



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

**FACULTAD DE HUMANIDADES
Carrera de Comunicaciones**

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN QUE
UTILIZA EL HOSPITAL DE HUAYCÁN PARA LA
PREVENCIÓN DE LA ANEMIA A NIÑOS
MENORES DE 5 AÑOS**

**Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en
Comunicaciones**

VALERIA ALEXANDRA PACHECO LÓPEZ

**Lima, Perú
2020**

Estrategias de comunicación que utiliza el Hospital de Huaycán para la prevención de la anemia en niños menores de 5 años

Valeria Alexandra Pacheco López

valeriaaries400@gmail.com

Estudiante de Comunicaciones
Universidad San Ignacio de Loyola

RESUMEN: La investigación *Estrategias de comunicación que utiliza el Hospital de Huaycán para la prevención de la anemia a niños menores de 5 años* buscó describir todas aquellas estrategias de comunicación utilizadas en el nosocomio, tanto en las actividades, jornadas nutricionales y redes sociales, para reducir y prevenir esta enfermedad en los niños. La investigación tuvo como principal objeto de estudio determinar cuáles son esas estrategias priorizadas en su programa contra la anemia en menores de 5 años, definir las estrategias informativas empleadas, describir las estrategias de enseñanzas para la prevención e identificar los niveles de conocimiento que tienen las madres en la prevención de niños menores de 5 años. Esta investigación es cuantitativa (encuestas) y cualitativa (entrevista y método de observación). La muestra de estudio es de 180 madres con niños hasta los 5 años, que fueron tratadas en el Hospital de Huaycán. Para desarrollar el trabajo de campo se realizó distintas actividades de prevención de anemia en niños menores de 5 años. Estas fueron programadas por el hospital y el Ministerio de Salud del Perú. De igual manera, para reunir los datos que nos proporcionen información se utilizaron 31 encuestas a madres de familia y entrevistas al equipo sanitario elegido. En los hallazgos se pudo conocer que la radio es el principal medio de difusión como estrategia para informar. Además, los trípticos y afiches fueron utilizados, aunque con menor frecuencia. Respecto a las estrategias para captar el interés de las madres, predominó la consejería personalizada, y tanto las visitas domiciliarias como las sesiones educativas se trabajaron con mayor esfuerzo para llegar a toda la población sin excepción. Sin embargo, se debe reforzar e implementar nuevas estrategias para que la participación de las madres de familia sea permanente.

PALABRAS CLAVES: Anemia, Estrategia de Comunicación, Prevención, Comunicación, Nutrición, Conocimiento.

ABSTRACT: The research *Communication strategies used by the Hospital de Huaycán for the prevention of anemia in children under 5 years of age* sought to describe all those communication strategies used in the hospital, both in activities, nutritional sessions and social networks, to reduce and prevent this disease in children. The main object of the study of the research was to determine which are those strategies prioritized in its program against anemia in children under 5 years of age, define the informational strategies used, describe the teaching strategies for prevention and identify the levels of knowledge that mothers have in the prevention of children under 5 years. This research is quantitative (surveys) and qualitative (interview and observation method). The study sample is 180

mothers with children up to the age of 5, who were treated at the Huaycán Hospital. In order to develop the field work, different anemia prevention activities were carried out in children under 5 years of age. These were programmed by the hospital and the Ministry of Health of Peru. Similarly, to gather the data that provide us with information, 31 surveys were used with mothers of families and interviews with the chosen health team. In the findings, it was possible to know that radio is the main means of dissemination as a strategy to inform. In addition, triptychs and posters were used, although less frequently. Regarding the strategies to capture the interest of mothers, personalized counseling predominated, and both home visits and educational sessions were worked with greater effort to reach the entire population without exception. However, new strategies must be reinforced and implemented so that the participation of mothers of families is permanent.

KEY WORDS: Anemia, Communication Strategy, Prevention, Communication, Nutrition.

INTRODUCCIÓN

Para consolidar el desarrollo de comprensión y reconocimiento de mensajes y provocar, de esta manera, el compromiso activo y responsable de la gente, las estrategias de comunicación son elementos claves. En una investigación, Jenatsch y Bauer (2016) “plantean que las estrategias de comunicación utilizan diversos métodos y canales. Además, la elección de la estrategia y herramienta de comunicación depende de la audiencia y del entorno cultural en el que opera”.

Tal como propone Beltran (2015), la comunicación para el desarrollo “es el uso de los medios de comunicación masivos, interpersonales o mixtos como factor instrumental para el logro de las metas prácticas de instituciones que ejecutan proyectos específicos en los del desarrollo económico y social” (p. 10).

