

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

# Área de la Educación, El Arte y La Comunicación

### CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

#### TEMA:

"INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA, SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010. PROPUESTA ALTERNATIVA".

Tesis de grado previo a la obtención de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social.

#### **AUTOR:**

CARLOS SOTO C.

**DIRECTOR:** 

Lic. Sybel Ontaneda

LOJA – ECUADOR 2011 Lic. Sybel Ontaneda

Docentede la Carrera en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Director de Tesis.

#### CERTIFICA:

Que ha dirigido y revisado el presente trabajo de investigación denominado: "INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA **GÉNERO** (VPH). ENEL*HUMANO* FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA. SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010. PROPUESTA ALTERNATIVA", de la autoría del egresado Carlos Soto Cabrera, previa a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social, autorizando la impresión, presentación y sustentación de la misma, ante el tribunal examinador de grado.

Lic. Sybel Ontaneda

DIRECTOR DE TESIS

#### **AUTORÍA**

El presente trabajo es el fruto prolijo de la investigación realizada por el autor, como una contribución para solucionar la escasa difusión de información y campañas de prevención al contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH), a través de los medios impresos de comunicación de la localidad. Las ideas, conceptos y criterios presentados son de absoluta y exclusiva responsabilidad del autor.

CARLOS AUGUSTO SOTO CABRERA

#### **AGRADECIMIENTO**

Dejo de mimás constancia sincero agradecimiento al Lic. Sybel Ontaneda quien dirigió la presente tesis, a los docentes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social, por impartir sus conocimientos y en especial a la Universidad Nacional de Loja, haberme formado con un académico llegando conocimiento a trabajo desarrollar elde presente investigación.

El Autor.

#### **DEDICATORIA**

A mis amados padres, y queridos hermanos quienes en cada momento, constituyeron un pilar fundamental para seguir adelante y poder dar cumplimiento a muchas aspiraciones, al brindarme su apoyo moral y económico, para alcanzar una de las metas en la trayecto de la vida.

#### CARLOS.

#### SUMARIO DE TESIS

PRELIMINARES.
Portada.
Certificación.
Autoría.
Agradecimiento.
Dedicatoria.
Sumario de tesis.
Resumen.
Resumen o Abstract.
APARTADOS
Introducción
Revisión de literatura
Metodología utilizada
Análisis y discusión de resultados
Análisis de entrevistas
Verificación de objetivos
Comprobación de hipótesis
Conclusiones
Recomendaciones
Propuesta
Bibliografía
Anexos

#### RESUMEN.

El trabajo de tesis titulado: "incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del virus del papiloma humano (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, segundo semestre del año 2010. Propuesta alternativa, fue elaborada con el objeto de coadyuvar a la prevención del contagio del Virus del papiloma Humano (VPH), al género femenino de la urbe lojana, por medio de estrategias comunicacionales en medios impresos.

El presente trabajo de investigación, constituye un estudio detallado de las razones del por qué los medios de comunicación social impresos de la ciudad de Loja, han difundido información de una manera muy escasa, sobre enfermedades de transmisión sexual, tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH); y, sobre todo las repercusiones que genera la falta de información en el género femenino residente en la ciudad de Loja, como es la prevención de este tipo de enfermedades. En este sentido los medios impresos cumplen a medias con el rol de informar, orientar y educar a la comunidad lojana.

Esta investigación, es de carácter analítica, interpretativa y aplicada la cual permitió afirmar las concepciones expuestas en el trabajo, pues se utilizó el método analítico, sintético, deductivo, inductivo, interpretativo, lógico y pragmático.

Del mismo modo, se utilizaron las técnicas de la encuesta y entrevista que permitieron obtener resultados para la contrastación de hipótesis y verificación de objetivos.

Consecuentemente a las conclusiones y recomendaciones, con ello se logró tener un conocimiento más amplio de la problemática de estudio, por ende, se pudo determinar la necesidad de construir una Campaña Comunicacional Preventivaal contagio del (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

La propuesta contiene estrategias comunicacionales adecuadas al medio impreso, que permitirán la sostenibilidad y sustentabilidad de la campaña de prevención, asegurando así, un trabajo eficiente, eficaz e idóneo.

#### ABSTRACT.

The titled thesis work: "incidence of the popularization processes in the printed local means on the infection of the virus of the human (VPH) papiloma, in the feminine gender bigger than twenty years residents in the city of Loja, second semester of the year 2010. Proposal alternative, it was elaborated in order to cooperating to the prevention of the infection of the Virus of the Human (VPH) papiloma, to the feminine gender of the city lojana, by means of strategies comunicacionales in printed means.

The present investigation work, constitutes a detailed study of the reasons of the why the media social forms of the city of Loja, they have diffused information in a very scarce way, have more than enough illnesses of sexual transmission, such as the "Virus of Human" Papiloma; (VPH) and, mainly the repercussions that it generates the lack of information in the feminine residing in gender the city of Loja, like it is the prevention of this type of illnesses. In this sense the printed means fulfill the list fifty-fifty of informing, to guide and to educate to the community lojana.

This investigation, is of analytic, interpretive and applied character which allowed to affirm the conceptions exposed in the work, because the analytic, synthetic, deductive, inductive, interpretive, logical and pragmatic method was used.

In the same way, the techniques of the survey and interview were used that allowed to obtain results for the hypothesis contrastación and verification of objectives.

Consequently to the conclusions and recommendations, with it was achieved it to have a wider knowledge of the study problem, for ende, you could determine the necessity to build a Campaign Comunicacional of Preventing the infection of the (VPH), in the feminine gender bigger than twenty years residents in the city of Loja.

The proposal contains strategies appropriate comunicacionales to the printed mean that you/they will allow the sostenibilidad and sustentabilidad of the campaign of prevention, assuring this way, an efficient, effective and suitable work.

#### 1.- INTRODUCCIÓN.

Los medios de comunicación social, constituyen un instrumento de influencia en la sociedad, por medio de éstos es posible conocer lo que sucede en el contexto social, en los distintos ámbitos de la vida, por ello deberían desempeñar un papel fundamental, siempre apegados a los principios de la ética periodística y atendiendo los requerimientos sociales.

En los procesos de comunicación, específicamente en los medios impresos, existen falencias, como la poca divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), dirigida al género femenino residentes en la ciudad de Loja. La falta de credibilidad y confianza de la gente hacia los medios es evidente, porque su accionar es muy limitado, en consecuencia existe divorcio con los intereses sociales, pues no constituyen el mecanismo idóneo para informar sobre los acontecimientos comunitarios, lo común, lo cotidiano está por demás. Más bien su actividad está encaminada al tratamiento de información de carácter sensacionalista, porque les genera réditos económicos.

La ciudad de Loja no es ajena a dicha realidad, porque han sido mínimas las iniciativas en este contexto, tanto por los medios impresos, como por las diferentes autoridades encargadas de tener al ciudadano informado sobre el tema.

Es mediante el trabajo de investigación denominado: "Incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, segundo semestre del año 2010. Propuesta Alternativa", se pretende contribuir a la prevención del (VPH), en el género femenino haciéndolos partícipes de forma que obtengan una información adecuada, educativa, preventiva y veraz.

Esto, luego de haber encontrado como problema principal: "La insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, genera desconocimiento y la no prevención en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja".

Con la finalidad de lograr todo lo propuesto, se planteó como objetivo general lo siguiente: "Determinar si la insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, ha incidido en el desconocimiento y la no prevención del mismo en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja".

Para la realización se utilizaron diversos procedimientos metodológicos, pues es una investigación de carácter analítica, interpretativa y aplicada, desplegada en la ciudad de Loja, capital del

Cantón que lleva el mismo nombre. Se emplearon los métodos: científico, deductivo, inductivo, analítico, sintético, interpretativo, lógico, pragmático, bibliográfico y estadístico.

En el trabajo de campo, se aplicaron técnicas como: la encuesta (dirigida a 398 mujeres de diferentes partes y edades de la urbe lojana) y la entrevista (a 9 personajes vinculados con el tema).

Los resultados fueron tabulados e interpretados, a fin de poder contrastar las hipótesis y verificar los objetivos planteados en el proyecto de investigación; vale recalcar que, éstos se cumplieron íntegramente.

Una vez obtenida la información, se denota el interés de las encuestadas por la realización de una campaña de prevención en medios impresos como son: banners, trípticos y anuncios en los periódicos de la localidad, con el afán de contribuir a la prevención del contagio del (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

Entonces, una Campaña Comunicacional de Prevención que se difundirá en los medios impresos anteriormente mencionados, será educativa, orientadora, e incluyente, está se la planteó como Propuesta Alternativa, con la finalidad de prevenir el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.

#### 2.- REVISIÓN DE LITERATURA.

Esta investigación constituye el presente estudio de cómo los medios de comunicación impresos locales, vienen actuando en función de la difusión de temáticas de interés colectivo, al estar adaptados a nuevas tecnologías de comunicación donde la población también podría participar. En este proceso se ha revisado la bibliografía y/o literatura atinente al tema motivo de indagación,

#### Los medios impresos y su influencia en la sociedad.

Considerar los objetivos que la Constitución General de la República, lo primero que debe hacerse es el plan de estudios que considere todas las necesidades de nuestro país dentro del marco de las condiciones reales y posibles que existan, porque casi nunca se aplican los proyectos educativos puesto que no hay el presupuesto adecuado.

En sociedades mediatizadas como la ecuatoriana, las personas conocemos de los acontecimientos locales, nacionales y mundiales a través de lo que difunde la industria de la comunicación; cada vez dependemos más de este recurso para conectarnos con la coyuntura social. De esta manera, el consumo de productos 'massmediáticos' se ha convertido en una necesidad que permite estar al tanto de la realidad, por lo que el tipo de información trasmitida tiene gran repercusión en la sociedad.

Los medios de comunicación que existen en cada localidad (prensa, radio y televisión) no funcionan cada uno por separado; por el contrario, estos conforman un sistema único de comunicaciones que actúa de forma armónica y sincrónica al estar dirigidos a un mismo cumpliendo auditorio. de esta manera funciones complementarias. Es así que estos han llegado a formar un sistema consolidado, al punto que existe una estrecha vinculación donde la acción de uno repercute sobre los otros. Es un hecho que en la actualidad todas las formas de comunicación están relacionadas y se influyen mutuamente a través de sus diferentes manifestaciones de audio, video e impresos; empleando además los mismos géneros periodísticos para cada tipo de tecnología.

El influjo que ejercen los medios de comunicación de masas sobre la sociedad actual es innegable, en unos casos esta capacidad de intervención sobre el individuo, y por ende, sobre la colectividad social puede resultar beneficiosa, sin embargo en otras ocasiones, puede tener un efecto realmente perjudicial. Así lo afirma Juan Pablo II al expresar en el año 1996 que "Estos medios tienen una utilidad indiscutible, pero no deben engañarnos ni adueñarse de nuestra vida".

La insuficiente información de los medios impresos en enfermedades de transmisión sexual.

-

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup>TEJEDOR, Valentín"mundoculturalhispano.hondurasbiz.com". Martes 8 de febrero 2011. 15h00

Los medios de comunicación a través de los cuales nos informamos en el Ecuador se constituyen, en su mayoría, en empresas de tipo comercial, las cuales dependen económicamente de la publicidad para su funcionamiento; es decir, requieren vender espacios en sus transmisiones y circulaciones diarias para la promoción de diversos productos de mercado.

Esto significa que la publicidad ha condicionado la programación y el desarrollo de los medios, los cuales funcionan casi exclusivamente con criterios comerciales. En este sentido, la lógica con la que funcionan estas empresas en el Ecuador busca una programación que reduzca los costos de operación al mínimo, que requiera poco personal y que obtenga un máximo de publicidad.

La opinión pública en ocasiones recibe tal cantidad de informaciones que es incapaz de reconocer cuales son erróneas y cuáles no, cuales están manipuladas y cuáles no, precisamente esta hiperinformación sitúa al individuo en el punto inverso al que creía estar ubicado, es decir, el receptor de ese enorme flujo informativo no tiene capacidad suficiente como para asimilar y procesar ese ingente material. No es capaz de discriminar lo bueno de lo malo, un ejemplo muy en sintonía con este tema extrapolado del ámbito más general a un espacio más concreto de la información, es la incapacidad de los servicios de inteligencia actuales para dar validez, credibilidad, o certeza a los innumerables mensajes que

reciben acerca de una determinada investigación. Precisamente por esa imposibilidad manifiesta a la hora de diferenciar entre la información veraz, la desinformación o la manipulación.

Pero también es necesario recalcar que una sociedad desinformada se vuelve débil por eso los medios de comunicación son indispensables siempre y cuando se los trate de forma responsable con una ideología correcta pensando que fueron creados principalmente para el beneficio de la gente.<sup>2</sup>

#### Epidemiología del Virus del Papiloma Humano (VPH).

El virus del papiloma humano es el causante de numerosos tipos de cáncer como el cáncer de cuello uterino, cáncer de pene y cáncer orofaríngeo entre otros; este virus también es el causante de lesiones como las verrugas genitales y los papilomas. En el año 2006 dos vacunas, una bivalente y otra tetravalente fueron aprobadas por la OMS; estas vacunas han demostrado su seguridad y eficacia en los estudios realizados.

El papel del virus del papiloma humano (VPH) en todos los cánceres de cuello uterino ha sido firmemente establecido tanto desde el punto de vista biológico como epidemiológico. La mayoría de los cánceres de vagina y del ano también son causados por el VPH, al igual que una fracción de cánceres de vulva, pene y

-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup>PONTÓN, Jenny Cevallos "medios de comunicación.blogspot.com" Martes 8 de febrero de 2001, 15h30

orofarínge. Los tipos de VPH 16 y 18 son responsables de aproximadamente el 70% de los cánceres de cérvix, vagina y ano y cerca del 30-40% de los cánceres de vulva, pene y orofaringe. Otros tipos de cáncer que presentan una relación causal con el VPH son el cáncer de piel no melanoma y el cáncer de conjuntiva.

Se conocen más de 100 tipos de VPH y los ocho más comunes son el 16, 18, 45, 31, 33, 52, 58 y 35 y son responsables del 89% de los casos de cáncer de cuello de útero (CCU). En lo que respecta a las patologías clínicas causadas por los virus de bajo riesgo, los tipos VPH 6 y 11 muestran un predominio abrumador debido a la frecuencia de verrugas genitales, también conocidas como verrugas anogenitales o condilomas acuminados en la población. Las lesiones clínicas reconocidas causadas por otros tipos de bajo riesgo son poco frecuentes. Mientras los VPH 6 y 11 generalmente se asocian a enfermedades benignas, en muy raras ocasiones pueden asociarse a diversas patologías malignas, incluyendo los tumores de Buschke-Lowenstein y, ocasionalmente, los carcinomas anales, vulvares y peniles (siendo responsable del 2.5-5% de estas lesiones). Los papilomas respiratorios recurrentes en raras ocasiones también pueden sufrir una transformación maligna.

El VPH es una infección de transmisión sexual (ITS) y casi todos los individuos quedan infectados por el VPH en un plazo de 2-

5 años después de iniciar la actividad sexual.Los datos que hacen concluir que el coito es la vía primaria de infección genital por el VPH están respaldados por la transmisión documentada de verrugas genitales entre parejas sexuales. Cabe destacar que el "coito" incluye tanto el coito vaginal como el coito anal. Otras vías de transmisión menos comunes son el contacto digital-genital, oralgenital y mediante transmisión perinatal.

Aunque muchas mujeres contraen infecciones cervicales por el VPH, la mayoría de las infecciones no progresan a cáncer de cérvix. Por lo tanto, es probable que otros cofactores intervengan en el proceso patológico. Los tres grupos de cofactores potenciales son:

 Cofactores medioambientales o exógenos, incluyendo anticonceptivos hormonales, hábito tabáquico, paridad y coinfección con otras ITS.

#### · Cofactores virales.

 Cofactores del huésped como son hormonas endógenas, factores genéticos y otros factores relacionados con la respuesta inmunitaria.

La mayoría de los estudios que evalúan la relación entre el uso de condones y la infección por el VPH no han podido demostrar un efecto protector de éstos. La evidencia para la circuncisión

masculina como factor de riesgo de la infección genital por el VPH tanto en mujeres como en hombres es dispar.

#### La lucha contra el VPH.

El esfuerzo por eliminar el CCU empezó hace más de 50 años con la introducción de la prueba del Papanicolaou. El cribado basado en la citología ha reducido hasta un 75% la incidencia del CCU en los países que han podido implementar y sostener programas de cribado centralizados con control de calidad.

En junio de 2006, la Food and DrugAdministration (FDA) de los Estados Unidos de América autorizó una vacuna tetravalente contra el VPH que protege tanto contra las lesiones precursoras del CCU como contra las lesiones genitales externas (condilomas y papilomas) causadas por los tipos VPH 6, 11, 16 y 18. Igualmente se presentó, en el mismo año una solicitud de autorización en Europa para una vacuna bivalente contra los VPH 16 y 18. La autorización de las vacunas contra el VPH pueden considerarse un nuevo hito en la lucha contra en el CCU. Ambas vacunas han recibido el apoyo de la OMS para su implementación en países desarrollados<sup>3</sup>.

<sup>3</sup>MARTÍNEZ, Juan Miguel "www.portalesmedicos.com" Viernes 11 de febreo de 2001.

10h00

#### 3.- METODOLOGÍA UTILIZADA.

En la realización del trabajo de investigación se utilizaron elementos de orden teóricos y prácticos, que permitieron analizar a fondo la problemática del tema motivo de investigación. Este se desarrolló en la ciudad de Loja, en el cual el investigador participó activamente en todo el proceso, asistiendo directamente a las fuentes primarias de información a fin de conocer la realidad.

#### 3.1 Métodos.

El método científico permitió obtener información para la estructuración de la investigación, material que en la práctica contribuyó a la estructuración de los objetivos, así como de las conclusiones y recomendaciones, para la propuesta de una Campaña Comunicacional de Prevención en medios impresos, ayudando a fomentar el conocimiento del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), como un aporte para el colectivo, desde la perspectiva como guía para concienciar a la gente al respecto.

El método analítico ayudó en la selección del tema de estudio, a diagnosticar la problemática, marco referencial y trabajo de campo, que permitió profundizar respecto a la situación actual del problema, dando pautas para redactar las conclusiones y recomendaciones.

El método deductivo se visualizó en la problemática, cuando se partió de las concepciones generales de la problemática a

investigar, como la importancia de los medios impresos en la educación e información del individuo, para llegar al conocimiento de las razones del contagio de enfermedades de transmisión sexual como el (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

Además, el referido método sirvió para conocer y analizar la realidad de las enfermedades de transmisión sexual a nivel mundial para luego hacer la respectiva apreciación en el ámbito nacional y en lo posterior establecer la incidencia y las causas que provocan el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

Se lo aplicó en el marco referencial conceptual, determinando desde la Insuficiente información de los medios impresos en enfermedades de transmisión sexual, Modos de transmisión, los medios impresos y su incidencia en la sociedad hasta las políticas públicas que todo individuo tiene derecho a la información.

El método inductivo viabilizó el análisis del problema (objeto de estudio), mediante la observación se determinó las características de los factores del contagio del (VPH) (datos estadísticos de un alto número de personas con cáncer de cuello de útero en la ciudad de Loja, la escasa difusión de campañas de prevención en los medios de comunicación entre otras) y otras razones específicas que las

provocan, para en lo posterior determinar los aspectos y las causas comunes que provocan el contagio del (VPH).

Además estuvo presente en los objetivos a través del análisis de la poca o nada difusión de información en los medios impresos locales incide en el contagio del (VPH) en las mujeres residentes en la ciudad de Loja, del mismo modo, en la elaboración de la propuesta; con la implementación de una Campaña de Prevención, en medios impresos, orientada a la prevención del contagio del (VPH), en el género femenino residentes en la ciudad de Loja. También podrían beneficiarse las personas que habitan en las parroquias rurales del cantón y la provincia de Loja.

El método interpretativo estuvo presente en todas las fases del trabajo investigativo, específicamente en la justificación, hipótesis, problemática e interpretación de resultados, como las encuestadas realizadas a 398 mujeres, a los tres directivos de los diarios de la localidad, a médicos especialistas en el (VPH), a expertos en campañas y el grupo focal, pues con esta información obtenida se consiguió elementos de juicio como que tipo de colores, formatos y textura deberían tener los medios BTL propicios para elaborar la estrategia comunicacional en medios impresos orientada a la prevención del contagio del (VPH).

En diferentes incisos del trabajo estuvo el método lógicopragmático (causa-efecto): justificación, hipótesis, problematización, trabajo de campo como afecta la falta de información en el contagio del (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, esto derivo en las conclusiones y recomendaciones contribuyendo a la realización de la propuesta alternativa para el problema estudiado.

El método estadístico estuvo presente en el Marco Referencial Contextual, inmerso en la identificación de los medios impresos lojanos que divulgan información sobre el (VPH), y saber cuántas personas están infectadas de (VPH), en la ciudad de Loja, con el fin de saber si se destinan espacios a la difusión de información sobre este tipo de virus.

#### 3.2 Técnicas e instrumentos.

**Fichaje.-** Este instrumento permitió el procesamiento de la información, entre ellas: La Constitución Política del Ecuador, la documentación (digital y/o impresa) que brindaron los medios de comunicación impresos de la localidad.

Logrando la identificación de los medios que divulgan información sobre el (VPH), y también la propuesta alternativa, que se enmarca en una campaña de prevención al contagio del (VPH), dirigida al género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.

**Encuesta.-** Esta técnica fue aplicada a 398 mujeres, en diferentes lugares de la urbe lojana como El Valle, Belén, Carigan, Terminal Terrestre, UNL. UTPL, entre otros sectores más. Esto porque el universo a investigarse es de 66933 mujeres, datos proporcionados por el Consejo Nacional Electoral – Loja 2010.

Los resultados permitieron interpretar la opinión de este grupo prioritario, es decir averiguar sus conocimientos como si conocen del (VPH), si los medios impresos difunden información preventiva sobre el (VPH), saber si estos inciden en el contagio del mencionado virus, saber si una campaña de prevención ayudaría a la prevención del (VPH) y que medio sería el más idóneo para dicha campaña.

Estos resultados se muestran en cuadros estadísticos con sus respectivos análisis, permitiendo posteriormente realizar la verificación de los objetivos y la contrastación de la hipótesis, a través de éstas se pudo conocer las causas, factores, consecuencias, recomendaciones y soluciones a la problemática planteada.

