



Importancia de las Campañas de Salud Pública en el municipio de La Dorada, Caldas.

(Colombia).

Santiago Muñoz Diaz

ID: 603723

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Antioquia y Chocó

Sede Bello (Antioquia)

Programa Comunicación Social - Periodismo

mayo de 2022

Importancia de las Campañas de Salud Pública en el municipio de La Dorada, Caldas.
(Colombia).

Presentado por:
Santiago Muñoz Diaz

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social -
Periodista

Asesor(a)
Lina Marcela Gallego Moreno
Comunicadora social - periodista

Corporación Universitaria Minuto de Dios
Rectoría Antioquia y Chocó
Sede Bello (Antioquia)
Programa Comunicación Social - Periodismo
abril de 2022

Dedicatoria

Le brindo y le honro primeramente a Dios y agradezco a mi familia, directivos y docentes de la corporación universitaria, quienes me dedicaron un poco de su tiempo, conocimiento e ideales para así encontrarme donde estoy ahora, me place dedicarles y corresponderles un poco de este maravilloso logro en donde está todo mi esfuerzo y mis ganas de crecer como persona, profesional y ser cada día mejor

Agradecimientos

Agradezco a la corporación universitaria, a los docentes y todos sus representantes por el empeño en la enseñanza, por la disciplina y conocimientos inculcados, por formar personas integra y preparadas para construir un futuro lleno de oportunidades y con capacidad enfrentar los desafíos que nos presenta la vida.

Mediante la realización de este trabajo en donde dediqué todo mi empeño, mis virtudes, los conocimientos adquiridos, mi paciencia y constancia. fue de gran utilidad el intelecto compartido por los docentes, familia, amigos y demás personas que participaron en este proyecto el cual, cuando no salían de mi pensamiento las ideas para escribir, proyectar y expresar lo que hoy he logrado, me adoctrinaban, me alentaban y me brindaban apoyo mediante diferentes opiniones y puntos de vista.

La docente Lina Gallego fue una de las mentoras que participo de este proyecto con sus aportes educativos y profesionales que la caracterizan y la posicionan en donde se encuentra ahora. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, por sus explicaciones y aclaraciones para ayudarme a mejorar y lograr este objetivo, cumpliendo así una de mis metas que es lograr convertirme en un gran profesional.

Contenido

Resumen.....	7
Abstract	8
Introducción	9
Pregunta de investigación.....	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Justificación.....	11
Marco referencial.....	12
Marco investigativo.....	14
Marco teórico.....	19
Marco conceptual.....	25
Marco legal y normativo.....	30
Marco praxeológico.....	31
Metodología y resultados.....	32
Plan de intervenciones colectivas y resultados.....	36
Planteamiento descriptivo del problema.....	41
Conclusión.....	44
Referencias.....	45

Lista de tablas

TABLA NUMERO 1	PAG 36
----------------------	--------

Lista de anexos

ANEXO NUMERO 1	PAG 33
----------------------	--------

Resumen

La emergencia sanitaria que se presentó a inicios del año 2020 por el Covid-19, fue un momento que nadie esperaba, afecto todo alrededor del mundo obligando a las personas estar separadas por el bienestar de su salud se tuvo que aprender a sobrellevar una vida muy distinta a la que nos encontrábamos viviendo.

Antes de este evento global estos programas que se encontraban ayudando y apoyando a diferentes comunidades, se vieron afectados.

En este trabajo tiene como objetivo dar a conocer algunos procesos que se llevan a cabo desde la secretaria de salud del municipio de La Dorada, se quiere resaltar esa labor que ejercieron cuando inició la pandemia y tiempo después que todo se tuvo que transformar para seguir con nuestras vidas, las campañas de salud que se ejecutan desde la secretaria de salud, se frenaron por un instante, pero no tardaron mucho para buscar la solución y seguir aportando ese granito de arena en pro del bienestar y desarrollo de la comunidad implementando alternativas y estrategias en las que la comunidad participaba de manera segura evitando la propagación de Covid 19.

Palabras clave: Emergencia sanitaria, COVID- 19, salud pública, comunicación en salud

Abstract

The health emergency that occurred at the beginning of the year 2020 due to Covid-19 was a moment that no one expected, it affected everyone around the world, forcing people to separate for the sake of their health, we had to learn to see life a different way than we were used to

Before this world event, these programs that were helping and supporting different communities were affected.

In this work, the objective is to present some processes carried out by the secretary of health of the municipality of La Dorada, we want to highlight that work that they carried out when the pandemic began and time later everything had to be transformed to continue with our lives, the health campaigns carried out by the Secretary of Health, they stopped for a moment, but it did not take long to find a solution and continue contributing for the well-being and development of the community by implementing alternatives and strategies in which the community participates safely avoiding the spread of COVID-19.

Keywords:

Commitment

Development

Community

Health

Education

Beneficiary

Solution

support

Introducción

Comunicar correctamente o de manera efectiva es uno de los grandes retos de la humanidad. Informar, hacer interpretaciones adecuadas, mostrar de forma entendible los hechos son algunas de las actividades de mayor atención, especialmente, para gobiernos y organizaciones, que buscan incidir en las decisiones de las comunidades en aspectos sociales, culturales, políticos, económicos y de salud.

En este último aspecto, se centra esta investigación, ya que desde la aparición del Covid 19, la comunicación en salud cobró importancia para todas las personas, pues fue fundamental no solo entender el virus como enfermedad sino también adaptarse a las nuevas condiciones del entorno, pues implicó relacionarnos y trabajar de forma diferente.

Por esta razón, surgió la pregunta: ¿Cómo influyen las campañas de salud pública en los habitantes del municipio de La Dorada (Caldas)? con el propósito de entender la importancia de las campañas de salud pública tomando como estudio de caso el municipio de La Dorada, Caldas, ubicado en la región del Magdalena Medio, una zona geográficamente estratégica, ya que se articula con los departamentos de Antioquia, Tolima, Santander, Cundinamarca y Boyacá.

La Dorada es un municipio, de tercera categoría, que se ha caracterizado por la ganadería y la pesca. El Plan de Desarrollo 2020 - 2023 referencia el componente de salud como una de las líneas estratégicas, donde se exaltan programas que buscan mayor cobertura y aseguramiento de la población, también varios de ellos hacen énfasis en la salud pública dirigidos a: la salud mental, salud ambiental, salud sexual, seguridad alimentaria y nutricional, salud laboral, enfermedades no transmisibles y enfermedades transmisibles.

Cabe destacar, que, en estas últimas, el plan de desarrollo agregó el SARS-Cov2 (Covid 19) como una enfermedad transmisible que obliga al municipio a priorizar el fortalecimiento de su

red hospitalaria para hacer frente a la pandemia y a implementar acciones urgentes para mitigar los contagios. En este sentido, esta investigación buscó entender cómo se transformó la comunicación para enfrentar esta situación y analizar si fueron efectivas y si esto provocó que otras campañas de salud pública fueran relegadas a un segundo plano.

Para tal efecto, se realizó una investigación es de tipo cualitativo y analizó la influencia de las campañas de comunicación de la Secretaría de Salud de la alcaldía de La Dorada, (Caldas) en la comunidad durante el confinamiento estricto, que se vivió en todo el país (entre el 25 de marzo y el 1 de septiembre del 2020.)

Para ello, se realizó observación participante, análisis de datos y entrevistas semiestructuradas, que permitieron conocer y entender la influencia de las campañas en las comunidades.

