

Originales

## La comunicación institucional de contenidos sanitarios mediante notas de prensa y su reflejo en la prensa diaria. El caso de Aragón

### Institutional communication of health contents through press releases and its presence in the daily press. The case of Aragón

Florencio Jesús García-Latorre<sup>1</sup>, Carlos Aibar-Remón<sup>2</sup>, Maite Gobantes-Bilbao<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Sanidad. Gobierno de Aragón

<sup>2</sup> Facultad de Medicina. Universidad de Zaragoza

<sup>3</sup> Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Zaragoza

Fecha de recepción: 08/10/2016 – Fecha de aceptación: 22/12/2016

#### Resumen

**Introducción:** La publicación de notas de prensa es una práctica habitual de los gabinetes de comunicación de los Departamentos de Salud autonómicos mediante la que ofrecen información relevante para un mejor conocimiento y utilización del sistema, la difusión de sus actividades y la rendición de cuentas. **Objetivo:** Analizar las características de los comunicados de prensa emitidos por la Dirección de Comunicación del Gobierno de Aragón y verificar el grado en que los temas tratados en estas informaciones obtienen visibilidad en los medios impresos. **Material y método:** Revisión de las notas de prensa de contenido sanitario durante un año y comprobación de si los temas propuestos han sido llevados a las páginas de los dos periódicos de ámbito autonómico de la comunidad. **Resultados:** Se encontraron 190 notas de prensa, generalmente centradas en aspectos de la gestión sanitaria. Un 43% no obtuvieron reflejo en la prensa. Entre los dos medios estudiados se observa una concordancia moderada en cuanto a los temas publicados. **Conclusiones:** La comunicación institucional puede ser considerada un tipo de comunicación política, con unas características particulares, que es filtrada y contrapesada por los medios dentro de su labor de control de las instituciones públicas.

**Palabras clave:** Salud, Comunicación institucional, Notas de prensa, Prensa

#### Abstract

**Introduction:** The publication of press releases is a common practice of press offices of the Regional Departments of Health to offer relevant information for a better knowledge and use of the health system, to publicize their activities and for accountability purposes. **Objective:** To analyze some features of the press releases issued by the Directorate of Communication of the Government of Aragon and also verify the extent to which the subjects covered in these informations obtain visibility in the print media. **Material and method:** A review of the health-related press releases during one year was carried out; we also checked whether the proposed issues were brought to the pages of the two regional newspapers. **Results:** 190 press releases were found, mainly focused on aspects of health management. 43% of those reports were not mentioned in the newspapers. Between the two dailies studied, a moderate level of agreement in the selection of the subjects that were translated into news was observed. **Conclusions:** Institutional communication can be considered a type of political communication, with particular features, that is filtered and counterbalanced by the media, given that one of its tasks is the monitoring and control of the performance of public institutions.

**Keywords:** Health, Institutional communication, Press releases, Press

\* Correspondencia: [fgarcia@salud.aragon.es](mailto:fgarcia@salud.aragon.es)

## Introducción

Las administraciones públicas se relacionan con los ciudadanos tanto de forma directa, mediante sus propias páginas web, como también de forma indirecta a través de los medios de comunicación. Los avances tecnológicos han permitido la puesta en marcha de nuevos canales para que las instituciones sanitarias puedan hacer llegar a la ciudadanía información relevante para un mejor conocimiento y utilización del sistema de salud, la difusión de sus actividades y también para la rendición de cuentas.

Para esta tarea se cuenta con los gabinetes de comunicación que cumplen diversas funciones (Almansa Martínez, 2005) entre las que podemos destacar las relaciones con los medios y la respuesta a sus solicitudes de información, así como la generación de contenidos y la emisión de notas de prensa, un formato que cuenta con unas características propias (Rojas, 2003; Yanes Mesa, 2007).

Según Pérez Curiel (2008) "las oficinas de información de los organismos oficiales se han definido como los nuevos *gatekeepers* de la comunicación. Cuentan con equipos [...] que defienden el discurso de la transparencia tras el que se esconde una figura publicitaria que busca rentabilizar al máximo ante la opinión pública sus ideas, mediante la producción de noticias con criterios selectivos interesados".

Como recoge Casino (2015), citando a Steinbrook, un comunicado de prensa no es una noticia. Por definición, es una comunicación interesada, el punto de vista de una parte, ya sea el de un hospital que ha realizado una operación pionera, el de un grupo de investigadores que anuncia sus resultados o el de una revista que difunde los hallazgos de un estudio que acaba de publicar.

Park y Reber (2010) entienden que, a través de la difusión de notas de prensa, las organizaciones de salud tratan de marcar la agenda de los medios a la vez que utilizan la técnica del *framing*, seleccionando y poniendo énfasis en unas cuestiones y no en otras, para construir sus versiones de la realidad social relacionadas con los problemas de salud y para presentarse como recursos fiables y creíbles en salud pública.

Algunas investigaciones sobre las fuentes del trabajo periodístico en salud (Alvarez, 2006; Instituto de Estudios Médico Científicos, 2007) han encontrado que las administraciones sanitarias aparecen como principales proveedoras de información. No obstante, para que las informaciones oficiales lleguen a las audiencias de los medios convencionales, tendrán que superar los filtros periodísticos y reunir una serie de criterios profesionales que han sido sistematizados por autores como Gomis (1991), Martini (2000), McQuail (2000), Randall (2008) o Warren (1979). Los redactores actúan así como selectores de las piezas que conforman la realidad del ámbito sanitario que los ciudadanos reciben.