Entrevista.- Por su importancia, ayudó a obtener información de personas conocedoras del tema, criterios, opiniones que sirvieron para optimizar los resultados de los objetivos planteados, además contribuyó a la obtención de información especializada, con el propósito de profundizar en el análisis.

Se entrevistó a los directivos de medios de comunicación impresos tales como: La Hora, Crónica de la tarde y Centinela, el objetivo fue conocer su perspectiva del aporte de los medios de comunicación impresos a la colectividad como:

Saber si se divulga en los medios impresos locales información de enfermedades de transmisión sexual tales como él (VPH), también de su predisposición para la entrega de espacios gratuitos en los medios que dirigen, para la implementación de una estrategia comunicacional preventiva al contagio de enfermedades de transmisión sexual como el (VPH), de la importancia de los medios en la prevención de la mencionada enfermedad y de la difusión de una campaña preventiva en medios alternativos (banners, trípticos, afiches y otros).

También se entrevistó a los Doctores Miguel Bravo, ginecólogo de Solca, Colón Ortega y Susana Ruilova, de Aprofe. La misma estuvo encaminada а la propuesta alternativa. profesionalmente sugirieron los contenidos que deben incluirse en una campaña de prevención al contagio del (VPH), de la capacidad de un profesional de la Comunicación Social para la realización de una campaña de prevención, del incumplimiento de la políticas de Estado por parte de los medios en la difusión de información preventiva a la colectividad en general y la promoción de dicha campaña en medios alternativos.

Toda la información recolectada valió para sustentar con mayor profundidad la propuesta planteada como es el de estructurar o implementar una campaña comunicativa y educativa sobre la Prevención all contagio del "Virus del Papiloma Humano "VPH" dirigida al género femenino mayor de veinte años, residente en la ciudad de Loja, aquello generó fidelidad en las definiciones y precisiones, es decir seguridad absoluta para llevar aspectos válidos a la práctica.

#### 3.3 Población y muestra

Para realizar la encuesta, se tomaron como base los datos estadísticos otorgados por el Consejo Nacional Electoral – Loja 2010, que son 66933 mujeres mayores de veinte años residentes en la ciudad de Loja, con esto se determinó el número de encuestadas según el resultado de la siguiente operación:

#### Fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + \&^2 N}$$

n = Tamaño de la muestra o población a estudiar.

**N=** Población de donde se va a extraer el tamaño de la muestra (66933 mujeres).

**& =** (sigma) margen de error con un valor de 0.05).

$$n = \frac{N}{1 + \&^2 N} \qquad n = \frac{66933}{1 + (0.05) 66933} \qquad n = \frac{66933}{1 + (0.0025)66933}$$

n = 398

#### 4.- ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### **4.1 RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

Luego de haber aplicado la técnica de la encuesta, (dirigida a 398 mujeres mayores de veinte años residentes en la ciudad de Loja), con el objeto de conocer si tenían conocimiento del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), mediante los diferentes medios impresos locales, se procedió a analizar las respuestas manifiestas en dicho cuestionario. El proceso permitió tener una visión más amplia sobre el tema de estudio, así:

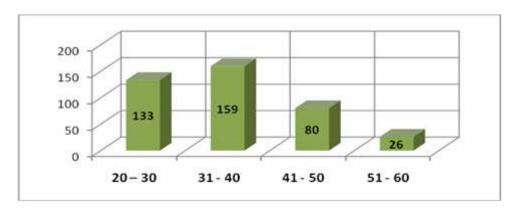
#### Perfil de la muestra:

La muestra investigada comprende, en su totalidad, a mujeres de toda índole social, económica, religiosa, que están incluidas dentro de la población económicamente activa. Se encuestó a mujeres mayores de veinte años, la razón que a partir de esta empieza su vida sexual activa. A continuación, los cuadros que indican los valores:

#### **Datos generales: EDAD:**

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
20 – 30	133	33%
31 - 40	159	40%
41 - 50	80	20%
51 - 60	26	7%
Total	398	100%

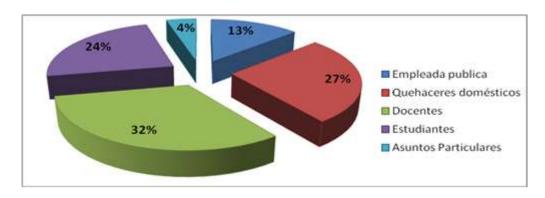
**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera



#### OCUPÀCIÓN.

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Empleada publica	53	13%
Quehaceres	106	27%
domésticos		
Docentes	127	32%
Estudiantes	94	23%
Asuntos Particulares	18	5%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera



#### Preguntas de la Encuesta:

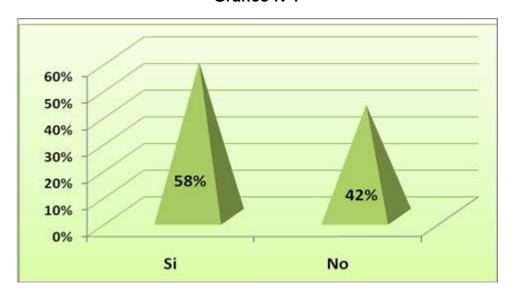
# 1.- ¿Tiene usted conocimiento sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?

Cuadro Nº1

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	228	58%
No	170	42%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº1



#### Análisis Cuantitativo.

De un total de 398 encuestas, se puede determinar que 228 personas, que corresponde el 58%, conocen la existencia del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) por información médica. El 42% de las consultadas que representa a 170 personas, aseguran no saber ni haber escuchado sobre el Virus en mención.

#### Análisis Cualitativo.

Las encuestadas afirman que conocen del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) por las visitas periódicas a su ginecólogo de confianza y muy poco por los anuncios publicitarios divulgados en la televisión, radio, prensa, trípticos o afiches, puesto que está información es efímera y difusa. Mientras que otras aseguran desconocer este tipo de virus, debido a la escasa información que divulgan los medios de comunicación locales, no existe una preocupación alguna por informar al género femenino sobre este tipo de enfermedades.

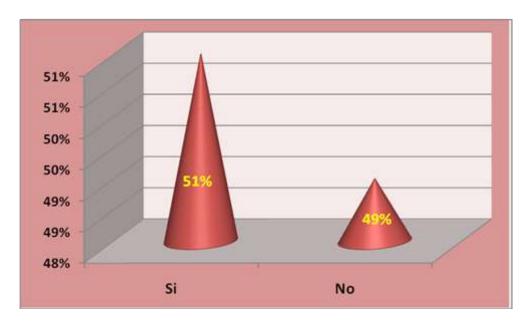
## 2.- ¿Sabe usted que el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), es el causante de cáncer de cuello de útero?

Cuadro Nº2

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	203	51%
No	195	49%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico N°2



#### Análisis Cuantitativo.

Del total de informantes, se puede determinar que aproximadamente el 51%, que son 203 encuestadas, conoce que el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), causa cáncer de cuello de útero, mientras que el 49%, es decir 195 personas, expresa desconocer el origen del cáncer de cuello de útero en las mujeres.

#### Análisis Cualitativo.

Un conjunto de encuestadas manifiestan conocer que el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), es la principal causa para que se de el cáncer de cuello de útero en las mujeres, está información la adquieren mediante las vistas periódicas al médico, por charlas recibidas por expertos, banners, trípticos y afiches, teniendo conocimiento de las causas y consecuencias de contagiarse de este virus mortal. Mientras que otro grupo aseguran desconocer que el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) es el principal factor para que se dé el cáncer de cuello de útero en las mujeres. Esto debido a la escasa información y divulgación de campañas de prevención por parte de los diferentes medios de comunicación, y entidades públicas encargadas de la prevención del contagio de enfermedades infectocontagiosas en la colectividad.

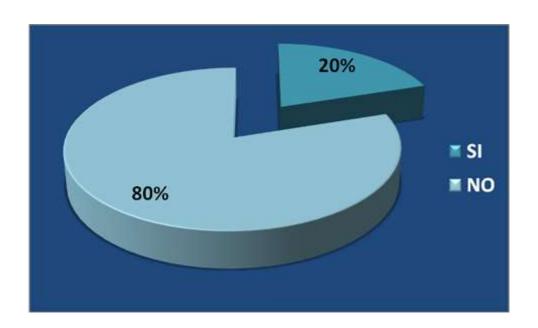
3.- ¿Conoce usted si los medios impresos locales difunden información encaminada a la prevención del contagio de enfermedades de transmisión sexual, tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino?

Cuadro Nº3

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	81	20%
No	317	80%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico N°3



#### Análisis Cuantitativo.

Del total de encuestas realizadas, 317 damas consultadas, equivalente al 80%, manifiestan que los medios impresos locales no difunden información con respecto a la prevención de enfermedades

de transmisión sexual como (VPH), mientras que 81 mujeres, que representan al 20%, opinan que si existe información sobre el tema.

#### Análisis Cualitativo.

Las personas consultadas estiman que el aporte de los medios impresos en la ciudad de Loja, ha sido casi inexistente en la divulgación de información para la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) destinadas al género femenino. Otro grupo señala que si existe difusión de información en los medios impresos locales, pero que esta es mínima, pero sí existe. Este mismo conjunto de encuestadas indica que la información que se difunda debe realizársela de una forma clara, preventiva más no paliativa y de una manera más consecuente en los diferentes medios impresos de comunicación.

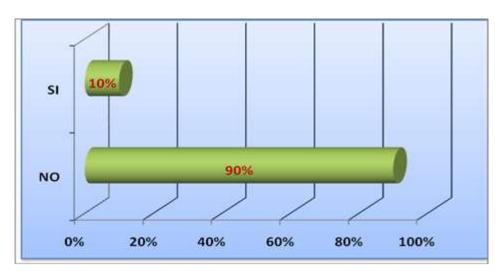
4.- ¿Cree usted que los medios impresos locales destinan espacios o difunden campañas a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Cuadro Nº4

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	38	10%
No	360	90%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico N°4



# Análisis Cuantitativo.

Los resultadosobtenidos en esta pregunta, 360 encuestadas, equivalente al 90%, manifestaron que en los diferentes medios impresos lojanos NO se destinan espacios para la prevención del (VPH). Seguidamente 38 consultadas que son el 10%, opinan que la prensa local si difunde información.

# Análisis Cualitativo.

En las respuestas a la interrogante planteada, se denota una alta opinión al insuficiente aporte de los medios impresos locales a la prevención de enfermedades de transmisión como (VPH), esto es porque la mayoría de encuestadas se refieren al poco o nada de espacios que destinan los medios impresos de comunicación para tal menester.

Un exiguo grupo de encuestadas manifiestan que los medios impresos locales si destinan espacios para la difusión de información y campañas de prevención, pero lamentablemente estas no son iniciativas de los propios medios, sino de los diferentes laboratorios farmacéuticos, o casas de salud que pagan por la publicidad en un medio. Además existe un paupérrimo compromiso con la sociedad y su salud sexual, por parte de los medios impresos locales y las diferentes entidades encargadas de informar sobre este tipo de enfermedades infectocontagiosas.

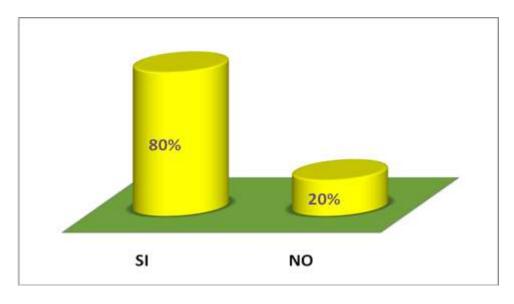
5.- ¿Considera usted que la escasa difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, provoca el desconocimiento y la no prevención de este tipo de virus en el género femenino?

Cuadro Nº5

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	318	80%
No	80	20%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico N°5



# Análisis Cuantitativo.

De la totalidad de la muestra, el 80%, que son 318 personas, señalan que es un factor importante la falta de difusión de información en los medios impresos locales para la prevención del (VPH), Mientras que el 20%, equivalente a 80 encuestadas, creen que no es un factor atenuante para la prevención del (VPH).

# Análisis Cualitativo.

Los resultados a esta pregunta, determinan que la difusión de información ayudaría de sobre manera para el conocimiento y la prevención del contagio del (VPH). Sostienen las encuestadas que no existe información destinada hacia la prevención de este tipo de virus y dirigida específicamente al género femenino y, con ello, se sienten relegadas de toda información con respecto a su salud sexual y reproductiva.

En tanto que otro grupo de encuestadas, dijeron que la divulgación de información en los medios impresos locales no tendría efecto alguno en la prevención del (VPH) por parte del género femenino residentes en la ciudad de Loja, la razón, que existen personas que no tienen acceso a este medio de comunicación, como lo tienen otras personas, en consecuencia estarían o quedarían relegadas de la información que se emite en cualquier medio impreso local.

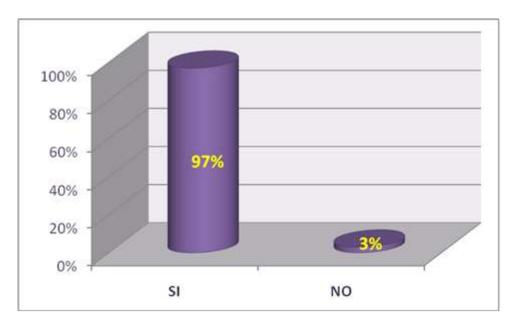
6.- ¿Cree usted que la difusión de información en los medios impresos locales ayudaría al conocimiento y prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino?

Cuadro Nº6

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	388	97%
No	10	3%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº6



### Análisis Cuantitativo.

Casi la totalidad de encuestadas el (97%), que corresponden a 388 personas, señalan que se podría promover el conocimiento y la prevención en el género femenino el contagio del (VPH), con la difusión de información en los medios impresos lojanos. Un mínimo

porcentaje el (3%) que equivale a 10 personas, no comparte esta idea.

# Análisis Cualitativo.

Las interrogadas manifiestan su interés por que se divulgue información y sobre todo campañas dirigidas a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como lo es el (VPH), en los medios impresos locales. Se fomentaría una cultura de conciencia mejorando la calidad de vida sexual en la ciudadanía. Asimismo sostienen que los medios deben informar, educar y difundir aspectos relativos con la salud sexual.

Otro grupo contestó que no se podría promover el conocimiento y la prevención ya que no se posee el buen hábito de la lectura o porque no les interesa, debido a que los medios impresos no difunden con frecuencia información alguna sobre el tema.

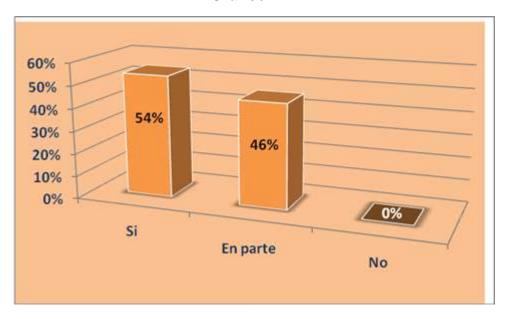
7.- ¿La insuficiente divulgación de información del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en los medios impresos locales, incide en el contagio y la proliferación del mismo en el género femenino?

Cuadro Nº7

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Si	213	54%
No	0	0%
En parte	185	46%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº7



# Análisis Cuantitativo.

Con relación a la pregunta siete los resultados se dan de la siguiente manera: el 54%, es decir 213 mujeres, opinan que la escasa difusión de información en los medios impresos locales incide en el contagio y la proliferación del /VPH) en las mujeres,

mientras que un 46% que son 185 personas, consideran que incide en parte la no divulgación de información en los medios impresos locales en el contagio (VPH).

### Análisis Cualitativo.

Las damas consultadas manifiestan que la falta de publicidad y divulgación de información en los medios impresos locales sobre el (VPH), incide en el contagio y la proliferación de este tipo de virus en las mujeres, por el simple hecho que no hay difusión de avisos, anuncios, campañas de prevención sobre el tema y algo que no se comunica es como que no existiese. Este es un factor esencial donde radica el desconocimiento y la no prevención de enfermedades.

Otro grupo importante de encuestadas, aducen que la escasa difusión de información en los medios impresos locales, influye en parte, por la simple razón que las personas deben tener conocimiento por cultura general de este tipo de virus y de las diferentes enfermedades infectocontagiosas, que son muy comunes, sin dejar de lado la información profesional obtenida por los médicos expertos en el tema, quienes informaran y guiaran de una manera correcta y adecuada para la prevención de dichas enfermedades a sus pacientes.

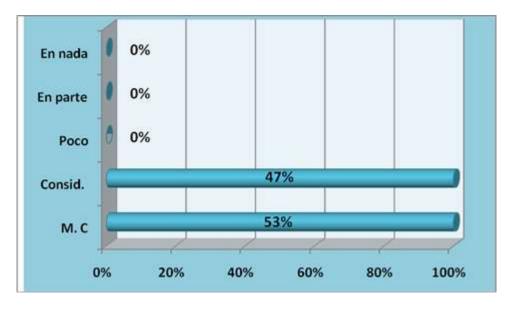
8.- ¿Qué tanto ayudaría la difusión de una campaña o de información sobre este tipo de enfermedades en los medios impresos locales, para prevenir el contagio en el género femenino?

Cuadro Nº8

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Muy considerable	209	53%
Considerable	189	47%
Poco	0	0%
En parte	0	0%
En nada	0	0%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº8



# Análisis Cuantitativo.

El 53% de las encuestadas que equivalen a 209 personas, opinan que una campaña ayudaría muy considerablemente a la prevención del contagio del (VPH), mientras que un 47% que son

189 mujeres, manifiestan que sí ayudaría considerablemente la difusión de Campañas de prevención en los medios impresos locales.

### Análisis Cualitativo.

Del total de interrogadas, un grupo importante manifestó que la difusión en medios impresos de una Campaña de prevención de enfermedades de transmisión sexual tales como el (VPH), ayudaría al género femenino muy considerablemente a prevenir el contagio de este tipo de virus. El motivo es que existe un sin número de mujeres de enfermedades no conocen ignoran este tipo que infectocontagiosas. Otro conjunto de encuestadas dicen que aportaría la difusión de información de una manera considerable, para evitar el contagio del (VPH), puesto que las personas estamos en la obligación de auto educarnos y saber de los males que nos acechan.

Todas las encuestadas se manifiestan en que no solo se debería difundir Campañas Comunicacionales de Prevención en los medios impresos locales, si no también existen medios alternativos que son más llamativos y llegan con más facilidad al género femenino como; banners, anuncios en los periódicos, trípticos, afiches, y revistas.

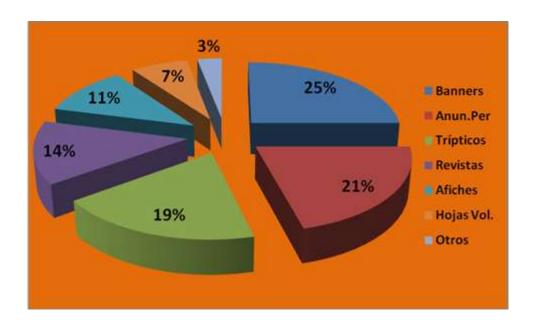
9.- ¿Por qué medio de comunicación impreso le gustaría que se realice una campaña para informarse y conocer sobre las causas y consecuencias que acarrea contagiarse del "Virus del Papiloma" (VPH)?

Cuadro Nº9

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Banners	101	25%
Anuncios periódicos	83	21%
Trípticos	76	19%
Revistas	54	14%
Afiches	45	11%
Hojas volantes	27	7%
Otros	12	3%
Total	398	100%

ENCUESTA: Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja INVESTIGADOR: Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº9



## Análisis Cuantitativo.

Los resultados arrojados en la presente interrogante son. En este sentido el 25% que equivale a 101 personas, opinan que deben difundirse campañas de prevención por medios impresos los mismo que serian mediante banners, un 21% que son 83 personas, le apostaron a los anuncios en los periódicos locales, un 19% que corresponde 76 mujeres, manifiestan mediante trípticos, el 14% que son 54 encuestadas, aduce que se los realice en revistas; el 11% que equivale a 45 personas, dicen que debe hacerse en afiches; un 7% que son 27 personas, se inclinan por hojas volantes, y; un 3%, corresponde 12 personas, se inclina por otras.

### Análisis Cualitativo.

La mayoría de personas consultadas sostuvieron que la mejor herramienta para difundir una campaña de prevención de enfermedades infectocontagiosas son los banners, pues es un instrumento muy accesible a la colectividad, el motivo, que estos se encuentran ubicados en varias partes de la urbe y tiene acceso todo tipo de personas. Otro porcentaje se inclina por anuncios en los tres medios impresos locales, debido a que son diarios consolidados en la ciudad de Loja, tienen experiencia y ya tienen su clientela definida. Un porcentaje menor opina que debería ser mediante trípticos, el motivo que cualquier persona puede llevarlo a casa para analizarlo y sobre todo entender lo que se manifiesta en él ya que trata de un

solo tema; una baja proporción de encuestadas se define por los afiches la razón es que estos solo se los puede colocar en lugares permitidos de la ciudad; un mínimo de encuestadas abordan las hojas volantes como el medio para una campaña de prevención, ya que estos son de fácil entrega y accesibilidad a la colectividad; un reducido grupo opina otros como charlas, conferencias sobre el tema en mención.

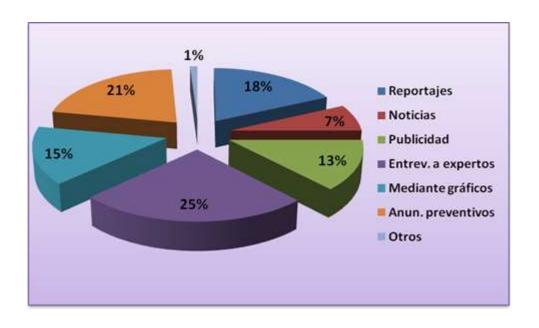
10.- ¿Cuál de estos productos comunicacionales le gustaría que se inserten en la campaña comunicacional de prevención, que permitirá conocer sobre las causas y consecuencias que acarrea contagiarse del "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?

