



MINISTERIO
DE SALUD



RESOLUCIÓN No. 299
De 4 de JUNIO de 2024

Que Aprueba el Manual de Redacción 2023, edición 1, El Arte de Informar desde la Institucionalidad

EL MINISTRO DE SALUD
en uso de sus facultades legales,

CONSIDERANDO:

Que el artículo 109 de la Constitución Política de la República de Panamá, establece que es función del Estado velar por la salud de la población de la República. El individuo como parte de la comunidad, tiene derecho a la promoción, protección, conservación, restitución y rehabilitación de la salud y la obligación de conservarla, entendida ésta como el completo bienestar físico, mental y social.

Que el Decreto de Gabinete I de 15 de enero de 1969, creó el Ministerio de Salud para la ejecución de las acciones de promoción, reparación y rehabilitación de la salud que, por mandato constitucional, son responsabilidad del Estado y como órgano de la función ejecutiva, tiene a su cargo la determinación y conducción de la política de salud del gobierno en el país.

Que la comunicación facilita la coordinación y fluidez en las relaciones humanas, aumenta la productividad y eficiencias en las tareas, genera un ambiente de trabajo agradable y evita conflictos y malentendidos.

Que los componentes de las oficinas de comunicación institucionales deben en paralelo tener un perfil como periodistas, relacionistas públicos, publicistas, fotógrafos, camarógrafos, diseñadores gráficos y especialistas en redes sociales entre otros.

Que la comunicación institucional tiene como meta informar, lo que a su vez genera acciones para persuadir a la población. Los comunicadores tienen como función entregar información verídica y confirmada por las fuentes institucionales.

Que el Manual de Redacción fue emitido por la Dirección de Comunicación del Ministerio de Salud y el mismo está debidamente registrado ante la sección de Derecho de Autor del Ministerio de Educación (ISBN 978-9962-621-48-5). Este Manual contempla reglas básicas y prácticas de redacción periodística aplicadas al plano gubernamental.

Que el Manual de Redacción aprueba o adopta reglas básicas y prácticas de redacción periodística aplicadas al plano de la Oficina de Relaciones Públicas y Comunicación del Ministerio de Salud

RESOLUCIÓN No. 299 de 4 de JUNIO de 2024.
Página 2.

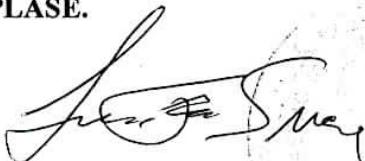
RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Aprobar el Manual de Redacción 2023, Edición 1, El Arte de Informar desde la Institucionalidad, que aparece en el Anexo I de esta Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: La presente Resolución empezará a regir a partir de su promulgación

FUNDAMENTO DE DERECHO: Constitución Política de la República de Panamá, Decreto de Gabinete 1 de 15 de enero de 1969.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.


LUIS FRANCISCO SUCRE M.
Ministro de Salud

LFSM/HO/EMI/MP





REPÚBLICA DE PANAMÁ
GOBIERNO NACIONAL

MINISTERIO
DE SALUD

MANUAL DE REDACCIÓN -2023-



El arte de
informar desde
la institucionalidad

1
EDICIÓN

www.minsa.gob.pa



REPÚBLICA DE PANAMÁ

— GOBIERNO NACIONAL —

**MINISTERIO
DE SALUD**



Excelentísimo Señor
Laurentino Cortizo Cohen
Presidente de la
República de Panamá





Su Excelencia
Luis Francisco Sucre Mejía
Ministro de Salud





Su Excelencia
Ivette Berrío
Viceministra de Salud





Honorable Doctor
José Baruco
Secretario General del MINSA





Mgter. Aris Ábrego
Director de Comunicación



**Manual de Estilo: El arte de informar desde la institucionalidad:
Oficina de Relaciones Públicas del MINSA, 2023
Autor: Ábrego, Aris**

Primera edición: 2023

ISBN 978-9962-621-48-5

**Elaborado y publicado por:
Oficina de Relaciones Públicas del MINSA
Avenida Gorgas, corregimiento de Ancón, ciudad de Panamá
Edificio 237, Apartado Postal 0843-03441**

Diseño de portada: Diseño Gráfico del MINSA

©Edición: Ministerio de Salud, República de Panamá

Impreso en Panamá, 2023



Ministerio de Salud

Contenido

- Comunicación en el ámbito gubernamental
- Comunicar
- Comunicación de riesgo
- Redactar para informar
- Redactar desde las instituciones
- La redacción
- Voceros
- Audiencia
- Esquema básico para elaborar una nota de prensa
- Estructura y redacción
- Empatía en la elaboración de los mensajes
- Control de calidad
- Reeler y corregir
- La noticia y reportaje como género periodístico al servicio de la institución
- La entrevista: como herramienta institucional
- Entrevista de declaración
- Entrevista de perfil
- Reportaje
- El título
- Colgado, sumario y pie de foto
- Comillas y citas, estilo directo indirecto
- Conjugación de ambos estilos
- Contexto mínimo indispensable
- La idea, temas institucionales e información útil
- Ortografía funcional
- Estadísticas, números, monedas y medidas
- Tratamientos y nombres
- Ceremonial y protocolo
- Eventos que requiere el equipo de comunicación
- Ruedas de prensa
- Congresos
- Libertad de información, prensa y expresión
- Derecho de información
- Noticias falsas
- Métodos y formas de lenguaje informativo
- Ética periodística

Ministerio de Salud

BIBLIOGRAFÍA

- **Manual de géneros periodísticos, Universidad de La Sabana, 2005.**
- **Manual de Redacción, 7.^a Edición , LA PRENSA, EL DIARIO LIBRE DE PANAMÁ, 2005. COPRENSA CASA EDITORA**
- **EL TIEMPO, Manual de Redacción.**
 - © **2017, EL TIEMPO** Casa Editorial
 - © **2017, Intermedio Editores S.A.S**
 - 1.^a edición: julio de 1989
 - 7.^a edición: agosto de 2005
 - 8.^a edición: abril de 2017
- **ESTRUCTURA de la NOTICIA PERIODISTICA, 2.^a EDICIÓN 1981.**
 - © **Mar Fontcuberta**
 - © **A.T.E. ___ 1980**
 - Rda. General Mitre, 90 - Barcelona, 21- España
 - Impreso en **España**
- **GÉNERO Y LENGUAGE DE LA COMUNICACIÓN**
 - Autor:** Geneteau Delis, Garrit
 - Editorial:** Geneteau Delis, Garrit
 - 1.^a edición: Mayo de 2013
- **Cómo escribir mejor**
 - Autor:** Elena Luchetti
 - Editorial:** LONGSELLER
 - 1.^a edición: Septiembre de 2008
 - Impreso en México



MINISTERIO
DE SALUD

Oficina de Comunicación

Director Nacional

Mgter. Aris Ábrego

Jefatura de Relaciones Públicas y Protocolo

Licda. Mariela Nota

Prensa

Erick Cádiz
Melva Rodríguez
Betzabé Núñez
Arline Pérez
Yosseth Wong

Relaciones Públicas

Camille Cedeño
Deysi Ledezma

Protocolo

Nithzeira De La Cruz
José Mateo
Meylin Ortega

Audiovisual

Francisco Soo
Samuel Tejada
Dario Robinson
Jorge Williams

Redes Sociales

Omar Ortíz
César Ayala V.

Diseño Gráfico

Manuel Quiel
Víctor Murgas

Publicidad

Azella Rizcalla

Fotografía

H. Duarte
A. Alveo
Araximido Palomino F.

Administración

Maritza González
Verónica Bethancourt Rodríguez

Monitoreo

Ricardo Ruíz
Isaac González

Regionales

Zoila Chávez
Charlene Edwards
Damaris De Gracia
Ricauter Barrios
Thays Domínguez
Irela Hernández
Doris Sánchez
Nancy Palma
Qathia Melara
Cinthia Del Real
Yajaira Ávila
Diomendes Sánchez

Ministerio de Salud

Prólogo

Cuando los compañeros de comunicación nos presentaron este documento, una guía para realizar mejor su trabajo, empecé a recordar cómo hemos enfrentado los momentos críticos de la pandemia de la COVID-19, tomando en cuenta que la humanidad no había enfrentado una crisis sanitaria de esta envergadura desde hace 100 años y que puso en jaque la salud, no solo en el sistema en Panamá, sino del mundo entero.