Los media cumplen un papel como canal de transmisión de contenidos de salud hacia la comunidad, especialmente los de carácter local (Villa Andrada, Ruiz Muñoz, & Ferrer Aguarales, 2006). En nuestro país, diversas investigaciones han estudiado los contenidos sanitarios en prensa. Los sucesivos Informes Quiral (Revuelta & de Semir, 2008) se centraron en diarios de ámbito nacional. A ellos pueden sumarse distintos estudios de ámbito regional como los de Costa (2008) en Galicia, Camacho, Peñafiel y Ronco (2012) en País Vasco o García-Latorre (2016) en Aragón.

En el caso particular de esta última Comunidad Autónoma, la administración sanitaria dispone de varias webs informativas, mantiene diversos blogs relacionados con el área de Salud Pública y está presente en redes sociales como Twitter, Facebook o Youtube. Adicionalmente, dispone de una página, [aragonhoy.net](http://aragonhoy.net), en la que el Gabinete de Comunicación vuelca los contenidos noticiables generados por el gobierno autonómico. Esta web se encuentra accesible para la población general. También es el modo a través del que los periodistas de los distintos medios pueden acceder a estas informaciones, cumpliendo simultáneamente el papel de medio digital y de sala de prensa virtual en la que se encuentran disponibles las notas de prensa.

Los comunicados de prensa han sido objeto de análisis por distintos autores, que han investigado en mayor medida los emitidos por revistas científicas o instituciones de investigación (Arnold, 2003; de Semir, Ribas, & Revuelta, 1998; Farias, 2015; Fenton, 2014; Schwartz, Woloshin, Andrews, & Stukel, 2012; Stryker, 2002; Wang, Bolland, Gamble, & Grey, 2015; Woloshin & Schwartz, 2002; Woloshin, Schwartz, Casella, Kennedy, & Larson, 2009). Sin embargo, la investigación sobre las comunicaciones emitidas por las instituciones sanitarias es más limitada.

### Objetivos

La finalidad de esta investigación es analizar las características de la comunicación institucional del Gobierno de Aragón en materia de salud y verificar el grado en que la comunicación de la entidad responsable de la atención a la salud de los aragoneses repercute en la agenda de los medios.

Para ello se plantean como objetivos específicos la cuantificación de las informaciones de contenido sanitario generadas por el Gobierno de Aragón a través de su Gabinete de Comunicación, la caracterización de sus contenidos y el conocimiento de la respuesta de los medios de comunicación escritos de ámbito autonómico ante la recepción de información institucional.

### Material y métodos

Se han analizado los contenidos sanitarios ofrecidos por el canal oficial de comunicación institucional del Gobierno de Aragón, la web <http://aragonhoy.aragon.es/>, en el periodo comprendido entre el 1º de octubre de 2012 y el 30 de septiembre de 2013.

Para su localización, se utilizó el propio buscador de la página, a través del que puede accederse mediante la selección de palabras clave o áreas temáticas a todas las informaciones publicadas

durante un periodo de tiempo determinado. En este caso se seleccionó el área temática 'salud'. Para cada una de estas informaciones se registraron los ítems descritos en la tabla I.

<b>Campo</b>	<b>Descripción</b>
Nº Referencia	Compuesto por dos dígitos para identificar el año y tres dígitos para el orden (números correlativos)
Fecha	Fecha de publicación
Día de la semana	Lunes a domingo. Codificación de 1 a 7
Tema principal	Identificación del contenido de la pieza informativa (texto libre)
Área temática	Agrupación por especialidad o área temática. Ver texto
Institución que origina la información	Gobierno de Aragón / Departamento / Direcciones generales / Organismos autónomos / Hospitales / Atención Primaria / Otros
Publicación en HA	Sí / No
Publicación en EPA	Sí / No

Tabla I. Variables para el análisis de la información institucional del Gobierno de Aragón

Los criterios empleados para encuadrar una pieza en una determinada categoría de la variable área temática han sido los siguientes:

- Toda noticia relacionada con la atención directa a pacientes por parte de una especialidad médica se ha asignado a esa especialidad
- Las cuestiones económicas (gasto, presupuestos...), estructurales (instalaciones sanitarias, equipamientos), de recursos humanos u organizativas (horarios de apertura, listas de espera) aparecen bajo la denominación genérica "gestión"
- Las informaciones sobre cursos, jornadas o congresos se han etiquetado como "formación", independientemente de la especialidad afectada
- Igualmente, las noticias sobre actividades investigadoras se han agrupado bajo el epígrafe con la denominación "investigación"
- "Salud Pública" recoge los registros sobre hábitos de salud: tabaco, alcohol, drogas, campañas de vacunación o cuestiones epidemiológicas.
- Las piezas que no han podido ser encuadradas bajo los anteriores criterios se han englobado en "otros" (actividades protocolarias, visitas institucionales, firma de convenios, reuniones, actos sociales, entregas de premios...)

Por otra parte, para conocer si estas informaciones habían trascendido de la agenda institucional a la agenda de los medios, se realizó una búsqueda manual de referencias a estos contenidos en las ediciones impresas de los dos diarios de difusión autonómica de la comunidad: Heraldo de Aragón (HA) y El Periódico de Aragón (EPA) de los 7 días posteriores a su publicación en la web, registrando su presencia o ausencia.