Cuadro Nº10

Variable	Frecuencia	Porcentaje %
Entrevista a expertos	101	25%
Anuncios preventivos	83	21%
Mediante gráficos	67	17%
Reportajes	64	16%
Publicidad	51	13%
Noticias	28	7%
Otros	4	1%
Total	398	100%

**ENCUESTA:** Género femenino mayor de 20 años, residente en la ciudad de Loja **INVESTIGADOR:** Carlos Soto Cabrera

Gráfico Nº10



## Análisis Cuantitativo.

Del total de encuestas, se puede determinar que el 25% que son 101 personas, manifiestan que en una campaña de prevención debería tomarse en cuenta la opinión de un experto; un 21% que equivale 83 personas, consideran que debería hacerse mediante anuncios preventivos en los diarios locales, el 17% que corresponde a 67 mujeres, contestaron mediante gráficos, un 16% que equivale a 64 mujeres, le apuestan a los reportajes, un 13% que son 51 personas, se inclinan por la publicidad, el 7% que corresponde a 28 encuestadas, se inclinan por las noticias, y un 1% que son 4 personas, por otras.

### Análisis Cualitativo.

Un conjunto considerable de encuestadas manifiestan que para la realización de una campaña de prevención debería incluirse primordialmente la opinión de expertos en el tema como médicos (ginecólogos), expertos en campañas y a los dueños de los medios impresos para la difusión de la mencionada acción. Otro porcentaje importante opina que debería realizarse mediante anuncios preventivos, en la que se incluye la opinión de los expertos en el tema, estos cumplirán una función muy importante como es la de informar y hacer reflexionar al individuo sobre ciertos temas que desconoce e indague sobre el tema en mención. La sexta parte de las personas sondeadas le apuestan a los gráficos, ya que es un

método tradicional y muy elocuente para el conocimiento de un tema específico y de su prevención en general. Los reportajes son la inclinación de otras interrogadas, el motivo es que este formato periodístico, entrega una buena cantidad de información, la misma que puede despejar las dudas existentes en el género femenino con respecto al (VPH), mientras que pocas indagadas le apuestan a la publicidad, ya que es un instrumento que más se utiliza en otros medios como televisión o radio, un menor número de encuestadas se inclinan por las noticias ya que estas son fugaces y escasa en los medios impresos locales, y contadas personas le apuestan a otras como son charlas.

# 4.3 ANÁLISIS DE ENTREVISTAS.

La entrevista, estuvo dirigida a la Lcda. Paola Betancourt, directora del diario la Crónica de la tarde, al Lcdo. Richard Apolo, jefe de redacción del diario Centinela y al Lcdo. César Sandoya, jefe de redacción del diario La Hora. Directivos de los tres medios de comunicación impresos que existen en la ciudad de Loja, dicha conversación coadyuvó al conocimiento de la posición que tienen cada uno de ellos, frente al aporte que brinda la prensa a la colectividad lojana, con respecto a la difusión de información sobre enfermedades de transmisión sexual específicamente el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) y su predisposición para brindar espacios dentro del medio que regenta cada uno de ellos para la difusión de una Campaña de prevención.

1.- ¿El medio impreso que está bajo su responsabilidad, difunde información encaminada a la prevención del contagio de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino, y con qué frecuencia?

Dos de los tres entrevistados, como son los representantes de los diarios Crónica de la tarde y La Hora, manifestaron que el medio a su cargo, sí difunde información preventiva. El primero mediante artículos los días domingos, este espacio es pagado por particulares para la publicación de los mismos. Mientras que el segundo diario

hace publicaciones sobre el tema mediante un convenio con SOLCA dos veces por semana. El representante de diario Centinela no se pronunció al respecto.

2.- ¿El medio impreso que regenta, destina espacios para la difusión de información o campañas de prevención sobre enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Los representantes de los diarios Crónica de la tarde y La Hora, respondieron con similitud como en la primera interrogante de la entrevista, manifestando que sí destinan espacios para dicho menester, a lo contrario del representante de diario Centinela que no se manifestó al respecto.

3.- ¿Considera usted que la escasa difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, provoca desconocimiento y la no prevención de este tipo de virus en el género femenino?

En esta pregunta coinciden los tres entrevistados, que la escasa difusión de información provoca desconocimiento, y la poca o nada prevención de este virus en las mujeres y la colectividad. Esto sucede por no tener conocimiento de algo, provocando una ignorancia total en el individuo. Aseveran, que el medio a su cargo hace lo que está en sus manos para divulgar información sobre el

tema. Que existe una apatía por parte de instituciones públicas y privadas por informar a la ciudadanía de temas prioritarios e importantes como los es el (VPH), y su incidencia en las mujeres. Pues ellos tienen la plena predisposición de realizar convenios, para la difusión de información sobre el tema.

4.- ¿Considera que la difusión de información en los medios impresos locales ayudaría al conocimiento y prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino?

Los tres directivos de los medios impresos locales afirman que es un factor importante y primordial la divulgación de información y campañas de prevención en los medios impresos locales, sobre temas como el (VPH), la difusión se la debería realizar a través de campañas de prevención de una manera periódica, mediante anuncios preventivos donde se incluya artículos, reportajes, entrevistas, gráficos y más, con la ayuda de las entidades encargadas para la difusión de información sobre este tipo de enfermedades. Pero en la realidad, son pocas o contadas las que contribuyen a la causa.

5.- ¿Existen políticas de compromiso en el medio a su cargo, para la difusión de información sobre enfermedades de transmisión sexual tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?

Los entrevistados dicen que si existen políticas de compromiso en el medio a su cargo, para la difusión de información con el tema que se está abordando, tienen la plena predisposición de destinar espacios a instituciones públicas, privadas y personas en general, que deseen publicar temas relacionas con el bienestar colectivo, pero no existe interés alguno en ellas, por hacer conocer a la ciudadanía de los peligros que conlleva contagiarse del (VPH), primordialmente en la mujeres, como ya se lo mencionó anteriormente.

6.- ¿Desearía que se difunda una Campaña de prevención, en el medio a su cargo y que tanto ayudaría al conocimiento y prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino?

La voluntad de colaborar fue unánime por parte de los tres directivos, manifestando que sería excelente la difusión de una campaña de prevención, pues son pocas las personas que se acercan a los medios, para pedir un espacio, para la difusión de este tipo de menesteres. Ya que un sin número de personas e instituciones solicitan espacios para transmitir cosas irrelevantes a la colectividad.

En forma coherente respondieron que la difusión de una campaña de prevención en los medios impresos locales, coadyuvará de una manera muy considerable y positiva para el conocimiento y la

prevención del contagio del (VPH), en el género femenino de la ciudad y provincia de Loja.

7.- ¿Además de su medio impreso a su cargo qué medios impresos serían los más idóneos, para que se realice una campaña para conocer sobre las causas y consecuencias que acarrea contagiarse del "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?

La opinión estuvo divida entre los consultados, la representante de Crónica de la tarde se manifestó por banners, trípticos y anuncios en el diario que dirige, estos tienen una accesibilidad a una mayor cantidad de personas; el representante de diario La Hora optó por revistas, banners y anuncios en su periódico, manifestó que los anuncios en un medio impreso se podrían incluir un sin número de reportajes sobre el tema, mientras; que el directivo de Centinela se pronunció por anuncios preventivos donde se incluyan gráficos y estadísticas, el motivo que calan en la razón de la persona, y su instituto de conservación.

# 4.4 VERIFICACIÓN DE OBJETIVOS.

# **Objetivo General.**

"Determinar si la insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, ha incidido en el desconocimiento y la no prevención del mismo en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja"

### Verificación:

El objetivo general se lo verifica mediante las respuestas de la (pregunta cinco) de la encuesta, que dice ¿Considera usted que la escasa difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, provoca el desconocimiento y la no prevención de este tipo de virus en el género femenino? Aquí la mayoría de encuestadas manifiestan que la escasa difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, provoca el desconocimiento y la poca prevención de este tipo de virus en el género femenino.

En la entrevista a los directivos de los medios impresos, en la interrogante tres que dice ¿Considera usted que la escasa difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, provoca desconocimiento y la no

prevención de este tipo de virus en el género femenino? opinan que sí incide la poca información divulgada sobre el (VPH), para el desconocimiento y la no prevención de este tipo de virus en el género femenino.

# Objetivos específicos.

"Establecer si los medios impresos locales divulgan información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja"

#### Verificación:

Mediante el Marco Referencial Conceptual, se puede identificar la poca difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios de comunicación impresos para contribuir a la prevención del mismo. En la encuesta la (pregunta tres) que dice ¿Conoce usted si los medios impresos locales difunden información encaminada a la prevención del contagio de enfermedades de transmisión sexual, tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino?. La mayoría manifiestan que los medios impresos locales no difunden información encaminada a la prevención del contagio del (VPH), en el género femenino.

"Comprobar sí los medios impresos locales cuentan con espacios destinados a la divulgación de información sobre el

"Virus del Papiloma Humano" (VPH), al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja"

#### Verificación:

Con el Marco Referencial Contextual, se identificó anuncios en dos de los tres diarios que regentan en la ciudad, con esto se pudo establecer que dichos anuncios en un 90% no cumplen con el menester de ofrecer información preventiva. Del mismo modo, con la encuesta (pregunta cuatro) que dice ¿Cree usted que los medios impresos locales destinan espacios o difunden campañas a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)? Casi la totalidad de interrogadas no cree que los medios impresos destinen espacios, para la difusión de información o campañas de prevención del contagio del (VPH).

"Saber de qué manera los medios impresos locales contribuyen a la divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), para evitar el contagio en el género femenino mayor de veinte años residente en la ciudad de Loja"

### Verificación:

Por medio de la encuesta (pregunta seis), que dice ¿Cree usted que la difusión de información en los medios impresos locales ayudaría al conocimiento y prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino? Una gran parte

manifestó que la difusión de información en los medios impresos locales, ayudaría al conocimiento y prevención del contagio del (VPH), en el género femenino.

"Proponer acciones propositivas de prevención en medios impresos para el NO contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), encaminado al género femenino mayor de veinte años residente en la ciudad de Loja"

# Verificación:

Se puede plantear alternativas, que permitan, a través de medios impresos, promover una campaña de prevención del contagio del (VPH), en el género femenino lo sugieren por medio de la encuesta (pregunta ocho) que dice ¿Qué tanto ayudaría la difusión de una campaña o de información sobre este tipo de enfermedades en los medios impresos locales, para prevenir el contagio en el género femenino? las encuestadas en su totalidad opinan que sería muy considerable y considerable la realización de dicha tarea.

Los directivos de los medios encuestados como La Hora, Crónica de la tarde y Centinela, tienen la plena voluntad para difundir una Campaña de Prevención del contagio del (VPH), en el género femenino residentes en la ciudad de Loja.

# 4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS.

En el proyecto de investigación se planteó la siguiente hipótesis:

"La insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, ha provocado desinformación por ende el contagio y la proliferación de este tipo de virus en el género femenino mayor de veinte años residente en la ciudad de Loja"

La comprobación de esta suposición, en primera instancia, la hacemos con el Marco Referencial Contextual, pues se determina que, en los medios impresos de la ciudad de Loja, existe una vaga difusión de información sobre enfermedades como el (VPH), destinada a la prevención del contagio en el género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja. Así también, en la encuesta en la pregunta (siete) que dice ¿La insuficiente divulgación de información del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en los medios impresos locales, incide en el contagio y la proliferación del mismo en el género femenino? Casi en la totalidad respondieron que la insuficiente divulgación de información en los medios impresos locales, incide en el contagio y la proliferación del (VPH), en el género femenino. Y otro porcentaje muy aceptable un 46%, dijo que en parte.

Dentro de la técnica de la entrevista, los directivos de los medios impresos de la ciudad de Loja, sostienen que la escasa difusión de información sobre el (VPH), provoca desconocimiento sobre el tema, por ende existe contagio y proliferación.

## 5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

## 5.1 Conclusiones.

Las conclusiones expuestas se apoyan en la información obtenida de las encuestas al género femenino, profesionales de la salud, directivos de medios y otros profesionales, estudio de documentos y la investigación de campo.

- Las mujeres de la ciudad de Loja tienen conocimiento del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), pero a su vez desconocen que este es el causante del cáncer de cuello de útero en el género femenino.
- El género femenino es más propenso al contagio de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH).
- Los medios impresos locales difunden escasa información y destinan muy pocos espacios a la prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.
- ➤ La insuficiente información emitida por los medios impresos locales, ha tenido como consecuencia el desconocimiento, el contagio y la proliferación del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.

- Las encuestadas y los directivos de los medios impresos locales, manifiestan que la difusión de información y de campañas de prevención en los diferentes medios impresos locales, coadyuvaría de una manera considerable al conocimiento y prevención del (VPH) a las mujeres de la ciudad de Loja.
- No se ha observado que los comunicadores sociales de la localidad se hayan involucrado en la difusión de temas de interés social como el contagio del (VPH), en las mujeres y buscar soluciones mediante herramientas comunicacionales alternativas.
- Las mujeres encuestadas y directivos de los diferentes medios impresos locales, muestran su interés por la estructuración y difusión de una Campaña de Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en medios impresos de la ciudad de Loja.
- La realización y valorización de una campaña de prevención en diferentes medios impresos como banners, trípticos y anuncios preventivos publicados en los diferentes diarios de la ciudad de Loja, está basada en razones de acceso a la información, potencial recurso de comunicación y prevención destinado al género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.

### 5.2 Recomendaciones.

Con el designio de contribuir a la solución del problema se plantea las siguientes recomendaciones:

- Qué la información que empleen los diferentes medios impresos locales, para la difusión de avisos de prevención para enfermedades infectocontagiosas, deba tener información educativa, veraz, elocuente y sobre todo preventiva para un sólido conocimiento del individuo sobre el tema que se está abordando.
- Las mujeres por ser más propensas al contagio de enfermedades infectocontagiosas se recomienda a las autoridades gubernamentales facilitar a un costo módico y adecuado la vacuna para este tipo de enfermedades.
- Se sugiere a los administradores de los medios de comunicación impresos de la ciudad de Loja, destinen más espacios significantes en las páginas de los diarios, para la difusión de información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), así como de mensajes educativos y de orientación al conglomerado social, y principalmente al género femenino, esto ayudaría al cambio de actitudes en la colectividad.

- Se recomienda a la Dirección Provincial de Salud que promueva la difusión campañas de prevención al contagio de enfermedades infectocontagiosa como es el (VPH), esto como un valor agregado a las obligaciones que tiene dicha institución con el tema en mención, siendo además un aporte a la salud sexual y reproductiva de la mujer lojana en general.
- Maximizar la difusión de información sobre enfermedades de transmisión sexual en los medios impresos locales, esto contribuiría en gran parte a la prevención y al conocimiento de las causas y consecuencias que acarrea contagiarse del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), al género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja.
- Se recomienda a los comunicadores sociales realizar y difundir campañas de prevención en los medio s tradicionales y alternativos, para así en parte solucionar el problema del contagio del (VPH), en el género femenino.
- Debe ser prioritario para los medios de comunicación en general y las instituciones tanto públicas como privadas el cuidado de la salud sexual del individuo, principalmente el género femenino, por ser más vulnerable a enfermedades de transmisión sexual; puesto que una sociedad libre de enfermedades es más productiva y llevadera.

A los directivos de las instituciones y/u organizaciones que trabajan en el campo de la salud sexual femenina, impulsen Campañas Comunicacionales de Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), aplicando estrategias comunicacionales adecuadas que permitan incidir efectivamente en el público objetivo, a fin de llevar una vida sana y libre de enfermedades infectocontagiosas. (Propuesta)

### 6.- PROPUESTA.

## 6.1 PRESENTACIÓN.

La realización de la campaña comunicacional preventiva en medios impresos locales de acción social, surgió con el propósito de brindar al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, espacios de información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los que se eduque, prevea y se busquen alternativas para generar un habito de prevención y concientización en la colectividad.

La campaña comunicacional preventiva se basó en los resultados de campo y la investigación bibliográfica de la Tesis: "INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA, SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010". PROPUESTA ALTERNATIVA.

### 6.2 TEMA.

Campaña comunicacional preventiva: "PREVENCIÓN AL CONTAGIO DEL "VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO" (VPH)" dirigida al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

### 6.3 PROBLEMA.

El desconocimiento del género femenino sobre enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), causas que la generen y cómo prevenirla, provoca el contagio y la proliferación de este virus en la ciudad de Loja.

# **6.4 ANTECEDENTES.**

La Investigación de la Comunicación Social en su contexto abarca una serie de particularidades de la realidad social del medio; sin embargo se ve rodeada de fenómenos o situaciones que no han sido investigados ni estudiados a conciencia, a través de una adecuada investigación de los diferentes temas que atañan a la sociedad, siendo esta la intención de cualquier individuo o institución ya sea pública o privada, con el propósito de centrarse en un nivel macro.

Esta perspectiva social se enmarca en un nivel muy superficial en las entidades que carecen de una Investigación de Comunicación en lo Social por lo que es necesario hacer una referencia y estar al tanto de las diversas problemáticas existentes en la sociedad que de alguna manera afectan el progreso interactivo de los individuos que están inmersos en ella, esto se suscribe en un proceso sistemático de planificación previa para el correcto funcionamiento de la misma.

"Los medios de comunicación son verdaderos canales de enlace, y dan a conocer sobre los acontecimientos a nivel general"<sup>4</sup>, juegan un papel protagónico en el establecimiento de procesos comunicativos entre sectores y actores sociales, no hay duda entonces que los medios de comunicación impresos, especialmente, se convierten en verdaderos aliados de los procesos educativos y de orientación destinados a los ciudadanos, porque "se constituyen en fuentes informativas, en relación con la difusión pública de noticias y mensajes sobre diversas temáticas, sin embargo, algunas no son consideradas importantes".

Definiendo a la problemática como fenómeno social inmerso en la Investigación de la Comunicación Social, es palpable que las diferentes entidades públicas y privadas encargadas de prevenir a los ciudadanos del contagio de enfermedades de transmisión sexual, como él (VPH), no cuenten con la debida planificación para la realización frecuente de Campañas Preventivas, para que sean difundidas en los medios de comunicación.

Por ello, se ve en la imperiosa necesidad de implementar una Campaña comunicacional preventiva al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), dirigida al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, como aporte al fortalecimiento y conocimiento de la sociedad a problemas que los

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup>IÑIGUEZ, José "Comunicación Interpersonal y Social – Ética Periodística". Documento de Apoyo del Tercer Módulo de Comunicación Social. UNL 2005. Pág. 12.

ataña, tomando en consideración todos los lineamientos a seguir, con el propósito de garantizar la elocuencia de una Campaña Comunicacional de Prevención Educativa y Previsora.

# 6.5 IDENTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

La presente campaña comunicacional se elaboró en la ciudad de Loja, para la tesis de grado en Licenciatura en Comunicación Social, denominada "Incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja". Desplegando las diferentes etapas de planeación, investigación, coordinación, codificación y socialización del informe final, utilizando medios de comunicación ATL y alternativos BTL.

# 6.6 JUSTIFICACIÓN.

La propuesta de realizar una campaña comunicacional de prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), dirigida al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, a través de los tres diarios locales La Hora, Crónica de la tarde y Centinela, la implementación de banners y trípticos en tres casas de salud como Solca, Aprofe y el hospital regional "Isidro Ayora", se justifica porque con ello se pretende educar, guiar, orientar a los ciudadanos con el fin de que no se contagien del

mencionado virus. Para ello se realizará un diseño adecuado de anuncios, los mismos que contendrán anuncios preventivos, no antes supervisados por expertos en medicina y en campañas sobre el tema, permitiendo abrir fronteras hacia un nuevo vínculo de protección social y preventiva.

Esto debido a que el cáncer es la segunda causa de muerte en el Ecuador, y la primera causa de muerte en las mujeres en la ciudad de Loja, por cáncer de cuello de útero, esto por el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), debido al desconocimiento de las causas y consecuencias que acarrea este virus y por la escasa difusión de Campañas Preventivas en los medios de comunicación impresos.

Además, en el desarrollo de las etapas previas a la presentación final de la campaña (Ver anexo Nro. 6), así como en los resultados del grupo focal (Ver anexo Nro. 7).

# 6.7 FINALIDAD.

La actual campaña comunicacional se la realizó con el propósito de de fortalecer la prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

# 6.8 MATRIZ DE INVOLUCRADOS.

**Proyecto:** Campaña Comunicacional, titulada : "PREVENCIÓN DEL CONTAGIO DEL "VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO" (VPH)"

**Objetivo:** Realizar una Campaña Comunicacional con el propósito de informar, educar y orientar sobre cómo prevenir el contagio del (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

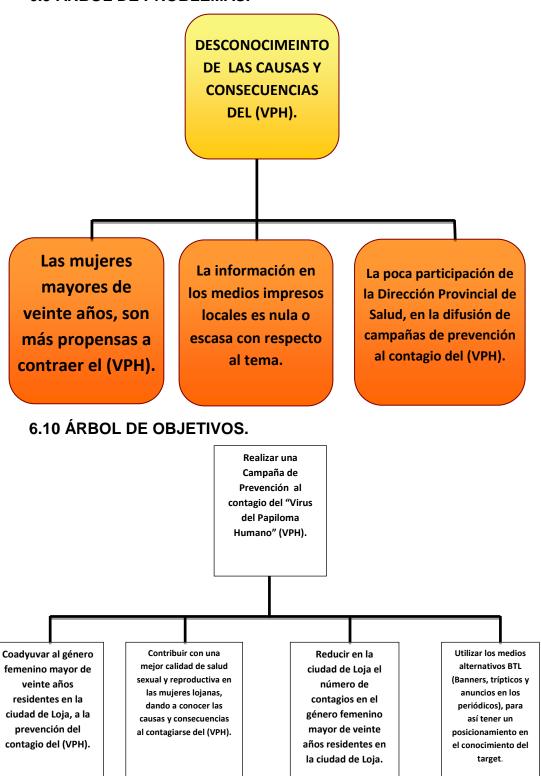
INVOLUCRADOS		USUA	RIOS	EQUIPO TÉCNICO			
EMPRESA	Competencia	Público	Público	Medios	Medios		
UNL.				ATL	BTL		
Diario La Hora	Informar	Primario	Secundario				
Diario Crónica de la tarde							
Diario Centinela							
Solca		Medio directo:	Demás actores de	Publicación	Banners.		
Aprofe	Fortalecer el		la sociedad	Medios	\$300		
Hospital Regional "Isidro	conocimiento adquirido.	Género femenino		Impresos	Trípticos.		
Ayora"		mayor de veinte años		\$ 500	\$1500		
		residentes en la ciudad de					
		Loja.					