Al igual que combatir el virus desde la perspectiva sanitaria, era imprescindible comunicar de manera asertiva y responsable. Esto incluía a las autoridades y a la ciudadanía a quienes debíamos ilustrar sobre la situación pero sin alarmismos; y es allí donde el componente de comunicación del Ministerio de Salud jugaba un papel fundamental y además era necesario reforzar en insumos y equipos.

Junto al equipo de primera línea (médicos, enfermeras y personal de salud en general), estaban los periodistas, fotógrafos, diseñadores gráficos, relacionistas públicos, oficiales de protocolo y camarógrafos del MINSa, quienes nunca dudaron en ejercer su trabajo y siempre han estado allí, realizando su labor de manera profesional y disciplinada, sin importar tampoco el riesgo, ni las largas jornadas.

Por ejemplo, en las ocasiones cuando se tomaron decisiones o medidas sanitarias para contener el virus, allí estuvo el equipo de comunicación institucional, pues lo importante era enviar un mensaje que le diese tranquilidad y confianza a la población, a través de información y mensajes de prevención de forma oportuna.

Como encargado de velar por el cumplimiento de las políticas públicas en materia de salud, es mucha la responsabilidad, pero la coyuntura de la contingencia generada por la pandemia resaltó la importancia de la comunicación de riesgo, la promoción de la salud y la información certera y precisa, es por ello que este manual representa un aporte sustancial no sólo sobre qué comunicar, sino de qué manera, en qué momento y a través de qué medios o plataformas emitir nuestros mensajes, pues nuestro objetivo es salvar vidas.

Toda mi vida como médico he sido exigente en cuanto a lo que deseamos y los resultados que buscamos obtener. Varias veces al entrar o salir del despacho observamos el monitor en la entrada del edificio del campanario, sede de la oficina ministerial y en silencio nos preguntamos ¿nosotros hicimos eso?.

Por ello es que recalcamos que la comunicación es fundamental para fomentar la salud, pero entendimos desde siempre que este proceso requiere de normas y guías básicas pero necesarias para poder llegar a la población en general y generar comportamientos y estilos de vida saludable en beneficio de todos.

Ministerio de Salud

Al igual que la medicina, la comunicación conlleva procesos para lograr objetivos concretos y así poder educar en salud, persuadir e informar sobre las acciones e intervenciones que el MINSA despliega en todo el país a través de sus 15 regionales.

En la actualidad el país y el mundo se sigue enfrentando a la pandemia generada por la COVID-19, lo que constituyó la mejor prueba para poder comunicar de manera asertiva y eficaz, dando como resultado un sin número de comunicados oficiales, notas de prensa, infografías, piezas audiovisuales y mensajes en plataformas digitales, que requirieron un rigor periodístico y literario apegados a las normas y procesos comunicacionales universales, pero ceñidos a los parámetros que rigen la salud pública.

La presente obra es una guía de normas periodísticas, que toman en cuenta al ciudadano como eje de todas las acciones e intervenciones que en materia de salud pública ejecuta el MINSA en nuestro país y que servirá para las futuras administraciones como una hoja de ruta de cómo desde la perspectiva gubernamental se deben elaborar los mensajes de promoción de la salud y notas periodísticas que se publican o envían a los medios.

Como equipo de salud entendimos, no sólo la importancia de la comunicación estratégica y de riesgo, sino la forma en que se deben elaborar los mensajes de prevención, promoción y las noticias que emanan del MINSA, lo que nos resulta novedoso e interesante, pues también conlleva perfeccionar el trabajo que a diario realiza todo el equipo de comunicación, que debe apoyarse en esta herramienta, nunca contemplada dentro de la gestión del MINSA.

El plan representa un hito para el MINSA, ya que sería una de las primeras instituciones del Estado en contar con una guía o manual en materia de comunicación, redacción periodística, protocolo, redes sociales etc., por lo que nos complace acompañar al equipo institucional de comunicación en este nuevo peldaño que redundará en beneficio no sólo de ellos, sino de la entidad y de las 15 regiones del país.

Igualmente, al tener una metodología en esta materia que, aunque básica, orienta al personal a cómo deben desarrollarse los mensajes, sus contenidos y enfoques, lo que implícitamente impacta en el ámbito de la transparencia, tan importante para el manejo de las instituciones públicas.

Para las siguientes generaciones queda un manual, el cual se puede actualizar anualmente con las nuevas tendencias que en materia de comunicación podrían surgir, lo cierto es que hoy día dejamos como parte de nuestra gestión esta herramienta que refuerza el área de comunicación del MINSA.

Dr. Luis F. Sucre Mejía
Ministro de Salud 2023

Ministerio de Salud

Comunicación en el ámbito gubernamental

El sector estatal no escapa, ni es ajeno al arte de comunicar, por ello es importante que el equipo de comunicación, en su conjunto, entienda la importancia de informar más allá de la institucionalidad. Para ello hay que tener en cuenta la necesidad de brindar información útil para la población y que esté alineada con la postura de la institución.

En paralelo es primordial que el equipo de comunicación institucional tenga claro el público o audiencia a quienes están dirigido todos los mensajes, ya que allí se enfocan las estrategias de prevención y promoción de la salud.

Sin embargo, es prioridad igualmente tener en cuenta no sólo la audiencia cautiva o primaria, sino todos los posibles públicos interesados en la información que emitiría la institución a través de su equipo de prensa y comunicación.

Esto incluye además el público interno o colaboradores, quienes también son un factor fundamental, no sólo como audiencia, sino como canal natural y holístico de comunicación.

No se puede obviar que todos los componentes de las oficinas de comunicación institucionales deben en paralelo tener perfil como periodistas, relacionistas públicos, publicistas, fotógrafos, camarógrafos, diseñadores gráficos y especialistas de redes sociales entre otros, debidamente acreditados.

Paralelamente no se puede olvidar que la información emanada de las oficinas de comunicación debe contener un enfoque político, desde la perspectiva de la administración pública, lo que se traduce en el impacto a la población en general.

La información que emane de las oficinas de comunicación de las entidades del Estado también deben tener contenido y enfoques muy definidos, lo que se sustenta en un esquema comunicacional o estrategia que enrumbe el accionar de todos los procesos comunicacionales institucionales, los cuáles también deben ir engarzados con los pilares del ministro/director (a) de turno.

Entender que la comunicación institucional no escapa de las teorías y los procesos donde tener, entender y contar con un emisor, canal, perceptor y realimentación es fundamental para que el mensaje logre su cometido.

Hay que tener en cuenta, no sólo qué se comunica, sino cómo, cuándo y a través de qué canales. Sin embargo, se debe tener en el radar que habrá situaciones en qué se deberá publicar con inmediatez (si lo amerita) dependiendo de la información, situación y estrategia. Pero sin olvidar que la información a enviar a medios debe ser validada o verificada desde el punto de vista noticioso y técnico.

Mgter. Aris Ábrego

Director Nacional de Comunicación

MANUAL DE REDACCIÓN EDICIÓN #1

Ministerio de Salud

Comunicar

Según los conocedores en la materia, la palabra comunicar se desprende del latín **communicatio**, que a la sazón implica informar a más de un ente, un proceso que permite transmitir o recibir información u opiniones a los miembros de una sociedad.

Es el sentido, interés, ganas y arte de comunicar a través de códigos y signos y en este proceso se insiste en que es importante tener en cuenta el canal, el perceptor o público, el contenido y enfoque del mensaje.

Últimamente se hace más énfasis en las nuevas plataformas digitales, las cuales también hay que tener en cuenta a la hora de comunicar, sin olvidar que la comunicación debe ser holística, orgánica, verbal, pertinente y empática.

La comunicación institucional tiene como meta informar, lo que a su vez genera acciones para persuadir a la población. Los comunicadores tienen como función entregar información verídica y confirmada por las fuentes institucionales.

Comunicación de riesgo

Educar e informar de forma oportuna, preventiva y anticipada abarca mucho más que prevenir lo prevenible, ya que se busca orientar a la población, ante un evento adverso que afecta su salud y su vida.