Sobre la base de datos generada se realizó una estadística descriptiva de las variables. Además, se ha calculado la proporción de acuerdo observada y el índice kappa para valorar la concordancia entre ambos medios a la hora de publicar, o no, los temas propuestos desde el ámbito institucional.

Por último, con el conjunto de textos, se preparó un archivo informático de texto plano que fue analizado mediante el programa AntConc. Se trata de un software libre de análisis de corpus lingüísticos que permite, entre otras opciones, estudiar la frecuencia con la que aparecen determinados términos y también las co-locaciones o aparición de términos de forma consecutiva (como por ejemplo, Atención + Primaria).

## Resultados

El total de piezas de información institucional de todos los departamentos del Gobierno autonómico que ofrece la web en el periodo estudiado es de 3116 (media diaria 8,5) con la distribución que se muestra en la Figura 1. Las que aparecen con la etiqueta de salud son un total de 190 (media diaria 0,5), por lo que suponen un 6'1% del conjunto. La media mensual de notas de contenido sanitario es de 16, con un rango entre 9 (agosto) y 23 (noviembre y mayo) (Figura2).

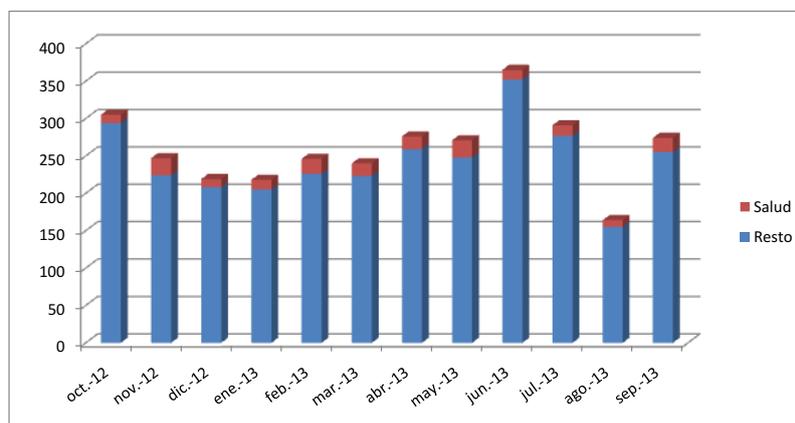


Figura 1. Informaciones institucionales en aragonhoy.net por mes

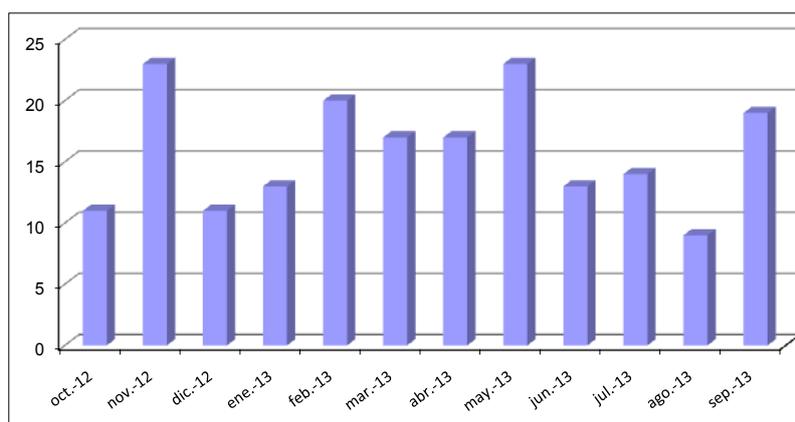


Figura 2. Publicaciones institucionales de contenido sanitario por mes

Sólo en 142 de los 365 días estudiados (40%) hay informaciones de sanidad; es decir, los 223 días restantes no se facilitaron comunicados institucionales a través del canal "Aragón hoy". 102 días se

publicó una única nota, 33 días fueron 2 las noticias, 6 días, 3 y, por último, sólo una jornada aparecieron 4. En cuanto a día de publicación, predominan las informaciones en las jornadas centrales de la semana (tabla II). No consta firma en ninguno de los textos.

Día	Nº de informaciones	Porcentaje
Lunes	20	11%
Martes	43	23%
Miércoles	37	19%
Jueves	42	22%
Viernes	22	12%
Sábado	16	8%
Domingo	10	5%

Tabla II. Notas de prensa de contenido sanitario publicadas por el Gabinete de Comunicación, por día de la semana

Al tratarse de información corporativa, los contenidos se encuentran mayoritariamente referidos a actividades en las que participan los representantes institucionales de cada una de las unidades del Gobierno y el Departamento. El área del Gobierno de Aragón que protagoniza la información se detalla en la tabla III. La clasificación por área temática de las notas de prensa producidas en el periodo es la reflejada en la tabla IV. No han sido localizadas en este repositorio de información notas relativas a listas de espera, tanto quirúrgicas como de consultas o pruebas diagnósticas.