Es importante aclarar, que, por la orden de confinamiento estricto en el ámbito nacional, alguna de las entrevistas y gran parte de la recolección documental tuvo que realizarse de manera virtual.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN: ¿Cómo influyen las campañas de salud pública en los habitantes del municipio de La Dorada (Caldas)?

OBJETIVO GENERAL: Realizar un análisis que describa cómo influyen las campañas de comunicación de la secretaría de Salud de la alcaldía de La Dorada, (Caldas) en la comunidad durante el confinamiento estricto.

OBJETIVO ESPECÍFICOS:

- Identificar las campañas de comunicación de la secretaría de salud de La Dorada del año 2020.
- Determinar la influencia que tuvieron las campañas realizadas en la secretaría de salud en el 2020.
- Relacionar la influencia que tuvieron las campañas realizadas en la secretaría de salud en el 2020 con las estrategias de comunicación en salud.

JUSTIFICACIÓN

Es de gran importancia resaltar las labores realizadas por la secretaria de salud de la Dorada, con el paso de los años y la situación que se vivió en el 2020 por la pandemia. Esta secretaría logro ayudar al desarrollo, educación y mejoramiento de salud de la comunidad, el impacto de las campañas realizadas en el plan de intervenciones colectivas, genero entre los habitantes un espacio de comprensión al darse cuenta que la administración municipal día a día reforzaba sus estrategias para poder seguir brindando ese apoyo que había antes de pandemia.

Marco referencial

Marco histórico y antecedentes

Para el desarrollo de los hitos que giran alrededor del presente proyecto, se abordará especialmente los acontecimientos históricos del municipio objeto de investigación. La Dorada, o también llamado El Dorado, es un pueblo, ubicado en el departamento de Caldas, cuenta con una población para el año 2021 de 72925 habitantes. Su historia data del año de 1886, en el portal web de la Alcaldía de La Dorada, se menciona cuándo y cómo transcurrió la vida de los primeros pobladores de dicha región:

Don Antonio Acosta llegó a lo que hoy se conoce como Barrio El Conejo en el año 1886. Sin que se tenga fecha precisa del mes y el día en que asentó. Antonio Acosta, trabajador incansable establece hacia el año de 1886 un leñateo en el puerto denominado Conejo. Finalizada la Guerra de los Mil Días en 1904, los integrantes de la guerrilla comenzaron a buscar ocupación en labores para las cuales eran hábiles. (Alcaldía de La Dorada)

También se manifiesta allí que, por aquellos días se adelantaban las labores de la construcción del ferrocarril de Ambalema, la cual pertenecía a una compañía inglesa llamada The Railway Company, los trabajadores que iban sobrando, no querían regresar a sus países de origen y esto los llevó a buscar un lugar donde vivir por aquellos lados. La Alcaldía de La Dorada hace saber en cuanto a su fundación que:

El 7 de agosto de 1920, el Gobernador General Pompilio Gutiérrez se reúne con un grupo notable y firma una tardía acta de fundación, fundando lo que ya estaba fundado. Sin embargo, el 23 de abril de 1923, la asamblea de Caldas mediante ordenanza No. 43, eleva a la categoría de

Municipio a La Dorada. El 1° de junio de 1924 en casa del colonizador Obdulio Moreno se instala el primer Concejo Municipal, iniciando así La Dorada su vida constitucional y democrática, como único puerto caldense sobre el Río Magdalena.

Como esta investigación, tiene su desarrollo en la época de pandemia, es necesario también entender los orígenes de esta misma.

La enfermedad por COVID-19 o novel coronavirus, es una pandemia global de enfermedad respiratoria aguda causada por este virus, que filogenéticamente está estrechamente relacionado con SARS-CoV. Comenzó en diciembre de 2019 en Wuhan, provincia de Hubei en China y fue declarada pandemia global el 11 de marzo de 2020.

En el trabajo COVID-19: historia actual de una pandemia y sus hallazgos clínico-radiológicos de Alfredo Gutiérrez y otros autores (2020) se hace una exposición más extensa de la historia de este virus, el cual inicialmente fue clasificado como epidemia y luego trascendió a pandemia:

El 31 de diciembre de 2019 se reportó a la Organización Mundial de la Salud (OMS), un grupo de 27 pacientes con neumonía de etiología desconocida en la ciudad de Wuhan, China. El 7 de enero de 2020, las autoridades sanitarias de China confirmaron que estos pacientes eran portadores de un coronavirus nuevo, nombrado Síndrome Respiratorio Agudo Severo Coronavirus 2 (SARS-coV-2). El 12 de enero de 2020, la OMS nombró 2019-ncov (COVID-19) a esta nueva neumonía. Un día posterior, el 13 de enero, se presenta el primer caso de COVID-19 fuera de China, en Tailandia, y es hasta el 23 de enero de 2020 que finalmente la ciudad se coloca en cuarentena. (p.2)

Marco investigativo

En el campo académico se conocen algunas tesis que tienen una estrecha relación con el tema de la presente investigación, estas tienen en común su enfoque hacia los temas de salud pública y campañas sociales. El texto Impacto de los medios de comunicación en la salud pública de los autores Carlos Feo Acevedo y Oscar Feo Istúriz (2013) se encarga de hacer un análisis sobre el impacto que los medios de comunicación tienen sobre los temas de interés social, tal es el caso de la salud pública donde es importante entender cómo estos medios masivos de comunicación logran persuadir a los ciudadanos en los mensajes transmitidos día a día, creando así una serie de valores, ritos y conductas en torno al tema de la salud. C. Feo y O. Feo (2013) explican que:

En el sector salud los medios de comunicación masivos juegan un rol de gran importancia, y la tríada corporaciones-medios-gobiernos sigue vigente. El contenido mediático crea y consolida conductas, creencias y valores, muchos de los cuales van dirigidos a crear seres individualistas, violentos, competitivos y sobre consumidores. Este ser ‘tele-fabricado’ y en proceso de alienación, asume los mensajes mediáticos que van a incidir, en menor o mayor grado, en adoptar determinadas actitudes y comportamientos, colectivos e individuales, muchos de los cuales pueden ser nocivos para su salud (p.89).

Dentro de este contexto se hará mención de la tesis, llamada Desafíos comunicacionales en las campañas de salud pública peruana: Estrategia comunicacional de la campaña “Prevención del Embarazo Adolescente” efectuado por el Ministerio de Salud (2010-2012) realizada por la autora Adriana Tinoco, para la realización de esta investigación fue necesario entender conceptos como

marketing social, además del papel que la comunicación tiene en la sensibilización y prevención en temas sociales. Tinoco (2014) menciona:

La Organización Mundial de la Salud menciona que la prevención y fomento de los hábitos saludables no son de dominio exclusivo del sector salud; reconociendo así que el conocimiento científico de los profesionales de salud no es suficiente para fomentar en las personas comportamientos que contribuyen a los hábitos y prácticas que mejoran el estilo de vida, siendo así la comunicación un factor indispensable en esta tarea (p.5).

Desde el contexto internacional otro antecedente que es necesario para comprender la importancia de lo que se está buscando con este proyecto investigativo, es el texto del autor Martin Algarra, titulado Las campañas de comunicación pública: La comunicación y salud como campo de estudio, en este el autor se encarga de evidenciar la relevancia que tienen los medios de comunicación en temas que giren en torno a la salud pública y cómo esta información es tratada y comunicada a las personas de una comunidad. Algarra (1997) expresa:

Está claro que para conservar o incrementar la salud de una sociedad es necesario que los individuos tengan comportamientos saludables: "El deporte para mantenerse en forma, la preocupación por el medio ambiente, las condiciones de salud de los lugares de trabajo, la calidad de las dietas alimenticias y, por supuesto, los avances en la investigación médica ocupan cada vez más ampliamente el tiempo y el espacio de que disponen los medios de comunicación". Al público le interesa recibir información de todo lo que le ayude a alcanzar unos hábitos de vida más saludables (p.2).