Asimismo, Scheinsohn (2010) define la Comunicación Estratégica y enfatiza los conceptos claves que definen su esencia: comunicación y estrategia. Tiene en consideración nociones teóricas y prácticas de la comunicación, pero también de la estrategia. Planteado de tal manera, ambas nociones son complementarias.

En estos últimos años, el Ministerio de Salud de todos los países, nacionales y locales, están encargados de fomentar una buena nutrición en los niños. Para ello, se vio conveniente promover la salud de tal manera que se fortalezca a su vez la calidad de la información, la educación y los canales apropiados de comunicación. Para este propósito, la elección de las estrategias de comunicación es fundamentales. Además de dar a conocer información accesible para el público, fundamentalmente para las madres de familia. Para la Organización Mundial de la Salud “la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud” (Mosquera, 2003).

La presencia de la anemia en el organismo genera preocupación al ser esta una enfermedad que extiende sus secuelas no solo al desarrollo cognitivo, sino también al desarrollo motriz, emocional y social de los niños y niñas, y les impide poder lograr su potencial humano. El Ministerio de Salud (2014) indica que la comunicación está relacionada con el conocimiento apropiado de todos los agentes encargados de la alimentación y nutrición y que estos son los padres, las gestantes, los propios cuidadores de niños, quienes deben mejorar el contexto educativo de aquellos mediante el “cambio de comportamientos y la adopción de prácticas saludables” que debe tener todo cuidado de parte de la madre.

Cabe recalcar que en el plan multisectorial de lucha contra la anemia se manifiesta que “la prevalencia de la anemia es más alta en el área rural, donde afecta a más de la mitad de niñas y niños menores de 36 meses (53,3%), mientras que en la zona urbana es de 40% en promedio” (INEI, 2017).

Según datos del Análisis Situacional de Salud (ASIS) 2017, del Hospital de Huaycán, existe una población de 11311 personas, donde 295 de ellas fueron detectadas con anemia, al tener un consumo reducido de hierro, así como de zinc, calcio, niacina y energía.

En tal sentido, para la investigación se considera importante utilizar diferentes estrategias de comunicación que ayuden a la población a identificar y comprender los mensajes transmitidos acerca de la salud. Luego se evaluará el impacto que generó en los usuarios durante la labor de prevención de anemia en los niños.

Morales (2003) afirma que, en la etapa de la comprensión, vista también como la fase de planificación, es importante que se identifique, por ejemplo, que el mensaje pueda percibirse como apropiado y coherente, además de la memoria, la imaginación y las destrezas perceptivas y de decodificación, entre otros.

Beltrán añade y menciona que:

En un sentido general e ideal, la comunicación para la salud consiste en la aplicación planificada y sistemática de instrumentos de comunicación social al logro de comportamientos de la población, compatibles con sus necesidades de bienestar y con las finalidades de servicio, expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública. (1980, p. 35)

El presente trabajo de investigación está fundamentado en la Teoría de los Dos Pasos, con el fin de cumplir con los objetivos y la pregunta planteada. Dicho planteamiento busca explicar cómo la información es transmitida de los medios de comunicación hacia la audiencia, y qué rol juegan los líderes de opinión. Algunos autores añaden que, en toda decisión, el elemento persuasivo que aportan estas personas es determinante. En tiempos de digitalización, esta teoría muestra su vigencia; se la tomará en consideración, entonces, para saber si los influencers tienen, realmente, el poder de mediar en las decisiones.

El Modelo de Creencias de Salud (MCS) o Health Belief Model es una perspectiva frecuentemente usada en promoción de la salud que aporta información relevante en teorías cognitivo-perceptivas. Este modelo “se centra en la motivación y en los procesos que pueden influir en las tomas de decisiones de una persona que busca involucrarse en un comportamiento de salud y en las percepciones que optan ellos y que puede lograr que adopte un nuevo comportamiento” (Hochbaum, 1958).