Organismo	Total	%
Consejería de Sanidad	54	28'4%
Dirección General de Atención al Usuario	4	2,1%
Dirección General de Planificación	3	1'6%
Dirección General de Salud Pública	14	7'4%
SALUD, Servicio Aragonés de Salud	41	21'6%
IACS, Instituto Aragonés de Ciencias de la Salud	13	6'8%
CIBA, Centro de Investigación Biomédica de Aragón	9	4'7%
BSTA, Banco de Sangre y Tejidos de Aragón	6	3'2%
Presidencia del Gobierno	16	8'4%
Gobierno Autónomico	15	7'9%
Otros	15	7'9%
Total	190	100'0%

Tabla III. Notas de prensa: organismo al que hacen referencia

Área temática	Total	%
Gestión	65	34'2%
Formación	28	14'7%
Salud Pública	26	13'7%
Investigación	2	1'1%
Biología / biotecnología	1	0'5%
Cirugía Vasculat	1	0'5%
Medicina familiar	1	0'5%
Otros	66	34'7%
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>100'0%</b>

Tabla IV. Temática de las informaciones generadas por el Gabinete de Comunicación

Durante el periodo a estudio, Heraldo de Aragón publicó 1178 piezas informativas de contenido sanitario por 1142 de El Periódico de Aragón. En cuanto a la transferencia de estos temas a las páginas de la prensa autonómica, encontramos que ambos medios publicaron un número similar de informaciones con referencias a las notas de prensa: Heraldo recogió un total de 82 y El Periódico de Aragón, 85 (Figura 3). Un 43% de las notas no resultaron de interés para ninguno de los dos medios. La proporción de acuerdo observada es del 74'21%. Calculado el coeficiente de concordancia kappa, su valor es de 0'477, lo que se interpreta como un grado de acuerdo moderado.

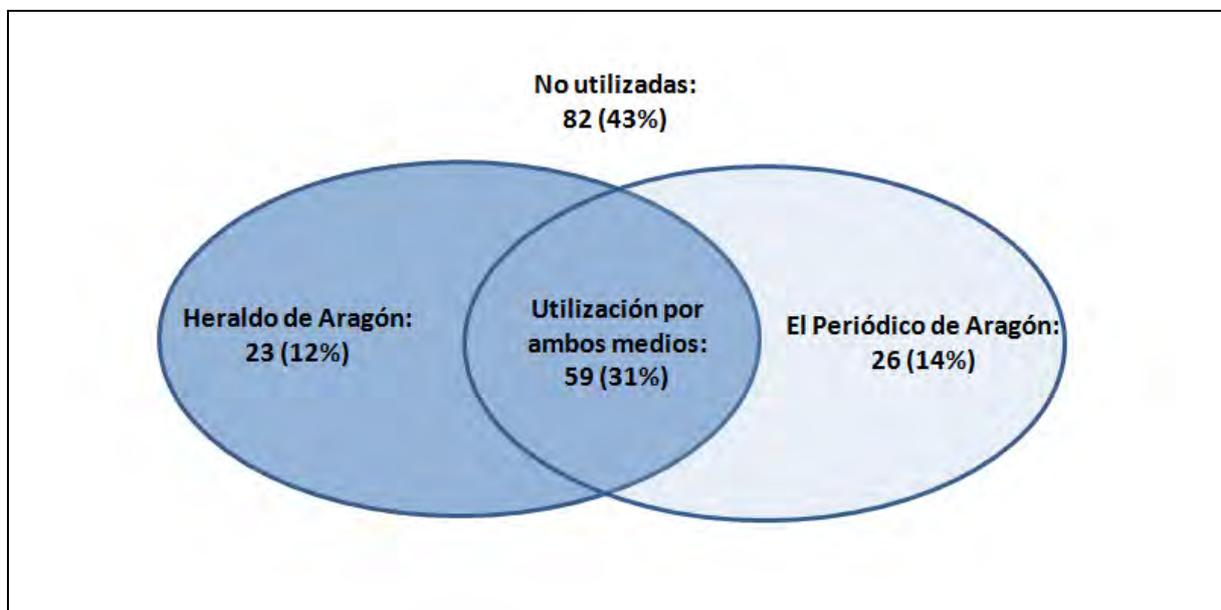


Figura 3. Utilización de las notas del Gabinete de Comunicación, por diario

Es infrecuente que la información del Gobierno de Aragón aparezca reproducida literalmente. Por lo general, los redactores elaboran sus textos aportando otros elementos y fuentes para su contraste, según su criterio periodístico. Por ejemplo, una larga nota con información sobre la actividad del Consejero en el Consejo Interterritorial que cita la inclusión de nuevas técnicas como el cribado de cáncer colorrectal y de cérvix en la Cartera de Servicios queda en un segundo plano ante las reivindicaciones de varios colectivos en relación con la fertilización in vitro.

En función del área temática en la que han sido encuadrados, el volumen de informaciones publicadas en prensa ha sido el que aparece en la tabla V. Por su parte, el volumen de informaciones publicadas en función de la institución que ha generado la información se ofrece en la tabla VI. Entre las que han sido protagonistas de más de 10 notas, las que con mayor frecuencia han sido publicadas pertenecen a la Dirección General de Salud Pública y al Servicio Público de Salud.