En el contexto nacional también se han encontrado algunas investigaciones académicas que servirán como antecedente a esta investigación, un ejemplo de esto es la tesis titulada Marketing Social para prevenir el delito de los autores Luis Pérez y Diana Muñoz, en esta los

autores tienen la intencionalidad de evidenciar cómo el marketing social o publicidad de bien social puede funcionar en otros temas de interés humano, como en este caso lo es la seguridad. ¿Cómo las campañas públicas pueden crear una conducta en torno a la reducción del delito en Colombia? Los autores de esta tesis se encargan de darle respuesta a esta pregunta, la cual tiene una familiaridad importante con el tópico de las campañas sociales y la salud en la emergencia sanitaria vivida en el 2020 por el COVID-19. Pérez y Muñoz afirman (2019):

El Marketing Social surge en el proceso investigativo como una ciencia que enfocaría a la comunidad seleccionada en los aspectos positivos de la misma y en aquellos elementos que habían generado en la historia resultados favorables en los actores, para obtener como resultado las herramientas a desarrollar con organizaciones e instituciones tanto privadas como públicas que contribuyan a la prevención del delito penal. Esta aseveración se genera como resultado del estudio de investigación de los casos exitosos en los que el Marketing Social ha sido usado como método de prevención (p.134).

Otra de las investigaciones que se pudo hallar en el contexto colombiano se trata de la tesis de maestría del autor Ricardo Urquijo la cual tiene por nombre La prevención del embarazo y del consumo de tabaco en adolescentes: un análisis de contenido de las campañas de comunicación del ministerio de salud y protección social de Colombia (2019) en esta tesis se aborda el tema de las campañas comunicativas a partir un problema de salud pública como lo son los embarazos a temprana edad y el consumo de sustancias psicoactivas como lo es el caso del tabaco y de nuevamente como estas campañas son propositivas ya que pueden promover cambios y generar reflexiones en las personas. Urquijo (2019) dice con respecto al tema que:

Así pues, es necesario comprender que con las campañas institucionales se busca informar y persuadir, pero que es imprescindible generar alternativas y llamados a la acción para

suscitar interés en las poblaciones objetivo, tras el cual se impulsen cambios de comportamiento y, en consecuencia, a cambios sociales (p.18).

De igual forma, este es el mismo caso de la tesis de Sara González y Angie Rico, las cuales por medio de su texto Estudio de impacto de las campañas comunicativas viales en Villavicencio (2016) en el cual las autoras quieren dar a conocer y exponer como en la ciudad de Villavicencio (Colombia) las tasas de mortalidad a causa de los accidentes de tránsito son muy elevadas en comparación con otros países y estudiar cómo las campañas comunicativas han sido manejadas para crear consciencia acerca de la prudencia e inteligencia vial. Para González y Rico (2016):

Lo anterior permite generar reflexión acerca de las diferentes campañas comunicativas implementadas como: videoconferencias, teatro callejero, capacitación educativa directa posterior a infracción, volantes, exámenes a los transportadores públicos con certificación entre otros. A través del sistema de seguridad vial en Colombia, su implementación de normas, la infraestructura utilizada, señalización estrategias metodológicas y manejo de la información sobre la seguridad vial, es que se logra establecer parámetros de comportamiento ciudadanos que permite mantener un sistema de seguridad vial (p.6).

Luego de haber expuesto brevemente algunas tesis hechas a nivel internacional y nacional, es momento de hacer un enfoque en el contexto local, las investigaciones realizadas en esta región de Antioquia-Medellín son un tanto escasas, una de las investigaciones que se pudo hallar se titula Impacto de las actividades de salud pública en cuanto a la salud infantil y la salud sexual y reproductiva realizadas en el municipio de Rionegro Antioquia 2008-2011 del autor Diego Cardona, donde al igual que las investigaciones mencionadas anteriormente se hace un

estudio para analizar la eficacia que las campañas realizadas por el gobierno en pro de la salud pública han tenido en las personas de dicho municipio. Para Cardona (2012):

Todas las actividades de Salud Pública deben estar encaminadas a mejorar las condiciones de vida de la población, optimizar accesos a los servicios, disminuir las posibilidades de adquirir enfermedades, enfrentar los retos de envejecimiento y cambios geográficos de la población. Es así entonces cómo se deben plantear estrategias necesarias para evaluar la ejecución y evolución de las mismas y la forma en que éstas han ayudado o afectado en el mantenimiento de la salud de un grupo poblacional, especialmente hablando de la salud infantil y la salud sexual y reproductiva (p.8).

A pesar de que los estudios sobre salud pública en el departamento antioqueño han sido pocas, demuestra que se debe seguir expandiendo este tema. Como se ha podido ver en las tesis mencionadas anteriormente este tipo de campañas sociales o marketing social es de suma importancia dentro de las labores humanas que realiza una empresa ya sea privada o pública porque permite que se vea el lado social ante una problemática de interés para la comunidad.

Marco teórico

Desde la teoría se pueden adquirir conocimientos que van a nutrir la presente investigación puesto que estará fundamentada por varios teóricos que han hablado sobre temas de interés dentro de este proyecto investigativo comunicacional.

Se hará un primer acercamiento con los teóricos Donohew y Ray mencionados por Martin Algarra en Las campañas de comunicación pública: La comunicación y salud como campo de estudio (1997) donde estos dicen:

Donohew y Ray definen la comunicación sobre salud como "la diseminación e interpretación de mensajes relacionados con la salud. El diseminador puede ser un individuo, un grupo, una organización o un medio de masas. El intérprete puede ser un individuo, un grupo, una organización o un público masivo indiscriminado"(p.1).

Por ende, con tal definición se entiende que la comunicación sobre la salud es bastante amplia y que esta puede abarcar múltiples actividades. Al ser un tipo de comunicación que influye sobre los pensamientos, opiniones, creencias y comportamientos de las personas, esta se transforma en algo multidisciplinario puesto que, al ser un asunto humano, implica de otros conocimientos como lo son: la psicología, la sociología, la pedagogía, etc.

Además de eso, para Algarra, las investigaciones sobre comunicación pública despiertan un gran interés en el marco de las ciencias sociales y por ende dentro del tema se han hecho aportes importantes, un ejemplo de esto, son las palabras de Eileen Berlín Ray quien define:

El estudio de la comunicación sobre salud ha experimentado un espectacular incremento desde mediados de los años 70, como campo, la comunicación sobre salud recibió en 1975 su primer reconocimiento formal con el establecimiento de la Health Communication Division en la

International Communication Association. Desde entonces, la disciplina ha continuado creciendo con el establecimiento de la Commission on Health Communication en la Speech Communication Association, la revista Health communication, muchos artículos académicos aparecidos en revistas de comunicación o de salud y numerosos libros de texto para los estudios universitarios. (Eileen Berlín Ray, s.f, como se citó en Algarra, 1997, p.1.)

Asimismo, el marketing social, en su versión contemporánea, ha sido definido como “el diseño, la implementación y el control de programas calculados para influenciar la aceptabilidad de ideas sociales e involucrando consideraciones de producto, planeación, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados” (Kotler y Zaltman, 1971, como fue citado en Páramo, 2016, p.1).