Es importante dar la información correcta y creíble, pero que a la vez genere un accionar no sólo de las autoridades, sino de la población; por ello la comunicación debe ser empática, certera, respetuosa, no estigmatizada, ni sesgada.

Es prioritario emitir mensajes precisos y breves, pues las personas tienden a recordar lo primero y lo último que ven o escuchan, ya que se queda grabada en la mente del perceptor, quien recibe el mensaje a través de todos sus sentidos. Paralelamente es importante conocer la audiencia a quien se dirige el contenido y la forma en que se desarrollan los mismos.

En estos casos la honestidad juega un papel preponderante a la hora de comunicar (redactar notas, dar entrevistas, informar en redes sociales), ya que esto brinda confianza y credibilidad ante la opinión pública.

Al momento de preparar mensajes de riesgo dirigidos a la población tampoco se puede olvidar la audiencia, enfoque y objetivo de nuestra comunicación.

Los expertos consideran que para elaborar mensajes para comunicar en emergencias debemos también tomar en cuenta o tener en el radar de qué tipo de evento se trata, las características de la audiencia (edades, condiciones, idiosincrasia e idioma).

Ministerio de Salud

Se deben procurar todas las formas de comunicación, no asumir que toda nuestra audiencia tiene acceso a medios convencionales, tecnológicos o redes sociales. Por ello es importante recurrir o utilizarlos todos (promoción de la salud, volanteo y otros).

Es imperante usar los más básicos como los perifoneos, panfletos, programas radiales, noticias, entrevistas, medios alternativos, líderes de opinión, voceros oficiales, medios impresos, digitales, redes sociales, vallas, gigantografías, gráficos, *WhatsApp* y redes interinstitucionales entre muchos más.

Aunque muchas veces los medios marquen sus propias pautas (*agenda setting*) es importante que como enlaces, periodistas o miembros del equipo institucional de comunicación se tenga claro que hay que brindar información, pero sin que exista presión alguna que pueda comprometer a la entidad o lo que se quiera comunicar a la sociedad.

¿Qué es la comunicación de riesgo?

En el ámbito de la salud es un factor determinante, ya que según lo establece la OMS/OPS, comunicación de riesgo, se trata del intercambio en tiempo real de orientaciones y opiniones emanadas de expertos u autoridades ante quienes enfrentan o podrían enfrentar una amenaza real, que impacte su vida, salud, bienestar económico y social.

En paralelo se trabaja de la mano con la participación comunitaria, ya que de acuerdo con estos organismos internacionales este punto es vital e indispensable para una gestión eficaz de las emergencias en salud generadas por cualquier tipo de amenaza (natural, biológica y radiológica).

De acuerdo, al documento elaborado por la REDCOM del SE-COMISCA que detalla los **lineamientos regionales sobre comunicación en riesgo en la era post COVID-19**, los principios de la comunicación de riesgo y participación ciudadana pueden ayudar a brindar información al público para tomar las mejores decisiones dentro de las limitaciones de tiempo, en la mayoría de ocasiones, sumamente restringidas que tiene la organización (Ministerio de Salud), así aceptar la naturaleza imperfecta de esa elección.

Según la OPS, la estrategia de comunicación de riesgo comprende cinco etapas:

1. Etapa de preparación
2. Etapa de inicio del evento de la salud pública
3. Etapa de control
4. Etapa de recuperación
5. Etapa de evolución.

Cuando existe una amenaza real o eventual para la salud, las opciones de tratamientos y de recursos pueden ser escasos y las intervenciones directas pueden requerir tiempo para organizarse; de ahí que la comunicación e información certera sobre la amenaza y los comportamientos preventivos a menudo son las herramienta de salud pública más importante de la gestión de

Ministerio de Salud

riesgo. Por ello la comunicación de riesgos es una capacidad central del Reglamento Sanitario Internacional (RSI) de 2005 y una de las 5 estrategias dentro del marco de preparación para una influenza pandémica (PIP).

En el marco del Reglamento Sanitario Internacional (RSI), la OPS desarrolla un modelo de comunicación de riesgo que incluye la planificación de diversas actividades para las fases de preparación, respuesta, control, recuperación y evaluación de una emergencia con impacto en la salud pública.

Este documento elaborado por la REDCOM del SE-COMISCA, es importante para la elaboración de planes especiales de comunicación para determinados eventos, que incluyan información pública y la movilización social.

La actualización de canales de información con la comunidad y los medios de comunicación como sitios web, reuniones comunitarias, transmisiones de radio y televisión etc, son vitales en las estrategias de comunicación en esta materia, según plantea la REDCOM del SE-COMISCA.

Es de rigor contar con autoridades o gerentes a cargo del manejo de evento, debidamente capacitados para tomar decisiones que contribuyan a mantener la confianza de la población en su gestión y en las recomendaciones adoptadas, a objeto de ayudar a controlar rápidamente el evento.

Planificación y ejecución de evaluaciones de componentes de comunicación de riesgo luego de un suceso de salud pública que incluirán la evaluación de la transparencia, la pertinencia de los mensajes, el primer anuncio dentro de las 24 horas que siguen a la información del evento.

Los componentes de comunicación institucional deben tomar en cuenta los siguientes puntos a la hora emitir los mensajes.

Naturaleza de los riesgos de la salud y/o los desafíos

Consideraciones clave para abordarlos (enfoques, públicos, contenidos, alcance, medios etc)

Intervenciones claves dirigidas a distintos públicos.

Las normativas (procesos, normativas, protocolos, lineamientos)

Los recursos que se requieran (humanos, económicos técnicos etc.)

Redactar para informar

A la hora de comunicar hay que tener en cuenta que el lenguaje informativo es diferente al literario, al interpersonal o el didáctico, ya que el periodista institucional está obligado a obedecer un procedimiento científico, distante que utiliza el lenguaje literario o poético, por cuanto que cada mensaje fórmula un proceso informativo lo obliga a establecer una relación entre el mensaje, el emisor y un perceptor quien lo decodifica.

Ministerio de Salud

En el ámbito ministerial y gubernamental es importante mantener la premisa que es importante saber redactar para informar en debida forma, ya que no sólo hay que guardar las normas elementales del periodismo, sino apegarse a la estrategia de comunicación y al plan de gobierno en materia por ejemplo de la salud pública, todo ello es fundamental a la hora de estructurar los escritos informativos.

Puntos para tomar en cuenta:

Personajes y escenario; es decir, las personas que participan, cómo se da el hecho y el lugar donde ocurre:

Aparte de la necesidad del periodista se mencionan cinco leyes que, aplicadas, le ofrecen al narrador el modo de interesar y cautivar al receptor o receptores.

- ◉ Ley de la utilidad: presentar solo las ideas que le son provechosas a la narración
- ◉ Ley de unidad: todas las partes de la narración deben tener relación.
- ◉ Ley de interés: es lo que decíamos de la premisa mayor a la menor, que en ese hilado se mantenga la llama viva del relato.
- ◉ Ley de la verdad: que el relato se fundamente exclusivamente en hechos reales.
- ◉ Ley de la verosimilitud: los hechos no solamente deben ser verdaderos, sino también parecerlos

Redactar desde las instituciones

Redactar notas de prensa o comunicados oficiales desde las oficinas de comunicación estatales no es menos complejo que desde la perspectiva de una sala de redacción de un medio convencional.

No solo hay que tomar en cuenta los principios de la redacción periodística, sino tener claro el enfoque y la estrategia para comunicar lo que se necesita informar a la población.

Es importante dejar, por un momento los rigores literarios que a veces nos imprime la redacción periodística, al menos que se realice un reportaje institucional. Por ello es fundamental ser muy preciso y claro, tanto en el contenido, términos y estructura.

Nunca se debe olvidar para quienes se redacta o emite la información, pero tampoco se pueden pasar por alto los intereses institucionales.

Por ejemplo, en el caso del Ministerio de Salud (MINSA) habrá momentos en que recalcar los avances y tratamientos de patolog

Ministerio de Salud

Indicadores
 Se mide por la **cantidad** de la información.



Variables
 Manejan temas adecuados para el **perceptor**.

Proximidad
 Interesar más por los **temas** que nos rodean.



Actualidad
 La **novedad** es de vital importancia.