Larrauri, amparándose en el Ministerio de Salud del Perú, define la comunicación para la salud:

Es el proceso social, educativo y político que incrementa y promueve la conciencia pública sobre la salud, promueve estilos de vida saludables y la acción

comunitaria a favor de la salud, brindando oportunidades y ofreciendo a la gente la oportunidad de ejercer sus derechos y responsabilidades para formar ambientes, sistemas y políticas favorables a la salud y al bienestar. (2005, p.8)

La eficacia en la comunicación es la motivación de toda estrategia diseñada en una organización, destinada a cumplir con ciertos objetivos. Además, los materiales gráficos, los mensajes de salud, la difusión en los medios, entre otros, son los mejores complementos para un buen tratamiento de salud. Es una fuente de información que alienta una comunicación activa entre el lector y el medio. (Zabala, 2003)

La anemia, entre los niños peruanos, ocurre en la etapa de mayor velocidad de crecimiento y diferenciación de células cerebrales, lo que repercute en sus procesos de aprendizaje. De esta manera, la anemia constituye una verdadera amenaza para el desarrollo integral no solo del individuo, sino también de la sociedad al tener, esta, bajos niveles de capital humano.

Mauro y Estomba (2015) añaden que los cuidados no deben finalizar con el parto; por el contrario, los cuidados en los primeros meses de vida del niño son tan importantes como los de la etapa de gestación. A estos cuidados se les reúne con el nombre de “control del niño sano”.

La investigación realizada ayudará a seguir investigando en prevención de anemia, abrirá paso a futuros estudios por el lado de las estrategias de comunicación y enseñanzas para concientizar a todas las madres de familia, cuyo aprendizaje es importante. La investigación, además, es de relevancia social ya que afecta a toda la población peruana.

El objetivo general de esta investigación, de acuerdo a las preguntas problema, fue analizar las estrategias de comunicación utilizadas por el Hospital de Huaycán para enfrentar esta enfermedad en niños hasta los 5 años.

Los objetivos específicos fueron planteados en orden: primero, describir cuáles fueron las estrategias utilizadas para comunicar mensajes de concientización contra la anemia para niños menores de 5 años; segundo, medir aquellos niveles de cobertura de los programas de prevención de anemia en el Hospital de Huaycán; tercero, evaluar cuánto conocimiento han adquirido las madres acerca de la prevención de esta enfermedad.

La hipótesis general responde al objetivo general, esto es, el hospital de Huaycán utiliza estrategias de información y enseñanzas porque resulta útil para la difusión.

Las hipótesis específicas de la investigación fueron: los medios de comunicación y materiales gráficos son utilizados con prioridad en las diferentes estrategias de comunicación; las campañas de salud se usan con mayor frecuencia, y es correcta ya que esta actividad presenta gran acogida por el público y es de preferencia prioritaria. Para evaluar qué nivel de conocimiento tienen las madres de familia se tuvo en cuenta las consultas nutricionales y jornadas nutricionales; sin embargo, en algunas ocasiones no se obtuvo mayor resultado en la participación debido al desdén o falta de tiempo.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente artículo es de carácter descriptivo y exploratorio. Se propuso analizar las estrategias de comunicación que utiliza el hospital de Huaycán para detener con anticipación la anemia en niños menores de 5 años. Se tuvo como referencia para el diseño metodológico el trabajo de Stuar Hall, en la codificación y decodificación del contenido

que se entrega al público y Hochbaum, desde su propuesta de modelo de creencia en salud.

Según la naturaleza de los datos esta investigación fue mixta. Se investigó a tres especialistas en salud: Alfredo Redondez, Marlene Brun y Mercedes Jáuregui, y a un grupo de madres de familia que asisten al hospital.

Las teorías que se utilizaron para esta investigación fueron las siguientes: en primer lugar, la Teoría de la Recepción, que se refiere a la codificación y decodificación del contenido que se entrega al público (Stuart Hall, 1973). Además, se usó el Modelo de Creencia en Salud, que señala la motivación y procesos que puedan influir en la toma de decisión de una persona que busca involucrarse en un comportamiento de salud (Hochbaum, 1958).

Las herramientas que se utilizaron para esta investigación fueron las siguientes: en primer lugar, se realizó la revisión de estudios anteriores para tener una contextualización de la problemática. Siguiendo con la contextualización, se hizo entrevista a profundidad al Lic. Alfredo Redondez Crispin, experto en comunicaciones, generación de contenidos y promoción de los materiales comunicacionales.

Posterior a ello, se llevó a cabo una entrevista a profundidad a la Lic. Marlene Brum Tadeo y la Lic. Mercedes Jauregui Marcos Prado. Para complementar esta información se implementó el método de observación-participante. Se evaluó también el nivel de impacto que tienen las campañas de salud de prevención de anemia y la asistencia de la población de Huaycán.

Asimismo, se consideró realizar entrevistas a profesionales que puedan aportar a nuestra investigación de acuerdo a nuestros objetivos. Para tener un mayor control, las entrevistas fueron realizadas teniendo en consideración preguntas ordenadas y planificadas. Como resultado de ello se obtuvo datos precisos.