Entonces, este marketing social deja de lado el clásico concepto que se ha tenido cuando se referencia la palabra marketing o mercadeo, donde se piensa en ventas, publicidad para el consumo y satisfacer las necesidades de un nicho específico. Con este tipo de mercadeo, se ha permitido que se estudie como un agente de tipo social, con un enfoque hacia el cambio social de una población.

Además, para complementar la idea anterior, Páramo dice que el marketing social es intangible, pero con un alto valor (no monetario) para quienes consumen dicha estrategia social.

En cuanto es marketing de ideas (de causas sociales), se mercadea un producto intangible con alto contenido de satisfacción social, con un precio no monetario (inexistente para los directamente beneficiados), con una extrema falta de frecuencia en su compra, sin significativos reforzadores de las conductas humanas, promovido en segmentos de mercado con enorme heterogeneidad y múltiples intereses, y con elevadas variaciones en los niveles de

involucramiento de los participantes que van desde los más altos hasta los más bajos.

(Rothschild, 1979, como fue citado en Páramo, 2016, p.2)

Ahora, por otro lado, hay que mencionar a los teóricos que fundamentan el tema de la comunicación estratégica, pues, esta es de suma importancia para complementar y así entender lo que se ha venido hablando hasta este momento.

La comunicación estratégica hay que entenderla como un elemento integrador, porque abarca a la comunicación interna, la interinstitucional y la externa para luego definir a la problemática prioritaria y cuál es la transformación que se debe poner en rumbo desde el ámbito cognitivo, teniendo cuidado especial con los contextos. Según Carrillo (2014):

Hace unos años nadie hablaba de comunicación en la empresa como un área de gestión individualizada del marketing. Ahora, son muchas las empresas que tienen separadas ambas funciones y que confieren a la comunicación empresarial, en general, un carácter estratégico que le permite dominar los puestos más altos del organigrama. Esta situación se convierte en una oportunidad laboral para los futuros profesionales de la comunicación y un nuevo reto para el estudio de la comunicación. (p.34)

De una forma más general, la comunicación estratégica está altamente relacionada con la comunicación organizacional como una manera de unir todas las acciones comunicativas de los objetivos estratégicos de una empresa y/o organización En relación con esto, Carrillo dice que:

Pérez (2001) pionero en la definición del concepto de estrategia en el ámbito de la comunicación, plantea que la comunicación estratégica es un activo de vital importancia. El mismo autor confiesa recientemente (2012: 8) que “la emergencia de la comunicación estratégica es, sin duda, una buena noticia. Sin embargo, el éxito nunca viene solo y creo observar ciertas

disfuncionalidades en la forma en que se está manejando dicha expresión.” (Pérez, 2001 como se citó en Carrillo, 2014, p.34)

La comunicación estratégica, también se puede entender como una manera intangible para gestionar los asuntos de una empresa haciendo uso de elementos comunicativos destacándose dentro de la comunidad.

En la misma línea, también Tironi y Carvallo (2011) hablando de la comunicación estratégica refieren que, en el ámbito corporativo, las oportunidades se encuentran hoy en el campo de la imagen y no en el de la producción, lo que confirma aún más, la vinculación de la comunicación estratégica al servicio de la gestión de los activos intangibles. (Carrillo, 2014, p.35)

Por ende, no podrán funcionar estos conceptos si se sigue concibiendo a la comunicación estratégica como algo totalmente relacionado con el marketing y que más allá de eso, esta forma de comunicación tiene la funcionalidad de gestionar los recursos que posee una empresa incluyendo los intangibles tal como lo es la reputación o la imagen de dicha empresa y/o compañía esto con el fin de cumplir los objetivos propuestos dentro de la misma. Es decir, la comunicación y la estrategia están enlazadas y se complementan en pro del desarrollo y crecimiento de una empresa sea de carácter privado o público. Islas, otro teórico que ha dado sus aportes para nutrir el entendimiento acerca de la comunicación estratégica. Islas (2005) explica:

Islas (2005: 3) manifiesta, además, que algunas de las principales áreas de intervención de la comunicación estratégica, son la identidad y la cultura organizacional. Así, el autor manifiesta la relación existente entre la comunicación estratégica al servicio de la gestión de recursos intangibles, diciendo que “El prestigio y la reputación de cualquier marca u

organización hoy dependen menos del esfuerzo publicitario y más del enfoque integral que supone la comunicación estratégica”. (Carrillo, 2014, p.35)

En la actualidad las empresas deben ser conscientes de que como se pensaba antes, ahora todo es una cuestión que va más allá de producir productos y generar ventas, las compañías deben ser conscientes de que ya no existen solo públicos objetivos, que se empieza a hablar de la necesidad de estudiar cada caso para luego establecer unos objetivos que sean reales a las verdaderas necesidades de los integrantes de cada grupo de interés. Para entender esto, Ibarra (2010) afirma que:

Desde hace tiempo se sabe que hacer empresa ya no es sólo una cuestión de producción y ventas. Hoy, los grupos que tienen algún interés en la empresa hacen valer sus exigencias y tienen el poder para hacerlo”. Por ello, las organizaciones deben volverse cada día más competitivas y permanecer atentas a las políticas, criterios y estándares que les exige el entorno cercano y el mercado mundial, en un mundo globalizado. (Ibarra, 2010 como se citó en Carrillo, 2014, p.38)

Así, luego de exponer las diversas posturas y opiniones de los distintos autores antes mencionados, se podría entender a la comunicación estratégica en las empresas, como un esfuerzo comunicativo a largo plazo para lograr que todos los públicos que sean de interés para la compañía puedan atribuir a lograr los objetivos de la misma. Dentro de esto, van incluidos la participación de las personas vinculadas, la perspectiva de la empresa y la gestión de los objetivos trazados por la misma, que tienen la función de cumplir y alcanzar la misión y visión empresarial. También se debe tener en cuenta que como se mencionó anteriormente, en esta comunicación estratégica que se busca entender, no hay que comprenderla desde la perspectiva del mercadeo, como algo que solo busca ventas, por lo contrario, hay que comprenderla como

algo que también busca gestionar los recursos intangibles que la empresa posea. Todo esto, junto con los estudios particulares y no generales que se haga a un grupo de interés aportará a una buena estrategia comunicacional que beneficie a la empresa los vinculados a la misma.

Marco conceptual

Salud pública:

Definir el concepto salud pública puede resultar algo difícil de explicar, puesto que, por ejemplo, para la Organización Mundial de la Salud (OMS) la salud no es solo es la ausencia de enfermedad, también está relacionada con el bienestar mental y social del individuo y de la colectividad. Una de las definiciones más acertadas que se le puede brindar a este término la proporciona Terris (1992) en el texto Fundamentos de la salud pública (2004) de Curbelo:

El concepto de salud pública, por otra parte, se define como una actividad gubernamental y social importante, de naturaleza multidisciplinaria y que se extiende a casi todos los aspectos de la sociedad. Aquí la palabra clave es salud, no medicina, el universo de preocupación es la salud del público, no la disciplina de la medicina. (p.16)

Entonces, dándole un entendimiento a las palabras de Terris la salud pública se puede entender como aquella donde prima las acciones de la comunidad en torno a la salud, siendo el arte de prevenir la enfermedad y prolongar la salud por medio de intervenciones colectivas en el ámbito físico y psicológico. Curbelo, además, menciona:

Podemos decir que la salud pública es una ciencia porque reúne las características siguientes: su objeto de estudio está dado por el proceso salud-enfermedad –condiciones de vida y estado de salud de la población– y la respuesta de la sociedad a los problemas de salud; se rige por las leyes económicas fundamentales y los principios de la salud pública que explicaremos más adelante, e incluye, además, instituciones y recursos, categorías y funciones, métodos y técnica. (p.16)

Es importante entender que la salud pública es una ciencia interdisciplinaria, esto pues, porque comprende a otras ciencias, como las sociales y humanas y la filosofía, por ende, más allá de lo que implica mejorar la salud en cuanto se padece una enfermedad, se refiere especialmente a prevenirla junto con la comunidad.