Magnitud
 Aborda temas amplios para lograr el interés **público**.



Ministerio de Salud

Esquema básico para elaborar una nota de prensa:

Estructura y redacción

- 1- Título (encabezado que debe conectar) Se pueden utilizar colgados y sumarios.
- 2- Lead (ya sea directo, compuesto o de cita) Introducción o contextualización.
- 3- Desarrollo del tema (cuerpo del texto con investigaciones, citas, datos y entrevistas).
- 4- Cierre, debe ofrecer una reflexión o argumentación.
- 5- Tema (actual, relevante e impactante) deben profundizar en la investigación, contextualización, debe tener un detalle relevante o significativo, datos o cifras (no abusar de estas). Debe mapearse, o sea estructurar desde el enfoque, contenido y redacción.
- 6- Lenguaje debe ser coloquial y comprensivo, puede no ser breve, pero si preciso (sin términos rebuscados o muy técnicos, sin que premie por delante una explicación básica), por ello es importante exponer un tema real que influye en la opinión pública.

El enlace de prensa o colaborador de la oficina de comunicación debe tener en cuenta y estar anuente que la noticia tiene diferentes formas de redacción, por ello el oficial de prensa debe estar claro cuál es la mejor forma de iniciar el texto, como desarrollarlo y el contenido adecuado con los términos justos para poder así informar en debida forma.

Hay que estar claro que la estructura que requiere una noticia debe ser capaz, no sólo de informar, sino de calar en la opinión pública de acuerdo al interés primario de la institución, lo que a la sazón conlleva toques ligeros de tecnicismos, administración pública y sanidad en el caso del Ministerio de Salud.

No hay que olvidar que el género noticioso se puede elaborar de acuerdo a todos los estilos establecidos en las aulas de las facultades de comunicación social.

La noticia se puede redactar de diferentes formas, por ello el periodista o enlace debe seleccionar aquella que mejor se adapte a la estrategia, enfoque y contenido. Al hacerlo, deberá tomar en cuenta que la función principal de la noticia es informar; por ello, a menos que haya razones legítimas para hacerlo de otra manera, deberá utilizar una estructura que exponga con claridad, en los primeros párrafos, los hechos esenciales, para luego desarrollar el texto, con los datos que estimen necesarios agregar, en orden descendente de importancia.

Ministerio de Salud

La redacción

Redactar es expresar mensajes mediante el lenguaje escrito, en el ámbito institucional lo realizan los comunicadores, en el caso del MINSa es una función atribuible a los periodistas.

Le corresponde entonces al periodista la elaboración de los mensajes que la institución, desea comunicar a través de los medios y sus plataformas, además de las institucionales.

Normas para tomar en cuenta a la hora de redactar: brevedad, claridad y precisión.

Claridad: La primera es la condición primera de la prosa periodística y de redacción. Para que nos entienda todo el público, ya sea el erudito y el no erudito.

Brevedad: En la práctica equivale a concisión. La brevedad es impuesta por la limitación de espacio. Todo depende de lo que se tenga que decir o contar.

Voceros

Es importante que parte de la estrategia desde el punto de vista global o según sea la situación debe contar con voceros focales y más si se trata todo lo concerniente a temas específicos e inherentes a la entidad.

En el caso del Ministerio de Salud (MINSa) tanto el ministro (a), viceministro (a) y ministro consejero (a) estarían habilitados para abordar todos los temas más sensitivos, operativos, administrativos, pero es primordial armar una camada de voceros por temas y especialidades, que en el caso del Minsa es muy factible.

Sin embargo, no hay que pasar por alto la importancia de establecer para cada intervención una línea de comunicación o puntos focales, con respuestas precisas que sirvan a los voceros a la hora de responder a la prensa sus inquietudes.

Audiencia

En todas las aulas de las facultades de ciencias de la comunicación se le inculca a los profesionales de la pluma que nunca cambiará (por lo menos por ahora) el quién, cuándo, dónde, por qué, para qué etc., existe un canal y un perceptor por donde se transmite la información y quién decodifica precisamente toda esa información.

De ahí la importancia de que desde la perspectiva institucional también se deban conocer los diferentes públicos y como la percepción de la audiencia puede cambiar todo el panorama.

Principios y teorías de la comunicación dan como certero el hecho de que todo mensaje debe estar estructurado con códigos y signos fáciles de interpretar y asimilar, por el perceptor.

Precisamente esas teorías hablan de públicos doctos y no doctos, o sea los mensajes deben ser interpretados por cada persona, esto incluye elaborar mensajes para personas con discapacidad.

Aunado a ello, debemos identificar el público meta de una situación en riesgo.

Por ejemplo, quiénes se verían afectados y de qué manera. Quiénes serían los entes encargados de dar respuesta, auxilio etc.

Ministerio de Salud

Parte de la estrategia también debe contemplar algunos detalles como establecer una plantilla para las notas de prensa, una misma línea gráfica y que contemple los contactos de los enlaces de prensa o responsables de mantener esa relación con los medios de comunicación que son los encargados de transmitir los mensajes informativos, de prevención, de riesgo promoción y de salud en general en el caso del Ministerio de Salud.

En casos del plan de comunicación de riesgo, el público es general, heterogéneo, pero no hay que olvidar que está plagado de percepciones creadas o concebidas desde sus creencias, culturas y realidades sociales, cuando se tiene en cuenta estos detalles el mensaje es eficiente.

Esquema básico para elaborar una nota de prensa:

Estructura y redacción

- 1- Título (encabezado que debe conectar) Se pueden utilizar colgados y sumarios.
- 2- Lead (ya sea directo, compuesto o de cita) Introducción o contextualización.
- 3- Desarrollo del tema (cuerpo del texto con investigaciones, citas, datos y entrevistas).
- 4- Cierre, debe ofrecer una reflexión o argumentación.
- 5- Tema (actual, relevante e impactante) deben profundizar en la investigación, contextualización, debe tener un detalle relevante o significativo, datos o cifras (no abusar de estas). Debe mapearse, o sea estructurar desde el enfoque, contenido y redacción.
- 6- Lenguaje debe ser coloquial y comprensivo, puede no ser breve, pero si preciso (sin términos rebuscados o muy técnicos, sin que premie por delante una explicación básica), por ello es importante exponer un tema real que influye en la opinión pública.

El enlace de prensa o colaborador de la oficina de comunicación debe tener en cuenta y estar anuente que la noticia tiene diferentes formas de redacción, por ello el oficial de prensa debe estar claro cuál es la mejor forma de iniciar el texto, como desarrollarlo y el contenido adecuado con los términos justos para poder así informar en debida forma.

Hay que estar claro que la estructura que requiere una noticia debe ser capaz, no sólo de informar, sino de calar en la opinión pública de acuerdo al interés primario de la institución, lo que a la sazón conlleva toques ligeros de tecnicismos, administración pública y sanidad en el caso del Ministerio de Salud.

No hay que olvidar que el género noticioso se puede elaborar de acuerdo a todos los estilos establecidos en las aulas de las facultades de comunicación social.

La noticia se puede redactar de diferentes formas, por ello el periodista o enlace debe seleccionar aquella que mejor se adapte a la estrategia, enfoque y contenido. Al hacerlo, deberá tomar en cuenta que la función principal de la noticia es informar; por ello, a menos que haya razones legítimas para hacerlo de otra manera, deberá utilizar una estructura que exponga con claridad, en los primeros párrafos, los hechos esenciales, para luego desarrollar el texto, con los datos que estimen necesarios agregar, en orden descendente de importancia.

Ministerio de Salud

Empatía en la elaboración de los mensajes

El enlace de comunicación institucional sólo deberá transmitir hechos comprobables, para ello es recomendable revisar detalladamente toda información que se emita y la información debe ser narrada de la manera más periodística posible.

Generar credibilidad es parte de la empatía a lograr, pues es un valor agregado en favor de la entidad y que se puede canalizar y alcanzar a través de la redacción y emisión de información verás y pertinente. Además, se debe tomar en cuenta también que hay que evitar el uso de la primera persona en singular y en plural como redactor, sólo si se refiere a la entidad o al vocero o autoridad.