Área temática	Total	HA	%	EPA	%
Gestión	65	36	55%	38	58%
Formación	28	8	29%	5	18%
Salud Pública	26	13	50%	14	54%
Investigación	2	1		2	
Biología / biotecnología	1	1			
Cirugía Vasculat	1	1		1	
Medicina familiar	1			1	
Otros	66	22	33%	24	36%
Total general	190	82	43%	85	45%

Tabla V. Área temática de las informaciones institucionales recogidas por los medios

Organismo	Total	Medio de comunicación			
		HA	%	EPA	%
Consejería de Sanidad	54	24	44%	28	52%
Dirección General de Atención al Usuario	4	2	50%	1	25%
Dirección General de Planificación	3	2	67%	1	33%
Dirección General de Salud Pública	14	9	64%	11	79%
SALUD, Servicio Aragonés de Salud	41	24	59%	26	63%
IACS, Instituto Aragonés de Ciencias de la Salud	13	3	23%	1	8%
CIBA, Centro de Investigación Biomédica de Aragón	9	2	22%		0%
BSTA, Banco de Sangre y Tejidos de Aragón	6	3	50%	3	50%
Presidencia del Gobierno	16	4	27%	6	40%
Gobierno Autónomo	15	4	25%	5	31%
Otros	15	5	33%	3	20%
Total	190	82	43%	85	45%

Tabla VI. Notas de prensa: aparición en los medios por organismo al que hacen referencia

Cuando se analiza el corpus lingüístico a través del programa AntConc, el resultado que este ofrece es que las informaciones han sido redactadas con hasta 7993 términos diferentes. Los sustantivos que aparecen con mayor frecuencia son *salud* con 624 apariciones, seguido de *Aragón* con 560 y *sanidad* con 215. La co-locación *Salud Pública* aparece en 81 ocasiones y *Atención-Primaria* en 39.

El nombre del principal hospital de la comunidad, *Servet*, figura en 90 apariciones, mientras que *Clinico*, el segundo de mayor tamaño, lo hace en 27. Las tres capitales de provincia, Zaragoza, Huesca y Teruel aparecen en 201, 47 y 72 ocasiones respectivamente.

Además, el nombre del consejero aparece en el titular de 22 de las 190 informaciones y el nombre de la titular de la Presidencia del Gobierno autonómico en 9. En el cuerpo de las informaciones, los nombres propios más citados son también los del responsable del Departamento (130 apariciones) y la presidenta (41 menciones).

## Discusión

Los Departamentos de Sanidad son objeto habitual del interés informativo de los medios por diferentes circunstancias. En el caso de Aragón, es la consejería con el presupuesto más elevado - supera el 30% del total- (Gobierno de Aragón, 2015) y con más personal a su servicio: el 46% de los empleados autonómicos (Gobierno de Aragón, 2014). Además, despliega una gran actividad tanto asistencial como docente e investigadora. Sin embargo, esta situación no se correlaciona con el volumen de notas de prensa que genera en el periodo estudiado, que apenas supera el 6% del total de comunicados institucionales.

No se ha observado un patrón temporal estable en cuanto a la publicación de notas, con una notable variabilidad entre los meses de menor y mayor volumen. Igualmente, existe variación intrasemanal, de modo que los fines de semana la producción de informaciones relacionadas con temas sanitarios se redujo de forma notable, lo que podría atribuirse al ritmo de funcionamiento habitual de las instituciones tanto administrativas como sanitarias, el grueso de cuya actividad se desarrolla de lunes a viernes. Es habitual que en este tipo de textos no aparezca su autor material. Al no constar firma, sería la propia institución la que suscribe el contenido.

La mayoría de los comunicados de prensa se refiere a actividades de la propia Consejería y de su ocupante o del servicio de salud y tratan primordialmente de aspectos de la gestión del sistema. Los temas asistenciales tienen una escasa presencia.

Esta observación puede relacionarse con el tipo de contenidos sanitarios que presentan los medios. En los diarios nacionales, el Informe Quiral (Observatorio de la Comunicación Científica, 2010) encuentra que la gestión ocupa el primer puesto en el ranking de temas tratados con algo menos de un 30% de las informaciones, seguido de los temas de salud pública. En Aragón se observa este mismo orden, aunque con una mayor representación de los artículos sobre gestión y política sanitaria,

que suponen un 56% de los publicados (García Latorre, 2016). De forma similar, en la prensa gallega (Costa Sánchez, 2008) las informaciones sobre política sanitaria suponen el bloque más numeroso de contenidos y en los medios escritos del País Vasco encabezan la clasificación las noticias encuadradas bajo el epígrafe "atención sanitaria, política y legislación sanitaria" (Camacho Markina et al., 2012).

A nivel internacional, varios estudios realizados en el Reino Unido (Harrabin, Coote, & Allen, 2003), Holanda (Commers, 2002), Portugal (Lopes, Marinho, Fernandes, Araújo, & Gomes, 2014) o Canadá (Hayes et al., 2007) presentan hallazgos similares, ya que son también los contenidos de gestión y política sanitaria los que priman.

En general, los gabinetes institucionales son una de las principales fuentes de información para los medios (Catalina García, 2015), afirmación que también es aplicable al ámbito sanitario. Jordens, Lipworth & Kerridge (2013) consideran que los gobiernos cada vez hacen más esfuerzo en influir en la agenda de los medios a través de sus departamentos de comunicación y relaciones públicas, que son ya parte del paisaje político.

Elías (2003) observa en el trabajo de estos que es una práctica habitual que se refuercen las noticias positivas para la fuente y se oculten o minimicen las noticias negativas o de conflicto hacia la fuente. Así, en el periodo revisado en este estudio no se encontró ninguna nota relativa a listas de espera, a pesar de ser un tema crítico que recibe atención mediática de forma recurrente.

