ellas tratan diferentes temas y son explicados con gráficos, y en el caso que sea alguna enfermedad que tenga un manejo especial, es tratado e informado por el especialista.

3. ¿Existe un departamento de comunicación en la institución que labora?

Sí, si existe.

4. ¿Considera que es importante que el paciente comprenda todos los detalles de la enfermedad que padece?

Si, para eso es importante la comunicación entre médico paciente. ya que el médico o el especialista es el único que puede dar la información de acuerdo a la patología.

5. ¿Considera que la población está informada al 100% en cuanto a las enfermedades más comunes o las herramientas usadas hasta el momento para ese fin no han sido las adecuadas?

Si, la población es informada respecto a las enfermedades más comunes, lamentablemente muchos no cumplen con las recomendaciones de prevención.

6. ¿Considera que los puestos del departamento de comunicación de una institución de salud deben ejercerlos profesionales de la salud o profesionales de la comunicación? ¿Por qué?

El departamento de comunicación de esta institución, se encarga de difundir mediante los canales de comunicación autorizados (redes sociales, carteleras, correo institucional) información que es entregada por los médicos de las diferentes especialidades. Es un trabajo en equipo, cada profesional se encarga de su rama.

No podemos decirle a un médico que realice un boletín de prensa, como no se le puede decir a un comunicador que atienda a un paciente en x condiciones.

Entrevista sobre estrategias comunicacionales

3.6.3.5. Entrevista a experto/a sobre comunicación estratégica

Lcda. Leonela Macías

- Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil
- Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad De Las Américas
- Doctoranda de la Universidad de Cádiz – Andalucía – España
- Relacionista Pública de empresas públicas y privadas
- Directora de Comunicación en empresas públicas y privadas Docente titular en FACSO

3.6.3.6. Preguntas de la entrevista a Experto en Comunicación para la salud

1. ¿Ha escuchado hablar del tema “Comunicación para la salud”?

Sí, lo he escuchado en entornos médicos

2. ¿Ha sido partícipe de una alguna campaña sobre temas de salud que se haya realizado en alguna institución? (Si su respuesta es sí, comente su experiencia)

No, no he participado

3. Sabiendo que usted es una docente con conocimientos en la realización de planes estratégicos, ¿Creería que es igual la elaboración estrategias comunicacionales para instituciones de salud que para cualquier otra empresa?

Sí, todo plan depende mucho de las características de sus públicos objetivo. Cada público tiene diferentes demandas sobre todo respecto a temas como la salud.

4. Como docente de la Facultad de Comunicación Social ¿considera que los comunicadores deben conocer sobre la mayor parte de ciencias que puedan aportar a su desempeño profesional y personal? ¿La salud puede o debe ser una de ellas?

Hay que separar varios temas aquí. No se puede desvirtuar ni mezclar la educación en ciencias como la comunicación y la salud, pues son dos campos científicos totalmente distintos. No obstante, los comunicadores somos decodificadores, transformamos lo técnico en simple para poder comunicarlo a las masas, en ese sentido, debemos estar atentos al contenido de otras ciencias, siempre y cuando esos contenidos tengan estrecha relación con lo social y comuniquen temas de interés para el público.

5. En base a las campañas que se han realizado por parte del gobierno sobre el tema del cáncer de mama ¿Cómo califica la parte comunicacional de estas? ¿Qué errores se comenten en la ejecución de las mismas? ¿Qué recomendación da en cuanto a la organización de estos eventos?

Creo que los gobiernos de turno han hecho sólo la “tarea” sobre la problemática, una tarea que se resume en la colocación de afiches y vídeos en los centros de salud. Sin embargo, hay mucho por hacer con la cultura de prevención, difusión de información estadística, casos de estudio, verdaderas campañas de detección temprana, capacitación de médicos para la recomendación o aplicación de medidas preventivas etc... Mi recomendación es que sea política de estado el desarrollar e innovar permanentemente en acciones comunicacionales sobre la

temática con mayor alcance y cobertura de públicos, no solo dirigido a las mujeres sino a toda la familia, a las comunidades y a toda la sociedad.

3.6.5. Entrevista ha afectado por el problema

Sra. Mercy Urgilés Molina

-Paciente de cáncer de mama en el hospital de Solca hace 4 años.

-Mujer de 38 años. 4 hijos.