Comunicación estratégica

La comunicación es ese proceso mediante el cual se transmiten informaciones, pero va más allá de tener ese papel comunicativo, porque esta también le permite al individuo expresar sus pensamientos y opiniones. La Real Academia de la Lengua Española (RAE) hace una breve definición sobre el término comunicación: 1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse. Cambria en su texto *La importancia de la comunicación estratégica* (2016) menciona una de las principales necesidades dentro de la comunicación “La comunicación busca siempre un feedback, una respuesta del receptor desde la cual puede aprender y desarrollarse; así se habla de comunicación perfecta cuando el mensaje ha sido bien recibido y se produce la reacción deseada en el receptor” (p. 477).

Una vez definido esto, servirá de preámbulo para explicar el concepto de comunicación estratégica que no es más que una variante de la comunicación para la resolución de los conflictos. Cambria (2016), menciona además que:

Como primera definición podríamos contar la de Emily Goldman, expresada en su artículo «Strategic Communication: a tool for asymmetric warfare», en el que afirma que la comunicación estratégica es un medio y un instrumento de poder que ayuda a defender los intereses nacionales. Es una manera de influir sobre comportamientos y actitudes. Se plantea, no solo, en el proceso de escuchar, entender y captar audiencia, sino también, en el proceso de

coordinación entre los gobiernos y sus aliados, sincronizando e interpretando las informaciones con herramientas nacionales. Se trata de jugar con palabras que al mismo tiempo se vinculan con acciones (p.483).

Por ende, para el autor la comunicación estratégica es una serie de procesos, especialmente desde el ámbito informativo donde se busca obtener unas ventajas sobre otros grupos y para ello también es necesario una persona que tenga empatía y un poder intuitivo con los demás. Y por último Cambria (2016) hace una breve exposición de una definición para la comunicación estratégica que la define esta vez, desde el campo gubernamental:

Vemos ahora algunas definiciones más gubernamentales y cargadas de legitimidad. Ejemplo de ello es la declaración del presidente del Senado norteamericano Joseph R. Biden y de su equipo. Ellos describen la comunicación estratégica como la sincronización de las palabras con las acciones para un efecto comunicativo en una audiencia identificada (p.483). Esto finalmente, permite que se entienda a la comunicación estratégica como la base para enviar un mensaje de forma efectiva en las operaciones, creando así confianza entre el receptor y los emisores que reciben dicha información buscando de esta forma que el proceso sea exitoso.

Campaña de salud

Para darle un correcto desarrollo a este concepto, es necesario precisar el término Marketing social, y por esto debe entenderse que este no hace referencia a la comercialización de un producto con fines de satisfacer las necesidades de un cliente que impliquen una ganancia económica, por el contrario, este tipo de marketing lo que busca es satisfacer las necesidades de tipo social y humano. En el texto titulado El marketing social como estrategia para la promoción de la salud, del autor Jorge Forero (2009) se define al marketing digital como:

Ante todo es un área del mercadeo que excede el ámbito comercial ya que su metodología se basa en investigar y satisfacer necesidades de tipo social, humano y espiritual lo que implica que su campo de acción se extiende a asociaciones y fundaciones públicas y privadas sin ánimo de lucro, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones no gubernamentales, entidades del Estado, organizaciones internacionales de servicio humanitario y organismos multilaterales de cooperación (p.6).

Cabe aclarar también que, aunque su intencionalidad es el bien social, quieren también lograr posicionarse como una marca en la mente de los consumidores, lo cual hace que siga siendo un motivo comercial y, por ende, su nombre de publicidad cívica o publicidad de bien social, con el fin de evitar confusiones con el término de marketing social. Este concepto ha tenido varias definiciones, se hará aproximación con otro significado que nos brinda este texto:

La aplicación de técnicas comerciales de marketing para beneficiar a la sociedad. Su objetivo es producir cambios voluntarios en el comportamiento a través del conocimiento de las necesidades, deseos y barreras percibidas por el público objetivo: la sociedad o parte de ella (Leal Jiménez, A., 2000, p. 36 como se citó en Forero, 2009, p.6).

En relación al tema de la salud que tiene mucha familiaridad con la presente investigación, se puede aplicar el marketing social o publicidad de bien social teniendo en cuenta que las estrategias de publicidad para estos casos son intangibles, es decir que no pueden ser tocadas o vistas, aunque en algunas ocasiones se puede generar una estrategia para que así sea. Forero (2009) hace mención de esto:

Contrario a lo que ofrece el marketing comercial, el mercadeo social “vende” beneficios abstractos tales como: ideas, hábitos, actitudes, creencias, mitos, principios, acciones, valores, comportamientos, actos, prácticas y conductas; es por tal razón, que

sus resultados son difíciles de obtener y cuantificar, pues se trata de cambiar radicalmente estilos culturales, formas de vida, visiones de mundo y esto sólo se logra en el mediano o largo plazo y con un trabajo metódico y constante; de ahí que a muchos no les interesa este tipo de trabajo, termine interrumpiéndolo o a numerosas entidades no les importe su aplicación o financiación (p.8).

Aunque es más difícil ver los resultados de este método de marketing puesto que no hay una forma cuantitativa de analizarlos, se puede hacer una transformación de un producto social que es intangible con algunos aspectos de lo tangible. Uno de los ejemplos que Forero usa dentro de su texto hace un énfasis a una campaña de salud en el tema de la planificación familiar, este tema es un tópico intangible, pero se puede combinar con lo tangible entregando a los usuarios de dicha campaña pastillas anticonceptivas, preservativos, etc.

Dentro de las campañas de salud que serán analizadas en este proyecto investigativo se entenderá más este término, pues, se demostrará que este concepto del marketing puede ir más allá de algo relacionado con las ventas y el dinero a ser algo de índole mucho más social y humano.

Marco Legal y normativo

Esta investigación está cobijada por las leyes y normas expuestas en la Constitución Política de Colombia de 1991. Este proyecto es de índole comunicativo y por ende se quiere hacer énfasis en el derecho a la libre expresión, esto, para que sea garantizado por medio de las leyes el derecho a comunicar y manifestar de manera segura, las opiniones y resultados que aquí serán expuestos. El artículo 20 de la Constitución Política de Colombia hace referencia a este derecho:

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

De igual forma, esta investigación tiene un importante enfoque dentro del ámbito de la salud, por ello es también propicio mencionar la LEY ESTATUTARIA 1751 DE 2015 la cual tiene como propósito garantizarles a los colombianos el derecho a acceder a los servicios de salud de manera digna y eficaz. El artículo número 2 de esta ley menciona:

Artículo 2. El derecho fundamental a la salud es autónomo e irrenunciable en lo individual y en lo colectivo.

Comprende el acceso a los servicios de salud de manera oportuna, eficaz y con calidad para la preservación, el mejoramiento y la promoción de la salud. El Estado adoptará políticas para asegurar la igualdad de trato y oportunidades en el acceso a las actividades de promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento, rehabilitación y paliación para todas las personas.