Exponer la propuesta de campaña, evaluar y confrontar la información.

**Participantes** 

Nro.	Nombres	Edad	Ocupación/profesión	Teléfono
1	Carlos Sanmartín	20	Estudiante: Diseño del Sudamericano	
2	Jorge Morocho	24	Estudiante: Diseño del Sudamericano	086733499
3	Claud Velepucha	21	Egresada Comunicación Social de la UNL	093741289
4	J. Carlos Lima	22	22 Diseñador gráfico	
5	Janet Medina	31	Psicóloga	091257826
6	Roberto Alarcón	25	Ambientalista	
7	And Bustamante	28	Médico	072582518
8	Lucy Correa	45	Contadora	
9	Geovanny Rojas	30	Ingeniero Civil	
10	Diana Gonzales	28	Ama de casa	

# 6.9 ÁRBOL DE PROBLEMAS.



# **6.11 MATRIZ DE ALTERNATIVAS.**

Al tratarse de una campaña que utiliza medios ATL y BTL se estableció como alternativa principal los anuncios preventivos que serán publicados en los tres diarios de la localidad, pues los otros productos comunicacionales están orientados a reforzar la información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Medio (Prensa, casas de salud).	Objetivo	Acción Específica	Público Meta (Volumen Unid.)	% Respuesta Esperado
Anuncios en los     diarios locales.     (La Hora,     Crónica de la     tarde y     Centinela)	Informar al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano".	Difusión a través de los diarios La Hora, Crónica de la tarde y centinela.	El público meta a alcanzar es de unas 35.000 personas.	Se espera que el porcentaje de persuasión sea del 75%.
Banners y trípticos.	Reforzar el mensaje de prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).	Difusión a través de banners colocados en la entrada de Solca, Aprofe y el Hospital Regional "Isidro Ayora".	Se espera tener una recepción de 50.000 personas, principalmente mujeres.	Se estima que el nivel de persuasión esperado será del 60%.

# 6.12 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Título	Campaña de Comunicación Preventiva para evitar el contagio del (VPH).  Público									Género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.								
Slogan			(	Cuida	tu salu	ıd es l	o más	preci	ado qu	ie tien	es.		<u> </u>					
Duración			Julio Agosto				Septiembre					Octubre						
Diarios	Contenido	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2		3	4	1	2	3	4
La Hora (lunes)  Crónica (miércoles)  Centinela (viernes)  (Espacios gratuitos).  Banners y trípticos	<ul> <li>¿Qué es el (VPH)?</li> <li>Síntomas</li> <li>Prevención</li> </ul> Contenido	Desde la tercera semana de julio se publicara todas las semanas durante tres meses en los diferentes diarios (lunes, miércoles y viernes respectivamente).												eva d	luaci e la s	e etap ón, a p segun de ag	oartir da	
Solca Aprofe Hospital. Isidro Ayora	<ul> <li>¿Qué es el (VPH)?</li> <li>Síntomas</li> <li>Prevención</li> </ul>	sen c k entra men	nana d coloca canne ada de de s ciona tamb	a terce de julid ran lo rs en l e las c salud das, d ién se arán lo ticos	o se s a asas onde										eva	luaci e la s sem	e etap ón, a p segun ana de tubre.	oartir da

#### DESARROLLO DEL PLAN CREATIVO PUBLICITARIO.

# APLICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Plan de Trabajo Creativo.

#### **OPORTUNIDAD CLAVE.**

La aplicación de la propuesta como resultado del informe final está construida bajo la seriedad de una investigación constante minuciosa y detallada, por lo que se ha considerado factible, viable y oportuna, debido a que se ha determinado, que un gran porcentaje de los ciudadanos lojanos desconocen las causas y consecuencias del contagio del (VPH), debido a la escasa difusión de información y la carencia de producción de una Campaña de Prevención por parte de los medios impresos de la ciudad de Loja, que suplan las necesidades existentes y sea capaz de difundir un mensaje claro y directo a favor de la prevención de este tipo de enfermedades.

En este caso, la temática sobre la escasa difusión de información y la realización de una Campaña Comunicacional Preventiva del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), es una problemática nacional y local, ya que esto demanda mucho el factor económico-social de una ciudad, provincia o país; es decir, mientras más desarrollados sean los países mayor será el nivel de planificación institucional, permitiendo a la entidad estar al margen

de los factores sociales para lograr cimentar sus bases en un

microsistema.

BRIEFING.

Productos: Comunicacionales de Prevención para los

medios impresos locales y diferentes casas de salud de la

ciudad de Loja.

Meta: Prevención al Contagio del (VPH), en el género

femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de

Loja.

Empresa: Universidad Nacional de Loja (Tesis).

Competencia: Propuesta alternativa.

**AUDIENCIA META.** 

PRINCIPAL.

DEMOGRAFÍA.

Público principal: Género femenino residentes en la ciudad de

Loja.

Localización demográfica: Loja.

Edad: 20 años en adelante.

Sexo: Femenino.

Clase social: Todas.

Nivel de educación: Todas.

~69 ~

# **PSICOGRAFÍA**

# Descripción de hábitos y actitudes:

¿Cuáles son sus actividades cotidianas?

# Mujeres:

Trabajan.

Atender a la familia.

Ver televisión.

Hacer deporte.

Lectura (revistas de moda, cocina, entre otras).

Navegar en internet.

Hacer uso de los diferentes servicios que presta el teléfono celular.

#### ¿Qué piensan?

Las mujeres en su mayoría creen que el "Virus del Papiloma Humano" es una enfermedad transitorio y que no trae consigo ningún tipo de efecto o causa en lo posterior.

# ¿Qué medios y que soportes consumen más?

Televisión como novelas, películas, noticias entre otros...

Frecuencia: de una a dos horas al día.

Contexto: pasatiempo.

#### **OBJETIVOS.**

Coadyuvar al conocimiento y la prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, por medio de la difusión de una Campaña de prevención.

▶ Difundir la Campaña comunicacional de prevención mediante medios ATL y BTL, con el propósito de abarcar el mayor número de personas, estos resultados fueron sugeridos en el trabajo de campo de la tesis denominada: "Incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja" segundo semestre del 2010.

#### **ESTRATEGIA.**

La presente Campaña realizada por Carlos Soto Cabrera nace como consecuencia del desarrollo de la Tesis: "Incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del virus del papiloma humano (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja. Segundo semestre del año 2010. Tiene como principal objetivo la difusión del tema sobre el contagio del (VPH) y maneras de prevenirlo.

ACCIONES	ESTRATÉGÍAS	TÉCNICAS	TÁCTICAS	PROPÓSITOS
Definición	Proporcionar al	Diseño de una	Manejo de	Trasmitir una
del eje de	público primario	imagen (eje de	imagines que	imagen que
campaña	un identificativo	campaña) que	expresen la	fácilmente
	de la campaña.	represente la	información	identifique la
		campaña.	constante en la	campaña.
			campaña.	
D C : : /	TT 1	Г 1 1/ 1	Focusgroup.	T
Definición	Hacer que el	Formulación de	Utilización de	Lograr que el
de mensaje	público objetivo	una frase común	palabras claves relacionadas	mensaje llegue de manera
	entienda en una	en todos los	con la	de manera efectiva al
	frase el propósito	productos de la	problemática	público hacia el
	de la campaña.	campaña.	que causen	cual se dirige.
			impacto visual	cuar se unige.
Definición	Difundir la	Uso de formatos	Focusgroup	Conseguir que la
de canales	campaña a través	como: anuncios	previo al	campaña llegue a
para difundir	de anuncios	preventivos así	lanzamiento de	ser conocida por
la campaña	preventivos en	como el banner y	la campaña.	lo menos al 70%
1	medios impresos	el tríptico.		de la población
	y alternativos	1		objeto de
	como el banner y			estudio.
	el tríptico.			
Definición	Difundir la	Uso de formatos	Mediante el	Poner en
del eslogan	Campaña	como: anuncios	eslogan "Cuida	conocimiento la
de campaña	"Prevención al	preventivos así	tu SALUD es lo	campaña y
	contagio del	como el banner y	más preciado	receptar las
	"Virus del	el, tríptico.	que tienes".	primeras
	Papiloma			impresiones,
	Humano" (VPH).			opiniones y
				sugerencias de
				forma y contenido.
				contenido.
		l	l	

# Eje de campaña:



Mensaje:

El (VPH) causa cáncer de cuello de útero.

Slogan:

"CUIDA TU SALUD ES LO MÁS PRECIADO QUE TIENES".
IMPRESIÓN META.

"Prevenir las enfermedades infectocontagiosas"

#### FODA.

#### FORTALEZAS.

- La Campaña de Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), es una de las primeras propuestas de este tipo en la Universidad Nacional de Loja.
- Es una campaña que está vinculada al bienestar de la salud sexual de la colectividad en general.
- La campaña demanda poco presupuesto, a su vez es educativa e informativa, lo que hace favorable su ejecución inmediata.

#### OPORTUNIDADES.

- Provocar que el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, se interesen por prevenir el contagio del "Virus del Papiloma Humano) (VPH).
- Lograr que medios de comunicación en general, instituciones públicas y privadas se inmiscuyan en la educación, conocimiento, difusión y orientación del individuo en la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el (VPH).

#### **DEBILIDADES.**

- La Universidad Nacional de Loja no ha emprendido campañas comunicacionales relacionadas con la prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) siendo está totalmente nueva e innovadora, siendo un verdadero desafío y esperando sea ejecutada en la ciudad de Loja.
- Demora en su aprobación para la ejecución de la campaña, lo que no permite estabilidad en el cronograma de actividades de campaña, por lo que los directivos de los medios impresos locales se retracten de facilitar espacios gratuitos para su publicación.

#### AMENAZAS.

Que sea un proyecto más en los archivos de la UNL y no se lo ejecute como debería ser, pues el mismo es un aporte a la colectividad en general.

#### APOYO.

- Utilización de medios ATL y BTL.
- Recursos humanos para elaborar los productos de la campaña.
- Medios impresos y casas de salud de la ciudad de Loja (difusión de la campaña).
- Información de los resultados del grupo focal y socialización del lanzamiento de la campaña comunicacional preventiva.
- Asesoría de docentes de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social.
- Colaboración de directivos de los diferentes medios impresos locales y de instituciones de salud de la ciudad de Loja para difundir la campaña.

#### SUGERENCIAS.

- Manejar medios ATL como anuncios preventivos en los medios impresos locales y BTL: trípticos y banners para reforzar el conocimiento del individuo sobre el (VPH).
- Coordinar a precisión con los directivos de los medios y de las casas de salud para llegar eficazmente al público.

#### SOSTENIBILIDAD.

La aplicación de la propuesta como resultado del informe final está construida bajo la seriedad de una investigación constante minuciosa y detallada, por lo que se ha considerado factible, viable y oportuna, debido a que se ha determinado, que un gran porcentaje de los ciudadanos lojanos desconocen las causas y consecuencias del contagio del (VPH), debido a la escasa difusión de información y la carencia de producción de una Campaña de Prevención por parte de los medios impresos de la ciudad de Loja, que suplan las necesidades existentes y sea capaz de difundir un mensaje claro y directo a favor de la prevención de este tipo de enfermedades.

En este caso, la temática sobre la escasa difusión de información y la realización de una Campaña de Comunicación Preventiva del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), es una problemática nacional y local, ya que esto demanda mucho el factor económico-social de una ciudad, provincia o país; es decir, mientras

más desarrollados sean los países mayor será el nivel de planificación institucional, permitiendo a la entidad estar al margen de los factores sociales para lograr cimentar sus bases en un microsistema.

En la ciudad de Loja existen tres diarios; La Hora, Crónica y Centinela, pero de manera muy escasa en estos, se ha difundido información sobre el contagio del "VPH), provocando desconocimiento al respecto, pese a ser instrumentos de comunicación. La problemática que encierra a los medios de comunicación impresos, es dejar de lado el interés colectivo respecto a determinados temas importantes, limitándolos a que sean tratados, analizados y difundidos de manera oportuna a la colectividad.

Con ello, y con todos los lineamientos a seguir, el investigador ha determinado a través de un estudio, la realización de una Campaña Comunicacional de Prevención, en los medios impresos locales, sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), dirigida al género femenino mayor de veinte años, residente en la ciudad de Loja; y a su vez se dará a conocer un virus que provoca un alto índice de mortalidad en las mujeres por contraer cáncer.

La campaña en mención será promovida a través de medios ATL a través de los tres medios impresos de la ciudad de Loja como son los diarios; La Hora, Crónica y Centinela, y también a través de

medios BTL como banners y trípticos, con el objetivo de una mayor cobertura y aceptación por parte de la ciudadanía.

En las entrevistas realizadas a los diferentes directivos de los tres medios impresos de la ciudad de Loja, existió el compromiso verbal por parte de ellos, de entregar espacios gratuitos en el medio impreso a su cargo, una vez por semana durante tres meses, para la difusión de la Campaña Comunicacional de Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Los banners y trípticos son responsabilidad del autor de la investigación y la debida colocación de los mismos en las diferentes casas de salud como: SOLCA, APROFE y el Hospital Regional "Isidro Ayora" de la ciudad de Loja.

#### MONITOREO Y EVALUACIÓN.

Será imprescindible la observación directa para descubrir la acogida que tiene la campaña.

#### **MONITOREO:**

Una vez lanzada la campaña se realizará un control interno y externo.

**Control interno:** Supervisar si las inclusión de las piezas publicitarias se realizaron de acuerdo al plan de medios y el presupuesto.

- Comprobar si los medios impresos locales están difundiendo los anuncios preventivos de acuerdo al cronograma establecido.
- Verificar si se colocaron los banners en las entradas de las diferentes casas de salud como Solca, Aprofe y el hospital regional "Isidro Ayora".
- Saber si la entrega de trípticos llegó al público de destino.

Control externo: Necesario para examinar los resultados de la campaña ante el público objetivo.

Se hará uso de las siguientes interrogantes:

# Objetivos.

- > ¿El público se enteró de la campaña?
- > ¿Y si el público se enteró, logramos el objetivo propuesto?

# Mensaje.

- ¿El texto y la imagen del mensaje son capaces de comunicar exactamente lo que se quiere decir?
- ¿Es simple y claro el mensaje, se concentra en una sola idea memorable?
- ¿La forma de comunicar el mensaje es creativa y novedosa, o se ha hecho antes?

- ¿Es visible e identificable la imagen que identifica la campaña?
- ¿El tono, el estilo, el texto y la gráfica del aviso es pertinente al grupo objetivo?
- ¿El mensaje aprovecha creativamente el medio y/o formato escogido?

# Medios.

- ¿Los medios y formatos seleccionados son los más efectivos para los objetivos de mi campaña?
- ¿Los medios y formatos elegidos son los más efectivos para que el mensaje llegue al público?
- ¿El presupuesto optimiza la relación cobertura/medio/costo?

# **EVALUACIÓN**:

Se efectuará luego de la medición de los resultados obtenidos a fin de conocer el nivel de cobertura, frecuencia y nivel de recordación alcanzados.

# 6.11 PRESUPUESTO.

UNIDAD/CANT.	ÍTEMS Y/O ARTÍCULOS	COSTE PARCIAL	COSTE TOTAL	
RECURSOS HUMAN	OS (TALENTOS)			
200 horas	Un digitador	1.50	300,00	
20 horas	1 encuestador	3.00	60,00	
100 viajes	Movilidad (gasolina de vehículo)	1.50	150,00	
100 horas	1 productor	10.00	1000,00	
30 comidas	Alimentación (1 diaria)	3.00	90,00	
SUB-TOTAL			<u>\$1600,00</u>	
RECURSOS TÉCNIC	OS.			
150 horas	Uso de computadora	1.00	150,00	
100 horas	Uso de la internet	1.00	100,00	
100	Uso de equipo de producción	5.00	500,00	
horas	gráfica.			
SUB-TOTAL			\$750,00	
RECURSOS MATER	IALES.			
30 horas	diseños de: anuncios preventivos	10.00	300,00	
	para la prensa, banners y tríptico.			
1 unidad	Impresión de la propuesta	60.00	60,00	
3 resmas	Papel bond A4	3.50	10,00	
1000	copias	0.02	20,00	
20	Impresiones de tesis y borradores	10,00	200,00	
SUB-TOTAL			<u>\$590,00</u>	
COSTE DE DIFUSIÓ				
36 Publicaciones	Medios impresos	30,00	1.080,00	
5 unidades	banners	40,00	200,00	
1.000 unidades	trípticos	1,50	1.500,00	
SUB-TOTAL			<u>\$2.785,00</u>	
TOTAL			\$5.725,00	

# FINANCIAMIENTO.

El presupuesto que demanda la ejecución de la presente campaña comunicacional, será asumido por el postulante de este trabajo en vista que los diseños de los anuncios son de su autoría, y deberán ser entregadas las artes finales listas a los diferentes

medios impresos y casas de salud de la ciudad de Loja, para su publicación.

Productos de la Campaña comunicacional – preventiva: "Prevención al contagio del "Virus del Papiloma humano" (VPH)".

#### ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LA PRENSA.

1. Diseño.



- 2. Formato: Estamento (13,97cm. X 21,59 cm.)
- 3. Papel (textura): periódico150 gr.
- 4. Colores:



 Caracteres (letras): Se utilizó letra Futura BT Bold (16 y 13) y Myryad Pro (9).

# Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Signos y Síntomas

¿Cómo Prevenir?

CUIDA TU SALUD ES LO MÁS PRECIADO QUE TIENES.

Responsable de diagramación, diseño y edición:

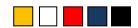
Carlos Soto Cabrera.

#### **BANNER**

1. Diseño:



- 2. Medidas: 180cm. X 60 cm.
- 3. Papel (textura): Lona 13 onzas.
- 4. Colores:



**5. Caracteres (letras):** Se utilizó letra Futura BT Bold (18, 15 y 12) y Myryad Pro (10 y 9).

Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

Signos y Síntomas ¿Cómo Prevenir? CUIDA TU SALUD ES LO MÁS PRECIADO QUE TIENES.

Responsable de diagramación, diseño y edición:

Carlos Soto Cabrera.

# TRÍPTICO.

#### 1. Diseño:

#### **Anverso**



#### Reverso



- 2. Formato: A4.
- 3. Páginas: anverso y reverso.
- 4. Papel (textura): Kimberley 100 gr.
- **5. Caracteres (letras):** Se aplicó letra Perpetua (16) y Franklin Gotic Book (20).

# PREVENCIÓN AL CONTAGIO DEL "VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO" (VPH)"

**EL VPH CAUSA** 

**CÁNCER DE ÚTERO** 

LOJA—ECUADOR 2011

#### 6. Colores:



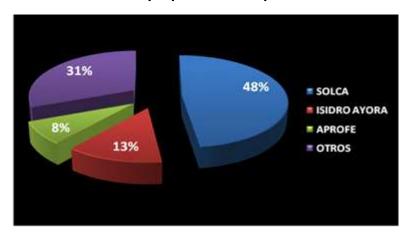
# Responsables de diagramación, diseño y edición: Carlos Soto Cabrera.

#### **CASAS DE SALUD.**

La elección de las casas de salud para la colocación de los Banners y la entrega de trípticos, es el resultado de un estudio y las estadísticas otorgadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, base de datos de 2007, de qué instituciones atienden más casos de cáncer en la ciudad de Loja:

SOLCA atiende cerca del 50% de casos, de cáncer seguido con el 13% el Hospital Regional "Isidro Ayora" y con un 8% APROFE y en un 31% entre Cruz Roja, Clínicas privadas y otros centros de salud, estos son casos anuales.

Datos estadísticos proporcionados por INEC año 2008.



# 7.- BIBLIOGRAFÍA.

- VIVALDI, Gonzalo Martín, "Géneros Periodísticos. Tercera edición, Editorial Paraninfo, Madrid 1981.
- Constitución Política de la República del Ecuador.
- MALETZKE, Gerhard, "Sicología de la Comunicación Social"
   Editorial Quipus, Quito 1992.
- Centro Nacional de Información Sobre la Salud de la Mujer
- http://www.undp.org/spanish/idp/faq.shtml.Martes 11 de mayo de 2011. 14h00
- htpp://www.hpvtoday.com. Martes 11 de mayo de 2011.
   15h00.

# INDICE

Temas	PAGINAS	
PORTADA		i
CERTIFICACIÓN		ii
AUTORÍA		iii
AGRADECIMIENTO		iv
DEDICATORIA		V
SUMARIO DE TESIS		vi
RESUMEN		vii
SUMARY ABSTRACT		ix
INTRODUCCIÓN		1
REVISIÓN DE LITERATURA		4
METODOLOGÍA UTILIZADA		11
Métodos		11
Técnicas		14
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RE	SULTADOS	19
Tabulación de resultados		20
Análisis de entrevistas		43
Verificación de objetivos		48
Comprobación de hipótes	is	52
CONCLUSIONES		54
RECOMENDACIONES		56
PROPUESTA		59
BIBLIOGRAFÍA		86
INDICE		87
ANEXOS		88

#### 8.- ANEXOS

# **ÍNDICE DE ANEXOS**

#### **ANEXO UNO**

PROYECTO DE TESIS.

# **ANEXO DOS**

ENCUESTA DIRIGIDA AL GÉNERO FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS, RESIDENTE EN LA CIUDAD DE LOJA.

#### **ANEXO TRES**

ENTREVISTA A MÉDICOS EXPERTOS EN EL TEMA.

#### **ANEXO CUATRO**

ENTREVISTA A EXPERTOS EN CAMPAÑAS PUBLICITARIAS.

#### **ANEXO CINCO**

ENTREVISTA A DIRECTIVOS DE MEDIOS IMPRESOS DE LA CIUDAD DE LOJA

#### **ANEXO SEIS**

PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA.

#### **ANEXO SIETE**

RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL Y SOCIALIZACIÓN DEL LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA.

#### **ANEXO 1**

#### PROYECTO DE TESIS

#### 1.- TEMA:

"INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA, SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2010". PROPUESTA ALTERNATIVA.

#### 2.- PROBLEMÁTIZACIÓN:

#### 2.1. UBICACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN.

La expresión escrita la utilizamos para facilitar la comunicación entre personas que se hallen en diferentes lugares y, a veces, en diferente tiempo. Plasmando conocimientos, pensamientos o sentimientos con intención que perduren en el tiempo como: textos científicos y humanísticos; diarios y otros más. Se da a conocer noticias de lo que ocurre en otros lugares (textos periodísticos. Ordenamos o determinamos las normas de convivencia nacional e internacional mediante textos jurídicos y administrativos.