Aun en el ámbito institucional se sugiere que el comunicador o periodista procure asumir un distanciamiento de manera objetiva, lo que a la larga genera o aporta la credibilidad de la entidad, pues sólo se informa, al tiempo que existe la necesidad de corroborar los datos y la información con los voceros oficiales antes de emitir la nota de prensa o el comunicado.

Hay que tomar en cuenta que los periodistas siempre buscarán las dos partes de un mismo hecho, por ello es importante brindar información oportuna, clara y cuya versión de la entidad esté ajustada al mensaje que se quiere transmitir, y si es necesario contextualizar para que el público tenga claridad de la versión oficial.

Control de calidad

En el ámbito institucional es importante mantener los niveles de calidad, pues cada miembro del equipo debe ser responsable de su trabajo. Para ello es importante que entiendan que cada quien tiene la obligación, de revisar sus textos, videos, fotos y líneas de comunicación etc. previó a la emisión de los mensajes. Al igual que el periodista o comunicador que labora en el ámbito privado o en medios de comunicación masivos, quienes se desempeñan en las secciones de prensa de las instituciones estatales, deben procurar redactar información útil para el público meta, sin dejar los principios de precisión, verificación de datos y cifras, nombres correctos, etc. Es allí donde se conjuga la pertinencia de la estructura y el estilo. (orden lógico, claridad, fluidez, ortografía).

Se debe procurar a la hora de redactar evitar términos que sugieran algún tipo de discriminación, afiliación política, ideológica que interfiera en el proceso de comunicación efectiva e institucional.

La comunicación estatal no escapa a las imprecisiones, muchas veces involuntarias o víctimas de la prisa innecesaria y reacciones atadas a las circunstancias propias de la entidad, por ello la revisión del material desde la perspectiva técnica y periodística es vital y no debe pasarse por alto.

Lo importante es comunicar o hasta reaccionar oportunamente de manera clara y precisa, sin más presiones que la necesidad de informar correctamente y apegados a la estrategia de comunicación institucional.

Desde esta acera también se puede contextualizar para mayor comprensión de la audiencia y tratar de explicar, luego que se informe el mensaje central.

Ministerio de Salud

Reeler y corregir

En cualquier caso, los textos de noticias o alertas en redes sociales pasarán por varios ojos antes de ser publicados y en todo el proceso de producción, es posible que se detecten algunos errores, pero el autor del texto no debe confiar en que esto ocurra. Él es quién está en mejor posición de descubrir incongruencias e, inclusive, datos equivocados que se le pudieron escapar en el proceso de una redacción apresurada. Además, la responsabilidad de lo que escriba es suya.

Debe ser costumbre de todo periodista volver a leer la noticia una vez emitida y escribir la corrección en caso de que, a pesar de todo, se haya pasado un error.

El periodista está obligado a consultar los diccionarios comunes y del sistema digital en todos los casos en que tenga dudas sobre cualquier palabra, también deberá avisar a su coordinador o superior si tiene alguna duda, si no está claro en el enfoque y contenido de la información, para evitar divulgar un comunicado con imprecisiones.

La noticia y reportaje como géneros periodísticos al servicio de la institución.

Como género básico, la noticia es un vehículo informativo inédito y eficaz que desde la visión institucional debe resaltar datos importantes, información útil y debe ser redactada con un estilo directo, sin términos rebuscados, claro, conciso y apegada a los intereses de la entidad.

De allí que el lead no puede pasar por alto, todas las preguntas instruidas en las aulas de las escuelas de comunicación, ¿Quién, cuándo, cómo, dónde, por qué y hasta para qué? Y pueden incluso estar distribuidas en los dos primeros párrafos, siempre y cuando el oficial de prensa se circunscriba a ellas de manera fiel, pero creativa, bajo el amparo de cualquier estilo y género.

En este punto es importante saber que se deben evitar los textos, párrafos y cuartillas extensas y abrumadoras.

Importante, desde el punto de vista institucional, no procurar caer en el culto a la personalidad que le reste credibilidad a la información.

Están muy permitidas las citas directas, siempre y cuando tenga un valor noticioso, de impacto y sin tintes de subjetividades.

Es importante que el cuerpo de la noticia y el reportaje guarde todos los elementos, como datos, citas, información pertinente etc.

La entrevista: como herramienta institucional

Se trata de uno de los géneros más eficaces para obtener y ofrecer información de una manera efectiva y así poder informar y brindar mensajes controlados a los medios de eventos, acciones e información certera del ministerio, en este caso del MINSA.

Ministerio de Salud

Algo que no falla ni cambia, es que nuestro enlace de prensa debe, para obtener información institucional vital estar preparado e ilustrado, lo que implica indagar todo lo que pueda sobre la fuente a entrevistar.

Como en cada ámbito es importante documentarse, armar preguntas y lograr un mensaje de cierre efectivo y persuasivo si fuese necesario. Esto se logra también acordando con el vocero los puntos que se quieren comunicar.

La entrevista es un género que de por sí solo ayuda grandemente a difundir información relevante sobre el MINSA y además se puede enviar a los medios de comunicación para que sea reproducida tal cual y posicionar los mensajes ante la población.

Algunos de los tipos de estilos de entrevistas que pueden funcionar en el ámbito gubernamental son: entrevista de perfil (biografía), de declaración (opinión) entre otros.

También es fundamental en todos los aspectos utilizar la técnica de las citas directas al momento de utilizar o redactar una entrevista como género periodístico para informar a la población.

Se mantienen y funcionan muy bien para los fines institucionales, enmarcados en las estrategias comunicacionales de la entidad: la de declaraciones, de perfil y obviamente la mezcla de ambas.

La de declaraciones funciona fácilmente para informar, aclarar o dar a conocer la posición de la entidad ante un enfoque determinado y luego se puede enviar junto la nota de prensa a los medios convencionales, plataformas etc.

Las entrevistas igualmente sirven muy bien para colocarlas en espacios o plataformas digitales, redes sociales y circuitos cerrados para comunicar mensajes institucionales pertinentes o reforzar cualquier tipo de campaña que se lleve adelante, y ejemplo de ello es la entrevista de declaración, la cual precisamente se erige como un arma eficiente cuando a la entidad le interesa que el vocero o autoridad brinde información de interés mediático o reaccionar ante un hecho puntual que involucra a la institución.

Sin embargo, hay que tomar en cuenta que a la par de quién es el vocero, hay que también reforzar qué dice o tiene para decir el entrevistado.

Igualmente se puede enviar la entrevista a medios de manera escrita, a la usanza de pregunta y respuesta, ya sea en cursiva u otro estilo que denote el cuestionamiento y las declaraciones.

Las notas de prensa enriquecidas de entrevistas de voceros o autoridades pueden contener antecedentes de hechos que contextualicen la información que enviaremos, a la par se pueden incluir elegantemente resúmenes o temas divididos por subtítulos en negritas.

Cuando se requiera de notas de prensa de entrevistas basados en temas, es importante identificar cuáles son los ejes centrales y así construir el comunicado, construyendo el mensaje con las declaraciones más importantes y el resto dividido en secciones temáticas.

Ministerio de Salud

Entrevista de declaración

Básicamente es las que se obtienen en las coberturas institucionales o que buscan posicionar un tema en específico institucional y/o actualidad. Se procura que sea redactada de pregunta y respuestas. Puede incluir datos anecdóticos del entrevistador o sobre el tema abordado.

Puede darle profundidad por si sola a una noticia o tema de actualidad plasmado en los medios de comunicación o para reaccionar sobre algún tópico en especial. Pero es impotante que el vocero sea un especialista en el tema.

Entrevista de perfil

Es una oportunidad muy bien aprovechada en el ámbito gubernamental, ya que permite una libertad informativa, periodística y literaria que en la actualidad tiene cabida en medios tradicionales, institucionales, páginas webs y plataformas digitales, ya que debe transmitir un reflejo en primera persona del vocero o autoridad, pero destacando no sólo sus logros o CV, sino aporte al tema que se quiere informar. Se permite datos biográficos, anécdotas y citas.

En este género el comunicador institucional debe tomar en cuenta valorar y respetar el estilo narrativo, ya sea literario o directo, pues debe incluir descripciones y detalles que refuercen ayuden al lector a sentirse enfrente del entrevistado.