Por otra parte, los gabinetes ponen a disposición de los medios imágenes y sonido de actos organizados por la institución con el fin de facilitar su trabajo. Esto puede ser positivo para estos últimos, aunque también puede ser una forma de marcar su agenda, al seleccionar qué imágenes y declaraciones se ponen a su disposición.

En el mundo anglosajón, la denominación de esta práctica es "*information subsidies*", ya que rebaja los costes de generación de la información por el medio, ofreciendo un material favorable a quien lo promueve, sin coste y de fácil acceso. Esta cuestión fue ya descrita por Gandy (1980) en su artículo "*Information in health: Subsidized news?*".

La comunicación institucional trata de buscar la alineación de los medios con sus propios intereses. No obstante, esta es filtrada por los profesionales de la información. Los medios se comportarían como porteros, guardianes o vigilantes (*gatekeepers*), dejando pasar (o no) los asuntos al espacio mediático de acuerdo con sus propios criterios técnicos profesionales, lo que puede relacionarse con el concepto de *valor-noticia*, que según Mauro Wolf citado por Boni (2008) y Gomis (1991) es lo que responde a la pregunta de qué temas o eventos son considerados suficientemente interesantes, significativos o relevantes para ser transformados en noticia.

Otros factores que también van a influir en la selección de temas son el espacio disponible y el tiempo con que se cuenta para preparar la información antes de hacerla pública (Gomis, 1991). Adicionalmente, hay que contar con las prioridades de las empresas de comunicación, los intereses personales del periodista, el criterio del editor y las preferencias de la audiencia (Harrabin et al., 2003). La omisión de determinados temas sería un tipo de sesgo de los medios, que los someterían a una suerte de espiral del silencio.

El presente estudio ha observado una concordancia estadística moderada entre los dos medios escritos autonómicos a la hora de seleccionar y publicar las informaciones propuestas por el gabinete de comunicación, lo que corroboraría la afirmación de Martínez Nicolás (1994) de que “hay una cultura profesional ampliamente compartida por los periodistas, sobre todo en lo referente a los valores-noticia”. Esto se manifiesta en una coherencia en el criterio general de selección de noticias, lo que genera el fenómeno de la consonancia informativa, según el cual los distintos medios muestran un cierto grado de similitud entre ellos.

Casino (2003), respecto a la homogeneidad de temas tocados por los medios, concluye que se debe a que todos beben de las mismas fuentes. Sin embargo afirma que, aunque quieren diferenciarse y se esfuerzan en ello, toleran muy mal una ausencia informativa significativa, lo que conduce a esa asimilación. En este caso, los dos medios escritos estudiados cuentan con líneas editoriales divergentes, lo que les lleva a trabajar su propia cartera de temas en relación con el ámbito sanitario, además de hacer uso de los recursos facilitados por los gabinetes en función de sus propios criterios.

Como indica Alcoceba (2011), el objetivo de las notas debe ser lograr que la información institucional capte la atención de los encargados de decidir la agenda informativa. En el presente estudio se ha encontrado que un porcentaje notable, el 43% de las propuestas informativas, no encontró eco en los medios escritos estudiados. Las informaciones que obtuvieron visibilidad en mayor medida fueron las relativas a gestión y salud pública.

Cabe la reflexión sobre los motivos por los que las informaciones institucionales no atraviesan el filtro periodístico. Según la investigación de Estudio de Comunicación (2006), los redactores de los medios conceden mucha mayor credibilidad a la información a la que acceden mediante entrevistas, ruedas de prensa o llamadas telefónicas que a la obtenida mediante notas de prensa. Esta misma investigación recoge que los medios autonómicos publican en torno al 20% de los comunicados que reciben del total de sus fuentes.

Con los recortes en la plantillas de los medios se ha sugerido que estos podrían tender a un filtrado menos crítico de los contenidos y a una aceptación mayor de estos subsidios (Xifra, 2011), lo que no parece corroborarse en este caso. No se puede descartar que el tamaño de las redacciones influya en la receptividad a los comunicados institucionales. Len-Ríos, Hinnant y Park (2009) observaron que

los profesionales *freelance* y los de prensa escrita eran más reacios a utilizar materiales procedentes de instituciones y empresas.

Una limitación de este trabajo es la selección únicamente de medios impresos. Los periódicos cuentan con redacciones más amplias que, por ejemplo, las emisoras de radio, lo que permite una cierta especialización temática de los redactores que pueden desarrollar sus propias historias, utilizando su red de contactos o haciendo uso del Gabinete de Comunicación como gestor de información y contactos con el medio sanitario. De hecho, como se ha indicado, el volumen de piezas sobre el sector salud publicadas por los dos medios estudiados supera ampliamente la cifra de notas de prensa.

Otra posible limitación de esta investigación es que estudia un periodo correspondiente a una misma legislatura, de modo que al producirse un relevo en el gobierno puede haber cambios en los criterios comunicativos institucionales y de relaciones con los medios.

Yanes (2007) considera los gabinetes de comunicación institucionales como instrumentos de comunicación política cuya función principal es trabajar para conseguir ante la sociedad una buena imagen corporativa de la entidad y de sus gestores. De hecho, los nombres propios que más se repiten en las notas son los de los titulares de la Consejería y el Gobierno autonómico. El hecho de que los periodistas de los gabinetes sean "personal de confianza", de modo que cuando se produce un cambio político, también se lleva a cabo una renovación de los responsables de comunicación refuerza esa asociación con la comunicación política.