El medio impreso, es uno de los más usados y atractivos para divulgar información, y los que más influyen en las personas, principalmente en las mujeres, pues este se ha encargado de manipular de tal manera a las personas que las induce en una sociedad de consumo y no de un aprendizaje educativo.

Los objetivos de los medios de comunicación social son: orientar, educar, entretener y divertir. Frente a ello, valga cuestionarse si el medio antes mencionado contribuye a la educación de la sociedad.

En la ciudad de Loja los medios deberían jugar un papel fundamental para la orientación de la comunidad, colectivo que debe estar informado de todo lo que sucede en nuestro entorno, y con mayor razón si se trata de sucesos colectivos, y que toda la ciudadanía debe conocerlos, en este sentido se hace referencia de cómo estos han contribuido a informar a la ciudadanía y principalmente al género femenino respecto a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como lo es el "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

La castellana Loja, cuenta con tres medios impresos que son:
Diario La Hora, matutino, con un tiraje aproximado de catorce mil
ejemplares en la Regional Loja, consta de tres secciones las mismas
que son: a) Local; donde se publican noticias de la Ciudad, del
Entorno, Social, Artículos de Opinión, Cronos aquí están los

deportes, Gente, Crónica y policial. **b) Nacional**; noticias del País, Judicial, Global, Efectivo o Económico, Tiempo y Salud. **C)** Clasificados y Judiciales. La información que divulga este diario sobre enfermedades de transmisión sexual lo realiza en convenio con Solca en la sección A y dos veces por semana.

Diario Crónica de la tarde con un tiraje aproximado de cuatro mil ejemplares diarios posee cuatro secciones que son: 1) Noticia; esta a su vez se subdivide en matinal, Opinión, Zonal, Cantones y Loja. 2) Nacionales; información de la nación y el Universo. 3) Deporte y 4) Clasificados y Varios. Este diario es vespertino, realiza en la sección varios publicaciones de enfermedades de transmisión sexual mediante convenio con Solca.

Diario Centinela, este matutino tiene un tiraje de cinco mil ejemplares tiene doce secciones que son: Al Día, Tribuna, Región, Especial, Panorama, Eventos, latitud, Farándula, Negocios; Adrenalina, Entrevistas y Vigía. Este diario ha realizado reportajes sobre enfermedades de transmisión sexual, divulgando información generalizada sobre el tema en la sección al día.

Estos rotativos que circulan diariamente y registran una variedad de problemáticas, pese a ello, no todo es puesto a consideración de la ciudadanía, en este sentido es necesario que adopten comportamientos distintos con la finalidad de que lo trascendente sea puesto de manifiesto con mayor importancia.

El interés fundamental es el de analizar como los medios impresos contribuyen a la difusión de información preventiva sobre enfermedades de transmisión sexual como lo es el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), con el propósito de prevenir el contagio y la proliferación esencialmente en el género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loia.

#### 2.2. SITUACIÓN ACTUAL DEL PROBLEMA.

La problemática de los medios impresos en la ciudad de Loja, no es diferente a lo que sucede a nivel nacional, en este sentido "su comportamiento es parcializado, la mayor parte de la información que en éstos se publica se genera en las instituciones, sin dejar de lado la información sensacionalista que también en ellos aparece"<sup>5</sup>.

Diario La Hora y Crónica de la tarde, tienen un convenio con el Hospital Oncológico de Solca, para publicar dos veces por semana temas relacionados con enfermedades de transmisión sexual, la información que se emite en estos diarios es más publicitaria y paliativa que preventiva. Mientras que diario Centinela no posee ningún convenio con este tipo de instituciones y solo se ha limitado a realizar reportajes sobre este tipo de enfermedades en forma general.

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> IÑIGUEZ, José, Comunicación Social de la Ciencia, Editorial Universitaria de la UNL. Loja, 2003

Si se trata de informar aspectos que interesen a la colectividad, lo hacen de manera limitada y cuando lo deciden, el ejemplo más palpable es la poca información que detallan en la sección científica de los medios locales a demás la información que emiten es general y no preventiva sobre este tipo de enfermedades infectocontagiosas.

Es por ello, que la ciudadanía se encuentra desorientada, no conoce de las causa y consecuencias de este tipo de Virus, lamentablemente resulta que un gran número de mujeres desconocen de esta enfermedad y de las graves consecuencias que acarrea el no prevenirla tiempo.

Esto se reflejado en datos de Solca en la ciudad de Loja que la tasa de incidencia estandarizada por está neoplasia en Loja es de 36.53x100.000 mujeres, con una tasa de mortalidad de 9.92x100.000 habitantes. Los primeros casos se presentan a partir del grupo de edad de 25 a 29 años, edad a partir de lo cual tiene una incidencia progresiva. Los primeros casos de cáncer en situ a partir del grupo de 20 a 24 años, incrementándose hasta tener su mayor incidencia en el grupo de 40 a 44 años, para luego disminuir. La tasa de mortalidad estandarizada es de 9.92x100.000 mujeres. El 98.5 de

los casos tienen verificación histológica. La razón de mortalidad incidencia es de 30.83<sup>6</sup>.

Esto incluye la situación actual de los medios de comunicación y sobre todo a los medios impresos locales en la divulgación de información, que contribuya a la orientación del género femenino mayor de veinte años, residentes en la ciudad de Loja, en la prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), determinando las verdaderas causas y consecuencias para dar la respuesta adecuada.

No obstante, este tipo de prácticas son escazas en los medios de comunicación, específicamente en los impresos. Entonces los medios impresos lojanos se han descuidado, en uno de los factores importantes como es la divulgación de información de enfermedades de trasmisión sexual para el género femenino de la ciudad de Loja.

La insuficiente información en los medios impresos en la divulgación de información sobre enfermedades de transmisión sexual como el virus del papiloma humano (VPH).

Con mayor concreción se podría decir que existe un mínimo espacio en los medios impresos destinado a la difusión de información sobre enfermedades de transmisión sexual, por ende

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup>REVISTA, Incidencia del Cáncer en la ciudad de Loja, "Estudio de una década" Pág. 91

carecen de estrategias comunicativas para una retroalimentación eficiente dentro del proceso comunicativo.

Entonces ha sido limitada la difusión de información de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los procesos de comunicación de los medios impresos lojanos. Son varias las razones. Entre ellas, falta de capacitación tanto de normas jurídicas y sensibilización hacia los comunicadores sociales y directivos de medios de comunicación, para asumir el compromiso.

#### 2.3 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.

Para la realización del proyecto de investigación, se realizó un seguimiento y un análisis a los medios impresos locales, si están difundiendo información de tipo preventivo en sus diversas secciones, para así evitar el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja. El estudio realizado demuestra que dos de los tres diarios locales divulgan información de tipo publicitario, y el tercero se limita a realizar reportajes esporádicos de enfermedades infectocontagiosas, es muy poca la difusión de campañas preventivas de enfermedades de transmisión sexual, encaminadas al beneficio y salud de la comunidad en general.

Entonces ha sido limitadala divulgación de información de tipo preventivo por parte de los medios de comunicación impresos locales. Son varias las razones. Entre ellas, falta de capacitación tanto de normas jurídicas y sensibilización hacia los comunicadores sociales y directivos de medios de comunicación, para asumir el compromiso. Existiendo la imperiosa necesidad de diseñar y proponer estrategias comunicacionales nuevas e innovadoras para que los medios impresos promuevan la propagación de información de enfermedades tales como el virus del papiloma humano (VPH), con el designio de evitar su contagio y proliferación en el género femenino de la ciudad de Loja.

Expuestas las falencias de los medios impresos locales es necesario plantear las siguientes interrogantes:

- 1. ¿La poca difusión de información sobre el Virus del Papiloma Humano (VPH), en los medios impresos locales, provoca un vago conocimiento de las causas y consecuencias que acarrea el contagio de este tipo de virus en el género femenino residentes en Loja?
- 2. ¿La escasa difusión y realización de campañas de prevención por parte de los medios impresos locales conlleva a la no prevención y contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH), en el género femenino residentes en Loja?

 ¿La realización de una campaña de prevención en los medios impresos locales calaría en el género femenino residentes en Loja, para la prevención y contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH),

Una vez que se han planteado las interrogantes y que deberán ser esclarecidas más adelante, se considera el planteamiento del siguiente problema:

#### PROBLEMA:

LA INSUFICIENTE INFORMACIÓN SOBRE EL CONTAGIO DEL "VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO" (VPH), EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES, GENERA DESCONOCIMIENTO Y LA NO PREVENCIÓN EN EL GÉNERO FEMENINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA.

- 3. MARCO TEÓRICO
- 3.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.

La insuficiente información de los medios impresos en enfermedades de transmisión sexual.

Los medios de comunicación están creciendo de una manera vertiginosa, aunque parecen ampliar los horizontes comunicativos de

los individuos, en realidad lo que hacen es abstraer al ser humano de la realidad e insertarlo en un mundo virtual, que lo aísla del contacto con los demás seres humanos. Lo anterior no quiere decir que los medios de comunicación sean nocivos para la sociedad, pero si, deja entrever que cada vez es más notoria la carencia de una comunicación eficaz entre los integrantes de ese conglomerado social.

Los medios de comunicación pueden cambiar la manera de pensar de las personas logrando persuadirlas mientras alteran su modo de vida, el estilo, las sensaciones o lo que se puede categorizar como bueno o malo.

Existen claros ejemplos de lo que puede hacer una revista en la mayoría de personas al mostrarnos el estilo y tendencia de nueva ropa donde usualmente nosotros somos los primeros seguidores de imitación. Nos enseñan la manera de vestir, el libro recomendado para leer, la dieta para lucir un cuerpo que ellos llaman escultural y muchas veces produce anorexia en las chicas que queriendo parecer una artista de cine terminan degradando sus cuerpos. Además es probado científicamente que el 90% de mujeres terminan entristeciéndose después de leer las últimas revistas de moda.

Pero ninguno de estos nos alerta de las enfermedades de transmisión sexual como prevenirlas ya que en varios de estos casos estás son mortales. La desinformación es la información

errónea trasmitida por parte del emisor, ya sea por falta de celo profesional del informador u otras causas imputables al emisor, al canal, etc., pero a diferencia de la manipulación nunca existe intencionalidad de faltar al principio ético por antonomasia de la comunicación: la veracidad.

Otro de los aspectos importantes a tratar es si lo que difunden los medios impresos es cultura, en el sentido amplio de la palabra o por el contrario obedeciendo a intereses cada vez más mercantilistas se limitan a ofrecer programas que se encuadran más en la vertiente del ocio o del entretenimiento, llegando en ocasiones a rayar en la chabacanería o la vulgaridad.

De este modo, la función social de los medios de comunicación es la de formar, informar y entretener.

Si bien, a pesar de ser esta su función social, también es necesario tener en cuenta que no se puede condicionar la voluntad del receptor, pues los medios ofrecen contenidos muy variados, y el destinatario de los mismos es el que tiene la facultad de seleccionarlos o elegirlos<sup>7</sup>.

¿Que tanto han influido los medios de comunicación en la mujer?, es algo que muchos lo saben, pero que se queda como un rumor de pasillo, porque es muy difícil acceder a los medios de

\_

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup>PONTÓN, Jenny Cevallos "medios de comunicación.blogspot.com"

comunicación e inculparlos por manejar la imagen de una mujer como mercancía, porcelana o estrategia de marketing.

Creando ciertos prototipos de mujeres que parecen ser inexistentes, son mujeres que no se ven a la vuelta de la esquina y solo es posible encontrarlas en escuelas de modelaje, medios de comunicación como televisión y empresas de publicidad, actuación, o casas de citas, pues es allí el único lugar en donde es posible hallar una mujer creada por los medios.

Pues la publicidad nos presenta ahora a una mujer muy bella, esbelta, delgada, con grandes senos, cintura muy delgada, una gran cola, piel perfecta y sin impurezas, y como regalo extra, con una carrera universitaria, y si se puede con mucho dinero, pero eso no es todo, los medios también interfieren en la manera de comportarse la mujer en la sociedad, en la calle, y en el hogar, sin olvidar que tiene que ser una súper ama de casa, súper mama, y la mejor esposa, que sabe hacer de todo, como cocinar, lavar manchar imposibles y planchar.

Luchan por la liberación femenina, pero en los medios muestran la liberación femenina como una fotocopia del comportamiento del hombre, pues si el hombre es promiscuo, la mujer también lo puede ser.

Sin darse cuenta los medios están creando futuras anoréxicas, prepagos y prostitutas, mujeres que hacen lo que sea por lograr sus ideales, pues ahora los medios se dedicó a diferenciar a las mujeres, porque si no se han dado cuenta ahora se le llama modelo o prepago al trabajo más viejo, la venta de sexo<sup>8</sup>.

Ahora bien, el receptor del flujo informativo, es soberano en cuanto a su libertad de elección de medios de comunicación, de este modo, la prensa escrita tradicionalmente se ha caracterizado por unos niveles de prestigio mayores que los obtenidos por los medios audiovisuales, ello puede ser debido a que la información tratada se somete a un proceso de análisis más profundo, distinto al que puede aplicarse a los audiovisuales, quizá por encontrarnos en la era de la noticia exprés, predominando de esta forma la instantaneidad informativa, así el impacto producido por una noticia en el espectador cobra mayor relevancia si es emitida de forma inmediata, incluso en directo, de este modo, en las redacciones de los medios informativos, en ocasiones ante determinadas noticias denominadas de alcance no hay tiempo material para contrastar las noticias aparecidas en los teletipos y es necesario optar entre la inmediatez con el consiguiente riesgo de faltar a la verdad o conseguir un relevante impacto visual en la audiencia del medio. Aunque el escritor Oscar Wilde manifestara: "aquellos para quienes el presente

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup>BERNABEU Nataliaopinando.over-blog.es

lo constituyen las cosas presentes, no conocen nada del tiempo en que viven"9.

En definitiva, la influencia ya sea positiva o negativa que ejercen los medios de comunicación sobre nuestra sociedad actual, produce una autentica transformación del individuo.

# Virus del Papiloma Humano (VPH).

Una de las patologías más frecuentes con la que el hombre ha tenido que luchar en las últimas décadas es el cáncer. Los países industrializados y aun aquellos en vía de desarrollo se han dado a la tarea de combatir el cáncer, han hecho grandes esfuerzos e invertido cantidades de dinero con el propósito de conocer el origen y seguimiento de esta enfermedad y buscar alternativas que ayuden a erradicarla o a limitarla.

Son impresionantes los datos recientes respecto al origen del cáncer a nivel molecular y se conocen con más precisión los procesos de progresión, invasión y metástasis tumoral. Todos estos experimentos han podido dilucidar algunos factores potenciadores o estimuladores para la aparición de esta enfermedad.

El cáncer de cuello uterino es el segundo cáncer más común en la mujer después del cáncer de mama, y existe un desproporcionado aumento del cáncer cervical en mujeres jóvenes.

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup>TEJEDOR, Valentín "mundoculturalhispano.hondurasbiz.com"

Como el cáncer de cuello uterino se desarrolla en mujeres más jóvenes que el de mama, es una de las neoplasias malignas más devastadoras y es el principal cáncer genital femenino en los países en desarrollo. En Colombia es la segunda causa de mortalidad femenina.

Desde hace más de 100 años se ha considerado que el cáncer cervical tiene una causa infecciosa .Posteriormente se demostró que los virus del papiloma humano (HPV), por su sigla en inglés (human papillomavirus) contribuyen directamente en la carcinogénesis. Es de anotar que el (VPH) es causa necesaria para el desarrollo del cáncer de cérvix, pero no es suficiente, ya que otros factores están involucrados en la progresión de infección a cáncer<sup>10</sup>.

La condición infecciosa de las verrugas, tanto en animales como en el ser humano, se demostró desde principios de siglo. Por su parte. Rous y colaboradores informaron desde 1930 a 1950 el potencial oncogénico de extractos de papilomavirus en conejos.

Shope comprobó que el agente causante de los condilomas se transmitía de un conejo a otro y era un agente filtrable, por tal razón, muy posiblemente un virus.

Apenas en 1949 se observaron por microscopía electrónica las partículas virales en las verrugas. En 1963, Crawford y

<sup>10</sup> REVISTA, Organización Panamericana de la Salud. Edición 17 Washington 2001 Pág. 25

colaboradores revelaron la estructura del genoma los papilomavirus; sin embargo, debido a la falta de un procedimiento para cultivarlos y a la aparente benignidad de las verrugas en seres humanos. retardaron los estudios de potencialidad se su oncogénica.

En los años setenta, ZurHausen propuso el HPV como un candidato en la génesis de las neoplasias del sistema genital; en la misma época Meisel describió una lesión condilomatosa del cérvix inducida por HPV; ambos autores resaltaron la presencia del HPV intranuclearmente en las células coilocíticas asociadas con neoplasia intraepitelial cervical.

En el siguiente decenio se inició el aislamiento de diferentes tipos de papilomavirus humanos; primero, los tipos 6 y 11 en las verrugas genitales, y después, los tipos 16 y 18 en biopsias de carcinoma de cuello uterino. A pesar de estos avances, tuvieron que pasar unos diez años para que se aceptara la relación causa – efecto entre el papilomavirus y el cáncer de cuello uterino<sup>11</sup>

# Epidemiología del Virus del Papiloma Humano (VPH).

El virus del papiloma humano es un grupo grande de virus de los cuales se han identificado más de 100 tipos, de éstos cerca de

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup>MARTÍNEZ, Juan Miguel "www.portalesmedicos.com"

40 son transmitidos sexualmente e infectan el aparato genital masculino y femenino. De estos el grupo de tipos considerados de alto riesgo (de producir cáncer) está constituido por al menos 15 tipos.

El virus del papiloma humano produce infecciones de piel y también afecta las mucosas del tracto anogenital, el oral (boca, garganta) y respiratorio.

En la piel las lesiones más frecuentes son las verrugas cutáneas, también llamadas verrugas vulgares y las verrugas plantares, que son lesiones en las plantas de los pies, a menudo dolorosas.

# Verrugas Cutáneas.



Las lesiones anogenitales incluyen las verrugas genitales (condiloma acuminado, cresta de gallo) que son formaciones carnosas con aspecto de coliflor que aparecen en las zonas húmedas de los genitales. Las verrugas genitales, por lo común, son causadas por los tipos VPH-11 y VPH-16. Estos tipos de VPH

también pueden producir verrugas en el cuello del útero, en la vagina, la uretra y el ano.

En la boca y garganta el virus del papiloma humano produce el papiloma oral y el papiloma laríngeo. También producen el papiloma de la conjuntiva del ojo y el papiloma nasal.

Este virus está relacionado con alteraciones del epitelio del cuello uterino denominadas neoplasia intraepitelial cervical (NIC), las cuales se han clasificado en tres grados 1, 2 y 3l. La NIC 3 en particular se considera una lesión precancerosa precursora del cáncer cervicouterino.

Los virus del papiloma humano también están relacionados con varios tipos de cáncer, entre los cuales se incluyen: cáncer del cuello del útero (cervicouterino) y cáncer de varios órganos, tales como: amígdala, faringe, esófago, mama, próstata, ovario, uretra y de piel.

El cáncer del cuello uterino es el segundo cáncer de la mujer en frecuencia en todo el mundo después del cáncer de mama y es el principal cáncer de la mujer en la mayoría de los países en vías de desarrollo, donde ocurre el 80% de los casos de cáncer de cuello uterino. Se estima que causa alrededor de 500.000 muertes al año en todo el mundo. Su frecuencia es mayor en países en desarrollo.

#### Modo de Transmisión.

Las infecciones en el cuello uterino y en la vagina por lo general se transmiten por contacto sexual; no obstante, hay evidencia de otras formas de contagio como son: instrumentos médicos inadecuadamente esterilizados y juguetes sexuales.

Otra forma de contagio, aunque poco frecuente, es de la madre al niño durante el parto en los casos que existen verrugas genitales en el canal vaginal. En estos casos puede producirse en el niño un cuadro denominado papilomatosis laríngea. Este tipo de transmisión del virus es poco común y se previene practicando una cesárea en el momento del parto.

Las verrugas vulgares pueden autoinocularse. Las verrugas genitales pueden transmitirse por contacto directo de la piel con las verrugas.

### Período de incubación:

Es muy variable. Por lo general de dos a tres meses 1, aunque puede ser de años. 7 La mayoría de las infecciones transcurren sin lesiones aparentes y desaparecen sin dejar evidencias de la infección. Un porcentaje pequeño de las infecciones persisten al cabo del tiempo (5-10%) provocando lesiones que podrían evolucionar a lesiones precancerosas (neoplasia intraepitelia cervical grado 3, NIC 3) o cáncer al cabo de los años (10 a 12 años).

Factores de Riesgo asociados al VPH para el Desarrollo de Cáncer Cervicouterino.

Se han encontrado algunos factores de riesgo asociados al VPH que son determinantes para que esta evolución hacia el cáncer se dé, los más importantes son:

- 1. Conducta sexual
- 2. Consumo de tabaco.
- 3. Mujeres con alto número de embarazos
- 4. Sistema inmunológico deprimido.
- 5. Uso prolongado de anticonceptivos
- 6. Malnutrición.

# El Virus del Papiloma Humano en Hombres.

¿Cuáles son las señales o síntomas del Virus de Papiloma Humano (VPH) en Hombres?

La mayoría de los hombres que tienen el VPH no presentan ningún síntoma. Sin embargo, algunos tipos de VPH pueden causar verrugas genitales. Las verrugas genitales son uno o múltiples crecimientos que aparecen en el área genital. Pueden tener forma de coliflor, con relieve o chatas.

En el hombre, las verrugas genitales pueden aparecer alrededor del ano o en el pene, escroto (testículos), ingle o en los muslos. Incluso hombres que nunca han tenido sexo anal pueden desarrollar verrugas alrededor del ano. Las verrugas pueden aparecer semanas o meses después del contacto sexual con la persona infectada. Una persona puede tener el tipo de VPH que causa verrugas genitales y nunca desarrollar ninguna verruga.

¿Cómo se contagia un hombre con el VPH genital?

El VPH se transmite a través del contacto genital (ya sea sexo anal o vaginal, tanto hombre como mujer pueden adquirir el VPH) y contagiar a otras personas sin darse cuenta.