Es importante que todas las entrevistas, como género a usar, debe respetar las declaraciones del entrevistado o autoridad, pero si sus respuestas o contestaciones son muy extensas hay que editar el contenido, sin perder el enfoque ni esencia de la entrevista.

No hay que olvidar que el entrevistador debe preparar el cuestionario para que el vocero brinde respuestas enfocadas en la línea o estrategia que busca la entidad emitir a la opinión pública a través de los medios de comunicación.

Reportaje

Este género periodístico es también una herramienta valiosa a la hora de dar a conocer información más detallada, profunda y especializada del MINSa y que tengan interés para los usuarios del sistema de salud.

Inclusive en el ámbito institucional el reportaje es un arma eficaz, pero que en paralelo debe ser creativo y captar la atención de los lectores desde el primer momento y capaz de ser reproducido en diversas plataformas o medios de comunicación.

En las instituciones como el MINSa existe la posibilidad de redactar reportajes enfocados en los diversos programas como el del VIH, epidemiología, salud sexual y reproductiva, promoción de la salud, primera infancia, salud mental, atención primaria entre otros tópicos inherentes a una entidad tan grande y compleja como el MINSa.

Obviamente debe respetar todos los principios periodísticos, tener un título innovador y llamativo, lead comprensivo y un cuerpo desarrollado con citas, datos y entrevistas; tomando

Ministerio de Salud

en cuenta que se centra mucho en los principios del periodismo científico.

Además en una entidad como el MINSA se pueden contar historias también sobre avances de la medicina, biología, tecnología o cualquier otro tema especializado de interés general y que impacta en la población.

El mapeo es prioritario: Tener un tema de interés para la institución por ejemplo: proceso de vacunación, programa de tuberculosis, VIH y registro de medicamentos, estipular el canal de difusión, fuentes especializadas, enfoque contenido y en algunos casos audiencia o target.

Un punto a resaltar es que el reportaje de por sí, conlleva más de una fuente, sin embargo al ser temas institucionales este género puede usar fuentes de referencias o bibliográficas etc., lo que permite profundizar en el tema si mayores contratiempos, así sea con una sola fuente institucional.

El equipo audiovisual también juega un papel interesante, ya que serán los responsables de reforzar la emisión del mensaje a través de imágenes y entrevista sobre el tema abordado.

Para la realización del reportaje es importante que el periodista institucional se prepare al respecto del tema y pueda tener el marco referencial suficiente para poder desarrollar la temática etc.

El título

En todo trabajo comunicacional, el título es el principal referente de la información.

Si el título no está bien redactado, carece de suficiente calidad o no refleja de forma adecuada la información, puede que la nota de prensa o comunicado nunca llegue a ser leída o tomado en cuenta en las salas de redacción.

A la hora de pensar en un título hay que tener en cuenta las siguientes recomendaciones.

- Es un escaparate de la información, decisivo para captar la atención, pero también una síntesis de su contenido, que debe reflejar con fidelidad y convicción el mensaje que se brinda.
- Ha de basarse exclusivamente en el contenido del texto, y se puede redactar también de forma directa, en cita o literaria
- Tiene que resultar claro e inteligente para la población y entenderse por sí mismo sin necesidad del resto de la información.
- En el título debe recoger la esencia de la noticia los principales elementos que definen este género fundamental del periodismo, son también los más adecuados para componer el título novedad, sorpresa, drama, relevancia, interés humano y cercanía.

Ministerio de Salud

Ejemplo: **MINSA inspecciona puestos de venta de alimentos en Atalaya**

Características del título:

- Conjunto de enunciados, autónomos y con significado propio.
- Son concretos y breves.
- Enamora al lector, lo atrapa e invita a leer.
- Debe ser atractivo e innovador.
- Se debe procurar contar con 5 palabras.

Ejemplo: **200 panameños beneficiados con cirugías de cataratas.**

El lead:

Es el primer párrafo introductorio que responde a las preguntas: *¿Cómo?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?*

Existen los leads directos, de cita directa y literario entre los más usados.

Colgado, sumario y pie de foto

Luego del lead, se desarrolla la información en orden de importancia. Esta forma de redactar es muy usada en el periodismo y los medios de comunicación modernos:

Colgado:

- Enunciado más pequeño y sobrepuesto al título.
- Es un complemento con información alterna al título.
- Ubica y identifica el tema redactado.
- El título no se extiende del colgado.
- Debe tener 5 palabras.
- En el ámbito gubernamental no se estila mucho su uso, pero funciona para las Notas de prensa.

Ejemplo: *La vacunación salva vidas*

Sumario:

Facilita al lector la posibilidad de enterarse más rápidamente del hecho, ya que la encuentra resumida en el primer párrafo.

- Amplia el título e introduce nuevos elementos informativos.
- No debe repetir la información de lead.
- Los elementos del sumario los busca el redactor en el propio escrito.

Ejemplo: *La exposición a cualquier humo tóxico o hasta de fogón puede afectar el sistema respiratorio.*

Pie de foto:

- Todas las fotografías llevan una redacción de una o dos líneas máximo.
- Debe ser informativa, conciso e independiente del texto o contenido.
- Refleja el sitio o escena exacta de la imagen.
- No debe repetir información y debe reflejar el tiempo del hecho.

Ministerio de Salud

Ejemplo: *En el recorrido se inspeccionaron los albergues para migrantes en Darién y los doctores del MINSA explicaron las atenciones que se les brindaban.*



Personal de vectores en Coclé nebulizan diariamente diversas comunidades en esta provincia, a fin de eliminar el mosquito transmisor del DENGUE.

Comillas y citas, estilo directo indirecto

Las comillas se utilizan para señalar términos de otras lenguas, neologismo, apodos o títulos de obras como libros o películas y para reproducir palabras y frases textuales dentro de la información.

La cita tiene un alto valor informativo que exige usarla con los criterios más rigurosos pero también de forma que ayuden y no estorben en la claridad y estructura periodística de la narración. No se debe entrecomillar párrafos ni palabras sueltas o frases textuales poco relevantes que se puedan resumir fácilmente.

Al usar las comillas hay que ser objetivo y reflejan con fidelidad las afirmaciones de la fuente sobre todo cuando se recogen sus palabras de forma parcial y selectiva. Estas prácticas permiten extraer y condensar lo más importante de las declaraciones, ya sea hablada o escrita pero sin alterar el sentido del mensaje original.

Nunca se deben reconstruir las afirmaciones de una persona ni los fragmentos de un documento por el procedimiento de yuxtaponer entrecomillados de palabras que originalmente están separadas. Las frases textuales deben reproducirse completas y sólo con algunos términos entrecomillados salvo que tengan un valor enfático.

El periodista debe, además ser consciente de que una presentación de citas poco cuidada facilita que una fuente descontenta por la repercusión de su declaraciones, se queje de han sido tergiversadas o malinterpretadas.

Las citas pueden redactarse de forma directa o indirecta. En el primer caso (directa) consiste en la reproducción textual de la declaración o documento y se presentan mediante el uso de dos puntos o con una referencia de la fuente. Y al culminar la cita se recuerda que se debe colocar una coma, luego un verbo y el sujeto de la oración. Esta puede hacerse después de las comillas o dentro de ellas, en cuyo caso va entre guiones.

Refleja textualmente las declaraciones de la autoridad o vocero, que refleja información exacta de lo que se quiere informar.

Se debe abrir la frase con las comillas, al culminar el párrafo se cierra la comilla, se ubica una coma, se redacta el verbo (de preferencia en presente o pasado) luego que ubica el sujeto de la oración otra coma y el resto de la oración.

Ministerio de Salud

En cambio, las citas indirectas explican de forma periodística el contenido de la declaración aunque pueda introducirse para reforzarlas. Algunas palabras o frases claves entrecomillas.

Ejemplos

“Estamos divulgando a nivel nacional la estrategia del PAI, pero no solamente con la vacuna bivalente, sino todo el esquema completo de inmunización, tanto en niños como en adultos”, expresó la viceministra Ivette Berrío.

Conjugación de ambos estilos

Contexto mínimo indispensable

En esta frase hay El ministro afirmó que hará “cuánto sea necesario” para que la población esté vacunada contra la COVID-19.

Hay que tener especial cuidado con uno y otro estilo de no romper la concordancia de los verbos y sujeto en tiempo o personas.