3.6.5.1. Preguntas de la Entrevista

1. Explique un poco de su experiencia con el padecimiento de esta enfermedad

Le voy a explicar cómo inicié con esta enfermedad. Empecé teniendo frecuentes dolores de cabeza, me dolía todo el cuerpo, me dolía mucho el estómago, tenía escalofríos, me daba fiebre. Acudí al médico, él me recetaba medicamentos, me mandó hacer muchos exámenes para las vías urinarias y de tantos exámenes que me hacen, ninguno servía. Hasta que al final con el último examen valió para saber que infecciones tenía. Seguí e tratamiento que me enviaron, pero seguía sin sentirme mejor. Entonces cambié de doctor, me empezó a mandar muchas medicinas, con esto hubo días en los que me sentía bien, pero otros que nuevamente me sentía mal, tenía dolores de estómago, de cabeza, etc. Acudí a otro doctor y otra vez me mandaron otra receta y así pasé un buen tiempo, de médico en médico, pero seguía sintiéndome mal. Llegó a un extremo que ya ni si quiera podía limpiar mi casa, no podía ir a comprar. Incluso llegaron a dolerme los ojos, los dientes, pero continué visitando otros médicos, me daban otros medicamentos cada vez más fuertes los cuales causaban efectos secundarios.

Luego tuve dolor en la espalda que avanzaba hasta la parte de la axila y por ultimo llegaba al seno izquierdo, hasta que con el tiempo me apareció una bola en el seno. Me asusté mucho, era un dolor incontrolable. Mis senos se hicieron tan grandes que me llagaban hasta la cintura, no podía dormir. Fui al doctor y me mandaron hacer una mamografía. A la persona que me hizo la mamografía le pregunté que tenía y me dijo que él no podía explicarme, que decía preguntarle al doctor. Volví a mi doctor y me dijo que tenía principio de cáncer, me mandó un tratamiento adecuado y poco a poco, siguiendo al pie de la letra las indicaciones, esa bola fue desapareciendo y mis dolores igual. Cada año me hago chequeos para evitar pasar por esta situación nuevamente.

2. Cada vez que ha ido a una consulta médica, ¿Entiende toda la información que recibe del especialista?

Cada vez que yo iba al doctor me decían una cosa diferente respecto al tratamiento y a la misma enfermedad, me cambiaban la medicina, me decían que era una infección del estómago, otro que era otro tipo de enfermedad, que las dosis eran muy bajas, que las dosis eran muy altas, que tenía problemas del hígado, me mandaron a probar productos naturales y tantas cosas por las que pasé que me decían los médicos que ya no confiaba en lo que me decían cada vez que iba porque no veía ningún resultado.

3. En su caso ¿el cáncer fue detectado a tiempo?, ¿Cómo fue todo ese proceso?

El doctor me dijo que fue detectado a tiempo. Hubo un tiempo que empecé a consumir la nutrición de Herbalife y el doctor me dijo que cuando él estudió en los Ángeles, él tomaba la nutrición y que era muy buena por eso yo debía seguirla consumiendo junto con los medicamentos que me recetaban. Por todo esto me dijo que yo estuve a tiempo para seguir el tratamiento de mi seno.

Mi papá sufrió de cáncer al hígado y su enfermedad no fue detectada a tiempo. Él ya se encontraba en una cuarta etapa donde ya los médicos no podían hacer nada, incluso él acudió a Solca para solicitar algún tratamiento, pero ya era demasiado tarde porque el cáncer estaba muy avanzado.

4. Antes del padecimiento ¿Ya conocía información respecto al cáncer de mama?, ¿Cómo prevenirlo?, ¿Cómo detectarlo? Sí, no, porqué.

Antes del padecimiento del cáncer en mi seno izquierdo yo si había escuchado información sobre que debemos tocarnos para saber si no alguna bola, algún abultamiento y cada vez que yo me bañaba si lo hacía, me revisaba, pero nunca encontré algo fuera de lo normal. Yo me imagino que eso se desarrolló de forma interna. Cuando ya me di cuenta que era cáncer en mi seno fue por esa bola que me apareció de la nada, eso debió estar formándose internamente por eso creo que me daba fiebre, dolor de cuerpo, dolor de cabeza.

A raíz de todo eso pues yo seguí revisándome para ver si me salía de nuevo alguna bola. Eso es lo único que yo sabía y había escuchado, que uno tenía que tocarse para evitar este tipo de enfermedades, pero yo tampoco sabía si lo estaba haciendo correctamente, quizás por eso yo no encontré nunca ese tumor.

5. ¿Qué recomendaciones daría a las instituciones de salud en cuento a la parte comunicacional?

Las recomendaciones que daría al Ministerio de Salud. Si yo fuera dirigente del Ministerio de Salud lo primero que yo haría es solicitar al gobierno que en las instituciones, tanto de salud como en las de educación, se cambie el tipo de alimentación. Que el ministerio de salud informe la forma adecuada de alimentarse que debe tener la población.

Que cada cierto periodo de tiempo se supervise la alimentación que se tiene dentro de los hogares.

Que informen a través de la televisión, de la radio que eduquen como prevenir enfermedades, como estar saludable, educar sobre los medicamentos que se venden, como mantener el cuerpo en buen estado. Eso daría como recomendación. Que a las madres de familia las eduquen más sobre la alimentación del hogar y que estas puedan enseñar a sus hijos.

También el MSP debería hacer campañas de desparasitación en los hogares.

6. ¿Qué recomendaciones da a la ciudadanía en cuanto a informarse sobre temas de salud para así prevenir ciertas enfermedades?