Marco praxeológico

Este proyecto investigativo tiene como propósito crear conciencia y conocimiento acerca de cómo las campañas de salud han sido percibidas en La Dorada, Caldas durante la cuarentena estricta que se vivió por causas del Covid-19 y que no solamente fueron realizadas en este municipio colombiano. Asimismo, esta investigación quiere fomentar de igual manera, como desde el marketing siendo un campo tan visto como un generador de ventas, puede tornarse en algo tan humano, porque hace entender que se puede brindar un servicio intangible, donde este puede generar un cambio social, generar nuevos conocimientos o cambiar hábitos y creencias sobre cualquier tema que sea una problemática social.

Como actores sociales que somos todos dentro de la comunidad, es importante entender que nuestras acciones deben partir desde una introspección donde se haga un análisis de nuestro actuar, para poder juzgarlo y así generar acciones que sean en beneficio para las personas que nos rodean. Juliao, dentro del texto Enfoque praxeológico Uniminuto (2011) menciona:

La praxeología se entiende como un discurso (logos) construido después de una seria reflexión, sobre una práctica particular y significativa (praxis); como un procedimiento de objetivación de la acción, como una teoría de la acción. Por el tipo de análisis que realiza, pretende hacer que dicha praxis sea más consciente de su lenguaje, de su funcionamiento y de lo que en ella está en juego, sobre todo del proceso social en el cual el actor o practicante está implicado y del proyecto de intervención que construye para cualificar dicho proceso; todo esto con el fin de acrecentar su pertinencia y su eficacia liberadora. (p.27)

Por ende, cada individuo es consciente de sus pensamientos y de la práctica que hace a partir de ellos y cómo estos van a ayudar en el contexto social en el que nos desenvolvemos.

Metodología

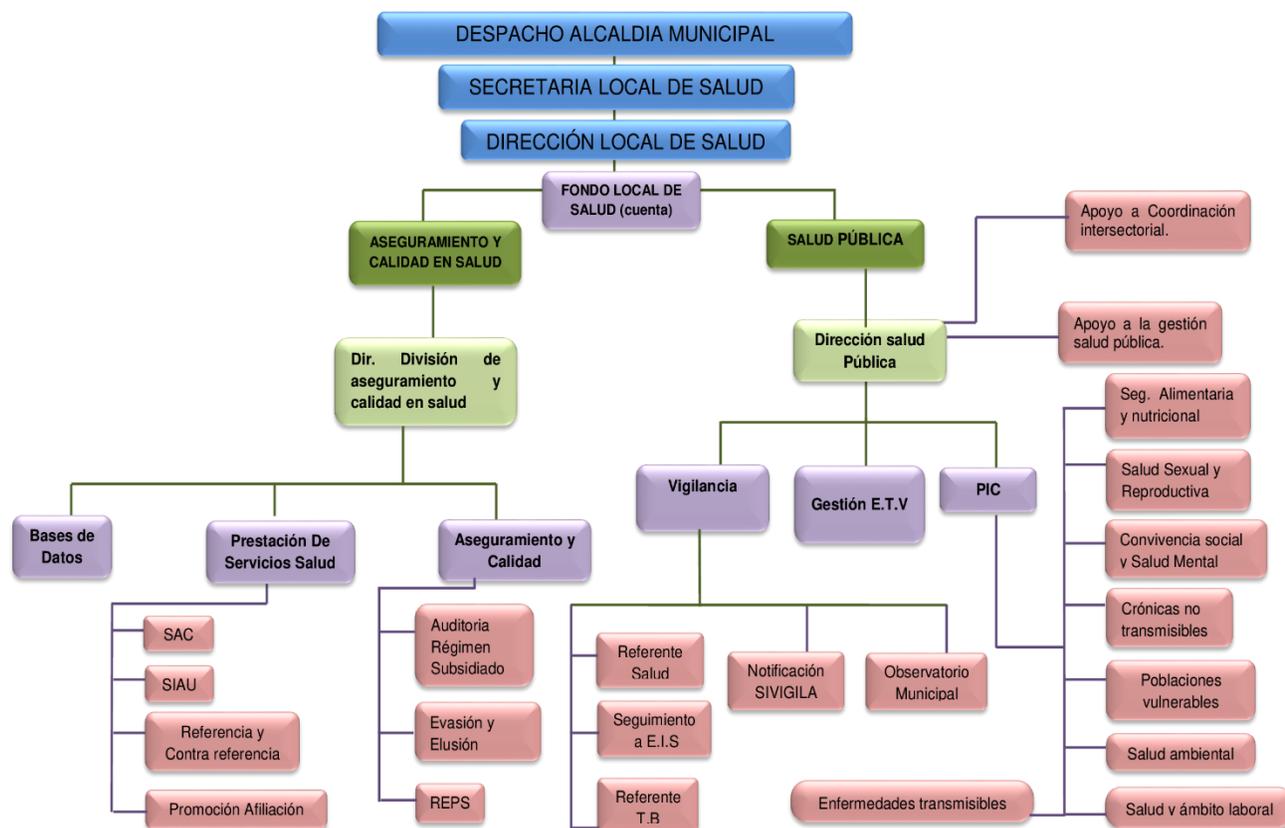
RESULTADOS

Importancia de las Campañas de Salud Pública en el municipio de La Dorada, Caldas.
(Colombia).

Desarrollo de campañas de salud pública en La Dorada (Caldas), durante el confinamiento estricto (25 de marzo a 1 septiembre del 2020)

La secretaria local de Salud, garantiza el derecho al bienestar y salud a toda la comunidad doradense con el fin de dar cumplimiento al plan de desarrollo territorial el cual inicia con el Fondo local de Salud encargado de respaldar y amparar a la población doradense que en muchas ocasiones no cuentan con el respaldo total de las EPS.

SECRETARIA LOCAL DE SALUD DEL MUNICIPIO LA DORADA
ESTRUCTURA ORGÁNICA DEPENDENCIAS SALUD PÚBLICA Y DIVISIÓN DE ASEGURAMIENTO Y CALIDAD EN SALUD 2020



ANEXO NUMERO 1

Aseguramiento y calidad en salud, son los encargados de garantizar y llevar a cabo los parámetros exigidos en la prestación de un servicio de salud, afianzando así el bienestar de los doradenses logrando llevar a cabo un sistema en donde se hace un trabajo en conjunto para lograr cierto objetivo que es prestar un servicio de calidad, digno para la comunidad.

Para poder lograr este estatus de servicio son fundamentales 3 bases que permiten complementar el objetivo y la misión principal de la secretaria.

- Base de datos: un registro que se actualiza constantemente en donde se da a conocer la situación, condición y necesidad en la que se encuentran las personas, obteniendo conocimiento del proceso correspondiente a seguir, cumpliendo derechos y deberes para que obtengan una mejor prestación de servicios de salud y mejorar su calidad de vida.
- Prestación de servicios de salud: se desarrollan labores de documentación y trámites para el proceso de ejecución de servicios de salud que los doradenses requieren, y que algunas entidades no cubren o simplemente pasan por alto colocando en riesgo el bienestar de las personas.
- Aseguramiento y calidad: tener la plena seguridad del cumplimiento de todos los parámetros establecidos, actividades que ayuden a una mejor calidad de vida, que influyan en el desarrollo y mejoramiento de salud de las personas del municipio sin importar su procedencia.

La Salud Pública, es el otro complemento fundamental del fondo local de salud el cual consiste en realizar actividades que promueven los derechos a la salud mediante charlas o descentralizaciones de servicios donde priorizan la salud de las personas, previniendo y detectando enfermedades o malos hábitos que colocan en riesgo la vida de las personas. Todo esto se ejecuta de la mano de la Dirección de salud pública la cual coordina, planea y desarrolla estrategias para la ejecución de planes y proyectos que se lleven a cabo con distintas comunidades que hacen parte del municipio con el objetivo de velar siempre por la salud de los ciudadanos sin importar las condiciones, logrando hacer lo mejor posible

En estas se desarrollan distintas actividades y acciones, en las cuales se logra llegar a la comunidad y causar cierto impacto positivo incentivando a lo doradenses a tener una mejor calidad de vida.

