



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Licenciatura en Relaciones Públicas

Tesis monográfica/ Tesina

LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LAS REDES SOCIALES

CASO: LA SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD

Realizado por: María Laura Centofante

Director de la Carrera: Manuel Montaner

Tutora: Yamila Gómez

Lugar y fecha: Buenos Aires, Julio de 2016

e-mail: l.centofante@yahoo.com.ar

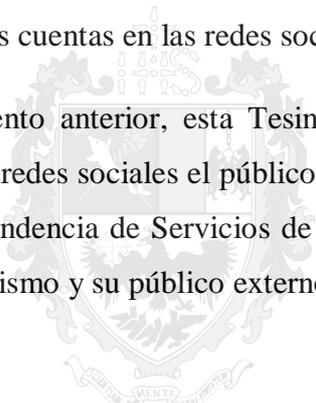
Tel: 1564795787

ABSTRACT

La presente tesina tiene como objetivo investigar la comunicación de la Superintendencia de Servicios de Salud, a través del uso de las redes sociales. La Superintendencia de Servicios de Salud (SSSalud) es el ente de control y regulación de Obras Sociales y Empresas de Medicina Prepaga, también llamados actores del Sistema Nacional del Seguro de Salud.

Además de presentar el marco teórico cuyos conceptos permitirán dar cuenta de objeto de estudio, se analizará el uso de las redes sociales Facebook y Twitter durante el período del 10 de julio al 10 de agosto de 2015. Esto se realizó mediante un abordaje cuantitativo, combinado con la técnica cualitativa de entrevista a las personas responsables de manejar dichas cuentas en las redes sociales.

A partir del relevamiento anterior, esta Tesina da cuenta de tres objetivos: analizar el rol que tiene en las redes sociales el público externo, descubrir cómo utiliza las redes sociales la Superintendencia de Servicios de Salud y evaluar la interacción que se establece entre el organismo y su público externo a través de las redes sociales.-



USAL
UNIVERSIDAD
DEL SALVADOR

INDICE

Prólogo	Pág. 3
Introducción	Pág. 4
CAPÍTULO I. DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA COMUNICACIÓN	Pág. 6
Definición de las Relaciones Públicas	Pág. 6
Historia de las Relaciones Públicas	Pág. 7
Modelos de James Grunig-Todd Hunt	Pág. 9
Los públicos en las Relaciones Públicas	Pág. 12
La comunicación	Pág. 17
Las herramientas de comunicación	Pág. 19
La comunicación interactiva	Pág. 29
La teoría de la enunciación	Pág. 29
CAPÍTULO II. INTERNET Y REDES SOCIALES	Pág. 31
Breve Historia de Internet	Pág. 31
Web 1.0 y 2-0	Pág. 32
Redes sociales	Pág. 33
Las Relaciones Públicas después de las redes sociales	Pág. 36
El community manager: esa nueva función	Pág. 36
CAPÍTULO III. CASO DE ANÁLISIS: SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS DE SALUD	Pág. 42
Presentación del problema	Pág. 42
Historia de la Superintendencia de Servicios de Salud	Pág. 43
Contexto del análisis: gestión de la Sra. Liliana Korenfeld.	Pág. 49
Área de Prensa y Comunicación Institucional	Pág. 51
Organigrama	Pág. 54
Mapa de públicos de la SSSalud	Pág. 55
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DEL CASO	Pág. 57
Metodología / Presentación de resultados	Pág. 57
Análisis de redes sociales	Pág. 57
Resultados generales del análisis	Pág. 65
Conclusiones	Pág. 68
Bibliografía	Pág. 74

PRÓLOGO

Cuando empecé esta carrera estaba terminando otra, aunque debo confesar que Relaciones Públicas era mi primera opción cuando estaba en 4° año del secundario , pero por cosas del destino y un poco también por miedo opté por empezar con Organización de Eventos y terminando esta carrera me definí a empezar Relaciones Públicas.

Descubrí las Relaciones Públicas por las revistas de moda, pero por suerte y con los años me di cuenta que eso no era lo que nosotros hacíamos, que nuestro trabajo va más allá de hacer presencia en eventos. Esta carrera es un trabajo arduo, al que hay que dedicarle tiempo y hoy a punto de recibirme me puedo dar el lujo de estar trabajando de lo que elegí. El camino hasta acá no fue fácil, pasé por todas las instancias, desde recursar en los primeros años de la carrera hasta promocionar en los últimos dos, pero aprendí mucho, no solamente de Relaciones Públicas, sino también de la vida.