Mi recomendación es que ellos deben buscar informarse en como tener un cuerpo saludable. Algo que es fundamental conocer es sobre una buena alimentación, la sociedad debe informarse mucho en cómo llevar una buena alimentación, como crear buenos hábitos alimenticios y debería hacerlo cuando están sanos, más o solo cuando están enfermos. Deben conocer la cantidad de alimentos que necesita el cuerpo, las madres y padres que tienen la responsabilidad sobre sus hijos y de brindarles lo mejor, y que mejor que brindarles una mejor vida, mejor alimentación una mejor salud mental que también es muy importante. Debería empezar un cambio en la sociedad, pero para se pueda dar se necesita que la gente tenga toda la información.

3.7 Comprobación de la Hipótesis

El presente apartado tiene como finalidad demarcar los resultados con mayor representación de la estadística muestral previamente analizada, de forma que, a través de estos datos se logre determinar si la hipótesis planteada contesta la formulación del problema de investigación.

En este epígrafe se determina que los estudiantes no tienen conocimiento del tema de comunicación para la salud, además que aseguran que en la Facultad de Comunicación Social no existe un plan estratégico comunicacional que aborde temas de salud, ni el cáncer de mama ni ningún otro. La población encuestada menciona que no han sido participes de campañas sobre comunicación para la salud ni temas parecidos.

Dentro de las encuestas hubo preguntas del tema específico de salud que fue el cáncer de mama, los resultados a estas dejan en evidencia el nulo conocimiento que tienen los estudiantes sobre temas de salud, a pesar de haber mucha información en internet y en los medios.

Por otro lado, al realizarle una entrevista a una docente de la Facultad que es experta en comunicación organizacional, comunicación estratégica, etc. Sus respuestas reflejan que ella no conoce sobre el tema de comunicación para la salud, por lo que demuestra que en la Carrera de Comunicación Social no se toma en cuenta esta área de forma académica.

CAPÍTULO IV PROPUESTA

4.1. NOMBRE DE LA PROPUESTA

Plan estratégico comunicacional para asociar a la comunidad de FACSO a programas de descubrimiento del cáncer de mama. “Campaña trimestral sobre comunicación para la salud”.

4.2. PLANTEAMIENTO DE LA PROPUESTA:

Con el pasar del tiempo queda en evidencia que siempre surgen nuevas enfermedades y que el acelerado avance tecnológico permite que se creen nuevos tratamientos, métodos para prevenir o curas definitivas cada cierto tiempo, es por esta razón que siempre se debe actualizar la información en cuanto a la parte de salud. No solo los expertos en la materia deben tener conocimientos de cada novedad, sino, los más importantes, la sociedad.

El cáncer de mama es una enfermedad que existe hace más de 20 años. Se han realizado muchísimas campañas de detección precoz de la misma, en internet existen miles de páginas destinadas a explicar qué es la enfermedad, cómo prevenirla, en qué casos se puede prevenir, como detectarla a tiempo, etc. sin embargo la información en la sociedad es muy incompleta, casi nula.

Este tipo de problemas no pasa solo con esta enfermedad sino, con absolutamente todas ya que no existe una buena comunicación, no existe una buena difusión de la información, incluso porque no existe un buen entendimiento entre el médico y el paciente debido a su nivel académico. Las personas idóneas para comunicar, informar y educar a la

sociedad son los Comunicadores Sociales y estos son los nuevos retos a los que enfrentan cada día, abarcar más ramas, abarcar y aprender más ciencias.

La propuesta que se plantea es la realización de un plan estratégico de comunicación para la salud direccionado a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, utilizando todas las herramientas académicas necesarias para su pleno entendimiento. El fin de este proyecto es que los estudiantes tengan conocimiento sobre esta área de la comunicación que también pueden ejercer. El plan está desarrollado para que los estudiantes sean instruidos por especialistas en el ámbito de salud (independientemente del tema), y estos a su vez tengan la capacidad de, no solo saber cómo realizar una campaña, una charla, etc. sino que sean ellos mismos sean quienes impartan la información sobre el tema respectivo, en este caso, el cáncer de mama.

Para que esto pueda realizarse de forma asertiva se requiere de la ejecución de múltiples actividades con los estudiantes como lo son las de receptor toda la información necesaria en cuento al tema de salud respectivo, en la organización y práctica de eventos de esta magnitud, en el dominio del lenguaje respectivo y el uso de las herramientas adecuadas dependiendo del público al que se van a dirigir.

La parte primordial es recordar que los comunicadores trabajan para la sociedad y que más importante que empezar proyectos en los que se pueda informar correctamente, no solo las noticias diarias, sino enseñarles, a través de una comunicación asertiva y armónica, a como estar sanos, a cómo prevenir muchas de las enfermedades que tienen altos niveles de mortalidad en el país y en el mundo.