Por ello, Lipworth, Kerridge, Morrell, Bonfiglioli, & Forsyth (2012) defienden que el papel de los media no es servir a los intereses de los gobiernos y que tiene valor disponer de medios independientes que puedan cuestionar las actuaciones gubernamentales, ya que estas se desarrollan en un determinado contexto histórico, cultural y político y, en ocasiones, pueden ser equivocadas. Aquí radica la importancia del mantenimiento de la autonomía de los medios respecto de sus fuentes.

## Conclusiones

Los gabinetes de comunicación son una pieza clave en las relaciones entre instituciones y medios, al gestionar sus peticiones de información en relación con el sistema de salud y ofrecer contenidos que pueden ser de interés para sus audiencias.

En el ámbito estudiado, el volumen de notas de prensa de contenido sanitario emitidas por el Departamento de Comunicación es relativamente bajo: 190 en un año. Por su parte, el número de informaciones de contenido sanitario publicadas por los periódicos autonómicos es seis veces superior en el periodo analizado.

Los dos medios de comunicación analizados coinciden en buena medida a la hora de determinar si la información institucional de la Consejería de Sanidad reviste interés periodístico y pasa a ser publicada. Más del 40% de las propuestas informativas del Gabinete no fueron recogidas por ninguno de los diarios.

La comunicación institucional puede ser percibida como cercana a la comunicación política al centrarse generalmente en los aspectos que pueden dar una imagen positiva de la gestión que se realiza del sistema.

En general, la producción informativa de los gabinetes se ve filtrada por los medios según sus propios criterios periodísticos y empresariales. Esta función crítica forma parte de la misión básica del periodismo de control del funcionamiento de las instituciones.

## Referencias bibliográficas

- Alcoceba Hernando, J. A., & Pinto Arboleda, M. C. (2011). Consideraciones y propuestas de mejora de la comunicación en las instituciones públicas. *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, 9, 111-133. doi:10.5209/rev\_MESO.2011.n9.38012
- Almansa Martínez, A. (2005). Relaciones públicas y gabinetes de comunicación. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*.(32), 117-132.
- Alvarez, R. J. (2006). Seísmos de ida y vuelta. En U. Cuesta, A. Ugarte, & T. Menéndez (Eds.), *Comunicación social y salud. Una introducción*. Madrid: Edipo.
- Arnold, K. (2003). Journals, the Press, and press releases: A cozy relationship. *Science Editor*, 26(3), 82-84.
- Boni, F. (2008). *Teoría de los medios de comunicación*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Camacho Markina, I., Peñafiel Saiz, C., & Ronco López, M. (2012, 18-20 enero). *Necesidad de una información sanitaria de calidad: análisis de las noticias sobre salud en la prensa vasca*. Libro de ponencias del III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Tarragona.
- Casino, G. (2003). La información de salud en los diarios de información general. En J. M. Catalán & J. López Iglesias (Eds.), *¡Infórmate en Salud! Los medios de comunicación y la información sanitaria* (pp. 21-35). Madrid: Eneida.
- Casino, G. (2015). *Impacto de la revistas médicas en la prensa generalista internacional: análisis de citas y comunicados de prensa*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid.
- Catalina García, B. (2015). Gabinetes de prensa como principal fuente documental de los medios de comunicación. Fuenlabrada como caso de estudio. *Index comunicación*, 5(3), 121-143.
- Commers, M. J. (2002). Representations of preconditions for and determinants of health in the Dutch press. In *Determinants of Health: Theory, Understanding, Portrayal, Policy* (Vol. 13, pp. 81-94): Springer Netherlands.

- Costa Sánchez, C. (2008). Medicina y salud en la prensa. Las noticias de salud en los principales diarios de Galicia. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63. Recuperado el 16/11/2015 de [http://www.ull.es/publicaciones/latina/\\_2008/03/Costa\\_Sanchez.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/03/Costa_Sanchez.html)
- de Semir, V., Ribas, C., & Revuelta, G. (1998). Press releases of science journal articles and subsequent newspaper stories on the same topic. *JAMA*, 280(3), 294-295. doi:10.1001/jama.280.3.294
- Elías, C. (2003). Adaptación de la metodología de «observación participante» al estudio de los gabinetes de prensa como fuentes periodísticas. *Empiria*, (6), 145-159. Recuperado el 15/11/2015 de <http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/viewFile/938/859>
- Estudio de Comunicación. (2006). *Periodistas, empresas e instituciones. Claves de una relación necesaria*. Disponible en: <http://www.estudiodecomunicacion.com/extranet/wp-content/uploads/2012/ESTUDIOS/Periodistas%20empresas%20Espa%C3%B1a.pdf>
- Farias, M. (2015). From exaggeration to silence in health related science news and academic press releases: mindful bias? *BMJ*, 350, h144. doi:10.1136/bmj.h144
- Fenton, J. J. (2014). Journals should lead the way in improving medical press releases. *Evid Based Med*, 19(3), 81-82. doi:10.1136/eb-2014-101745
- Gandy, O. H. (1980). Information in health - Subsidized news. *Media Culture & Society*, 2(2), 103-115. doi:10.1177/016344378000200201
- García Latorre, F. (2016). *Salud y comunicación. El papel de los medios en la difusión de información sanitaria. El caso de la prensa autonómica de Aragón*. Universidad de Zaragoza, Zaragoza.
- Gobierno de Aragón. (2014). *Boletín estadístico del personal al servicio de la Comunidad Autónoma de Aragón. Diciembre 2014*. Disponible en: [http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEstadistica/Documentos/docs/Areas/SectorPublico/EmpleoPublico/Boletin\\_personal\\_12\\_2014.pdf](http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Organismos/InstitutoAragonesEstadistica/Documentos/docs/Areas/SectorPublico/EmpleoPublico/Boletin_personal_12_2014.pdf)
- Gobierno de Aragón. (2015). Presupuestos del Gobierno de Aragón. Recuperado el 25/11/2015 de <http://presupuesto.aragon.es/resumen>
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo - Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Harrabin, R., Coote, A., & Allen, J. (2003). *Health in the news*. London: Kings Fund. Disponible en <http://www.kingsfund.org.uk/sites/files/kf/healthinthewssummary1.pdf>
- Hayes, M., Ross, I. E., Gasher, M., Gutstein, D., Dunn, J. R., & Hackett, R. A. (2007). Telling stories: news media, health literacy and public policy in Canada. *Soc Sci Med*, 64(9), 1842-1852. doi:10.1016/j.socscimed.2007.01.015
- Instituto de Estudios Médico Científicos. (2007). *La salud en los medios de comunicación escritos de información general*. Madrid: INESME. Disponible en: <http://www.inesme.com/pdf/estudiosaludmedios.pdf>
- Jordens, C. F., Lipworth, W. L., & Kerridge, I. H. (2013). The quality of Australian health journalism is important for public health. *Med J Aust*, 199(7), 448-449. doi:10.5694/mja12.11426
- Len-Ríos, M. E., Hinnant, A., & Park, S. A. (2009). Understanding how health journalists judge public relations sources: A rules theory approach. *Public Relations Review*, 35(1), 56-65. doi:10.1016/j.pubrev.2008.09.019