La entrevista realizada al Lic. Alfredo Redondez Crispin abordó temas relacionados a las estrategias de comunicación que emplea el Hospital de Huaycán en la prevención de anemia; es decir, si estas ayudan a difundir con satisfacción las actividades que se realizan en el nosocomio y qué medios de comunicación son propicios para la divulgación de dichas estrategias y los instrumentos que esta le ofrece. Además, se explicó la importancia de elaborar elementos comunicacionales: recalcar también que es importante poder trabajar el tema de comunicación y más aún en poblaciones de bajos recursos.

También se realizó una entrevista a profundidad dirigida a la Lic. Marlene Brun (nutricionista). Habló acerca de la alimentación rica en hierro, importante para disminuir la anemia infantil. Recalcó, además, “disminuir la anemia que no solo es una responsabilidad del sector salud, sino de todos los peruanos. De esto parte el interés que cada madre tiene con la alimentación de su hijo”.

También comentó cómo han ido implementando la publicidad para luchar contra la anemia; cuáles fueron los medios de comunicación que se utilizaron para la difusión del contenido y quiénes se encargan de transmitir.

La Lic. Mercedes Jauregui Marcos (enfermera del CRED) declaró acerca de cómo concientizar y preparar a estas madres; cuál es el protocolo que cumple el Hospital de Huaycán para diagnosticar la anemia para poder luego darle el tratamiento a todos los niños. Asimismo, comentó que realizan campañas de salud, sesiones educativas y visitas domiciliarias constantemente como parte de su estrategia de comunicación.

En el método de observación-participante se analizó la campaña de salud organizado por el nosocomio. Este método se ejecutó para conocer el nivel de satisfacción de los asistentes y para saber las estrategias de comunicación que utilizan.

Se eligió participar el jueves 6 de junio del 2019 para analizar el comportamiento y satisfacción de los asistentes a la campaña de salud y para comprobar si las actividades brindadas ayudan.

Al ejecutarse se pudo comprobar que todas las madres y niños asistentes están conforme con las actividades realizadas. Su participación ayudó a medir el nivel de satisfacción, compromiso, así como a detectar errores en las estrategias de comunicación.

La encuesta se realizó para saber qué es lo que opinan las madres de familia y cuál es la percepción de ellas sobre las estrategias empleadas para prevenir la anemia infantil.

Se investigó a una población de personas que se atienden en el Hospital de Huaycán y la muestra fue de 31 encuestadas. Esta encuesta virtual fue realizada en el mes de junio, y contó con 14 preguntas.

Este instrumento fue elaborado con tipo de respuesta abierta y cerrada. Se elaboraron las preguntas de acuerdo al trabajo que realiza el Hospital de Huaycán con la población asignada. Estas estuvieron divididas de acuerdo a los objetivos planteados: en el primero, se preguntó la frecuencia con la que asisten las madres de familia a los controles del CRED y las sesiones educativas, si son satisfactorias. Y tres preguntas abiertas acerca de recordación de las actividades.

La segunda parte de la encuesta realizada se enfocó más en los medios de comunicación con preguntas como de qué medio prefiere usted orientarse sobre prevención de la anemia o de qué medio de comunicación se ha informado. Además, si los medios deberían ser constantes en su difusión., seguidamente de si han observado contenido en quechua en las redes sociales.

En la tercera parte se preguntó también sobre los materiales de comunicación que elabora y entrega el Hospital de Huaycán. Se pudo saber qué materiales en específico recibieron las madres de familia en el nosocomio, qué sesiones educativas y consejería

personalizada, y, por último, si las estrategias de información y capacitación que utiliza el personal de salud en las actividades de prevención de anemia infantil son muy suficientes o muy insuficientes.

La encuesta fue realizada en Google Forms y se tabularon automáticamente al agrupar los resultados y sus porcentajes en cuadros estadísticos que después se analizaron.

RESULTADOS

Después de haber aplicado las herramientas de investigación descritas anteriormente y después de haber analizado los datos extraídos se llegó a los siguientes resultados:

Los expertos manifestaron, con carácter de importancia, que, a pesar de que el Estado difunde publicidad contra la anemia, todavía no se puede alcanzar el objetivo de combatir la anemia al cien por ciento. Los medios de comunicación y el Ministerio de Salud - que anteriormente no contribuían en la difusión- recién están poniendo énfasis en el trabajo de lucha contra la anemia.