Con la ejecución de este plan se tendrá como resultado a comunicadores sociales mucho más capacitados para su vida laboral, profesional y personal, brindándoles más apertura a la ejecución de proyectos.

4.3. Objetivo general

Elaborar un plan estratégico de comunicación para la salud en el tema del cáncer de mama direccionado a la parte académica, profesional y estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.

4.4. Objetivos específicos:

- Determinar actividades en las que los estudiantes aprendan toda la información necesaria con respecto a la comunicación para la salud, específicamente en el cáncer de mama.
- Explicar la elaboración y ejecución correcta de campañas, charlas u eventos de esta categoría y el estudio del público al que se dirigen.
- Analizar la conceptualización de la comunicación para la salud con el fin de mejorar y ampliar la parte académica de los estudiantes de Comunicación Social.

4.5. Planificación estratégica de la propuesta

Tabla 15. Planificación de las dimensiones de la propuesta.

Dimensiones	Áreas de desarrollo	Actividades	Objetivos de actividades	Responsable	Tiempo
Educación a los estudiantes de Comunicación Social en la rama de Comunicación para la salud (Cáncer de mama).	Comunicación para la salud.	Conocer el campo de estudio de la comunicación para la salud en la parte académica.	Reconocer los conceptos básicos sobre la comunicación para la salud y su importancia.	Ing. Dana Triviño	Febrero a abril 2021
	Temas de salud	Coordinación y ejecución de clases teóricas sobre el tema de salud respectivo.	Lograr que los estudiantes aprendan en un 90%-100% sobre un tema con respecto al área de salud cada determinado tiempo.	Dr. Carlos Figueroa	Febrero a abril 2021
	Difusión de información	Estudiar la transformación del lenguaje sin modificar el contexto del tema.	Capacitar a los estudiantes en como fusionar estas dos ciencias para lograr su objetivo de comunicar correctamente y de forma completa a la sociedad en temas de salud.	Mcs. Leonela Macías	Febrero a abril 2021

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Planificación estratégica de la propuesta

Tabla 16. Planificación de las dimensiones de la propuesta.

Dimensiones	Áreas de desarrollo	Actividades	Objetivos de las actividades	Responsable	Tiempo
Elaboración y ejecución de estrategias comunicacionales	Construcción estratégica.	Aprender a elaborar estrategias asertivas de comunicación a través de eventos específicos.	Desarrollar metodologías de enseñanza para el correcto manejo y elaboración de estrategias e identificar las herramientas adecuadas.	Mgs. Leonela Macías	Febrero a abril 2021
	Adaptación y efectividad	Desarrollar capacitaciones sobre el correcto análisis del público objetivo.	Aprender que aspectos del público son importantes al momento de elaborar una estrategia y ejecutar una estrategia.	Mgs. Leonela Macías	Febrero a abril 2021
	Reconocimiento de objetivos	Lograr identificar los objetivos de las estrategias.	Identificar a cabalidad los objetivos de estrategia y cada táctica para que se puedan cumplir al 100%.	Lady Ayerve	Febrero a abril 2021

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

4.6. Presupuesto de la propuesta

Tabla 17. Presupuesto global de la propuesta

Campaña trimestral sobre comunicación para la salud				
Fecha de inicio	5 de febrero de 2021			
Fecha de finalización	26 de abril de 2021			
Facultad responsable	Facultad de Comunicación Social			
Investigador responsable	Lady Patricia Ayerve Moreira			
Presupuesto realizado para	Carrera de Comunicación Social			
Presupuesto global de la propuesta				
Rubros	Cantidad	Periodo (Meses)	Total mensual individual	Total
GASTOS DEL PERSONAL				
Recurso humano	3	2	\$200	\$1.200
Total gasto del personal				\$1.200
EQUIPO TÉCNICO				
Computadoras – celular	4	2	0	0
Total equipo técnico				0
SOFTWARE/APLICACIONES				
Zoom	1	2	\$49	\$98
Canva	1	2	\$10	\$20
Total software/aplicaciones				\$118
TOTAL GENERAL				\$1.318

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Tabla 18. Presupuesto de la propuesta, gasto personal.

Campaña trimestral sobre comunicación para la salud							
Fecha de inicio				5 de febrero de 2021			
Fecha de finalización				26 de abril de 2021			
Facultad responsable				Facultad de Comunicación Social			
Investigador responsable				Lady Patricia Ayerve Moreira			
Presupuesto realizado para				Carrera de Comunicación Social			
Presupuesto global de la propuesta							
GASTO DEL RECURSO HUMANO							
Investigador	Función dentro del proyecto	Semas de trabajo	Días de trabajo	Horas semanales	Horas mensuales	Sueldo mensual	Sueldo Total
Ing. Dana Triviño	Conferencia sobre todos aspectos de lo que es comunicación para la salud.	8 Semanas	Lunes y jueves	2	16	\$200	\$400
Dr. Carlos Figueroa	Clases académicas con respecto al tema de salud correspondiente: Cáncer de mama.	8 semanas	Martes y miércoles	3	24	\$200	\$400
Mgs. Leonela Macías	Charlas sobre la elaboración y ejecución correcta de estrategias comunicacionales y estudio del público.	8 semanas	Viernes	3	24	\$200	\$400
Estudiante: Lady Patricia Ayerve Moreira	Creación de plan estratégico de comunicación dirigido a los estudiantes sobre la	8 semanas	Sábado	3	24	-	-
Total							\$1200