Las verrugas genitales también se pueden transmitir por medio de una persona que tenga la infección por VPH pero que no presenta verrugas visibles. Dado que el virus puede permanecer en silencio por mucho tiempo, una persona puede tener el VPH genital aunque hayan pasado años desde el día de la relación sexual.<sup>12</sup>

La prevención del género femenino en las enfermedades de transmisión sexual.

Las infecciones de transmisión sexual (ITS), constituyen un gran grupo de enfermedades producidas por diferentes agentes etiológicos, que tienen en común que su principal vía de transmisión son las relaciones sexuales, este hecho les confiere la especial connotación de que para su control, se necesita conocer y actuar sobre las relaciones y conductas sexuales de las personas, aspectos

<sup>12</sup> REVISTA, Organización Panamericana de la Salud. Edición 17 Washington 2001 Pág. 30

de la vida en que muchos no están de acuerdo en que otros se inmiscuyan. Se debe señalar que el sexo surge con el surgimiento del propio hombre como la forma de placer y de reproducción de la especie. Desde la comunidad primitiva el hombre ha practicado el sexo como placer, y por lo tanto desde la más remota antigüedad han existido enfermedades relacionadas con la sexualidad.

En la actualidad aproximadamente dos millones de mujeres y niños son sometidos a la servidumbre sexual en el mundo, la mitad de los cuales se calcula son traficados por la fuerza, el engaño o la coerción económica. Además, las fuentes sugieren que entre 100 000 y 200 000 mujeres y niños, algunos de apenas seis años de edad, son traficados anualmente a través de las fronteras, con fines de explotación sexual.

Uno de cada 20 jóvenes se contagia de una infección de transmisión sexual (ITS) cada año mundialmente y dos de cada tres enfermedades de transmisión sexual (ETS) tienen lugar en estas edades.

De acuerdo a los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos (CDC), hacia los 50 años, más del 80 % de las mujeres contraerán al menos uno de los tipos de VPH genital. Se recomienda a todas las mujeres realizarse anualmente un test Pap para detectar anormalidades celulares causadas por VPH. De acuerdo al "National Cervical

CancerCoalitionNCCC", el 15 % de las mujeres no se hacen el Pap; y esas mujeres sin control regular de cáncer cervical incrementan dramáticamente su posibilidad de tener cáncer cervical.

Los factores de riesgo de cáncer cervical están relacionados con características tanto del virus como del huésped, e incluyen:

- Múltiples compañeros sexuales;
- Una pareja masculina con muchos compañeros sexuales presentes o pasados;
- Edad temprana en la primera relación sexual;
- Elevado número de partos;
- Infección persistente con un VPH de alto riesgo (como VPH 16 o 18);
- inmunosupresión;
- ciertos subtipos de HLA (antígenos leucocitarios humanos);
- uso de contraceptivos orales;
- uso de nicotina.

Ciertos tipos de VPH transmitidos sexualmente pueden causar cáncer cervical. Una infección persistente con uno o más de cerca de una docena de esos tipos de VPH de "alto riesgo" es un factor importante en la mayoría de todos los casos de cáncer cervical.

El desarrollo del cáncer cervical inducido por HP es un proceso lento que generalmente tarda muchos años. Durante la fase

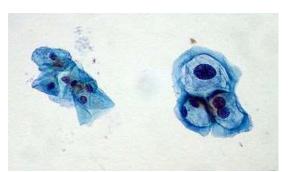
de desarrollo, las células pre cancerosas pueden ser detectadas por una citología anual o semestral de Papanicolaou, coloquialmente "Pap". El Pap es una estrategia efectiva para reducir el riesgo de cáncer cervical. El test de Pap involucra tomar tejido del cérvix, colocarlo en una platina de vidrio, y examinar bajo microscopio para detectar células anormales. Es un método 70% a 80% efectivo para detectar anormalidades celulares causadas por VPH.

Un método más sensible es el "Preparado Delgado," en donde el tejido del cérvix se pone en una solución líquida, y es 85% a 95% efectivo para detectar anormalidades celulares causadas por VPH. Este último test Pap se usa mayormente en mujeres mayores de 30 años. Es una combinación de test Pap-ADN HPV. Si este test da tres años antes negativo, puede esperarse de nuevamente. Se puede indicar una inspección detallada del cérvix por colposcopia si se detectan células anormales por test rutinario Pap. Un ejemplo frecuente de ocurrencia de células anormales que se encuentran en asociación con el VPH son los coilocitos, como lo muestra la gráfica<sup>13</sup>.

.

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup>REVISTA de la Asociación Médica Estadounidense (JAMA), Nro. 55 abril 2010 Pág. 10

## Prueba de Papanicolaou



Preparado delgado con grupo de células cervicales normales a la izq., y células infectadas con VPH a la der. Éstas con VPH muestran formas típicas de coilocitos:

### Los medios impresos y su incidencia en la sociedad.

El documento que se presenta a continuación se genera con base en la gran preocupación que existe hoy por el papel protagónico que han adquirido los medios de comunicación dentro de la sociedad, actualmente a los medios masivos se les ha otorgado el poder de modificar patrones de comportamiento y de intervenir en los procesos de interrelaciones sociales y culturales, todo esto sucede porque en el contexto urbano de la mayoría de los países, sus habitantes están expuestos a los mensajes transmitidos por los medios desde temprana edad, al punto que estos resultan reemplazando, en ocasiones, a la familia y a la misma escuela en el proceso educativo de los niños y jóvenes de una nación.

Las facultades de Comunicación Social tienen como una de sus principales tareas establecer la incidencia de los medios masivos en los diversos aspectos de la sociedad, analizar la relación entre educación y medios masivos como herramientas pedagógicas, y a partir de allí para plantear nuevas formas de interacción que permitan respuestas más coherentes con el contexto social propio de los individuos.

Para que esta relación entre educación y medios tenga una visión amplia a futuro, se debe comenzar por desmitificar a los medios, traerlos más cerca de las personas, en este caso maestro y alumnos, con el fin de que ellos puedan acceder a su utilización sin pensar que ese trabajo le compete únicamente a los monopolios de los medios, además para fijar el precedente de que además de investigar y difundir los hechos que afectan a su comunidad, el comunicador tiene un importante papel en la formación de las personas que pertenecen a esta, desde los conocimientos y conceptos más elementales hasta los elementos más importantes y representativos de su cultura, sirviéndose para esto de los medios que lo hagan de manera innovadora o que tengan un alto nivel de penetración en la conciencia colectiva.

Pero también es necesario recalcar que una sociedad desinformada se vuelve débil por eso los medios de comunicación son indispensables siempre y cuando se los trate de forma responsable con una ideología correcta pensando que fueron creados principalmente para el beneficio de la gente.

Además los periodistas en general deben estar conscientes que actualmente tienen una gran influencia y no es fácil poner un solo punto de vista cuando somos millones de individuos.

Por eso debemos recalcar que la información apareció para beneficio del hombre pero no de manera individual sino colectiva<sup>14</sup>.

# 3.3 MARCO TEÓRICO CONTEXTUAL.

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el mundo se presentan alrededor de 500 mil nuevos casos por año y se producen alrededor de 250 mil muertes por esta causa. En el Ecuador se presentan alrededor de 1200 nuevos casos por año y mueren alrededor de 400 mujeres según los datos tomados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC y de los diferentes registros de cáncer publicados por los núcleos de SOLCA.

En el Ecuador, el cáncer uterino ocupa el primer lugar como causa de muerte entre las mujeres; en el año 1995 la tasa de mortalidad fue de 8/100.000 mujeres. La tasa de incidencia del carcinoma invasor del cuello uterino aumenta considerablemente a partir de los 40-44 años, llegando a tener cifras tan altas como 18/100.000 mujeres a la edad de los 65 años, de acuerdo al Registro Nacional de Tumores de Quito. Según el Ministerio de Salud Pública las estadísticas realizadas en el 2006 son de 17/100.000 mujeres, en

-

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> portalecuador.ec Consulta lunes 26 de enero de 2010 17h00.

el año fueron 724, al mes sería 60, semanal 15 por lo tanto serían 2 mujeres diarias que fallecen por cáncer de útero, es un dato alarmante, razón importante para continuar con la prevención primaria y secundaria.

El mecanismo para abatir las altas tasas de incidencia y mortalidad por esta neoplasia, radica en la detección precoz a través de un buen examen de citología cervical. A pesar de que en el país se realiza la prueba de Papanicolaou desde hace aproximadamente 30 años, las altas tasas de incidencia y mortalidad por esta neoplasia no han disminuido significativamente por lo cual es necesario aplicar nuevas estrategias para que el país logre un impacto sobre esta neoplasia y con el advenimiento de la vacuna contra el agente causal que es el virus del papiloma humano (VPH).

El trabajo realizado a nivel Nacional del año 2007 por las provincias de concentración es de citologías con un número considerable, las cifras son Paptest normales logrados encuestar de 357.481, Paptest anormales 14.962 que corresponde 3.76%, estando dentro de los parámetros que se maneja a nivel mundial y con un rango parecidos a los demás países que tienen resultados de citologías combinadas.

Llamando la atención que cada provincia maneja resultados muy diversos desde 1.18% hasta un rango de 8.12 dejando la duda del manejo en los diferentes centros del país, o aceptamos que hay

sectores endémicos que tienen un porcentaje alto, podríamos decir que El Oro es una de las zonas endémicas, a diferencia de Ambato, Tulcán, Loja, Portoviejo están en parámetros bajo 2% considerando como sectores menos promiscuos? o es necesario realizar un control de calidad técnico o estadístico, con las otras cifras a excepción del 8,13% en una clínica particular, los otros porcentajes caería dentro de lo aceptable<sup>15</sup>.

# Cáncer en la ciudad de Loja.

El Registro de Tumores de Loja (RTL) es un departamento de Solca Núcleo de Loja, fue creado en 1997, es un registro de base poblacional, que tiene como objetivo el indexar todos los casos de cáncer ocurridos en la población residente en el cantón Loja.

Es por ello que ha detectado que el cáncer de cérvix ha sido la neoplasia que más afectado a las mujeres de esta provincia, con un promedio de 19 casos por año. De esta neoplasia no se observa una disminución de la incidencia, ya que de 15 casos en el año 97 pasamos a 25 casos en el 2003.

La causa es la falta de tamizaje y elevadas tasas de infección por el virus del papiloma humano (VPH), contribuyen al problema. Algunos estudios realizados han revelado que entre pacientes con cáncer de cuello uterino que no han sido tratadas, entre el 30% y el

-

<sup>15</sup> REVISTA, Organización Panamericana de la Salud. Edición 17 Washington 2001 Pág.15

70% desarrollaran carcinoma invasor en un periodo de 10 a 12 años. A pesar de los programas desplegados en la ciudad de Loja los casos son de aproximadamente de 422 presentados en el periodo de 1997 – 2006, que representan el 23.1%, del total de casos de mujeres.

Se ha demostrado que el factor de mayor riesgo para el desarrollo de carcinomas pre-invasores o invasores del cuello uterino es la infección por el (VPH), el cual sobrepasa en gran manera otros factores conocidos de riesgo, tales como alta paridad, un alto número de compañeros sexuales, la primera relación sexual con coito a una edad temprana, el estado socioeconómico bajo y un hábito de tabaquismo.

Cáncer de cuello uterino referencia de incidencias y mortalidad<sup>16</sup>

Ciudad	Periodo	Incidencia	Mortalidad
Quito	2000 – 2002	20.3	7.9
Cuenca	1997 – 2002	22.1	5.0
Loja	1997 – 2003	36.53	9.92
Portoviejo	2000 – 2001	20.73	6.93
Guayaquil	1999 – 2001	26.1	4.4
Machala	1999 – 2002	35.2	7.4
Ambato	2000 – 2003	27.8	12.1

\_

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup>REVISTA, Incidencia del Cáncer en la ciudad de Loja, "Estudio de una década" Pág.95

Si hacemos referencia a los medios de comunicación, como instrumentos que deben aportar a la formación colectiva, podemos decir que no han contribuido con tales propósitos, pese a que son indispensables para la convivencia social, en la necesidad de transmitir información, ideas y sentimientos de una persona a otra, es decir la comunicación. Por ello, quienes están al frente de estos medios tienen una responsabilidad social mayor que quienes trabajan en otros campos, ya que el periodismo es una profesión de constante vinculación con la comunidad.

Medios impresos de Loja, en la difusión de información sobre enfermedades de transmisión sexual tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH):

En la ciudad de Loja existen tres medios impresos que son: Diario La Hora, Crónica de la Tarde y Diario Centinela. Para la realización de la investigación se ha realizado un monitoreo a los tres diarios en mención, con el objetivo de averiguar si difunden información relacionada con la prevención de enfermedades de transmisión sexual como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), siendo este el factor para el cáncer de cuello de útero en la mujer y cáncer de pene en el hombre y la principal causa de muerte en el género femenino en la ciudad de Loja. Como lo demuestra el siguiente cuadro estadístico:

Distribución de los tumores malignos en el Cantón Loja. Periodo 1997 - 2006<sup>17</sup>

	FEMENINO		
TIPOGRAFÍA.	Frecuencia	Porcentaje	
Cuello Uterino	<mark>422</mark>	<mark>14%</mark>	
Piel	239	8%	
Mama	204	7%	
Estómago	204	7%	
Glándula Tiroides	86	3%	
Sistema Hematopoyético y Rectic.	83	3%	
Endoct			
Ovario	67	2%	
Colon	51	2%	
Ganglios Linfáticos	47	2%	
Vesícula Biliar	41	1%	
Otras localizaciones	378	53%	
Total	1822	100%	

En el seguimiento a los tres diarios el resultado obtenido es: dos de tres diarios como La Hora y Crónica de la Tarde tienen convenio con Solca núcleo de Loja, para la publicación de información dos veces por semana, pero el 80% de esta es netamente publicitaria anunciando los servicios que presta este centro oncológico, el resto es paliativa y no preventiva como debería ser para evitar el contagio de enfermedades infectocontagiosas.

El tercer diario como lo es Centinela no posee ningún tipo de convenio como los dos anteriores con instituciones relacionadas a la salud sexual, este matutino se ha limitado a realizar reportajes

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup>ÍDEM

esporádicos sobre enfermedades de transmisión sexual, en los que la información es más superficial y paliativa que preventiva.

El objetivo fundamental de la presente investigación es detectar las falencias de los medios impresos en la divulgación de información relacionada con la prevención de enfermedades de transmisión sexual y poner a disposición un producto comunicativo adecuado, manejado profesionalmente, a fin de concienciar a los habitantes de la ciudad de Loja, principalmente al género femenino de las causa y consecuencias que puede acarrear el contagiarse del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

#### 4. OBJETIVOS.

### 4.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar si la insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en los medios impresos locales, ha incidido en el desconocimiento y la no prevención del mismo en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

### 4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

✓ Establecer si los medios impresos locales divulgan información sobre el Virus del Papiloma Humano (VPH), al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja,

- ✓ Comprobar si los medios impresos locales cuentan con espacios destinados a la divulgación de información sobre el Virus del Papiloma Humano (VPH), al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.
- ✓ Saber de qué manera los medios impresos locales contribuyen a la divulgación de información sobre el Virus del Papiloma Humano (VPH), para evitar el contagio en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.
- ✓ Proponer acciones propositivas de prevención en medios impresos para el NO contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH), encaminado al género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

### 5. JUSTIFICACIÓN.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo contribuir con estrategias comunicacionales en medios impresos a la divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) para el género femenino mayor de veinte años residentes en

la ciudad de Loja. Justificando el desempeño académico y profesional aprendido, trabajando en una campaña de comunicación preventiva a través de los medios impresos locales.

#### En lo Social.

Considerando la realidad del problema planteado que se refiere: ¿Cómo Inciden los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja? Es la razón por la que se pretende contribuir con soluciones sociales para disminuir y controlar la expansión de este tipo de enfermedades.

Una de ellas es realizar una Campaña de prevención social (medios impresos), su objetivo será: ¿Cómo evitar el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja? Este tipo de campaña tendrá un tratamiento periodístico y humano adecuado, de ahí la importancia de poner a disposición de la ciudadanía lojana, en especial al género femenino, una campaña de educación y concientización, cumpliendo de esta forma el rol social. Fortaleciendo los pilares para una sociedad lojana preventiva y saludable, averiguando los diferentes problemas que la acechan, garantizando una solución a los mismos y ofreciendo una buena calidad de vida para todos sus miembros.

#### En lo Académico.

Estamos en la obligación de investigar e indagar, de una manera exhausta y profunda, con la capacidad y la responsabilidad que poseemos. Teniendo como base los conocimientos adquiridos en nuestra educación, durante nuestro período universitario, uno de ellos es: el Sistema Académico Modular por Objetos de Transformación (SAMOT), implementado en 1990 en la Universidad Nacional de Loja., entre uno de los objetivos que persigue, es llegar a la realidad por medio de una indagación exhaustiva.

Esto permitirá vincularnos con la sociedad y desarrollarnos no solo como comunicadores sociales, sino también como investigadores y personas de bien. Para dar soluciones viables a los problemas existentes, sobre todo cuando la comunicación funciona como herramienta clave de orientación y educación en el género femenino residentes en la ciudad de Loja.

El proyecto se rige dentro de las "Líneas de investigación", que presenta la carrera en Ciencias de la Comunicación Social, cuando la "Incidencia de los procesos de divulgación en los Medios Impresos locales sobre el contagio (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, segundo semestre de 2010.- Propuesta alternativa", cumple precisamente con la función de la "Línea matriz V", con el programa I: Ética, comunicación y desarrollo humano. También constituye un requisito

para la obtención de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social.

#### En lo Económico.

En el ámbito económico la ciudad de Loja, demandará menos recursos del presupuesto anual del Estado, para afrontar este tipo de enfermedades de transmisión sexual, específicamente el cáncer de cuello uterino causada por el "Virus del Papiloma Humano" (VPH). Con esto se lograría un objetivo muy importante que es el bienestar para todos quienes conforman esta ciudad.

#### En lo Institucional.

La importancia que tiene la Comunicación Social y el rol que juega en el desenvolvimiento de la sociedad ha sido reconocida y referida permanentemente. Los actores sociales comprometidos con su actividad demandan que los medios de comunicación (impresos) actúen como guardianes de los derechos de los ciudadanos, brindando información adecuada y necesaria a los perceptores, que les permita tener pleno conocimiento de los verdaderos problemas que los aquejan.

En virtud de ello, con el presente trabajo investigativo se pretende plantear alternativas de solución, a la problemática planteada en la ciudad de Loja. Siendo un valioso aporte para la Universidad Nacional de Loja (UNL), al conocer el impacto de la

oferta académica en el área de la Comunicación Social, específicamente en la realización de una Campaña de Prevención sobre el (VPH), para el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, las que serán acogidas por todo el conglomerado lojano para su bienestar y principalmente para su salubridad.

### 6. HIPÓTESIS.

"La insuficiente información sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano (VPH), en los medios impresos locales, ha provocado desinformación por ende el contagio y la proliferación de este tipo de virus en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja"

# 7. METODOLOGÍA.

Para el desarrollo de este proyecto de tesis, la metodología que vamos a utilizar son varios métodos, procedimientos básicos y técnicas de recopilación, análisis e interpretación de información y datos, los cuales permitirán guiarnos a los caminos correctos para encontrar alternativas de solución al problema planteado, a una adecuada planificación y ordenación de todas las fases de la investigación.

El presente trabajo investigativo se desarrollará en la ciudad de Loja, capital del Cantón que lleva el mismo nombre. Cuenta con Cuatro parroquias urbanas: El Sagrario, San Sebastián, El Valle y Sucre.

La investigación tiene el carácter de descriptiva, explicativa y aplicada, considerando que se divulgará, una Campaña para la prevención del contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH), destinado al género femenino mayor de veinte años residentes de la ciudad de Loja.

# 7.1 MÉTODOS

**Método Científico.-** Se lo utilizará en todo el proceso de investigación, que va desde la problematización, hasta la sustentación del informe final con su respectiva propuesta, se lo empleará para analizar e interpretar fichajes, datos estadísticos del INEC, SOLCA, de la Dirección Provincial de Salud, Aprofe entre otros, para sistematizar las conclusiones, recomendaciones y elaborar la propuesta alternativa.

Método Deductivo.- Permite recopilar informaciones generales para estudiarlas dentro del objeto de estudio, también nos permitirá desintegrar el problema para estudiarlo desde lo general hasta llegar a la esencia de sus partes específicas. Al utilizar este método de la deducción nos consentirá razonar sobre el contagio del (VPH) en el género femenino y la falta de información de los medios impresos locales.

De igual forma con el mencionado método se logrará identificar a los medios impresos locales que difunden información sobre el (VPH), encaminados a la prevención de esta enfermedad.

**Método Inductivo.**- En el presente trabajo nos permitirá estudiar el problema a investigar desde aspectos particulares para llegar a aspectos generales, dentro de la investigación se lo aplicará en la formulación de objetivos y problemas específicos. Además constará en el planteamiento de una campaña de prevención del contagio del (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

El método analítico.- Se utiliza previo al escogitamiento del tema de estudio, asimismo en la problemática, marcos referenciales, trabajo de campo, a fin de interpretar la situación actual del problema para posterior desarrollar las conclusiones y recomendaciones; el sintético, al esbozar la información recolectada tanto en el proyecto de investigación como en el trabajo de campo.

El método interpretativo.- Contribuirá en todas las fases del trabajo investigativo, específicamente en la justificación, hipótesis, problemática e interpretación de resultados, a fin de elaborar una campaña de prevención del contagio del (VPH) en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

El lógico- pragmático (causa-efecto) se toma en cuenta en diferentes incisos del trabajo investigativo: justificación, hipótesis, problematización, trabajo de campo, conclusiones y recomendaciones; para posterior realizar una propuesta alternativa al problema estudiado.

En los marcos referenciales está presente el método científico- bibliográfico. En el antes mencionado se indaga, por medio de entrevistas a algunos actores involucrados en el tema, sin dejar de lado la documentación.

# 7.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.

### **TÉCNICAS:**

Las técnicas facilitan las normas necesarias para ordenar las etapas de la investigación científica, por lo tanto, en la presente investigación se utilizarán las técnicas del fichaje, la entrevista –guía de entrevista- y la encuesta –cuestionario.

**Fichaje.-** Este instrumento permitirá el procesamiento de la información, entre ellas: La Constitución Política del Ecuador,

Convenios Internacionales, Proyecto de Ley de Comunicación... existentes en la páginas de la Internet, bibliotecas... además de la documentación (digital y/o impresa) que brindaron los medios de comunicación impresos de la localidad,el papel que cumplen estos, así como la Propuesta Alternativa que se planteará.