En la entrevista a profundidad, realizada a la nutricionista Marlene Brum Tadeo, se halló que el principal problema por el cual se presenta la anemia infantil, en el Perú, es la ingesta insuficiente de alimentos ricos en hierro.

Además, la licenciada planteó que el objetivo principal es poder concientizar a estas madres acerca de la correcta alimentación de sus menores, pero que esta lucha contra la anemia no debe ser solo preocupación del gobierno, sino que se necesita la cooperación de otros actores que sumen desde sus respectivos espacios.

La Lic. Mercedes Jauregui, enfermera del CRED, manifestó que al preparar campañas de salud, sesiones educativas y visitas domiciliarias constantemente se podrá dar un cambio de concientización y responsabilidad en las madres, para poder alimentar adecuadamente a su menor y evitar la baja hemoglobina que causa desnutrición infantil.

Mercedes Jáuregui afirmó, además, que el Hospital de Huaycán cumple con un protocolo establecido para diagnosticar y brindarle el tratamiento a todo niño que se encuentre con anemia: nutrición, área de CRED y medicina trabajan conjuntamente. Asimismo, la licenciada planteó requerir mayor implementación en las estrategias de comunicación que realiza promoción de la salud. Si bien es cierto hay materiales comunicacionales y aliados para difundir los contenidos de anemia, en algunos casos no se ejecutan de manera apropiada.

Los datos obtenidos en la entrevista al Lic. Alfredo Redondez Crispin, comunicado del Hospital de Huaycán, se pudo analizar que las actividades son para el público interno o externo de las UCV de la comunidad, ello con el objetivo de anticipar y detener el avance de la anemia en estos niños.

Alfredo Redondez Crispin mencionó que las estrategias de comunicaciones que el nosocomio aplicó son la difusión por redes sociales, páginas web, activaciones y lanzamientos por medio de afiches, rotafolios, banners y láminas. Acerca de los medios de comunicación masivos preferidos por la gente encontramos la Radio (Emmanuel), emisora local que trabaja conjuntamente con el área de comunicaciones, y la televisión local (Cablevisión). Además, declaró que las estrategias de comunicación que utilizan para llegar a todas las madres de familia son los materiales gráficos (trípticos y dípticos), que reciben en todas las actividades que asisten.

El método de observación-participante dio como resultados diversos hallazgos: en primer lugar, se asistió a la campaña de salud de prevención de anemia en el Hospital de Huaycán, donde se observó gran acogida por parte del público.

En primera instancia, se hizo la observación para luego preguntar a las madres el porqué de la asistencia, y si les parece buena idea realizar campañas gratuitas. Las

respuestas fueron sí y manifestaron que debería realizarse frecuentemente y no esporádicamente.

En segunda instancia, se observó el proceso de despistaje de anemia: primero, tamizaje de hemoglobina, consulta con el médico y entrega de micronutrientes y, finalmente, consejería nutricional. Se percibió alegría en las madres asistentes y, en algunas, preocupaciones por los resultados.

En tercera instancia, se analizó las sesiones demostrativas donde se explicó cómo preparar una lonchera saludable, rica en hierro y alimentación balanceada. Se tuvo resultados positivos de aprendizaje: tanto las madres de familia y los niños obtuvieron conocimientos para prevenir la anemia.

Los resultados de la encuesta mostraron datos muy importantes acerca de las madres que asistieron al Hospital de Huaycán. La muestra fue de 31 personas. Respecto a la asistencia a los controles programados de sus hijos, 27 personas (87.1%) contestaron que sí y 4 (12.9%) respondieron que no. Se les preguntó, también, si han recibido información acerca de cómo impedir la anemia en el Hospital de Huaycán: 21 personas (67.7%) dijeron que sí, 3 personas (9.7%) respondieron a veces y 7 (22.6%) personas dijeron que no.

Además, respecto a los medios de comunicación de masas de preferencia para informarse sobre la prevención de anemia, los indicadores señalan a la Radio como prioridad en la población de Huaycán. Sin embargo, la televisión alcanzó un 32.3% en la encuesta y solo una persona expresó que no prefiere ninguno.

Tabla 1

Medio de Comunicación	
	Porcentaje
Radio	74.2 %
Televisión	32.3 %
Ninguno	3.2 %

Nota: Resultados de la pregunta número 3 de la encuesta a madres que se atendieron en el Hospital de Huaycán. Fuente: elaboración propia.

En la cuarta pregunta acerca de la participación de sesiones educativas sobre prevención de anemia infantil, 14 personas (45.2%) respondió que sí, 5 personas (16.1%) dijeron que a veces y 12 personas (36.7%) respondieron que no.