- Vigilancia epidemiológica: es el proceso en el cual se registra, se planea y se evalúa medidas de control mediante un estudio que provee conocimiento de distintos factores de riesgo, que contribuyen al desarrollo o decadencia de la sociedad en factores de salud y convivencia.
- Gestión etv: es la creación, manejo o ejecución de una plataforma o medio de comunicación en donde se dé a conocer los acontecimientos, hechos o actividades que contribuyan y se relaciones con diferentes temas de salud para todas las personas en donde se promueva y se prevenga todo tipo de afectaciones de salud.
- PIC: influyen de una forma positiva estableciendo determinantes sociales en el área de salud realizando planes en los cuales se intervienen promoviendo y previniendo. Allí se lleva a cabo la ejecución de planes de riesgo en diferentes áreas como lo son la salud pública, ambiental, mental, alimentaria y nutricional, de la mano de buenos hábitos, en donde se hable abiertamente de temas como la educación sexual (derechos sexuales) y reproductiva (ETS, embarazos a corta edad etc.), ambiente familiar, de trabajo, vidas saludables y condiciones no trasmisibles logrando todo esto con el apoyo de la gestión pública.

Plan de intervenciones colectivas PIC

TABLA NUMERO 1

Nombre de la campaña o programa	Descripción
<p>Seguridad alimentaria y nutricional</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programas de alimentación y seguimiento en salud a adultos mayores y personas de escasos recursos 	<p>Entrega de kits alimenticios, seguimiento de salud mediante toma de signos vitales, peso y estados de ánimo que manifestaban durante las visitas de profesionales de salud (enfermería y psicología)</p>
<p>Salud sexual y reproductiva</p> <ul style="list-style-type: none"> - Charlas, actividades y entrega de recursos para el cuidado y desarrollo de una buena salud sexual 	<p>Charlas sobre ETS, prevención de embarazos a temprana edad, uso correcto de preservativos y entrega de los mismos para el cuidado de su vida.</p>
<p>Convivencia social y salud mental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Charlas y entregas de material alusivos para la prevención del consumo de sustancias psicoactivas, el respeto por las demás personas y la disponibilidad de líneas telefónicas en caso de que necesites ayuda 	<p>Campañas en conjunto con la policía nacional en escuelas y colegios incentivando a los jóvenes el evitar todo tipo de sustancias psicoactivas.</p> <p>Entrega de folletos digitales para el cuidado de nuestra salud mental y como debemos manejar las situaciones de bullying, contando con líneas amigas que están dispuestas a escuchar</p>
<p>Crónicas no trasmisibles</p> <ul style="list-style-type: none"> - Descentralizaciones de salud 	<p>Semana a semana la Secretaría de Salud se moviliza en diferentes sectores del municipio realizando descentralizaciones, con el fin de poder llevar sus diferentes servicios y así generar un gran cubrimiento en el municipio.</p>
<p>Poblaciones vulnerables</p>	<p>Periódicamente se ubican en puntos estratégicos para así facilitar el acceso a dichos servicios ofrecidos por la secretaria de salud del municipio.</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Realizando jornadas de salud en lugares con difícil acceso o que cuentan con pocos recursos para movilizarse a un centro de salud cercano o donde le presenten el servicio que necesitan. - Sensibilizaciones puerta a puerta para Sarampión, Rubéola y COVID 19 	
<p style="text-align: center;">Salud ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recolección de llantas 	<p style="text-align: center;">En determinados periodos se realizan recolecciones de algunos inservibles que pueden generar la proliferación de enfermedades como el Dengue, Chikunguña y producidas por vectores y provocadas por la falta de higiene en los hogares o sitios públicos.</p>

Resultados de las entrevistas realizadas a los beneficiarios de las campañas

La secretaria de salud del municipio de la dorada, esta subdividida en 2 grades áreas que despliegan un organigrama eficiente con el fin de poder suplir todas las necesidades de la comunidad. Las divisiones que apoyan esta área son de suma importancia, cada una de ellas se encarga de poder verificar cuáles son esas necesidades y así mismo dar solución a ellas, cumpliendo con los parámetros del plan de desarrollo territorial que enmarca a nuestro municipio.

Se realizan entrevistas a los beneficiaron de las campañas para así dar a conocer como fue ese proceso de atención en tiempos de pandemia, es muy importante la opinión de diferentes participantes para así poder dar una conclusión en general, ya sea positiva o negativa.

- Conclusiones de las entrevistas realizadas a algunos beneficiarios de los programas que pertenecen a las PIC.

Seguridad alimentaria y nutricional

Como se evidencia en las entrevistas realizadas a los beneficiarios de este programa, personas de la tercera edad. Los recursos y la atención brindada son muy fundamentales para su bienestar y desarrollo de una vida digna en la que puedan acceder a diferentes redes de apoyo en tiempos de pandemia, teniendo en cuenta que algunos de estos no cuentan con el auxilio, protección o amparo de su familia.

Salud sexual y reproductiva

Tomando en cuenta las opiniones y pensamientos expresados en la entrevista de dicho tema se logra evidenciar que los beneficiarios han adquirido conocimientos sobre cómo protegerse, y prevenir enfermedades las cuales ponen en riesgo su vida y embarazos no deseados o a temprana edad.

Convivencia social y salud mental

Durante el proceso de estas campañas se evidenciaron diferentes puntos de vista a cerca del método y los lugares en donde se realizaba dichas actividades, en donde participaban adolescentes, pertenecientes a instituciones educativas y sus padres en donde expresan el agradecimiento por que basé a estas charlas y actividades ayudaban a sus hijos y muchos jóvenes

a elegir un mejor camino y enseñaban así mismo a sus padres a tener buena relación y establecer lazos de confianza con sus hijos.

Crónicas no trasmisibles

La realización de estas descentralizaciones en los diferentes lugares del municipio, son muy bien recibidas por la comunidad, la cual manifiestan que, gracias a ello, pueden adelantar tramites de carácter personal sin tenerse que dirigir a ningún lugar porque la administración municipal lleva sus servicios a los barrios.

Poblaciones vulnerables

El desarrollo y la ejecución de dichos proyectos ha logrado impactar de forma positiva a la comunidad, teniendo en cuenta las declaraciones de los habitantes que participan en campañas y brigadas los cuales manifiestan que se siente completamente agradecidos, porque esto ha logrado mejorar un poco su estado de salud, educación, así mismo aprendiendo como prevenir distintas enfermedades y como ayudarse entre todos logrando un avance muy grande entre las comunidades basado en empatía y unión.

Salud ambiental

Mediante el proceso de llevar a cabo dicho proyecto los habitantes y las comunidades involucradas dieron su punto de vista a cerca de las actividades que se realizaron en donde ellos mismo hicieron parte de la campaña y se les informaba cómo hacer recolección de estos desechos y que enfermedades podrían causar si simplemente no le prestaban importancia debida, allí manifestaron que estaban muy felices de saber y adquirir conocimiento de cómo prevenir y que

otro manejo útil darles sin tener que desecharlos de inmediato ayudando al medio ambiente y así mismo mejorando su calidad en salud.

Entrevista- secretario de Salud.