Si un entrecomillado incluye verbos, adjetivos posesivos o pronombres en primera o segunda persona o en tiempos en presente y le anteponemos la conjunción “qué” usa para introducir la cita indirecta (dijo qué, pidió que...) se producirá ese error gramatical.

Sólo cuando los tiempos y personas gramaticales que lleva cita coinciden con los del narrador periodístico (pasado y tercera personas) o es una frase impersonal podrá introducirse correctamente el entrecomillado con el “qué” del estilo indirecto).

Hay que preguntarse si la información que se está desarrollando tiene el contexto mínimo indispensable. también, si debe haber piezas complementarias a la historia eje y así lograr que el mensaje se pueda decodificar o entender por parte de la audiencia o público al que está dirigido.

La idea, temas institucionales e información útil

En el caso de una institución tan compleja y grande como lo es el Ministerio de Salud, en donde concurren más de 20 direcciones nacionales, 15 regionales, jefaturas y programas a nivel de todo el país, siempre se encontrará un caudal de información útil para la población usuaria de las instalaciones y servicios que ofrece el Estado a través del MINSA.

Existen programas, proyectos e intervenciones en atención primaria, VIH, prevención de enfermedades no transmisibles, salud mental y el esquema de vacunación, temas que son prioridad y de importancia para la población en general, por ello informar al respecto es fundamental.

¿Pero cómo generar información, noticias o incluso reportajes institucionales que puedan ser replicados en los medios de comunicación y plataformas digitales? Allí entran en juego las técnicas de comunicación y las lecciones aprendidas en las aulas universitarias.

¿Cómo se llegó a la idea?, ¿Cuál es mi hipótesis?, ¿en dónde y desde dónde pongo el foco sobre el hecho? Si se requiere, hacer una investigación mínima para constatar que el tema es relevante o importante, especialmente cuando se trata de información imprecisa, noticias falsas o temas que llegan de oídos o por fuentes poco confiables.

Ortografía funcional

La escritura normal utiliza habitualmente las letras mayúsculas, si bien, por distintos motivos, pueden escribirse enteramente con mayúscula palabras, frase incluso textos enteros, pero lo usual es que las mayúsculas se utilicen sólo en posición inicial de palabra y su aparición está condicionada por distintos factores.

No se puede olvidar que las mayúsculas se utilizan al inicio de un párrafo, para cargos, nombres propios, nombres de entidades, después de un punto o punto y seguido etc.

El empleo de las mayúsculas no exime de poner la tilde cuando así lo exijan las reglas de acentuación. Únicamente las reglas que se escriben enteramente en mayúscula no llevan nunca tilde **CIA** (del inglés Central Intelligence Agency), y no CÍA.

Se escriben enteramente en mayúscula las siglas y algunos acrónimos MINSA, OPS, PAI, que puedan leerse por si misma. Se escriben en minúscula en cambio los acrónimos que el uso ha convertido en sustantivos comunes láser, radar, ovni. Cuando los acrónimos son nombres propios y tienen más de cuatro letras, sólo se escriben con mayúscula la inicial Unicef, Unesco.

Al respecto es importante resaltar que a la hora de redactar los nombres de entidades u organizaciones como el MINSA, es importante ubicar primero el nombre y luego las iniciales o acrónimos, como por ejemplo Dirección General de Salud (DIGESA) o el Programa Ampliado de Inmuización (PAI) entre otros ejemplos. Luego se puede seguir usando las siglas para evitar escribir el nombre de la instancia.

Se pueden usar cuando se aprueba una ley, un anteproyecto, proyecto de ley o simplemente se está debatiendo en la Asamblea Nacional los medios de comunicación suelen referirse a ellas con nombres que la identifican, pero que no son los oficiales, como ley antitabaco, ley de avalúos o ley zanahoria.

Estos nombres populares de las leyes también pueden formarse aludiendo a las personas que las han promovido, como la ley Faundes, en relación con la edad de los funcionarios del Estado y en alusión al apellido del exmagistrado de la Corte Suprema de Justicia.

Sin embargo, cómo no se trata de los nombres oficiales de las leyes, se aconseja escribirlos siempre con iniciales minúscula.

La coma:

1 Sirve para separar dos o más palabras o frases que sean de la misma clase, o formen enumeración, siempre que entre ellas no figuren las conjunciones y, ni, o.

• Tenía coches, motos, bicicletas y autobuses.

2 Para separar dos miembros independientes de una oración, haya o no conjunción, entre ellos.

• Los soldados saludaban, la gente aplaudía, y los niños no paraban de cantar.

3. Para limitar una aclaración o ampliación que se inserta en una oración.

Ministerio de Salud

- Descartes, gran filósofo francés, escribió muchos libros.

Puntos:

- El punto y seguido: Separa oraciones dentro de un mismo párrafo.
- El punto y aparte: Señala el final de un párrafo.
- El punto y final: Señala el final de un texto o escrito.
- NOTA: Después de punto y aparte, punto y seguido, la palabra que sigue se escribirá, siempre, con letra inicial mayúscula.

Estadísticas, números, monedas y medidas

En el caso de números, estadísticas, monedas y medidas hay que primeramente pensar en la audiencia, público o perceptores que serán quienes recibirán los mensajes, ya que se podría generar un ruido en el canal o en la decodificación al no poder interpretar las cifras o datos que se vayan a enunciar y con los que el público pudiese no estar familiarizado.

Ejemplo: dos millones 350 mil balboas

Como cuando nos referimos a los números romanos se suelen alternar como XV (décimo quinto) o XXIV (vigésimo cuarto), con los que la mayoría de la población no se identifica o reconoce.

Hay que tener claro que para una mejor lectura y comprensión es recomendable combinar los números con las palabras o sea que 2,000 serían dos mil; es importante mantener en el radar que en Panamá circula desde 1904 y como resultado de un acuerdo monetario para el cobro de las tasas de peaje del Canal de Panamá, el dólar como moneda de circulación regular, pero también se estila colocar el símbolo de Balboa que es la denominación oficial de la moneda panameña.

De manera que en las notas oficiales se hace referencia al dinero invertido o ejecutado en las obras estatales anteponiendo el símbolo de balboa (B/.); es más, si se hace referencia al valor del dinero en los presupuestos del Estado, se debe tener presente que su uso es obligatorio.

Para las medidas no se utilizan abreviaturas, un km., será un kilómetro, una pulgada será eso y no 1"; una yarda será eso y no una yda., ni un seg., ni un min., tampoco utilizaremos una ton., para hacer referencia a una tonelada; de igual manera se realizará con medidas matemáticas o aritméticas como un m², que será un metro cuadrado o un m³, que de igual manera será un metro cubico; se trata de que a nivel Estatal el comunicador es un referente de lo que debe ser y eso es lo mas importante para un redactor a nivel gubernamental.

Tratamientos y nombres

La teoría establece que no deben utilizarse los tratamientos honoríficos en las informaciones; sin embargo, en el ámbito institucional, si bien no se busca generar un culto a la personalidad, si se estila la utilización de tratamientos honoríficos, ya sea, por ejemplo, Su Excelencia Roberto Pérez, ministro de Salud de la República de Panamá.

Ministerio de Salud

No obstante, este tipo de tratamiento se utiliza de manera protocolar, pero a la hora de redactar una nota periodística institucional es recomendable sólo adjudicar el cargo, evadiendo por ejemplo el término Su Excelencia.

Conscientes de todo lo anterior, se mantiene la premisa de no anteponer en las notas de prensa a los nombres propios “don” “señor” “doctor” “excelentísimo” ni tan poco sus equivalentes extranjeros.

Los cargos, títulos nobiliarios y similares, se mantendrán para eventos protocolares, pero se tratará evitar al máximo su uso a la hora de redactar comunicados o información que sea emitida a los medios de comunicación.

Ceremonial y Protocolo

El uso del ceremonial y protocolo en América aparece en la década de los cuarenta en relación directa con el desarrollo de los organismos internacionales y la modalidad de las grandes empresas de incrementar el prestigio de la imagen.

El protocolo es la puesta en práctica del ceremonial, pero, a su vez, reúne varios significados y cada uno de ellos su debida importancia.