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Tabla 19. Presupuesto de equipos tecnológicos

Campaña trimestral sobre comunicación para la salud				
Fecha de inicio		5 de febrero de 2021		
Fecha de finalización		26 de abril de 2021		
Facultad responsable		Facultad de Comunicación Social		
Investigador responsable		Lady Patricia Ayerve Moreira		
Presupuesto realizado para		Carrera de Comunicación Social		
Presupuesto global de la propuesta				
GASTO DE EQUIPOS TÉCNICOS				
Equipo	Área/Plataforma requerida	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Computadora	Zoom	\$49	1	\$98
Computadora	Zoom	-	1	-
Computadora	Zoom	-	1	-
Computadora – Celular	Canva – Diseño de plan comunicacional y creación de contenido	\$10	1	\$20
Total				\$118

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

4.7. Modelo de socialización de la propuesta

Tabla 20. Socialización del primer encuentro de la propuesta.

FECHA	HORA	ACTIVIDAD	OBJETIVO	OBSERVACIONES
05/02/2021	17h00	Bienvenida a estudiantes Introducción del tema	Generar expectativa e interés en el público	En el desarrollo de la socialización se requiere ya tener escogido al grupo de estudiantes con el que se pretende trabajar y que todos ellos cuenten con los implementos tecnológicos requeridos.
	17h20	Audiovisual sobre recopilación de la rama de comunicación para la salud que ya se estudian en estos países	Brindar una introducción al tema de comunicación para la salud explicando algunos aspectos.	
	17h30	Exposición de la propuesta	Explicar cómo se va a desarrollar el plan comunicacional de forma académica	
	17h50	Interrogantes	Despejar dudas e inquietudes de la ejecución de la propuesta	
	18h00	Audiovisual sobre todos los roles que cumplen los comunicadores sociales alrededor del mundo	Despertar el interés por nuevos aprendizajes en los estudiantes	
	18h10	Presentación de las personas involucradas y encargadas del aprendizaje de los estudiantes	Acercamiento con los estudiantes	
	18h30	Interrogantes a expertos	Despejar dudas e inquietudes de la ejecución de la propuesta	
	18h45	Despedida y agradecimiento		
Duración	2 Horas			
A través de la plataforma de zoom				

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 19 Campaña sobre comunicación y la salud



CAMPAÑA TRIMESTRAL SOBRE COMUNICACIÓN PARA LA SALUD

TEMA:
CÁNCER DE MAMA

- SÍNTOMAS
- TIPOS
- MEDIDAS DE PREVENCIÓN
- MÉTODOS DE DETECCIÓN TEMPRANA
- ESTRATEGIAS CORRECTAS PARA COMUNICAR ESTA CIENCIA A LA COMUNIDAD.

 PARTICIPACIÓN ACTIVA DE ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 

Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

Figura 20 Ficha de capacitación de expertos

COMUNICACIÓN Y SALUD

TEMAS Y EXPERTOS:

Cáncer de mama
Dr. Carlos Figueroa
 Médico, urólogo y posgradista de imagenología de la Universidad de Guayaquil

Comunicación para la salud
Ing. Dana Triviño
 Coordinadora del departamento de comunicación del Hospital Teodoro Maldonado Carbo

Estrategias comunicacionales
Msc. Leonela Macías
 Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional de la Universidad De Las Américas



SOCIALIZACIÓN	CHARLAS	PLATAFORMA
05/02/2021 - 17:00H	Desde: 05/02/21 Hasta: 26/04/21	Zoom



PARTICIPACIÓN ACTIVA DE ESTUDIANTES DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Elaborado por: Ayerve Moreira Lady

4.9 Conclusiones y recomendaciones

4.9.1 Conclusiones

Basada en la investigación realizada se concluye lo siguiente:

- Se debe incentivar a los futuros comunicadores a ampliar sus conocimientos, abarcar áreas en las que puedan destacar la parte comunicacional y a la realización de proyectos sobre temas no explotados dentro de su carrera, ya que esto va a permitir su versatilidad.
- La comunicación para la salud es un campo desconocido dentro de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social y estos están de acuerdo y dispuestos a participar en la creación de eventos de este tipo.
- Partiendo del tema del cáncer de mama, se puede concluir que jóvenes, de entre 18 a 25 años, no conocen más del 25% de información sobre esta enfermedad que es muy común y que se repite en campañas y charlas a medios actuales.
- A partir de la creación de un plan comunicacional sobre comunicación para la salud dirigida a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social se conoció que este proyecto es viable y favorecedor en cuanto a completar la parte académica de los mismos.