Para finalizar quiero primero agradecer a mi familia, porque siempre me apoyó en todo el proceso y sin ellos no hubiese llegado hasta acá, a mis profesores y a mi tutora por siempre tener buena predisposición, y contestar todas las preguntas y por supuesto marcar todos mis errores. Sé que todos confían en mí, también a mis compañeros que se portaron siempre muy bien conmigo, y por último a toda la comunidad de la USAL que siempre han tenido buena voluntad para ayudarme.-

INTRODUCCIÓN

La presente tesina tiene como objetivo investigar la comunicación de la Superintendencia de Servicios de Salud, a través del uso de las redes sociales. Esto va a permitir observar cómo es la transposición de la comunicación hacia las dos redes utilizadas en dicho organismo.

La Superintendencia de Servicios de Salud es el ente de control y regulación de Obras Sociales y Empresas de Medicina Prepaga, también llamados actores del Sistema Nacional del Seguro de Salud. Por disposición del decreto 1615/96, se fusionaron el Instituto Nacional de Obras Sociales (INOS), la Administración Nacional del Seguro de Salud (ANSSAL) y la Dirección Nacional de Obras Sociales (DINOS), creándose así el organismo. El público al cual se dirige son los beneficiarios de las Obras Sociales y de las Empresas de Medicina Prepaga. Resulta importante aclarar que la investigación de esta tesina está basada en ver el cambio que producen las redes sociales en los públicos externos y que hoy se convirtieron en una herramienta más de comunicación, específicamente nos interesan Facebook y Twitter, que son las que permiten una mayor interacción y son las más utilizadas actualmente.

La tesina constará de cuatro capítulos: en el primer capítulo se van a analizar las Relaciones Públicas desde su definición y su historia. Se abordarán los cuatro modelos de James Grunig y Todd Hunt que nos permitirán ver el desarrollo de las Relaciones Públicas a lo largo de la historia. En cuanto a los públicos, que son el eje central de esta profesión y a los que van dirigidas todas las acciones que puede realizar una empresa u organización, se van a analizar desde tres autores. La comunicación se explicará desde el modelo matemático de Claude Shannon y Warren Weaver, así como se dará cuenta de las herramientas de comunicación que son los medios para enviar los mensajes a los distintos públicos, la comunicación interactiva como consecuencia de la aparición de Internet y las redes sociales, y por último la teoría de la enunciación de Emile Benveniste.

El capítulo II va a estar enfocado en Internet contando su historia, la comparación entre la web 1.0 y 2.0, y las redes sociales y nos vamos a enfocar las más

populares e internacionales. También se analizarán las Relaciones Públicas después de la aparición de las redes sociales, dado que esto produjo que la profesión se adaptara y apareciera otra forma de llegar a los públicos, que es el Community Manager (en cuanto a esto nos referiremos a dos casos de una mala gestión de comunicación, el caso Nestlé y el de Starbucks Argentina).

El capítulo III abarcará el caso elegido que es la Superintendencia de Servicios de Salud, desde su historia hasta la actual gestión de Liliana Korenfeld. Por su parte el capítulo IV presentará la estrategia de triangulación combinando la técnica cualitativa de las entrevistas (que se realizaron a Agustina Ferraro y Nancy Vernazza, encargadas del manejo de Facebook y Twitter), junto con el análisis de contenido cuantitativo de las redes sociales que se realizó durante el período del 10 de julio al 10 de agosto de 2015.

Esta Tesina procura dar cuenta de tres objetivos: analizar el rol que tiene en las redes sociales el público externo, descubrir cómo utiliza las redes sociales la Superintendencia de Servicios de Salud y evaluar la interacción que se establece entre el organismo y su público externo a través de las redes sociales. Por último, y antes de comenzar con el desarrollo, se realizará una entrevista a las encargadas de manejar las cuentas y un análisis de las dos redes sociales, como parte del diseño de investigación.