Etiqueta viene del francés **étiquette**, que significa ceremonial, estilo, usos y costumbres que se observan en las casas reales, en actos públicos solemnes; por extensión, ceremonia en la manera de tratarse las personas particulares o en actos de la vida privada.

Por lo regular los enlaces de protocolo no están bajo el paraguas de la Oficina de Comunicación, pero en el caso del MINSA el personal encargado de la atención protocolar se encuentran dentro del equipo de comunicación y atienden las asignaciones propias de la agenda del Despacho Superior, pero regidos bajo las normativas del Ceremonial y Protocolo del Estado.

En este caso el oficial de protocolo debe ser buen anfitrión, gozar de puntualidad y estar pendientes de detalles dependiendo del evento, tales como congresos, visitas oficiales, conferencias de prensa etc.

No sólo existe la precedencia en el momento de entrar y salir del recinto de celebración, el lugar de honor va de acuerdo a la situación; ejemplo cuándo se viaja en un auto, se toma un ascensor, caminando por la calle o dentro de un recinto.



Ministerio de Salud

Eventos que requiere el equipo de comunicación

Ruedas de Prensa

Las ruedas de prensa forman parte de las estrategias de comunicación y son ideales cuando hay una crisis o algo muy importantes que informar, es indispensable suministrar la misma información a un amplio número de periodistas, permitiéndoles cuestionar y asegurarse que las preguntas y respuesta se multipliquen a una audiencia más extensa.

El objetivo de una organización o institución al preparar una rueda de prensa es: comunicar información de relevancia a la comunidad, los logros más importantes, productos a promoverse o noticias de interés, etc. Nunca se debe arreglar una rueda de prensa para asuntos de importancia menor, pues se corre el riesgo de perder la voluntad de la prensa. Además, debe tenerse bien en cuenta la opinión de los periodistas independientes.

Su organización no entraña problemas ni complicaciones, pero es muy indispensable observar ciertas reglas simples que ayudan a su buen desarrollo.

Los periodistas son los responsables de evaluar la importancia del comunicado y decidir con que relevancia será publicado en el periódico, la radio o la televisión, se aboga la nota de permiso lleva el enfoque institucional y al final serán las autoridades quienes le den el visto bueno desde el punto de vista técnico político.

Es importante recalcar que las conferencias de prensa es gratuita y es el modo tradicional más utilizado por los medios de comunicación; por lo tanto, se debe hacer ciertas consideraciones que serán valoradas antes de la convocatoria a los medios.

Congresos

El término congreso etimológicamente proviene del latín congressus, que significa reunirse.

Es una junta de varias personas para deliberar sobre algún negocio, su objetivo consiste en crear, mantener o mejorar la imagen de una organización; pero más frecuentemente se lo hace con fines comerciales o la intervención de sectores de interés.

Los congresos no sólo sirven para el intercambio de puntos de vista científico y profesional, sino también para aspecto organizativos, imprimiéndoles un carácter especial tales como:

- 1- Identidad del evento
- 2- El cliente (base de datos)
- 3- Objetivos
- 4- Propósito
- 5- Presupuesto
- 6- Contenido
- 7- Tiempos
- 8- Tema Central – (complementarios)

Ministerio de Salud

Libertad de información, prensa y expresión

Estos términos van engarzados y muchos países democráticos los consagran en sus constituciones.

La libertad de expresión no puede ir separada de la libertad de información, todas enfocadas en la importancia de expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas información y opiniones mediante palabra, el escrito o cualquier otro medio de producción.

La libertad de prensa es poder publicar de manera libre, pero responsable y las entidades del Estado, también gozan de estas libertades democráticas para poder informar al público que dirigiremos los mensajes.

Por ello, en el Estado se puede redactar notas apegados a estos principios sin mayor problema y apelando a que la libertad de información que se determina como derecho a difundir libremente datos de interés común para la población. Aunado a la libertad añadida de velar libertad de prensa, que implica el derecho de recibir información veraz y que es una libertad que ejercen más específicamente los profesionales de la información.

Derecho de la información

Cualquier interpretación del derecho de la información dependerá del enfoque que se asuma; es decir, si se concibe como una "ciencia jurídica universal" o como un "conjunto de normas" que regula el derecho de los ciudadanos y los profesionales de la comunicación a recibir, investigar y definir la información.

En esta concepción, el derecho a la información tiene su origen en la necesidad de reglamentar el ejercicio del derecho fundamental de la libertad de expresión o derecho a la información de los ciudadanos dentro del régimen del Estado Liberal de Derecho.

El papel que le corresponde a los poderes políticos en orden a su tutela, es decir, la necesidad de que el Estado investigará en la regulación y delimitación de estos derechos es no sólo para evitar el abuso, sino precisamente para lograr su pleno desarrollo y su eficacia práctica.

Noticias falsas

No se puede confundir el concepto de noticias inexactas con el de noticia falsa a que hace alusión la Ley, puesto que, a pesar que la veracidad informativa es una característica primordial de los hechos noticiosos, a los periodistas no se les puede exigir la exactitud de las informaciones que publican, ya que ello representaría una modalidad de cesura.

En el caso del MINSA es importante lidiar a diario con este tipo de situaciones y más con coyunturas como la generada por la pandemia, por ello es primordial enviar información real o comprobada para evitar las noticias falsas.

En materia de salud las noticias falsas podrían acarrear serias repercusiones en la población y más si buscan influir de manera negativa. Por ello tener voceros capacitados a través de media training, con la capacidad de desmentir, aclarar e información de manera pertinente y oportuna, a fin de detener la bola desinformativa.

Ministerio de Salud

Métodos y formas del lenguaje informativo

El lenguaje informativo surge dentro de la cultura de masas, para que el ciudadano tenga un conocimiento generalizado de su entorno.

A las autoridades les da a conocer sus falencias, además de ofrecer al público receptor la situación de la realidad que se deriva, no sólo de las instancias políticas, sociales y económicas, sino también de su relación con aquellos actos políticos que administra el Estado.

De igual manera, sobre la base de su exposición a través de los medios de comunicación, los personeros pueden realizar correctivos que le permitan mejorar su imagen.

Los señalamientos deben ser críticos, reveladores y honestos.

Ética periodística

Este punto se refiere al deber ser de cada enlace de comunicación y va muy ligado a la ética periodística que se inculca en las aulas de clases de comunicación o periodismo.

Con este razonamiento es importante entender que el periodista debe evitar la manipulación y la tergiversación de la noticia y no sacar provecho de ella, bajo ningún concepto.

El acatamiento de las normas jurídicas y el respeto a la ética debe normar su sentido profesional, tanto en su relación con los empresarios, como con la colectividad a la que envía la noticia o el informe publicitario.

En la fuente informativa es importante analizar y precisar su idoneidad y qué no se preste para la creación de falacias o expresar verdades a medias en detrimento de los derechos de terceros, ya que donde termina el derecho propio comienza el de los demás, qué debe ser respetado como un elemento ético fundamental.

Los principios del derecho humano deben ser siempre otra normativa de la ética periodística. Hay que tener en cuenta qué, desde el punto de vista periodístico, "el respeto al derecho ajeno es la paz" y que la ética debe cimentarse sobre los fundamentos firmes propugnados por la Organización de la Naciones Unidas.

En tal sentido, el periodista debe inscribir su ejercicio profesional en el ámbito público.

En la medida en que el periodista respete el derecho ajeno estará menos propenso a caer en el escabroso camino de la injuria y calumnia.

En definitiva, pues, el periodista debe encaminar sus sendas profesionales en defensa del decálogo de la moralidad, tomando siempre en cuenta que ese oficio es sagrado y está regido por una férrea moralidad pública.

Minsa en Acción



Este punto se refiere al deber ser de cada enlace de comunicación y va muy ligado a la ética periodística que se inculca en las aulas de clases de comunicación o periodismo.



**PROHIBIDO
FUMAR**



**PROHIBIDO
VAPEAR**



NO 

E
y **¡DILE NO
A FUMAR!**
El uso de cigarrillos
y dispositivos electrónicos,
**AFECTAN NUESTRA SALUD,
CUIDÉMOSLA.**

Para mayor información:
www.panamalibredetabaco.com

www.minsa.gob.pa

ISBN 978-9962-621-48-5



9 789962 621485

   @MINSAPma