La quinta pregunta fue abierta, la cual se pide la frecuencia con que participó en las sesiones educativas. La pregunta 6 nos señala qué herramientas de comunicación empleó el equipo sanitario en la sesión educativa: 17 personas (54.8%) respondieron afiches, 13 personas (41.9%) rotafolios, 5 personas (16.1%) láminas, y 2 personas (6.5%) marcaron ninguno.

Se preguntó también sobre asesorías personalizadas recibidas para advertir la anemia: 23 personas (74.2%) respondieron que sí, 2 personas (6.5%) a veces y 6 personas (19.4%) contestaron que no.

Sobre los materiales gráficos que puso a disposición el equipo sanitario al término de las sesiones personalizadas: 25 personas (80.6%) reciben trípticos, 3 personas (9.7%) dípticos y 3 personas (9.7%) respondieron que ninguno. Respecto si el personal del Hospital de Huaycán realizó visita a su domicilio, 15 personas (51.6%) contestaron que sí, 8 (25.8%) respondieron que no y 7 personas (22.6%) marcaron a veces.

La pregunta 10 también fue abierta y se refiere a la frecuencia con que se recibió visita de parte del personal del Hospital de Huaycán. Se encuentra en una escala de 0-4 visitas. En cuanto al material gráfico recibido del personal de salud en la visita: 24 personas (77.4%) dicen que trípticos, 4 personas (12.9%) afirman que ninguno y 3 personas (9.7%) respondieron que dípticos.

La pregunta doce fue abierta y a su vez para marcar. Se pide escribir si recuerda algún mensaje luego de recibir los materiales comunicacionales en la capacitación por el personal de salud: 14 personas (46.7%) si recuerdan el mensaje, 11 personas (36.7%) no recuerdan en lo absoluto y 5 personas (16.7%) a veces.

Respecto a qué medios de comunicación prefieren para guiarse sobre la prevención de la anemia, indicaron que los medios gráficos son de mayor alcance hacia su persona y que tienen mayor acceso. Los medios masivos alcanzaron un porcentaje de 48.4 %. Además, estas respuestas denotaron que los participantes hacen uso de los medios gráficos y masivos. Sin embargo, pocos prefieren recibir información vía capacitaciones.

Tabla 2

Medios de comunicación e información	
	<i>Porcentaje</i>
Medios gráficos	54.8 %
Medios masivos	48.4 %
Capacitaciones	19.4 %

Nota: Resultados de la pregunta 13, de la encuesta a madres que se atienden en el Hospital de Huaycán.

Fuente: elaboración propia.

La última pregunta de la encuesta fue: para usted las estrategias de información y capacitación empleadas por personal sanitario en el programa de prevención de anemia

infantil, son: 14 personas (45.2%) contestaron suficiente, 9 (29%) marcaron regular, 7 (22.6%) muy suficiente y una persona (3.2%) insuficiente.

DISCUSIÓN

El análisis de las estrategias de comunicación utilizadas por el Hospital de Huaycán para la prevención de la anemia a niños menores de 5 años fue uno de los objetivos trazados. Ello se pudo confirmar gracias a los especialistas de salud que nos detallaron que se está generando concientización en las madres de familia, mayor control en los niños y enseñanzas especializada. Esto deja ver que, a pesar de las dificultades que se presentan, como detalló Marlene Brun (nutricionista), anteriormente los medios de comunicación no contribuían en la difusión de cómo prevenir la anemia en los infantes. Sin embargo, hoy en día poco a poco se está logrando el objetivo de disminuir los déficits de desnutrición, debido a que el planteamiento de estrategias internas logró obtener buenos resultados generados confianza, compromiso y cumplimiento.

Una de las instituciones que marcan la pauta en investigación e innovación para enfrentar las principales enfermedades en nuestro país es el Instituto Nacional de Salud, que afronta retos significativos como colaborar, a partir de la evidencia empírica, a la realización de propuestas de política pública en el objetivo de acortar drásticamente la anemia al 19% en niños menores de tres años para el año del bicentenario, el 2021 (Zavaleta,2017).

La difusión por medio de materiales gráficos como trípticos, dípticos, afiches, láminas, entre otros, también están generando un gran interés de educación concientizada para todas las madres de familia, ya que esto les permite realizar todo lo aprendido con su niño que necesita de una alimentación saludable, alta en hierro. Entre los factores de los medios de comunicación, se comprobó, gracias a las encuestas, que el medio de

comunicación que la gente prefiere como fuente de información por parte del Hospital de Huaycán es la radio local llamada *Emanuel*, que ayuda a reforzar la recordación de los mensajes de prevención de anemia y a que las madres intervengan en la educación de sus menores.