Luego de la entrevista con el secretario de salud municipal, llego a la conclusión que las estrategias, campañas y actividades implementadas antes, durante y después de la pandemia COVID 19 contribuyeron y continúan haciéndolo, a dichas poblaciones más necesitadas.

Como lo menciona el secretario, la idea y estrategia nueva es buscar una mayor cobertura y el mejoramiento del servicio a la comunidad con muchos más programas enfocados en diferentes rangos de edades para así cubrir un mayor porcentaje de la comunidad.

- **Planteamiento descriptivo del problema**

¿Quién tiene el problema? O ¿Cómo se presenta?

Los habitantes del municipio de La Dorada ante la llegada del coronavirus tuvieron que adaptarse a nuevas condiciones de salud pública. La primera de ellas fue el uso obligatorio del tapabocas, que implicó un cambio en las actividades ya que la mayoría lo sentían incómodo porque limitaba la respiración natural. La segunda fue el confinamiento estricto que generó alteraciones mentales, en algunos de los habitantes, que se vieron obligados a dejar su cotidianidad y adaptar todas sus actividades para hacerlas desde casa.

¿Cuándo/dónde surge?

El 22 de marzo del 2020, es la fecha de cuando se presenta el primer contagio de coronavirus en el municipio de La Dorada, para ese momento las alarmas se encendieron dando paso estricto a las medidas solicitadas por el Gobierno Nacional.

¿Qué se sabe sobre el problema? ¿es una problemática reciente o de larga data?

Las medidas como el uso del tapabocas y el uso del gel antibacterial se volvieron obligatorias. El temor de la gente se viralizó, lo que hacía que personas con otras enfermedades diferentes a COVID, prefirieran quedarse en casa y no consultar por miedo a contagiarse y algunos de ellos se agravaron. El no tener vacunas para combatir la pandemia extendía la incertidumbre e intranquilidad de la población. El objetivo principal va de la mano con las vacunas para combatir esta pandemia, a través de ello se quiere lograr la inmunidad rebaño para así generar un parte de tranquilidad sobre la población, logrando este objetivo los contagios se reducirían a una cifra

manejable, ya las ocupaciones de las UCIS no estarían a un 100% y las probabilidades de sobrevivir serían mayores.

¿Qué dicen los involucrados o implicados en el estudio? (si no dicen nada también hay que escribirlo)

La población del municipio, en algunos momentos manifiestan inconformidades respecto a las medidas que se tomaban desde la administración municipal, puesto que estas medidas afectaron gravemente la economía. Al día de hoy 13 de septiembre de 2021, en donde no se están aplicando ningún tipo de medida, la comunidad sigue presentando inconformidades respecto a que ya el municipio no está implementando ninguna medida como lo son el pico y cédula.

¿Qué se ha hecho para resolver el problema? ¿Alguna solución ha tenido éxito parcial? De ser así, ¿por qué? ¿Se ha enfocado en alguna causa en particular?

La Secretaría de Salud del municipio, ha venido adelantando trabajos para mitigar la propagación del coronavirus. Día tras día se vienen adelantando jornadas de vacunación para así contribuir a la mitigación del problema, además se realizan diferentes tipos de campañas donde se promueve el autocuidado que es un paso para así lograr controlar la situación. Además, la Secretaría de Salud, reactivó algunas actividades desde inicios del año 2021 para promover los hábitos saludables y prevención de algunas enfermedades crónicas.

La administración municipal de La Dorada, decidió crear una plataforma interna llamada Subsistema Emergencia COVID-19. Donde se registra todo tipo de información relacionada con

pacientes Covid, esto con el fin de poder llevar un control sobre la población afectada por la pandemia. hay registros de personas contagiadas, recuperadas, fallecidos entre otros.

este subsistema no solo alberga información de Covid 19, en otros enlaces
¿este subsistema no solo alberga información de Covid 19, en otros enlaces también existe el Observatorio Municipal en Salud, allí se lleva a cabo un control de las diferentes enfermedades epidemiológicas que se reproducen en el municipio.

Estos sistemas fueron creados en la administración actual del 2021, con el fin de poder sobre salir y llevar unos procesos organizados para garantizar el bienestar de la comunidad, todos estos procesos que se llevan a cabo en el subsistema son procesos internos manejados solo por los funcionarios de la administración.

¿Por qué es importante o relevante hacer esta investigación para la sociedad, la institución (si es el caso) y la profesión?

Es importante dar a conocer todas las transformaciones que se han realizado para poder sobrellevar esta pandemia, los grandes cambios que todos han tenido que hacer para continuar con sus labores diarias, por otro lado, los grandes pasos que ha dado la ciencia para lograr mitigar el virus, logrando así dar un parte de tranquilidad a la humanidad.

Conclusiones

Durante la realización de este trabajo de investigación, se concluye que el Plan de Intervenciones Colectivas, hace parte e influyen a la comunidad de manera positiva, prestando sus diferentes servicios hacia la comunidad, es de gran importancia resaltar el gran trabajo al que se tuvieron que acomplejar con la llegada de la pandemia. Modificando y transformando todos los procesos de comunicación manejados en dichos programas.

Haber contado con la comunidad beneficiaria de estos programas fue de vital importancia, con ello se pudo evidenciar las 2 partes, por un lado el trabajo que se genera a través del plan de desarrollo del municipio para generar calidad y bienestar a toda la comunidad y por el otro lado, como llegan estos procesos a la comunidad, evidenciamos a través de entrevistas el impacto generado entre los participantes, donde se muestra gran conformismo y satisfacción al saber que estos programas están bien complementados para mejorar su calidad de vida.

La tecnología cumple un papel fundamental en la mayoría de procesos a nivel mundial. Dicho impacto se vio reflejado en los procesos comunicativos del Plan de Intervenciones Colectivas. Al estar en cuarentena, los procesos de las campañas fueron transformados totalmente. Consultas, conferencias, citas médicas entre otros tuvieron que pasar a hacer efectivos a través de llamadas, mensajes de texto, conferencias virtuales entre otras. Para así poder cumplir con las metas que beneficiarían a los doradenses.

Referencias

<http://www.ladorada-caldas.gov.co/>

-ACNUR. (2021). Salud pública durante la COVID-19. Recuperado de:

<https://www.acnur.org/salud-publica-durante-la-covid-19.html>

-Aristizábal, F. (2020). Salud en Colombia: la otra “pandemia” que enfrentamos.

Recuperado de: <https://consultorsalud.com/salud-en-colombia-la-otra-pandemia-que-enfrentamos/>

-CEPAL. (2021). La pandemia por COVID-19 y su relación con las enfermedades no transmisibles y la protección social en salud. Recuperado de:

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/47404-la-pandemia-covid-19-su-relacion-enfermedades-transmisibles-la-proteccion-social#:~:text=El%20da%C3%B1o%20causado%20por%20la,debida%20consideraci%C3%B3n%20del%20envejecimiento%20de>

- Congreso de la República de Colombia. (2020). La Dorada, Caldas, el municipio con la tasa más alta de contagiados por Covid-19 en relación a su población en el país.

Recuperado de: <https://www.camara.gov.co/la-dorada-caldas-el-municipio-con-la-tasa-mas-alta-de-contagiados-por-covid-19-en-relacion-a-su>

- Kang, D. (2022). Volver a la normalidad luego de la pandemia. Recuperado de:

<https://blogs.iadb.org/salud/es/volver-a-la-normalidad-covid-19/>

- MinSalud. (2020). Los retos del sistema de salud que dejó la pandemia por covid-19.

Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Los-retos-del-sistema-de-salud-que-dejo-la-pandemia-por-covid-19.aspx>