Encuesta.- Se realizará a 398 mujeres de 20 años en adelante y que habiten en la ciudad de Loja, esto porque el universo a investigarse es de 66933 mujeres en la ciudad. Cabe destacar que el universo está supeditado a los datos proporcionados por el Consejo Nacional Electoral - Loja, en cuanto a la población existente en la urbe.

#### Población Muestra.

De un universo de 66933 mujeres mayores de veinte años en la ciudad de Loja<sup>18</sup>, la muestra para aplicar la ENCUESTA es de 398, resultado de la siguiente operación: {n= tamaño de la muestra, N=Universo, &=margen de error (0.05)}.

$$n = \frac{N}{1 + \&^2 N}$$
  $n = \frac{66933}{1 + (0.0025) 66933}$   $n = \frac{66933}{168}$   $n = 398$ 

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup>Conseio Provincial Electoral año 2009.

**Entrevista.-** Serán recabadas en soportes audio-fónicos y escritos, a fin de facilitar y garantizar la investigación. En ese sentido se realizará:

### Médicos especialistas.

De igual manera se realizarán tres entrevistas a expertos en enfermedades de transmisión sexual de la ciudad de Loja, en el hospital oncológico de Solca a los Doctores Miguel Bravo ginecólogo y Aprofe Colon Ortega y Susana Ruilova, se acudirá a sus despachos y/o consultorios y luego de explicarles el propósito de la entrevista se procederá a filmar el diálogo sostenido.

### Expertos en campañas comunicacionales.

Se entrevistará a tres expertos en campañas comunicacionales domiciliados en la Ciudad de Loja; con el propósito de recabar información, la entrevista será aplicada en forma directa, en sus lugares de trabajo y previa cita.

### A directivos de medios de comunicación impresos.

La entrevista estará dirigida a la Lcda. Paola Betancourt directora de diario la Crónica de la tarde, Lcdo. Richard Apolo, jefe de redacción de diario Centinela y al Lcdo. César Sandoya, jefe de redacción de diario La Hora. Esta muestra también tendrá como prioridad que entre sus políticas se refleje la educación y orientación hacia la sociedad.

La finalidad será conocer su perspectiva frente al aporte de los medios impresos en cuanto a la difusión de información sobre enfermedades infectocontagiosas como es el "Virus del Papiloma Humano" (VPH) y también la predisposición del espacio en los medios que dirigen para la implementación de una estrategia comunicacional.

# 7.3 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

Los insumos recabados en el fichaje, encuestas, entrevistas y observación directa, serán compilados en soportes físicos y magnéticos a fin de ser sistematizados, tabulados e interpretados en el informe final de la investigación; consecuentemente, será el método científico el que oriente el trabajo de campo, mediante el apoyo del programa informáticos (software) Excel y Word, Power Point<sup>19</sup>.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> Tomado del proyecto de investigación para la maestría en Comunicación Pública de la ciencia y la tecnología:

# SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Recolección de datos.
- Organización de datos (tablas estadísticas)
- Presentación de gráficos
- Análisis contrastado con el marco teórico.
- Interpretación de datos

SECTOR INVESTIGADO	POBLACIÓN	MUESTRA	INSTRUMENTO
Género femenino mayor de veinte años residente en la ciudad de Loja	66933	398	Encuesta
Expertos sobre el virus del papiloma humano (VPH).	3	Todos	Entrevista
Expertos en campañas preventivas	3	Todos	Entrevista
Directivos de medios de comunicación impresos	3	Todos	Entrevista
Total	66942	407	

# 8. CRONOGRAMA DE TRABAJO.

ACTIVIDAD	I Mes	II Mes	III Mes	IV Mes	V Mes	VI Mes
Fase 1 Elaboración del proyecto.	x					
Fase 2 Planificación y ejecución del trabajo de campo.		x				
Fase 3  Elaboración y presentación del informe de investigación.			x	x		
Fase 4 Sustentación pública de la tesis.					x	x

# 9. PRESUPUESTO

# 9.1 Recursos Humanos.

- Carlos Soto Cabrera (Investigador).
- Director de tesis.
- Directores de los tres medios impresos de la ciudad de Loja.
- Expertos en campañas preventivas comunicacionales.

- Ciudadanía lojana específicamente género femenino mayor de veinte años.
- Médicos relacionados en enfermedades de transmisión sexual.

### 9.2 Recursos técnicos.

- Computador.
- Copiadora.
- Grabadoras.
- Cámaras fotográficas.
- Casetes.
- Internet.
- Filmadora.

### 9.3 Recursos materiales.

- Materiales de escritorio.
- Casete.
- Transporte.
- Alimentación.
- Memorias rápidas.
- Bibliografía.

### 9.4 Presupuesto.

INSUMOS	VALOR EN DÓLARES
Materiales de escritorio	30,00
Internet	20,00
Cd	10,00
Casetes	10,00
Memorias rápidas	30,00
Computadora	1000,00
Copias	50,00
Transporte	100,00
Impresión de documentos	150,00
Grabadora	90,00
Construcción de propuesta práctica	500,00
Otros	130,00
Total	2120,00

### 9.5 Financiamiento.

El presente trabajo investigativo será financiado en su totalidad, por Carlos Augusto Soto Cabrera, egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, realizador de la investigación.

### 10. SUMARIO.

- TEMA
- RESUMEN EN CASTELLANO E INGLÉS
- INTRODUCCIÓN
- REVISIÓN DE LITERATURA
- METODOLOGÍA UTILIZADA
- EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS
- COMPROBACIÓN O DISPROBACIÓN DE OBJETIVOS
- COMPROBACIÓN O DISPROBACIÓN DE HIPÓTESIS
- CONCLUSIONES.
- RECOMENDACIONES
- PROPUESTA
- BIBLIOGRAFÍA
- ANEXOS
- ÍNDICE

### 11. BIBLIOGRAFÍA.

- ✓ Revista de la Organización Panamericana de la Salud. El Control de las Enfermedades Transmisibles.
   DecimoséptimaEdición. Washington, 2001.
- ✓ Revista Incidencia del Cáncer en la ciudad de Loja, "Estudio de una década"
- ✓ PONTÓN Jenny Cevallos, medios de comunicación.blogspot.com
- ✓ TEJEDOR Valentín, "mundoculturalhispano.hondurasbiz.com"
- ✓ Revista de la Asociación Médica Estadounidense (JAMA) abril
   2010
- ✓ Consejo Provincial Electoral 2009.
- ✓ "Concepto y Componentes de la Comunicación", Remedios Ayala.
- ✓ Constitución de la República del Ecuador.
- ✓ Comisión Económica para América Latina y el Caribe: La transmisión de mensajes.
- ✓ BERNABÉU Natalia, opinando. over-blog. es
- ✓ MARTÍNEZ Juan Miguel, "www.portalesmedicos.com"
- ✓ www.ciberatalayas.com/cursos/educacion\_sexual.htm
- ✓ Wiki pedía, La Primera Enciclopedia.
- ✓ IÑIGUEZ José, Comunicación Social de la Ciencia, Editorial
   Universitaria de la UNL. Loja, 2003

- ✓ Tomado del proyecto de investigación para la maestría en Comunicación Pública de la ciencia y la tecnología:
- ✓ Tomado del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, vigente desde el 22 de enero de 2009.
- ✓ Incidencia de infecciones de transmisión sexual en mujeres en edad fértil.

### ANEXO DOS.



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE, Y LA COMUNICACIÓN. CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

Apreciada Señora (ita).

Como egresado de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el afán de conocer si usted tiene algún referente sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), y con el propósito de realizar una Campaña de Prevención destinada a las mujeres residentes en la ciudad de Loja, por lo que solicitamos muy comedidamente responda el siguiente cuestionario.

Edad.	Ocu	ıpación
1.	¿Tiene usted conocimiento sobr (VPH)?	e el "Virus del Papiloma Humano"
	SI ( ) NO (	)
2.	¿Sabe usted que el "Virus del F de cáncer de cuello de útero?	apiloma Humano" (VPH), es el causante
	SI ( )	NO ( )
	¿Cómo?	
3.	encaminada a la prevención	impresos locales difunden información del contagio de enfermedades de el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)
	SI ( )	NO ( )
	¿Cómo?	

4.	¿Cree usted que los r difunden campañas a la sexual como el "Virus de	a prevención de enferi	nedades de transmis	
	SI ( )	NO ( )		
	¿Cómo?			<b></b>
5.	¿Considera usted que la del Papiloma Humano" ( el desconocimiento y la femenino?	(VPH), en los medios ir	npresos locales, provo	oca
	SI ( )	NO ( )		
	¿Cómo?			
6.	¿Cree usted que la dif locales ayudaría al cono Papiloma Humano" (VPI	cimiento y prevención d	el contagio del "Virus	
	SI ( )	NO ( )		
	¿Cómo?			
7.	¿La insuficiente divulga Humano" (VPH) en los r la proliferación del mism	medios impresos locale	s, incide en el contagi	
	SI ( )	NO ( )	EN PARTE (	)
	SI ( ) ¿Cómo?	NO ( )	EN PARTE (	)
	. ,	,	EN PARTE (	)
	. ,	,	·	
8.	. ,	difusión de una campañ lades en los medios	a o de información sol	  bre

	•	Poca En parte En nada	(	) ) )									
	٩ <u>ن</u>	or qué?											
9.	ca	or qué medio de comu mpaña para informarse e acarrea contagiarse o	у	conoc	er s	obre	e las	cau	sas y	у со	nseci	uencias	
	•	Banners	(	)									
	•	Periódicos Revistas	(	)									
	•	Afiches	(	)									
	•	Trípticos	(	)									
	•	Hojas volantes Otros especifique	(	)									
10	en so	Cuál de estos productos la campaña comunica bre las causas y conse piloma Humano" (VPH)	aci cue	onal d	le p	reve	nció	n, qı	ue po	ermi	tirá d	conoce	r
	•	Reportajes		(	)								
	•	Noticias		(	)								
	•	Publicidad		(	)								
	•	Entrevistas a expertos		(	)								
	•	Mediante gráficos Anuncios preventivos		(	)								
	•	Otros		(	,								
		especifique											

Gracias por su colaboración.

### **ANEXO TRES.**



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE, Y LA COMUNICACIÓN. CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

### **ENTREVISTA A MÉDICOS - EXPERTOS**

Como egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja. Con el propósito deanalizar las acciones que viene realizando los medios impresos de la ciudad de Loja, en la divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el contagio del género femenino, solicita comedidamente dar respuesta a las siguientes preguntas. Que servirán en la realización de tesis de grado:

1.	¿Existen políticas de Estado que apoyen la difusión de información sobre este tipo de enfermedades infectocontagiosas tales como el "Virus del Papiloma Humano" (VPH).?
	Si () No () En Parte () ¿Porque?
2.	¿Cree que los medios impresos de la ciudad de Loja, destinan espacios para la difusión de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?
	Si () No () En Parte () ¿Porque?
3.	¿La divulgación de información en los medios impresos sobre el (VPH), contribuiría al conocimiento y a la prevención de enfermedades de transmisión sexual como es el "Virus del Papiloma Humano" (VPH)?
	Si () No () En Parte () ¿Porque?
4.	¿La insuficiente información en los medios impresos locales, incide en el contagio y la proliferación el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el género femenino?

((	Si ( ) I			
	¿El comunicador social e prevención?	está ca <sub>l</sub>	pacitado para realizar d	campañas de
((	Si () I Observación)			
	¿En caso de que se reali mpreso cuál de estos sería			en un medio
•	Revistas Trípticos	( )	Periódicos Afiches Hojas volantes	( ) ( ) ( )
_	Qué productos comunicacio implementar una campaña			edio impreso
•	Otros	( )	Noticias Entrevistas a expertos Anuncios preventivos	( )

Gracias por su colaboración.

## **ANEXO CUATRO.**



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE, Y LA COMUNICACIÓN. CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

### **ENTREVISTA A EXPERTOS EN CAMPAÑAS**

Como egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de analizar las acciones que vienen realizando los medios impresos de la ciudad de Loja, en la divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el contagio del género femenino, solicita comedidamente presentar sugerencias para la implementación de una CAMPAÑA PREVENTIVA sobre el mencionado Virus:

			idamente presentar sugerencias EVENTIVA sobre el mencionado									
1.	¿Los canales ATL (prensa, Radio, Televisión, Cine) son los adecuados para llegar al género femenino mayor de veinte años residente en la ciudad de Loja?											
	Si ( )	NO	( )									
2.	transmitir mensajes sobre	e el "	no formales (BTL) serán eficac Virus del Papiloma Humano" V e años residente en la ciudad de	PΗ	i), al							
	Si ( )	NO (	( )									
3.			os serán los idóneos para la rea ción de enfermedades de tran									
	Banners Revistas Trípticos Otros especifique	( ) ( ) ( )	Periódicos Afiches Hojas volantes	(	) ) )							
4.	¿Qué productos comunica impreso para implementar		es deberían insertarse en un med ampaña de prevención?	oik								
	Otros especifique		Noticias Entrevistas a expertos Anuncios preventivos	( (	) ) )							
					•							

¿Multimedia I	Blog?		
SI ( )	NO	(	)
	urales	en	las escuelas y colegios de la ciudad de Loja?
SI ( )	NO	(	)
¿Medios de ac	ción o	int	tervención?
¿Cómo debería			•
		str	ategias para efectuar una campaña preventiva de
			as tácticas para efectuar una campaña preventiva apiloma Humano" VPH, encaminada al género
			tualizar en el texto o discurso e la campaña l Papiloma Humano" VPH)?
	¿Cuáles seríar comunicación?	¿Alternativos? ¿Periódicos Murales SI () NO ¿Medios de acción o ¿Cómo debería ser la ¿Cuáles serían las es comunicación?  ¿Cuáles deberían se contra el "Virus del femenino?  ¿Qué se debería p	SI () NO ( ¿Alternativos? ¿Periódicos Murales en SI () NO ( ¿Medios de acción o información de la comunicación? ¿Cuáles serían las estracomunicación? ¿Cuáles deberían ser la contra el "Virus del P femenino? ¿Qué se debería pun

Por su colaboración gracias.

### ANEXO CINCO.



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA ÁREA DE LA EDUCACIÓN, EL ARTE, Y LA COMUNICACIÓN. CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

### ENTREVISTA A DIRECTIVOS DE MEDIOS IMPRESOS.

Como egresado de la Carrera en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, con el propósito de analizar las acciones que vienen realizando los medios impresos de la ciudad de Loja, en la divulgación de información sobre el "Virus del Papiloma Humano" (VPH), en el contagio del género femenino, solicita comedidamente sugerencias para la implementación de una CAMPAÑA PREVENTIVA sobre el mencionado Virus:

1.	información encaminada a la pr	tá bajo su responsabilidad, difunde revención del contagio de enfermedades Virus del Papiloma Humano" (VPH) en el ruencia?
	SI ( ) ¿Cómo?	NO ( )
2.	información o campañas de	a destina espacios para la difusión de prevención sobre enfermedades de la del Papiloma Humano" (VPH)?
		NO ( )
3.	del Papiloma Humano" (VPH), e	a difusión de información sobre el "Virus en los medios impresos locales, provoca nción de este tipo de virus en el género
	•	NO ( )
4.	•	e información en los medios impresos o y prevención del contagio del "Virus del

Papiloma Humano" (VPH) en el género femenino?

	SI ( ) ¿Cómo?			NO (	)		
5.	difusión de i	nforma		nferme	n el medio a su dades de transmi (VPH)?	ı cargo, para	la
	SI ( ) (Comentario	)		NO (	)		
6.	su cargo y q	jue tan	to ayudaría a	al conoc	aña de prevenció cimiento y preven ), en el género fe	ción del contag	
	SI ( ) ¿Por qué?			NO (	)		
7.	los más idói	neos, p y con	para que se i secuencias	realice	argo, qué medios una campaña pa arrea contagiars	ra conocer sob	ore
	Otros	( )	Trípticos	( )	Revistas Hojas volantes	( )	

Gracias por su colaboración.

### **ANEXO SEIS.**

### PLANIFICACIÓN DE LA CAMPAÑA.

Nombre de la campaña:

"Prevención al contagio del Virus del Papiloma Humano (VPH)".

**Tipo:** comunicacional – preventivo.

### ETAPA UNO DE BRIEFING.

### 1.- ¿Por qué hacer una campaña de comunicación?

- Resolver en lo posible el problema del desconocimiento sobre las causas del contagio del "Virus del papiloma Humano" (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.
- ➢ Disponer de los medios alternativos y masivos de comunicación, sugeridos a través de los resultados de campo de la tesis: "INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMNINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA". PROPUESTA ALTERNATIVA.

### 2.- ¿Qué pretende conseguir?

Difundir el tema sobre el contagio del virus del papiloma humano y cómo prevenirlo.

- Incitar a las mujeres lojanas mayores de veinte a la prevención de enfermedades de enfermedades de transmisión sexual como el (VPH).
- Reducir la posibilidad de contagios y proliferación.
- Optimizar la calidad de la salud sexual y reproductiva de los habitantes de la sociedad lojana, haciéndoles conocer de las causas y consecuencias que provoca el contagio del (VPH).

### 3.- ¿A quién está dirigida?

- Perfil demográfico:
- > Público principal: Género femenino residentes en la ciudad de Loja.
- > Localización demográfica: Loja.
- > Edad: 20 años en adelante.
- > Sexo: Femenino.

Clase social: Todas.

Nivel de educación: Todas.

> Perfil Psicográfico.

### Descripción de hábitos y actitudes:

¿Cuáles son sus actividades cotidianas?

### Mujeres:

Trabajar.

Atender a la familia.

Ver televisión.

Hacer deporte.

Lectura (revistas de moda, cocina, entre otras).

Navegar en internet.

Hacer uso de los diferentes servicios que presta el teléfono celular.

### ¿Qué piensan?

Las mujeres en su mayoría creen que el "Virus del Papiloma Humano" es una enfermedad transitorio y que no trae consigo ningún tipo de efecto o causa en lo posterior.

### ¿Qué medios y que soportes consumen más?

Televisión como novelas, películas, noticias entre otros...

Frecuencia: de una a dos horas al día.

Contexto: pasatiempo<sup>20</sup>.

### 4.- ¿Cómo tiene que verse la campaña?

En una campaña se busca extender el conocimiento de las personas en este caso del género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja, con respecto al contagio del (VPH) y maneras de prevenirlo.

### 5.- ¿Qué se quiere decir?

- Informar de las causas y consecuencias que acarrea el contagio del (VPH).
- Modos de prevenir el contagio del (VPH).

### 6.- ¿Por qué el target creerá en la campaña?

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup>Datos obtenidos de los resultados estadísticos de la investigación de campo de la Tesis: "INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMNINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA".

La información prioritaria para la elaboración de los productos comunicacionales, en los medios masivos y alternativos que se utilizarán para la propuesta de la campaña, son el resultado de la investigación realizada por el autor en casas de salud de la ciudad de Loja, respaldada por la opinión de médicos especialistas en el tema, directivos de medios de comunicación impresos y expertos en el área de campañas de prevención.

### 7.- ¿Cómo se va a comunicar la campaña?

En la campaña la información, los mensajes y gráficos se diseñarán de tal forma que faciliten la comprensión, el conocimiento y la prevención en el individuo de enfermedades infecto contigiosas como el (VPH). A través de las piezas comunicacionales utilizadas en dicha tarea se transmitirá: estimulación, protección y conocimiento.

### 8.- ¿Cuál es el presupuesto para esta campaña/acción?

En su primera parte contará con el financiamiento del realizador de la tesis denominada: "INCIDENCIA DE LOS PROCESOS DE DIVULGACIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES SOBRE EL CONTAGIO DEL VIRUS DEL PAPILOMA HUMANO (VPH), EN EL GÉNERO FEMNINO MAYOR DE VEINTE AÑOS RESIDENTES EN LA CIUDAD DE LOJA". Para después ser financiada por la Dirección Provincial de Salud.

### ETAPA DOS ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

La presente Campaña realizada por Carlos Soto Cabrera nace como consecuencia del desarrollo de la Tesis: "Incidencia de los procesos de divulgación en los medios impresos locales sobre el contagio del virus del papiloma humano (VPH), en el género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja. Segundo semestre del año 2010. Tiene como principal objetivo la difusión del tema sobre el contagio del (VPH) y maneras de prevenirlo.

ACCIONES	<b>ESTRATÉGÍAS</b>	TÉCNICAS	TÁCTICAS	PROPÓSITOS
Definición	Proporcionar al	Diseño de una	Manejo de	Trasmitir una
del eje de	público primario	imagen (eje de	imagines que	imagen que
campaña	un identificativo	campaña) que	expresen la	fácilmente
	de la campaña.	represente la	información	identifique la
		campaña.	constante en la	campaña.
			campaña. Focusgroup.	
Definición	Hacer que el	Formulación de	Utilización de	Lograr que el
de mensaje	público objetivo	una frase común	palabras claves	mensaje llegue de
de mensaje	entienda en una	en todos los	relacionadas con	manera efectiva al
	frase el propósito	productos de la	la problemática	público hacia el
	de la campaña.	campaña.	que causen	cual se dirige.
	•	_	impacto visual	
Definición	Difundir la	Uso de formatos	Focusgroup	Conseguir que la
de canales	campaña a través	como: anuncios	previo al	campaña llegue a
para difundir	de anuncios	preventivos así	lanzamiento de la	ser conocida por lo
la campaña	preventivos en	como el banner y	campaña.	menos al 70% de
	medios impresos	el tríptico.		la población objeto de estudio.
	y alternativos			de estudio.
	como el banner y			
Definición	el tríptico.  Difundir la	Uso de formatos	Mediante el	Poner en
del eslogan	Campaña	como: anuncios	eslogan "Cuida tu	Poner en conocimiento la
de campaña	"Prevención al	preventivos así	SALUD es lo	campaña y
de Campana	contagio del	como el banner y	más preciado que	receptar las
	"Virus del	el, tríptico	tienes".	primeras
	Papiloma	01, 11ptico		impresiones,
	Humano" (VPH).			opiniones y
	( :			sugerencias de
				forma y contenido.

### Eje de campaña:



### Mensaje:

El (VPH) causa cáncer de cuello de útero.