Al respecto, señala el Ministerio de Salud en un informe:

La difusión en radio es fundamental para llegar al público objetivo en las regiones más alejadas del país, ya que es importante conocer que no toda la población tiene acceso a la televisión y que, en cambio la radio es uno de los medios más utilizados por la población rural, que es también parte del público objetivo al que buscamos llegar al interior de las regiones. La radio es además un medio para llegar al público de las zonas urbanas, quienes escuchan los diferentes programas mientras se trasladan al colegio, universidad o centro laboral. (2015, p.7)

Acerca del nivel de conocimiento de las madres de familia, es importante puntualizar que están cumpliendo con asistir a las consultas nutricionales, control de desarrollo y crecimiento en compañía de su menor hijo, además de las jornadas nutricionales y el recibimiento al personal de salud en las visitas domiciliarias. Sin embargo, no es suficiente con ello: aún se requiere, con suma importancia, el apoyo de profesionales en salud. El documento técnico del plan nacional para la reducción y control de la anemia materno infantil y la desnutrición crónica infantil, en el Perú, define: “La visita domiciliaria se constituye en un espacio fundamental para fortalecer la adopción de prácticas como parte del circuito entre la consejería en el servicio de salud (atención infantil o prenatal) y la sesión demostrativa de preparación de alimentos” (MINSA, 2017).

De acuerdo con la difusión de contenidos de prevención de anemia infantil, estos deberían seguir incentivando constantemente y avanzar con las estrategias de

comunicación que se elabora para dicha problemática. El Hospital de Huaycán recibe ayuda del Ministerio de Salud, pero aún se requiere trabajar interna y externamente para lograr el objetivo propuesto.

Las redes sociales han beneficiado a toda la población de Huaycán. El uso de ello es exclusivamente información de prevención de la salud, y, más aún, para estar informadas de lo que se debe hacer y lo que pone en riesgo la calidad de vida. La información constantemente se actualiza. Siempre se verifica que el contenido esté correcto para que así los mensajes no sean erróneos al momento de compartirlos con las madres de familia.

Mediante el método de observación, podemos decir que las campañas de salud sí aportaron en la prevención de anemia. Se considera que es una actividad participativa en toda la comunidad y más aún para los pequeños. La labor que cumple cada campaña de salud es reducir los riesgos de desnutrición infantil. Por ello, se brinda despistaje de parasitosis, tratamiento familiar, entre otros. Sin embargo, se puede aportar mayores actividades para seguir trabajando el plan de estrategias de comunicación para la lucha contra la anemia.

CONCLUSIONES

Se puede concluir, de acuerdo a los objetivos de investigación anteriormente presentados, y habiendo usado y analizado los instrumentos planteados en la metodología, lo siguiente:

Según el objetivo general, que es analizar las estrategias de comunicación utilizadas por el Hospital de Huaycán para la prevención de la anemia a niños menores de 5 años, la hipótesis si utiliza estrategias de comunicación para difundir la anemia es de información y enseñanzas, sí es verdadera.

Los canales de comunicación más eficientes para la prevención de anemia en niños menores de 5 años son los medios masivos: radio y televisión, porque llegan a más personas y así se crea un interés por el mensaje que transmite. Materiales gráficos como: tríptico y dípticos, y materiales de comunicación tales como: afiches, láminas y rotafolios. Respecto a las estrategias de enseñanzas, estas incluyen la intervención de las madres en las sesiones educativas, consejería personalizada y la visita a domicilio.

Respecto al primer objetivo específico: describir qué estrategias de comunicación usan para impedir la anemia en niños menores de 5 años, se planteó la hipótesis que afirma que el Hospital de Huaycán usa con mayor frecuencia los medios de comunicación y los materiales gráficos.

Los medios de comunicación también juegan un rol importante en nuestra estrategia de comunicación, tal es el caso en la prevención de anemia para la difusión, se utilizaron medios locales como: televisión “Cablevisión” y radio “Emmanuel”, aliados nuestros, en ellos se transmiten consejos e información especializada sobre nutrición infantil y alimentación saludable rica en hierro. Cabe recalcar que, en las encuestas aplicadas, las madres de familia prefieren orientarse mediante materiales gráficos, los cuales se distribuyen en trípticos, rotafolios, afiches, etc.