- Lipworth, W., Kerridge, I., Morrell, B., Bonfiglioli, C., & Forsyth, R. (2012). Medicine, the media and political interests. *Journal of Medical Ethics*, 38(12), 768-770. doi:10.1136/medethics-2012-100875
- Lopes, F., Marinho, S., Fernandes, L., Araújo, R., & Gomes, S. (2014). A saúde em notícia na imprensa portuguesa entre setembro de 2010 e junho 2013. En F. Lopes, T. Ruão, S. Marinho, Z. Pinto-Coelho, L. Fernandes, R. Araújo, & S. Gomes (Eds.), *A Saúde em Notícia: repensando práticas de comunicação* (pp. 56-79). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS). Universidade do Minho.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Martínez Nicolás, M. A. (1994). *La construcción de la crisis del SIDA en la información periodística*. Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Observatorio de la Comunicación Científica. (2010). *Informe Quiral 2009*. Barcelona: Rubes Editorial.
- Park, H., & Reber, B. H. (2010). Using public relations to promote health: a framing analysis of public relations strategies among health associations. *J Health Commun*, 15(1), 39-54. doi:10.1080/10810730903460534
- Pérez Curiel, C. (2008). Comunicación política: un reto para la especialización de periodistas y fuentes. *Ámbitos*, 17, 251-269.
- Randall, D. (2008). *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI de España Ediciones.
- Revuelta, G., & de Semir, V. (2008). *Medicina y Salud en la prensa diaria. Informe Quiral 10 años*. Barcelona: Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra.
- Rojas, O. (2003). La Nota de Prensa. *Razón y Palabra*, (32). Recuperado el 21/11/2015 de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/orojas.html>
- Schwartz, L. M., Woloshin, S., Andrews, A., & Stukel, T. A. (2012). Influence of medical journal press releases on the quality of associated newspaper coverage: retrospective cohort study. *BMJ*, 344, d8164. doi:10.1136/bmj.d8164
- Stryker, J. E. (2002). Reporting medical information: effects of press releases and newsworthiness on medical journal articles' visibility in the news media. *Prev Med*, 35(5), 519-530. doi:10.1006/pmed.2002.1102
- Villa Andrada, J., Ruiz Muñoz, E., & Ferrer Aguarales, J. (2006). *Antecedentes y Concepto de Educación para la Salud. Documento de apoyo a las actividades de Educación para la Salud*. Mérida: Junta de Extremadura.
- Wang, M. T., Bolland, M. J., Gamble, G., & Grey, A. (2015). Media Coverage, Journal Press Releases and Editorials Associated with Randomized and Observational Studies in High-Impact Medical Journals: A Cohort Study. *PLoS One*, 10(12), e0145294. doi:10.1371/journal.pone.0145294
- Warren, C. (1979). Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia. Barcelona: A.T.E.
- Woloshin, S., & Schwartz, L. M. (2002). Press releases: translating research into news. *JAMA*, 287(21), 2856-2858. doi:10.1001/jama.287.21.2856



Woloshin, S., Schwartz, L. M., Casella, S. L., Kennedy, A. T., & Larson, R. J. (2009). Press releases by academic medical centers: not so academic? *Ann Intern Med*, 150(9), 613-618. doi:10.7326/0003-4819-150-9-200905050-00007

Xifra, J. (2011). Subsidios informativos y función documental de las salas de prensa online de los ministerios españoles. *El profesional de la información*, 20(3), 270-275.

Yanes Mesa, R. (2007). La nota de prensa como género de la comunicación política. *Espéculo*, (36). Recuperado el 21/11/2015 de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/especulo/numero36/notapre.html>