4.9.2 Recomendaciones

- Se recomienda usar este proyecto como parte académica de la Carrera de Comunicación Social, empleando diversos temas de salud importantes y cada cierto periodo para un mayor aprendizaje de los estudiantes.
- La universidad también asume la dinámica social académica y por esta razón se ve envuelta en los giros que toma la comunidad.
- Se sugiere que se utilice el talento humano que ya dispone la Facultad de comunicación Social para evitar una inversión sobrevalorada. Conociendo que existen maestros que no solo son comunicadores, sino que a su vez son médicos, dircom, abogados, etc.
- El uso de herramientas didácticas para el buen aprendizaje de los temas implicados en la comunicación para la salud y el uso de las mejores herramientas para la ejecución de las estrategias comunicacionales que crearán los estudiantes para la difusión.

Bibliografía

Lorente , J., & Jiménez Arias, M. (2019). La comunicación en salud desde las perspectivas ética, asistencial, docente y gerencial. *SCielo*.

Alcalay, R. (2015). La comunicación para la salud como disciplina en las universidades estadounidenses. *SCielo*.

Aranguren, E. (29 de Julio de 2012). *BlogSpot*. Obtenido de Públicos y Clasificación :
<http://elisagaranguren.blogspot.com/2012/07/publicos-y-clasificacion.html>

Asociación Española Contra el Cáncer. (2018). *ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER* . Obtenido de Cómo detectar y prevenir el cáncer de mama:
<https://www.aecc.es/es/todo-sobre-cancer/tipos-cancer/cancer-mama/prevencion/factores-riesgo-cancer-mama>

Busse, P., & Godoy, S. (2016). Comunicación y Salud. *SciELO*. Obtenido de
https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2016000100001

Caman Aguirre, J. C. (2016). *Repositorio de la Universidad Bausate*. Obtenido de
 IMPORTANCIA DEL ROL DEL COMUNICADOR INSTITUCIONAL EN EL
 CAMPO DE LA SALUD CASO: INSTITUTO NACIONAL DE
 ENFERMEDADES NEOPLÁSICAS:
http://repositorio.bausate.edu.pe/bitstream/handle/bausate/64/CAMAN_AGUIRRE_JEAN_CARLOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Código Orgánico de Salud . (12 de Mayo de 2016). Obtenido de

https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2016/11/RD_248332rivas_248332_355600.pdf

Constitución de la República del Ecuador . (2008). Obtenido de

http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Cruz, L. (28 de 11 de 2017). *Knoow.net (Eniclopedia temática)*. Obtenido de Proceso de

comunicación: <https://knoow.net/es/cieeconcom/marketing-es/proceso-de-comunicacion/>

De Castro, A. (2015). *Comunicación organizacional: Técnicas y estrategias*. Barranquilla,

Colombia: Ecoe. Recuperado el 17 de 02 de 2020, de

<https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR14&dq=comunicacion+organizacional+pdf&ots=edsAQUBbIU&sig=ggGPBULA-LV7CDmL9IwDaP0b3AI#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional%20pdf&f=false>

Dornelles Prolla, C. M., & Et. Al. (Febrero de 2015). Conocimiento del cáncer de mama y

cáncer de mama hereditario en el personal de enfermería de un hospital público.

SCielo. Recuperado el 18 de 02 de 2020, de

http://www.scielo.br/pdf/rlae/v23n1/es_0104-1169-rlae-23-01-00090.pdf

Gordillo, V. (S.f.). *Dr. Victoria Gordillo. Centro de diagnóstico por imagen*. Obtenido de

¿Qué es el cáncer de mama? Causas, síntomas y tratamiento:

<https://www.victoriagordillo.com/cancer-de-mama/>

Guía de la calidad . (S.f.). Obtenido de Plan Estratégico :

<https://guiadelacalidad.com/sistema-de-gestion/plan-estrategico/>

Gutiérrez Madrigal, F. (2016). *Técnicas de comunicación*. San José, Costa Rica: Secade.

Recuperado el 17 de Febrero de 2020, de

<https://elibro.net/es/ereader/uguayaquil/79262?page=10>.

Hermoso Álvarez, A. (S.f.). *Gobierno de México - IMSS*. Obtenido de Hábitos saludables

para prevenir el cáncer de mama: <http://www.imss.gob.mx/salud-en-linea/blog-salud/habitos-saludables-prevencion-cancermama>

Jaramillo Antillón, J. (2001). Evolución de la medicina: pasado, presente y futuro. *SciELO*.