El segundo objetivo específico fue medir los niveles de cobertura en las campañas de prevención de anemia en niños menores de 5 años en el Hospital de Huaycán. La hipótesis planteaba que predominaban las campañas de salud para prevenir la anemia, la cual es correcta, ya que esta actividad presenta gran acogida por el público debido a que todas las estrategias de comunicación que se plantearon están presentes y es del agrado de muchas madres de familia. Los especialistas en salud afirman que todas las campañas de salud siempre serán eficaces y beneficiosas para toda la población, por ello es importante seguir activamente con estas actividades.

El tercer objetivo específico se enfocaba en evaluar nivel de conocimiento de las madres en la prevención de anemia. La hipótesis explicaba que para determinar el conocimiento de las madres de familias se tuvo en cuenta las consultas nutricionales y jornadas nutricionales; sin embargo, en algunas ocasiones no se obtuvo mayores resultados en la participación, debido al desinterés o a la falta de tiempo.

EL Hospital de Huaycán, si bien cuenta con distintas estrategias de comunicación, no basta con eso: requiere mayor implementación porque se ve poco alcance; las sesiones educativas y visitas domiciliarias deben tomarse como primer plan de trabajo, ya que la gente las prefiere. Se debe trabajar para reforzar e implementar nuevas estrategias que capturen la atención y participación continua de las madres de familia que atienden por el bienestar de sus hijos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura organizacional. *Razón y Palabra*, 13 (2).
<http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520741037.pdf>
- Beltrán Salmón, Luis Ramiro (2010). Comunicación para la salud del pueblo. Una revisión de conceptos básicos. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XVI (31),17-65. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=316/31613952002>
- Beltrán, L. (2005). La comunicación para el desarrollo en América Latina. Un recuento de medio siglo. *Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires*, 2-54. https://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf
- Communication Theory. Health Belief Model. (s.f.).
<https://www.communicationtheory.org/health-belief-model/>
- Communication Theory. Reception Theory (s.f.).
<https://www.communicationtheory.org/reception-theory/>
- Gobierno del Perú. (2018). *Plan Multisectorial de lucha contra la Anemia*. Tarea Asociación Gráfica Educativa. <http://www.midis.gob.pe/dmdocuments/plan-multisectorial-de-lucha-contra-la-anemia-v3.pdf>
- Ministerio de Salud del Perú. (2017). *Plan Nacional para la reducción y control de la anemia Materno Infantil y la Desnutrición Crónica Infantil en el Perú: 2017-2021*. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/4189.pdf>
- Condor, I., De la Cruz, L., Gutiérrez, R. y Ramírez, C. (2017). *Análisis situacional de salud*. Hospital de Huaycán, Ministerio de Salud.
<http://www.hospitalhuaycan.gob.pe/intitucionales/asis/Asis2017.pdf>
- Turpo, L. (2018). *Uso de estrategias de comunicación en la prevención de la anemia infantil en el establecimiento de salud José Antonio encinas de puno-2016*. [tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano, Puno]. Repositorio Institucional UNAP.
http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/9140/Turpo_Marroquin_Leandra.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Choque, R. (2005). Comunicación y Educación para la Promoción de Salud.
<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comyedusalud.pdf>

- Morales, J. (2003). *Estrategias de Comunicación: Aproximaciones en el análisis conversacional y aplicaciones a la enseñanza virtual del español. Atención a las funciones de apertura y petición*. [tesis de doctorado no publicada, Universidad de Granada, España].
- Mosquera, M. (2003, 23 de julio). *Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y Experiencias*. La iniciativa de Comunicación. http://www.comminit.com/la/drum_beat_52.html
- Ministerio de Salud del Perú. (2014). *Plan Nacional Para la Reducción de la Desnutrición Crónica Infantil y la Prevención de la Anemia en el País*. Instituto Nacional de Salud. <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3514.pdf>
- Ministerio de Salud del Perú. (2015). *Campaña Publicitaria "Alimentación Complemetaria" Plan de Medios*. Lima, Perú. Recuperado el 25 de junio de 2019.
- Scheinsohn, D. (2010). *Comunicación Estratégica*. Cuadernos del Centro de Estudios y Comunicación de la Universidad de Palermo, p. 20.
- Zabala, M. (2003). *La función de los materiales didácticos impresos y la interacción en el aula*. [tesis de maestría, Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia]. Repositorio Institucional UMSA. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/10582/TM019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zavaleta N. Anemia infantil: retos y oportunidades al 2021. *Rev Peru Med Exp Salud Publica*. 2017;34(4)588-89. doi: 10.17843/rpmesp.2017.344.3281