### Slogan:

"CUIDA TU SALUD ES LO MÁS PRECIADO QUE TIENES".

### ETAPA TRES.- DE PLAN DE MEDIOS.

- 1. Definición de objetivos de medios:
- Alcanzar al 70% del público objetivo con una tasa de repetición de 4,5 frecuencia media en el lapso de 1 mes.
- Persuadir al 50% del público objetivo con una tasa de repetición de 7,5 frecuencia media en el lapso de 1 mes.
- Lograr un nivel intermedio de recordación en el 50 % de nuestro público objetivo.
- 2. Elaboración de la estrategia de medios:

Se difundirá por los siguientes medios:

### **Medios BTL**

- a) Banner.
- b) Tríptico.
- c) Anuncios preventivos en los diarios de la ciudad de Loja.

La creación, planificación, construcción y difusión de los soportes descritos anteriormente son autoría absoluta de Carlos Augusto Soto Cabrera.

### 3. Selección de soportes:

### **Medios BTL**

### **BANNER**

**Contenido:** anuncio con imagen y mensaje preventivo que llamen la atención sobre el contagio del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

**Público primario:** género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

### TRÍPTICO.

**Contenido:** información puntual sobre: ¿Qué es?, causas, consecuencias y prevención del "Virus del papiloma Humano" (VPH).

**Público primario:** género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

### ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LOS DIARIOS DE LA CIUDAD DE LOJA.

**Contenido:** información puntual sobre: ¿Qué es?, signos y síntomas ¿Cómo prevenirlo? Consejos de prevención del "Virus del Papiloma Humano" (VPH).

**Público primario:** género femenino mayor de veinte años residentes en la ciudad de Loja.

# 4. Programación o distribución del presupuesto:

# 4.1 Parrilla de (MEDIOS BTL)

Título	Campaña de Comunicación Preventiva para evitar el contagio del (VPH).								co	vein	te año	s res	o may idente e Loja.	s en
Slogan		Cuida tu salud	d es lo	o más	prec	iado d	que t	ienes	5.					
Duración		Julio		Ago	osto			Sep	tiem	bre		Oc	tubre	
Diarios	Contenido	1 2 3 4	1	2	3	4	1	2	;	3 4	1	2	3	4
La Hora (lunes)  Crónica (miércoles)  Centinela (viernes)  (Espacios gratuitos).	<ul> <li>¿Qué es el (VPH)?</li> <li>Síntomas</li> <li>Prevención</li> </ul>	Desde la tercera semana de julio se publicara todas las semanas durante tres meses en los diferentes diarios (lunes, miércoles y viernes respectivamente).									eva	aluaci de la :	e etap ión, a ¡ segun de ag	oartir da
Banners y trípticos	Contenido													
Solca Aprofe Hospital. Isidro Ayora	<ul> <li>¿Qué es el (VPH)?</li> <li>Síntomas</li> <li>Prevención</li> </ul>	Desde la tercera semana de julio se colocaran los banners en la entrada de las casas de salud mencionadas, donde también se entregarán los trípticos									eva	aluaci de la sem	e etap ión, a p segun ana de tubre.	oartir da

**5. Evaluación**: Se efectuará luego de la medición de los resultados obtenidos a fin de conocer el nivel de cobertura, frecuencia y recuerdo alcanzados.

### 6. Lanzamiento y control:

Una vez lanzada la campaña se realizará un control interno y externo.

**Control interno:** Supervisar si la inclusión de las piezas publicitarias se realizaron de acuerdo al plan de medios y el presupuesto.

**Control externo:** Necesario para examinar los resultados de la campaña ante el público objetivo.

Se hará uso de interrogantes relacionadas con los objetivos, mensaje y medios.

ETAPA CUATRO.- DE PROPUESTA Y PRESENTACIÓN DE PRECAMPAÑA (PILOTOS Y/O FOCUS GROUP)

1.-Focus Group (grupo focal) para obtener información sobre opiniones y preferencias de los productos de la Campaña "Prevención al contagio del "Virus del Papiloma Humano (VPH)".

**Objetivo:** Exponer la propuesta de campaña, evaluar y confrontar la información.

### • ¿Cómo se va a realizar?

Se va a escoger al azar a 10 personas expeditas que aporten con información valedera.

### ¿Quiénes participan?

Personas con el siguiente perfil:

➤ Estudiantes de los últimos módulos de las Carreras en Ciencias de la Comunicación Social de la UNL, Diseño gráfico del Instituto Sudamericano /educadores/ingenieros/médicos/...

> Edad: 18 años en adelante.

> Sexo: 50% masculino 50% femenino.

Número de personas: 10

Fecha: Lunes, 9 de mayo de 2011.

Hora: 15H00

Lugar: Consultorio Jurídico del Dr. Diego Piedra (calles José Antonio

Eguiguren y Bolívar) Loja- Ecuador.

### Recursos:

### Humanos.

Moderador y evaluador: Carlos Soto Cabrera

Personas escogidas al azar con las características del perfil.

### Técnicos:

Grabadora de Audio

### Financieros:

Transporte, marcadores, tarjetas para nombres, hojas en blanco, encuestas esferos y pilas.

Presupuesto: \$ 70 dólares.

### **GRUPO FOCAL**

### Instrumento para obtener información:

### **MEDIOS NO TRADICIONALES**

### **PRODUCTOS IMPRESOS**

### **DISEÑOS**

1. ¿Cuál de los siguientes DISEÑOS le gusta más?

### **ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LA PRENSA**

( )

a) ()

b)

c)

( )







### ¿Por qué?

.....

### **BANNER**

a) ( )

b) ( )

c)

( )



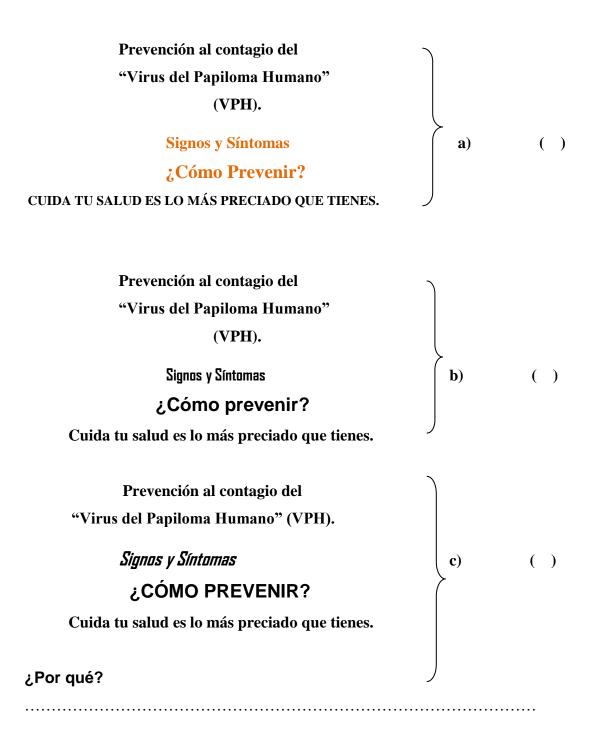




¿Por (	ηué? 				
			TRÍPTICO		
a)	( )	b)	( )	c)	( )
An other process and a second process of the	CHARLES OF THE PROPERTY OF THE	The state of the s	American Services of the Control of		The second secon
¿Por c	μ <b>é</b> ?				
COLO					,
2.				DE COLOR	RES más apropiada
	para los produc			TIVO	
,			CIO PREVEN	IIVO	
a)		( )			
b)		( )			
c)		( )			
Por و	que?				
-1		( )	BANNER		
a)		( )			
b)		( )			
c)		( )			
¿Por d	que ?				
			TRÍPTICO		
a)					
b)					
c)					
¿Por d	<u> </u>				

### **CARACTERES**

3. De las siguientes LETRAS (CARACTERES) ¿Cuál es la combinación que le gusta más?



### **FORMATOS**

4. ¿Cuál de los FORMATOS que están a continuación, prefiere para el tamaño de los productos?

# ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LA PRENSA. a) ( ) b) ( ) c) ( ) Tamaño Estamento 10cm. X 18cm. 15cm. X 25cm. 13,97cm. X 21,59 cm.



Frittering of Schristings, delighted and Pagestonia Annual Schristings of the Control of the Con

200cm. X 80cm.



180cm. X 60cm.



( )

c)

160cm. X 60cm.

¿Por	qué?						
a)	( )	b)	TRÍPT	ICO	c)	( )	
	The state of the s	PRINTED AND THE MEDICAL PRINTED AND THE PRINTE		The second secon	E W		All the second s
	B4 (horizonta	l)	Oficio (	horizontal	)	A4 (hori	zontal)
	35,3cm. X 25c	:m.	35,56cn	n. X 21,590	cm.	29,7cm.	X 21cm.
	¿Por qué?						
SOP	ORTES						
5.	¿Cuál de las	TEXTURA	S (MATE	RIAL) des	critas	escogería	s para los
A N.I. I	productos?	ITI\/00 E\	LLA DDE	NOA			
	NCIOS PREVEN aterial que utilice			NSA.			
TRÍP	-	cada dian	0.				
	a) Papel bond	l 75gr.	(	)			
	b) Papel couc	hé 150 gr	(	)			
	c) Papel Kimb	erley	(	)			
BANI	NER						
	a) Lona 13 on	zas.	(	)			
	b) Tela			)			
	c) Back light			)			
	o, back light		(	,			
¿Por	qué?						

### ETAPA CINCO.- DE PREPARACIÓN DE LA CAMPAÑA

Se realizó varias investigaciones sobre publicidad, comunicación visual, colorimetría, psicología del color, manejo de formatos, entre otras que se requerían para preparar una campaña comunicacional preventiva.

### ETAPA SEIS.- CONTROL Y CALIDAD DE LA CAMPAÑA (PRE-TEST)

En este espacio de tiempo se realizaron diálogos y confrontaciones con expertos en la materia sobre la estructuración adecuada de los diferentes elementos de la campaña.

# ETAPA SIETE.- DE PRESENTACIÓN PARA APROBACIÓN DE LA CAMPAÑA

Una vez concluida la planificación de la campaña, se procedió a presentarla ante los encargados del financiamiento de la misma, así como de especialistas en Comunicación Social.

# ETAPA NUEVE.- DE ACCIÓN (ELABORACIÓN DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES)

Comprende la realización del diseño y demás labores requeridas para obtener los productos que posteriormente se difundirán a través de los medios seleccionados (Ver páginas 3, 4, 5 y 6 de éste anexo).

### **ANEXO SIETE.**

### RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL.

1. RESULTADOS DEL GRUPO FOCAL (MEDIOS BTL)

### DISEÑOS.

1. ¿Cuál de los siguientes DISEÑOS le gusta más?

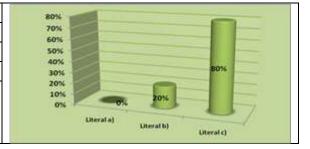
ANUNCIO DE PREVENCIÓN EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES. Diseño (c)



### CUADRO Nº1

### **GRÁFICO Nº1**

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	0	0%
Literal b)	2	20%
Literal c)	8	80%
Total	10	100%



### Análisis cuantitativo.

Del total de encuestados, 8 encuestados, que representan el 80% del universo investigado, manifestó estar conforme con el diseño del literal c). Mientras que 2 consultados, que equivalen al 20%, se inclinaron por el literal b).

### Análisis cualitativo.

Casi la totalidad de encuestados aseguró que el diseño del literal c), es el más conveniente para usarse como anuncio preventivo en los diferentes diarios de la ciudad de Loja, ya que el mensaje que se quiere transmitir se expresa a primera vista. En tanto que el manejo de los colores lo hace versátil y juvenil.

### BANNER.

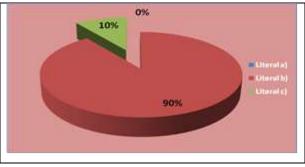
### Diseño (b)



### **CUADRO Nº2**

# GRÁFICO №2

<b>VARIABLE</b>	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	0	0%
Literal b)	9	90%
Literal c)	1	10%
Total	10	100%



### Análisis cuantitativo.

En esta interrogante, 9 consultados que representan el 90% de la muestra consultada, manifestó que el diseño para el Banner debe corresponder al literal b). Mientras que uno expresó que el diseño debe ser el del literal c).

### Análisis cualitativo.

La mayoría de consultados asegura que el diseño b) es el más idóneo para usarse como banner de la campaña, pues posee un color llamativo y agradable, se dan a conocer varios aspectos del (VPH) y lo refuerzan los gráficos. El otro se inclinó por el literal c) por su color y diseño.

# TRÍPTICO.

### Diseño (a)



### CUADRO Nº3

### **GRÁFICO Nº3**

FRECUENCI	PORCENTAJ	
Α	E	, 1 os
10	100%	3 / **
0	0%	. 1 0%
0	0%	1 4 2
10	100%	1 100%
		0% 20% 40% 60% 80% 100%
	<b>A</b> 10 0 0	A E 10 100% 0 0% 0 0%

### Análisis cuantitativo.

A la pregunta planteada, 10 encuestados que representan el 100% del universo investigado, declaró que el diseño del literal a) es el más agradable.

### Análisis cualitativo.

La totalidad de consultados asegura que el diseño del literal a) es el más acertado para utilizarse como tríptico de la campaña, debido a la armonía existente entre texto colores e imágenes.

### COLORES.

2. ¿Cuál cree que es la COMBINACIÓN DE COLORES más apropiada para los productos de la campaña?

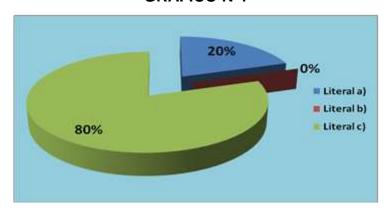
### ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES.



CUADRO Nº1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	2	20%
Literal b)	0	0%
Literal c)	8	80%
Total	10	100%

### GRÁFICO Nº1



### Análisis cuantitativo.

En esta interrogante, 8 encuestados que representan el 80% de la muestra investigada, exteriorizó que la combinación de colores del literal c) es la más apropiada para los anuncios preventivos de la campaña, mientras que 2 consultados, que equivale el 20%, opina que el literal a) es el más idóneo.

### Análisis cualitativo.

Casi la totalidad de consultados asegura que la paleta de colores del literal c) es la más apropiada para los anuncios preventivos en la prensa, pues la combinación y contraste de colores atraen la atención a quien lo observa, sin resultar desagradables a la vista. Un mínimo contesto que el literal a) por su variedad de colores.

### BANNER.

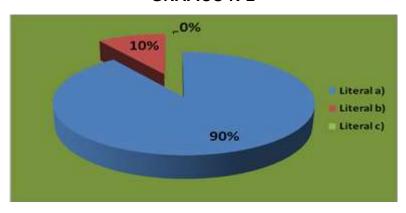
### Literal a)



### CUADRO Nº2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	9	90%
Literal b)	1	10%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

### GRÁFICO Nº2



### Análisis cuantitativo.

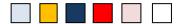
A la pregunta planteada, 9 consultados que representan el 90% del universo investigado, declaró que la colorimetría del literal a) les gusta más, mientras que 1 persona representa el 10%, se manifiesta por el literal b).

### Análisis cualitativo.

La mayoría de encuestados asegura que la paleta de colores del literal a) es la más acertada para utilizarse, debido a que sus colores facilitan la lectura de la información que contiene el banner, tan solo un individuo se inclinó por el literal b) por lo atractivo de los colores en esa paleta.

### TRÍPTICO.

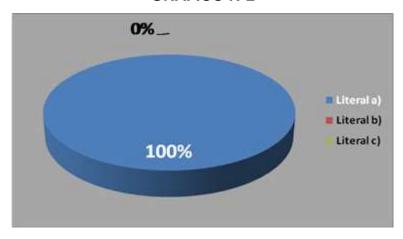




CUADRO Nº2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	10	100%
Literal b)	0	0%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº2** 



### Análisis cuantitativo.

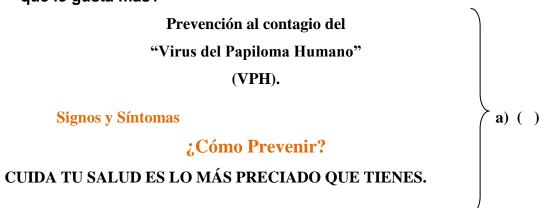
En esta interrogante, 10 encuestados que representan el 100% de la muestra investigada, exteriorizó que la combinación de colores del literal a) es la más apropiada para el tríptico de la campaña.

### Análisis cualitativo.

La totalidad de consultados asegura que la paleta de colores del literal a) es la más indicada, pues la utilización de colores llaman la atención, a la vez que ayudan al lector a ubicarse el tema, facilitando la comprensión contenido.

### CARACTERES.

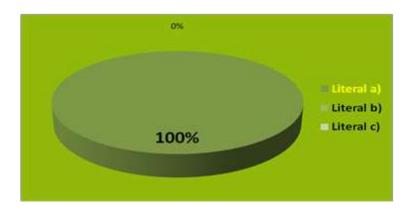
3. De las siguientes LETRAS (CARACTERES) ¿Cuál es la combinación que le gusta más?



CUADRO Nº3

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	10	100%
Literal b)	0	0%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

### **GRÁFICO Nº3**



### Análisis cuantitativo.

Ante esta pregunta, 10 encuestados que representan el 100% del universo investigado, expresó que la combinación de caracteres del literal a) les gusta más.

### Análisis cualitativo.

La totalidad de encuestados afirma que la combinación de letras del literal c) es la más acertada, en razón que las letras utilizadas posibilitan una fácil lectura y entendimiento de lo que se observa-

### FORMATOS.

4. ¿Cuál de los FORMATOS que están a continuación, prefiere para el tamaño de los productos?

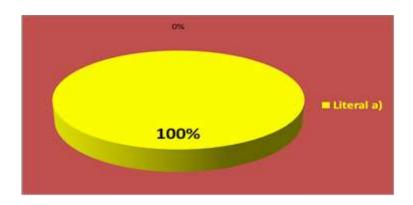
ANUNCIOS PREVENTIVOS PARA LOS MEDIOS IMPRESOS LOCALES. Literal a)



Tamaño Estamento 13,97cm. X 21,59 cm. CUADRO №4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	10	100%
Literal b)	0	0%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº4** 



### Análisis cuantitativo.

A la pregunta planteada, 10 encuestados que representan el 100% del total de los investigados, declaró que prefieren el formato del literal a).

### Análisis cualitativo.

La totalidad de encuestados asegura que el formato Estamento es el más idóneo para utilizarse para la publicación en los medios impresos, ya que su tamaño permite observar con claridad las frases e imágenes.

### BANNER.

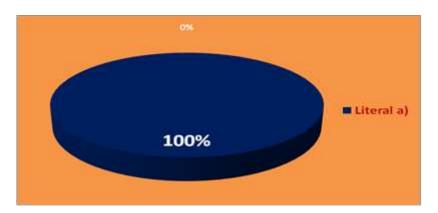
Literal a).



180cm. X 60cm. CUADRO Nº4.1

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	10	100%
Literal b)	0	0%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº4.1** 



### Análisis cuantitativo.

Ante esta pregunta, 10 encuestados que representan el 100% del universo investigado, expresó su predilección por el literal a).

### Análisis cualitativo.

Todos los encuestados afirman que el formato escogido es el que debe usarse para el banner, pues ofrece espacio suficiente para frases y gráficos para que estos sean bien percibidos por los lectores.

# TRÍPTICO Literal c)

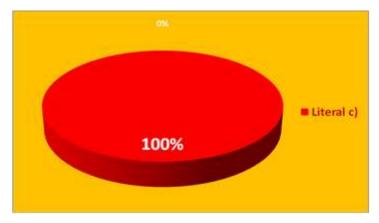


A4 (horizontal) 29,7cm. X 21cm.

CUADRO Nº4.2

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	0	0%
Literal b)	0	0%
Literal c)	10	100%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº4.2** 



### Análisis cuantitativo.

En esta interrogante, 10 encuestados que representan el 100% de la muestra investigada, manifestó que el tamaño del literal c) es la más apropiada para el afiche de la campaña.

### Análisis cualitativo.

La totalidad de consultados asegura que el porte del folleto seleccionado es la más adecuado, siendo el tamaño que generalmente se utiliza para los trípticos.

### SOPORTES.

# 5. ¿Cuál de las TEXTURAS (MATERIAL) descritas escogerías para los productos?

### ANUNCIOS PREVENTIVOS EN LA PRENSA.

El material que utilice cada diario.

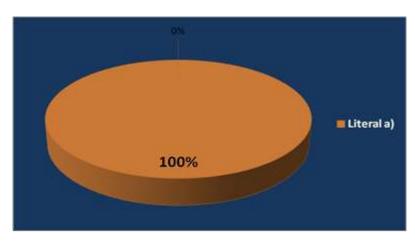
### **BANNER**

### a) Lona 13 onzas.

**CUADRO Nº5** 

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	10	100%
Literal b)	0	0%
Literal c)	0	0%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº5** 



### Análisis cuantitativo.

Ante esta interrogante, 10 encuestados que representan el 100% del universo investigado, prefirió el material del literal a).

### Análisis cualitativo.

La totalidad de encuestados afirma que la lona es un material resistente, fácil de trasladar y de trabajar es el material más idóneo que debe utilizarse como soporte de una campaña de prevención.

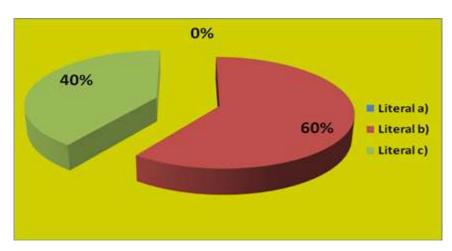
### **TRÍPTICO**

### c) Papel Kimberley 150 gr.

CUADRO Nº5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Literal a)	0	0%
Literal b)	6	60%
Literal c)	4	40%
Total	10	100%

**GRÁFICO Nº5** 



### Análisis cuantitativo.

Ante esta interrogante, 6 encuestados que representan el 60% del universo investigado, prefirió el material del literal c), mientras que 4 personas que equivale al 40%, optó por el literal b).

### Análisis cualitativo.

Los encuestados afirman que la textura del papel Kimberley es la más acertada para utilizarse en un tríptico, ya que el material es innovador y unme dio alternativo de comunicación en una campaña de prevención, el papel couche también tiene una gran aceptación para dicho motivo, ya que es un material tradicional donde se hacen la mayor parte de trabajos en trípticos.