Recuperado el Enero de 2021, de

https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0001-60022001000300003

Lara Tamburrino, M., & Olmedo Zorrilla, Á. (2011). Detección temprana y diagnóstico del

cáncer mamario. *SciELO*. Obtenido de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0026-17422011000100002

Maza, L. (Noviembre de 2016). *Blogspot*. Obtenido de Entender la comunicación de masas

: <http://lucelymaza.blogspot.com/2016/11/capitulo-8-entender-la-comunicacion-de.html>

Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social . (2012). *ProSalud*. Obtenido de Guía de

planificación participativa de la comunicación en la salud:

http://portal.mspbs.gov.py/promociondelasalud/wp-content/uploads/2012/09/guia_corta_estrategias_de_comunicacion_salud-3.pdf

Montes de Oca , A., & Rizk, M. (2014). La comunicación para la salud y el desafío del enfoque ecosistémico. *SciELO*. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1690-32932014000300006

Moreda Sánchez, E. M., Martínez Pastor, E., & Vizcaíno Pérez, R. (05 de 12 de 2016). *Revista Española de Comunicación en Salud*. Obtenido de Comunicación Institucional Intercultural para la Salud: desarrollo durante la primera década del siglo XXI: <file:///C:/Users/usuario/Downloads/3606-4386-1-PB.pdf>

Muente, G. (03 de octubre de 2018). *RockContent*. Obtenido de Público objetivo: ¿qué es, para qué sirve y cómo crear uno?: <https://rockcontent.com/es/blog/publico-objetivo/>

Organizacion Mundial de la Salud. (2020). *Salud*. Obtenido de OMS: <https://www.who.int/es/about/who-we-are/frequently-asked-questions>

Peiró, J., & Bresó, I. (15 de Diciembre de 2015). La comunicación den las organizaciones: Una aproximación desde el modelo de análisis multifacético para la gestión y la intervención organizacional (modelo amigo. *Redalcy*, 41 - 70. Recuperado el 17 de 02 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147125259003.pdf>

RadiologyInfo. (22 de 01 de 2020). *RadiologyInfo.org para pacientes* . Obtenido de Detección temprana del cáncer de seno: <https://www.radiologyinfo.org/sp/info.cfm?pg=screening-breast>

Redacción Médica . (2021). *Redacción Médica* . Obtenido de Cáncer de mama :

<https://www.redaccionmedica.com/recursos-salud/diccionario-enfermedades/cancer-mama>

Ríos Hernández , I. (19 de Abril de 2015). *Comunicación en salud* . Obtenido de

COMUNICACIÓN EN SALUD: CONCEPTOS Y MODELOS TEORICOS:

https://www.researchgate.net/publication/277273859_Comunicacion_en_salud_Conceptos_y_modelos_teoricos

Sáez Casas , A. (S.f.). *SquareSpace*. Obtenido de La comunicación de masas :

<https://static1.squarespace.com/static/51ede959e4b0de4b8d24e8a9/t/540a316ce4b0b3f7fc6361e5/1409954156639/la+comunicacion+de+masas.pdf>

Santaballa Bertrán, A. (Febrero de 2020). *Sociedad Española de Oncología Médica*

(*SEOM*). Obtenido de Cáncer de mama : <https://seom.org/info-sobre-el-cancer/cancer-de-mama?showall=1>

Scheinsohn, D. (Agosto de 2010). *Universidad de Palermo* . Obtenido de Comunicación Estratégica :

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60561320/Rol_del_comunicador_corporativo_20190911-60000-f1377d.pdf?1568222652=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DRelaciones_Publicas_al_sur_de_Latinoamer.pdf&Expires=1610860212&Signature=NbN02EIqpP2MIGc

Sociedad Americana Contra El Cáncer. (18 de Septiembre de 2019). *Sociedad Americana*

Contra El Cáncer. Obtenido de ¿Cómo se origina el cáncer de seno?:

<https://www.cancer.org/es/cancer/cancer-de-seno/acerca/como-se-forma-el-cancer-de-seno.html>

Universidad del Salvador . (S.F.). *Comunicación*. Obtenido de USALizate:

<https://campus.usal.edu.ar/mod/book/view.php?id=25464>

UTEL. (Diciembre de 2019). *UTEL Universidad BLOG*. Obtenido de Historia de los medios de comunicación: <https://www.utel.edu.mx/blog/10-consejos-para/historia-de-los-medios-de-comunicacion/#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20los%20medios,que%20se%20utilizaron%20en%20Roma>

Vera López, J., & Villegas Martínez, V. (1997). El fenómeno de la comunicación social.

SciElo. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02551997000100020

ANEXOS

Anexo 1: Solicitud para entrevistas

Solicitud firmada dirigida a Dr. Carlos Figueroa Jordán

Guayaquil, 21 de Febrero de 2021

Dr. Carlos Figueroa Jordán

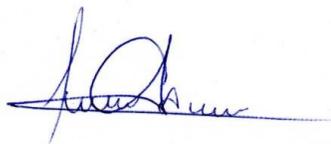
Presente. -

De mi consideración:

Yo, Lady Ayerve Moreira, con CC. 0958748840, estudiante legalmente matriculada en el 9 semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, solicito a usted muy acomedidamente el permiso respectivo para realizarle una entrevista sobre mi tema de investigación que es **“Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso facultad de comunicaron social”**, como parte del proceso del proyecto de titulación.