La utilidad de la Tesina para la Superintendencia de Servicios de Salud, es que ofrece un diagnóstico para que luego aplique los mecanismos necesarios para que los beneficiarios de las Obras Sociales y las Empresas de Medicina Prepaga tengan una mayor recepción de los mensajes que envía esa entidad. Es importante que se tome en cuenta esta Tesina para así moldear los mensajes de tal manera que tengan una mayor repercusión, entendiendo además que estas redes sociales se utilizan como otra vía de comunicación del Organismo y se puede ayudar a los beneficiarios de una manera más personalizada. Además, junto con este aporte particular a la gestión de comunicación de la Superintendencia de Servicios de Salud, esta Tesina procura aportar conocimiento en torno al funcionamiento y necesario cuidado y tratamiento profesional de la comunicación institucional en redes sociales.

CAPÍTULO I

DE LAS RELACIONES PÚBLICAS A LA COMUNICACIÓN

Definición de las Relaciones Públicas

Poder definir las Relaciones Públicas muchas veces resulta difícil, en primer lugar porque son muchos autores que la definieron de diferentes maneras, y en segundo lugar porque en Argentina todavía son difíciles de entender, esto no quiere decir que no se sepa que son sino que el problema radica en que son varias las profesiones relacionadas a la comunicación que trabajan en Relaciones Públicas, lo que termina generando una confusión por la superposición de tareas. Aun así resulta válido el utilizar algunas palabras claves como por ejemplo: comunicación, públicos, reputación, imagen, mensajes claves, resolución de conflictos, persuasión, ética e investigación.

Vamos a decir que las Relaciones Públicas sirven para que las empresas y sus públicos tengan un vínculo, y en este punto la comunicación es el eje clave para que pueda existir ese vínculo. A su vez es importante que los públicos sean definidos y segmentados, para poder crear los mensajes claves y poder persuadirlos y relacionarse con los mismos de forma ética. Además las Relaciones Públicas ayudan a las empresas a estar al tanto de lo que pasa en el entorno, a través de la investigación, para poder resolver cualquier tipo de conflicto. Es de vital importancia también velar por la imagen y reputación de las empresas para que no sean dañadas.

Las Relaciones Públicas desde la comunicación permiten abarcar varias áreas: Relaciones con el Gobierno (Lobbying – Asuntos Públicos), Relación con los medios de comunicación (Prensa) ,Comunicación Interna-Externa ,Relación con los Accionistas , Comunicación de crisis , Protocolo y Ceremonial , Marketing y Publicidad. Ahora nos vamos a enfocar en la historia de las Relaciones Públicas en la

Argentina, pero es importante enfocarnos también la historia de Estados Unidos porque es donde nace y se desarrolla en sus primeros años.

Historia de las Relaciones Públicas

Si bien nuestro interés está en mostrar la historia en Argentina, es importante retroceder un poco más en el tiempo y enfocarnos en Estados Unidos que es donde nacen las Relaciones Públicas a principios del siglo XX, más precisamente finalizando la 1ª Guerra Mundial. Los padres son dos: Ivy Lee y Edward Bernays. En un comienzo ambos eran agentes de prensa, por lo que existe una relación estrecha con el Periodismo. A Ivy Lee se lo considera el padre práctico y es el que empieza a considerar que el público siempre tiene que estar informado y quien priorizaba la verdad ante todo.

En el caso de Edward Bernays es considerado el más importante, porque fue quien acuñó el término Relaciones con los públicos y con el tiempo lo definió como la conocemos en la actualidad que es Relaciones Públicas, además de sentar las bases teóricas. Lo que más le interesaba es que a los agentes de prensa fueran vistos de una manera diferente, y es el autor de los dos últimos modelos, comenzó a ver la importancia de la Opinión Pública, la Psicología y la Sociología. Indicó ocho etapas que son fundamentales para un programa de Relaciones Públicas: definir los objetivos, investigar a los públicos, modificar los objetivos para conseguir los finales de que la investigación nos indica como alcanzables, decidir la estrategia particular del caso, crear y desarrollar el mensaje, programar detalladamente la acción y la organización necesaria para ejecutarla, especificar el plan ético y su programación temporal y por último desarrollar las tácticas.

Antes de abordar la historia en Argentina, es importante aclarar que los aportes de estos padres siguen vigentes en la actualidad. También vale aclarar que las Relaciones Públicas siempre estuvieron implícitas en el mundo. En el caso de Argentina un ejemplo sería La Gaceta de Buenos Aires creada por Mariano Moreno, que era el medio oficial donde se hablaba los actos de gobierno, y también era una especie de comunicado de prensa. Este es un antecedente claro de comunicación aun cuando no se hubiera acuñado el término y la disciplina de las Relaciones Públicas.