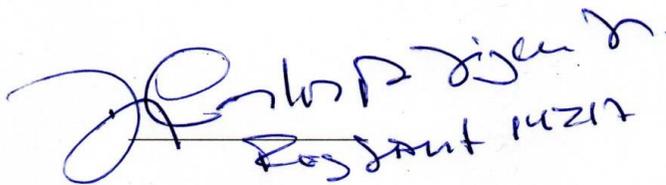
Se le agradece de antemano.

Atentamente,



Lady Ayerve Moreira

CC. 0958748840



Recibido

Solicitud firmada dirigida a la Lcda. Leonela Macías

Guayaquil, 24 de Febrero de 2021

Lcda. Leonela Macías.

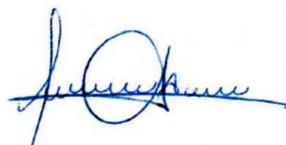
Presente. -

De mi consideración:

Yo, Lady Ayerve Moreira, con CC. 0958748840, estudiante legalmente matriculada en el 9 semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, solicito a usted muy comedidamente el permiso respectivo para realizarle una entrevista sobre mi tema de investigación que es **“Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso facultad de comunicaron social”**, como parte del proceso del proyecto de titulación.

Se le agradece de antemano.

Atentamente,



Lady Ayerve Moreira

CC. 0958748840

LEONELA
ELISA MACIAS
RODRIGUEZ

Firmado
digitalmente por
LEONELA ELISA
MACIAS RODRIGUEZ
Fecha: 2021.02.24
20:54:47 -05'00'

Recibido

Solicitud firmada dirigida a la Ing. Dana Triviño

Guayaquil, 24 de Febrero de 2021

Ing. Dana Triviño

Presente. -

De mi consideración:

Yo, Lady Ayerve Moreira, con CC. 0958748840, estudiante legalmente matriculada en el 9 semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, solicito a usted muy acomedidamente el permiso respectivo para realizarle una entrevista sobre mi tema de investigación que es **“Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso facultad de comunicaron social”**, como parte del proceso del proyecto de titulación.

Se le agradece de antemano.

Atentamente,



Lady Ayerve Moreira

CC. 0958748840



Recibido

Solicitud firmada dirigida a la Sra. Mercy Urgilés Molina

Guayaquil, 20 de Febrero de 2021

Sra. Mercy Urgilés Molina

Presente. -

De mi consideración:

Yo, Lady Ayerve Moreira, con CC. 0958748840, estudiante legalmente matriculada en el 9 semestre de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, solicito a usted muy acomedidamente el permiso respectivo para realizarle una entrevista sobre mi tema de investigación que es **“Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: caso facultad de comunicaron social”**, como parte del proceso del proyecto de titulación.

Se le agradece de antemano.

Atentamente,



Lady Ayerve Moreira

CC. 0958748840



Recibido

030111519-2

Anexo 2: Modelo de encuesta



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Encuestas

Soy estudiante de la carrera de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad de Guayaquil, la presente encuesta es realizada para determinar las Estrategias de comunicación para la prevención del cáncer de mama en la comunidad universitaria: Caso Facultad de Comunicación Social Se ruega contestar cada una de las preguntas, según su apreciación marcar con una x la respuesta.

Edad:

Sexo:

1. ¿Conoce usted lo que es el cáncer de mama?

Nada	Poco	Medianamente	Mucho	Todo

2. Tiene conocimiento sobre las causas que provocan en cáncer de mama.

Nada	Poco	Medianamente	Mucho	Todo

3. Tiene conocimiento que esta es una enfermedad detectable desde temprana edad.

Nada	Poco	Medianamente	Mucho	Todo

4. Marque los métodos de prevención para el cáncer de mama que conozca.

Raloxifeno	Tamoxifeno	Autoexamen	Quimioprevencion	Mamografía

5. ¿Conoce cuál es el tiempo adecuado para que una persona empiece con un método preventivo?

Nada	Poco	Medianamente	Mucho	Todo

6. Tiene conocimiento o alguna vez ha escuchado sobre el área de “Comunicación para la salud” durante sus estudios en la Carrera

Nada	Poco	Medianamente	Mucho	Todo

7. Considera que esta es un área que se debe tomar en cuenta en la carrera de Comunicación Social.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

Pregunta de salud general

8. Conoce o ha participado en alguna campaña comunicacional en temas de salud dentro de la Facultad de Comunicación Social

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

9. ¿Está de acuerdo en la implementación de un plan estratégico de comunicación sobre los métodos preventivos para el cáncer de mama direccionado a los estudiantes?

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

10. Está de acuerdo en participar en eventos en los que se mencionen temas como el cáncer de mama u otros temas de salud, pero direccionados al área de comunicación

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo