

Originales

Dengue en Corrientes (Argentina): Estrategia de comunicación en Twitter durante el brote de 2016

Dengue fever in Corrientes (Argentina): Communication strategy in Twitter during the outbreak of 2016

María Antonia Calleja-Reina^{1*}, Elba Díaz-Cerveró², Tamara Vázquez-Barrio³

¹Universidad de Málaga, España. ²Universidad Panamericana Campus Guadalajara, México.

³Universidad CEU San Pablo, España

Fecha de recepción: 20/04/2017 – Fecha de aceptación: 28/10/2017

Resumen

El dengue es una infección vírica transmitida por la picadura de las hembras infectadas de mosquitos del género *Aedes aegypti* que se presenta en los climas tropicales y subtropicales de todo el planeta, sobre todo durante la estación lluviosa. Según el Ministerio de Salud de la Nación, en 2016 Argentina se enfrentó al peor brote epidémico de dengue desde 2009. El noreste argentino es la zona más afectada por casos de dengue, dado que allí se produce una combinación de altas temperaturas con una humedad también elevada. La provincia de Corrientes, además, por su situación geográfica tiene un alto nivel de vulnerabilidad a la presencia del mosquito portador del virus. El presente artículo muestra los resultados del análisis de contenido de la cuenta oficial de Twitter @saludcorrientes, desde el 1 de enero hasta el 30 de abril de 2016 sobre el fenómeno que nos ocupa, teniendo en cuenta que, en la era digital, las redes sociales son un instrumento clave para informar a la población sobre cualquier emergencia sanitaria. Se puede afirmar que, al haber emitido tan solo 54 tweets en el mencionado periodo, el Ministerio de Salud de la Provincia de Corrientes utilizó escasamente las redes sociales para la prevención de la enfermedad y promoción de la salud.

Palabras clave: *Comunicación de Crisis, Dengue, Redes Sociales, Twitter, Argentina, Provincia de Corrientes, Prevención, Salud.*

Abstract

Dengue is a viral infection transmitted by the bite of infected females of mosquitoes of the genus *Aedes aegypti* that occurs in tropical and subtropical climates throughout the planet, especially during the rainy season. According to the Ministry of Health of the Nation, in 2016 Argentina faced the worst epidemic outbreak of dengue since 2009. The northeast of Argentina is the area most affected by cases of dengue, given a combination of high temperatures and humidity. The province of Corrientes, also, due to its geographical situation, has a high level of vulnerability to the presence of the virus-carrying mosquito. This article shows the results of content analysis of the official Twitter account @saludcorrientes, from January 1 to April 30, 2016 in regards to the phenomenon. The study takes into account that, in the digital era, social networks are a key instrument to inform the population about any health emergency. It can be said that, having issued only 54 tweets in the aforementioned period, the Ministry of Health of the Province of Corrientes used social networks sparingly for the prevention of disease and health promotion.

Keywords: *Crisis Communication, Dengue Fever, Social Media, Twitter, Argentina, Province of Corrientes, Prevention, Health.*

Financiación

Esta investigación ha sido posible gracias a la Beca de Movilidad entre Universidades Andaluzas e Iberoamericanas 2016, ofrecida por la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado y a la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía, disfrutada en la Universidad Nacional del Nordeste de Argentina (UNNE).

*Correspondencia: taniacalleja@gmail.com

Introducción

El dengue es una infección vírica transmitida por la picadura de las hembras infectadas de mosquitos del género *Aedes aegypti* que se presenta en los climas tropicales y subtropicales de todo el planeta, sobre todo durante la estación lluviosa. El dengue se presenta en los climas tropicales y subtropicales de todo el planeta, sobre todo en las zonas urbanas y semiurbanas (Organización Mundial de la Salud, 2004). El dengue, junto a otras enfermedades como el hantavirus, la malaria o el chagas, tienen un componente ambiental importante (...). “En el caso del dengue, el mosquito que lo trasmite prolifera en áreas de temperatura y humedad elevadas, zonas donde llueve mucho y en áreas urbanizadas” (La Arena S.A., 2016).

El virus del dengue se transmite por mosquitos hembra, principalmente de la especie *Aedes aegypti* y, en menor grado, de *A. albopictus* (Organización Mundial de la Salud, 2016). El mosquito *Aedes aegypti* es el portador de los virus dengue, zika y chikungunya. La Organización Panamericana de la Salud (OPS/OMS) advierte en su propia página web de que el mosquito *Aedes aegypti* está ampliamente distribuido en el continente e indica que “cerca de 500 millones de personas en las Américas están actualmente en riesgo de contraer dengue”.

Aunque el dengue provoca síntomas similares a los de la gripe y afecta principalmente a lactantes, niños pequeños y adultos, esta forma relativamente leve de la enfermedad puede complicarse en dengue hemorrágico, que causa sangrados, shock irreversible y, en ocasiones, la muerte (Médicos Sin Fronteras, 2013).

En 2013, según OPS/OMS, se registraron 2,3 millones de casos y una incidencia de 430,8 cada 100 mil, de los cuales 37.692 fueron casos graves que provocaron 1280 muertes en el continente (Organización Panamericana de la Salud, 2016). Si bien fue en 2009 cuando Argentina sufrió la peor epidemia de dengue de su historia, en 2016 el dengue reapareció con notable fuerza y fue endémico en casi todo el continente americano. En marzo de 2016, el ministro de Salud argentino, Jorge Lemus, informó de que Argentina sufría el peor brote epidémico de dengue desde 2009, con unos 15.000 casos" registrados en todo el país (EFE, 2016).

El nordeste argentino es la zona más afectada por casos de dengue, por su ubicación fronteriza, en especial la cercanía con Brasil, pero principalmente por los altos índices de presencia del vector *aedes aegypti* (Diario Norte, 2016). Además, porque el mosquito que lo trasmite prolifera en áreas de temperatura y humedad elevadas, zonas donde llueve mucho y en áreas urbanizadas.

Ubicada en la confluencia de los ríos Paraguay y Paraná, en la frontera con Paraguay, Brasil y Uruguay, la provincia de Corrientes tiene un nivel de vulnerabilidad a la presencia del mosquito

portador del virus “Medio Alto”, según la Comisión Nacional de Actividades Espaciales y el Ministerio de Salud a través de su Mapa de Riesgo Ambiental de Dengue (2016). Con casi un millón de habitantes, el clima de esta provincia se caracteriza por ser subtropical sin estación seca, con precipitaciones abundantes y temperaturas elevadas, con escasas variaciones (Provincia de Corrientes, 2006). Sin embargo, la proximidad con la provincia de Misiones, donde el riesgo es “Alto”, supone una amenaza mayor para la salud de los correntinos. El nivel de riesgo asignado a una localidad depende de factores como: la temperatura, lluvia, humedad y uso del suelo, y los datos social, viral y entomológicos (La Arena S.A., 2016).

En marzo de 2016 fue cuando el brote epidémico de dengue siguió creciendo hasta alcanzar su pico más alto “debido a la persistencia de lluvias por el fenómeno climático de El Niño y la alta presencia del mosquito *Aedes aegypti*, vector de la enfermedad” (Perfil.com, 2016). Entonces, el Ministerio de Salud de la Nación informó a través de su boletín epidemiológico que el número de casos de dengue notificados ascendía a 19.451. En concreto, la provincia de Corrientes tenía 141 casos confirmados autóctonos o importados, según el Ministerio de Salud de la Nación (Perfil.com, 2016). Argentina se enfrentaba así a la peor epidemia de su historia, según los medios nacionales provocando una importante situación de crisis.

Marco teórico

Coombs define crisis como “la percepción de un acontecimiento imprevisible, que pone en peligro importantes expectativas de las partes interesadas y tiene el poder de impactar seriamente el rendimiento de una organización y generar resultados negativos” (Coombs, 2012, págs. 2-3).

Si bien Argentina había vivido antes otros brotes de dengue, como el ocurrido en 2009, el nuevo brote impactó en la organización del Gobierno de Corrientes, que tuvo que implantar una gestión integrada para la prevención y control de dengue, en la que se incluía la comunicación. “La comunicación en crisis es parte de la gestión de crisis. Esto incluye esfuerzos sistemáticos destinados a prevenir o disminuir los resultados negativos de una crisis y, por lo tanto, a proteger a los grupos de interés, la organización, y / o la industria de cualquier daño” (Coombs, 2008).

En cualquier estrategia de comunicación en una situación de crisis en la actualidad, las redes sociales ocupan un lugar destacado. Frente a los medios de comunicación tradicionales, que normalmente están limitados en su alcance y restringidos al lugar de ejecución, las redes sociales son capaces de superar estas barreras ampliamente a causa de cinco características, las cinco Cs que J. C. Chan enumeraba: colectividad, conectividad, totalidad, claridad y colaboración (Chan, 2014, pág. 5).

Puesto que las noticias se difunden con rapidez en la web y en las redes sociales (Coombs, 2012, pág. 27); por cualquier organización puede enfrentarse a una crisis, y por lo tanto, es importante que todas estén preparadas para superen dichos retos. Si bien es cierto que “mientras que el debate

general sobre el uso de las redes sociales para la comunicación de emergencias cubre cómo estructurar, organizar y hacer accesible toda la información útil producida durante un desastre; las agencias necesitan considerar que la adopción de las redes sociales requiera cambios en las estrategias de comunicación y los procedimientos institucionales, así como superar las limitaciones de esta adopción" (Beneito-Montagut, 2013, pág. 2).

En tiempos de crisis, las personas recurren a Twitter y otras redes sociales para obtener información de servicio público y compartirla, reaccionar ante la situación y hacer manifestaciones afectivas, entre otros usos. "Por lo tanto, las redes sociales pueden ser vistas como una herramienta que está emergiendo para difundir la información a lo largo del ciclo de vida de la crisis, ya que las redes sociales pueden ser una ventaja frente a la crisis como la información y como las peticiones de ayuda se pueden propagar en todo el mundo en cuestión de minutos" (Lachlan, Spence, Lin, Najarian, & Del Greco, 2016, pág. 652).

"Los análisis de Twitter ofrecen la oportunidad de captar de manera eficiente las preocupaciones del público para informar el desarrollo estratégico de mensajes claros y con base científica necesarios para aliviar el miedo público" (Lazard, Scheinfeld, Bernhardt, Wilcox, & Suran, 2015, pág. 1109). En este sentido, Twitter como herramienta de micro-blogging está siendo considerada como un medio de comunicación en emergencias por su creciente ubicuidad, rapidez en las comunicaciones, y por su accesibilidad con otras plataformas (Vieweg, 2010).

Como se indicaba líneas antes, anterior al brote de 2016, objeto de este estudio, fue la epidemia de 2009, que tuvo como resultado a 26.000 afectados y seis muertes, aunque las cifras no oficiales hablaban del doble de afectados. "La realidad mostró un alto grado de improvisación y descoordinación entre los distintos actores involucrados" (Bernardini Zambrini, 2011, pág. 430). La falta de preparación, la descoordinación en la respuesta y el impacto sobre la población, confirman la brecha existente entre la evidencia científica y la toma de decisión política.

En aquella epidemia de 2009, aunque ya existía Twitter –la red social nació el 21 de marzo de 2006-, ni el Gobierno de Argentina ni ninguna de las provincias afectadas por el dengue contaban con perfil en esta red social. El Gobierno argentino se unió a Twitter en junio de 2010 con la cuenta @CasaRosadaAR. Según Canelo, la crisis sanitaria argentina de 2009 se abordó desde la improvisación y el marcado desinterés por difundir la veracidad de los hechos, tanto desde las instituciones públicas como en los medios impresos nacionales (Canelo San Martín, 2009). A diferencia de aquella crisis, y tras el "pánico propalado en las redes sociales" ante este nuevo brote de 2016 (El Mundo, 2016), el Ministerio de Salud de la Nación y los Ministerios de Provincias incorporaron el uso de las redes sociales en sus comunicaciones.

Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos puestos por parte de organizaciones internacionales y ministerios de sanidad:

“El dengue es un problema creciente para la Salud Pública mundial, debido a varios factores: el cambio climático, el aumento de la población mundial en áreas urbanas de ocurrencia rápida y desorganizada, la insuficiente provisión de agua potable que obliga a su almacenamiento en recipientes caseros habitualmente descubiertos, la inadecuada recolección de residuos y la gran producción de recipientes descartables que sirven como criaderos de mosquitos al igual que los neumáticos desechados. A esto se suman el aumento de viajes y migraciones, fallas en el control de los vectores y la falta de una vacuna eficaz para prevenir la enfermedad” (Ministerio de Salud de la Nación, 2013, pág. 5).

En un estudio publicado en 2006, por Mosquera et al., se sugiere que, donde se implementó la estrategia de comunicación, hubo aumento del conocimiento en los barrios y, además, un porcentaje importante de sus habitantes adoptó prácticas de manejo de recipientes en coherencia con aquellas promovidas durante la intervención. “Las acciones en comunicación en salud y su impacto tienen que ubicarse en un continuo, dado que intervenciones aisladas y focalizadas en cambio de conductas a nivel individual no son suficientemente efectivas a largo plazo” (Mosquera, Obregón, Lloyd, Orozco, & Peña, 2006, pág. 29). “Los miembros de la comunidad pueden comprobar en su entorno cotidiano la información ofrecida y desarrollar medidas ambientales correctivas ajustadas a su propia realidad, los efectos podrían contribuir a reducir la proliferación vectorial local” (Schweigmann & al, 2009).

Objetivos

A través del presente artículo se pretende alcanzar los siguientes objetivos:

- Por un lado, analizar la estrategia de comunicación empleada desde el Ministerio de Salud de la Provincia de Corrientes en la red social Twitter, así como el tipo de información facilitada.
- Y, por otro lado, estudiar el tipo de seguidores que interactúan así como la interacción con esos usuarios que siguen a la cuenta @saludcorrientes y el tipo de interacción que mantienen.

Si bien la información sobre la obesidad en los países en desarrollo es limitada, los estudios preliminares indican que algunas de las mismas deficiencias de micronutrientes que padecen las personas subalimentadas, las sufren también los sobrealimentados. Dos de las más comunes son la anemia, por falta de hierro, y la deficiencia de vitamina A, causa frecuente de ceguera entre niños menores de cinco años de edad.

Material y método

La metodología utilizada para el desarrollo de esta investigación es el análisis de contenido, tanto cuantitativo como cualitativo, de todos los tweets publicados sobre el dengue en el perfil oficial @saludcorrientes, perteneciente al Ministerio de Salud Pública de la Provincia de Corrientes, desde el 1 de enero de 2016 al 30 de abril de 2016. Además de los tweets emitidos por la fuente oficial, se han analizado las interacciones que esos mensajes han generado entre los usuarios de la cuenta.

En total, se han considerado 54 tweets emitidos durante el periodo más virulento del brote. Para ello, se ha realizado una adaptación de la ficha de análisis utilizada por Díaz Cerveró y Vázquez Barrio (2015), que en esta ocasión se ha completado con otros criterios de análisis.

Se ha estudiado si hubo una evolución entre los primeros meses del año –enero y febrero- con marzo y abril, ya que el tercer y cuarto mes del año se corresponden, en palabras del ministro de Salud de la Nación de Argentina, Jorge Lemus, “con los que tuvieron el mayor número de casos en brotes epidémicos anteriores”. En 2016, los motivos por los cuales ha habido un incremento de casos este año son “el cambio climático, que incluyó un invierno débil y mucha lluvia, y el hecho de que el mosquito está presente en casi todas las provincias” (Perfil.com, 2016).

La unidad de análisis la ha constituido cada uno de los tweets y las categorías de análisis utilizadas suponen una adaptación de las empleadas por Díaz-Cerveró y Vázquez-Barrio (2015) en su análisis de la comunicación que a--- través de Twitter realizó el Gobierno de España durante la crisis del ébola (Véase Tabla 1) .

Tabla 1. Categorías del análisis de contenido. Elaboración propia.

1.	ID del Tweet
2.	Enlace permanente de Tweet
3.	Texto del Tweet
4.	Fecha y hora
5.	Nº de impresiones
6.	Nº de interacciones
7.	Tasa de interacción
8.	Nº de retweets
9.	Nº de “me gusta”
10.	Función comunicativa del tweet: Es la finalidad o propósito que se busca al emitir el mensaje (<i>tweet</i>): a. Informar de datos de contagio b. Prevenir o informar sobre campañas de prevención c. Advertir, dar recomendaciones. d. Explicar algún dato en concreto. e. Ordenar, mandar. f. Llamar a la acción
11.	¿Incluye hashtag? a. Sí b. No
12.	Si lo incluye, ¿cuál?
13.	¿Incluye imagen?

	a.Sí b.No
14.	Si la incluye, ¿qué tipo de imagen y cuál es su contenido?
15.	¿Incluye video? a.Sí b.No
16.	Si lo incluye, ¿cuál es su contenido?
17.	¿Incluye URL? a.Sí b.No
18.	Nº de comentarios
19.	¿Quién interactúa? a.Periodista b.Institución c.Ciudadano d.Experto
20.	Tipo de interacción a.Advertencia b.Pregunta c.Crítica d.Felicitación e.Insulto f.No procede
21.	Nº visualizaciones multimedia
22.	Nº interacciones con el contenido multimedia

Resultados

Se han analizado un total de 54 tweets, todos los publicados entre el 1 de enero de 2016 y el 30 de abril de 2016, periodo en el que se registraron más casos. En este sentido, se publica menos de un tweet al día de media, sin una periodicidad fija. Como observamos en la Figura 1, hay días en los que no se publica ningún tweet relacionado con el brote y otros en los que se publican hasta 5. Concretamente los días de más actividad son los dos primeros registrados, es decir los días 2 y 3 de febrero, cuando se informaba a la población sobre los horarios y barrios donde se realizaban tareas de fumigación y de descacharrado, además de ofrecer recomendaciones a los ciudadanos. También se observa un pico el 7 de marzo con 4 tweets y los días 7, 9 y 19 de febrero en los que se publicaron 3 cada día.

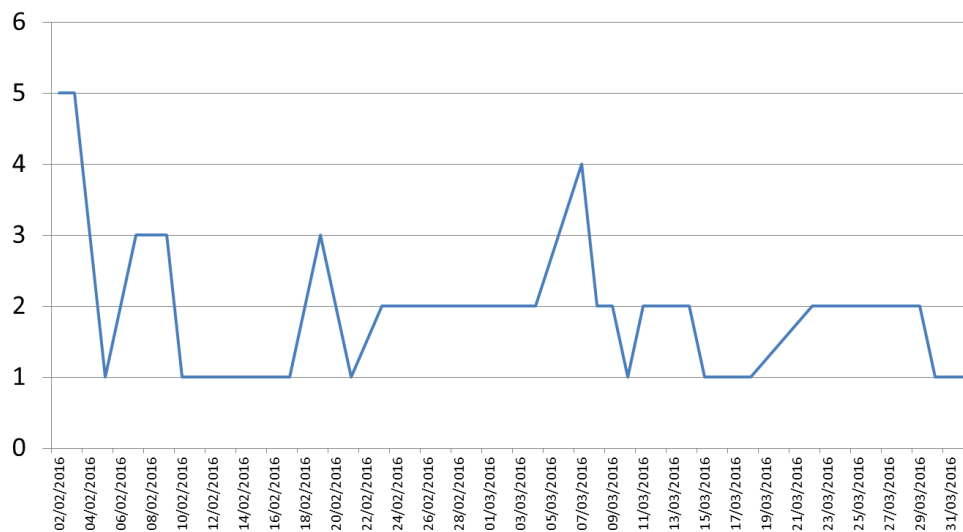


Figura 1. Distribución de tweets por día. Elaboración propia

En la Figura 2, observamos la distribución de los tweets por tramos horarios. Según la gráfica, la mayoría de los tweets fueron publicados entre las 9:00 horas y las 15:00 horas con más de un 68 % de los tweets. El resto (aproximadamente un 32%) se reparte de manera similar desde las 15:01 hasta las 8:59 horas.

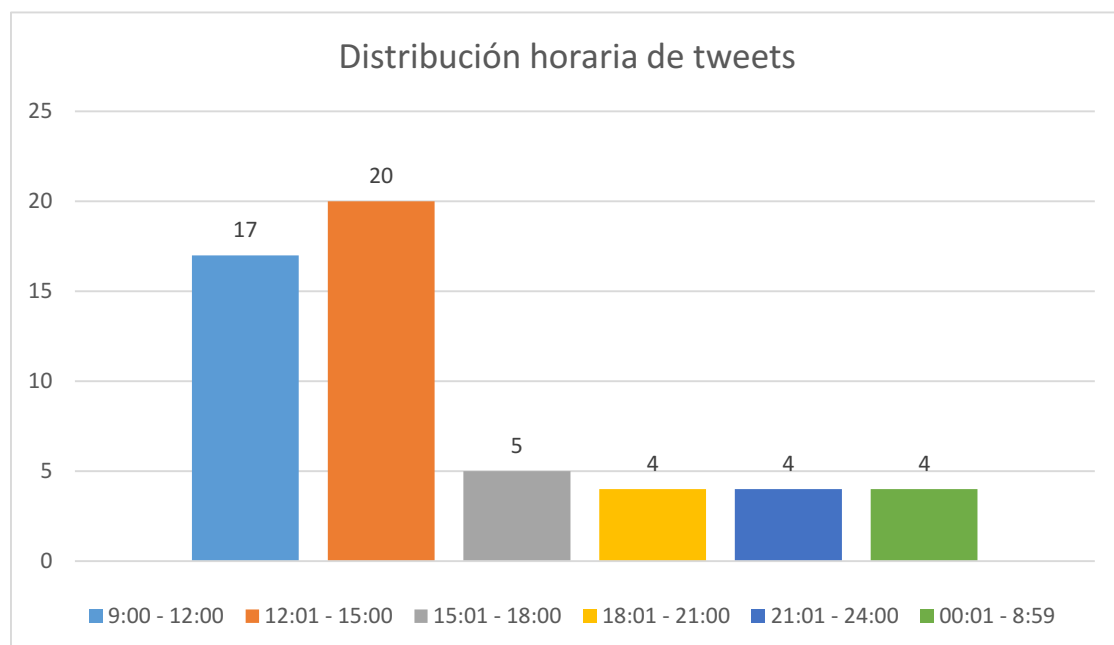


Figura 2. Distribución horaria de *tweets*

A continuación, en la Figura 3 y de acuerdo con la herramienta Twitter Analytics, podemos observar que el tweet con mayor número de impresiones fue el publicado el 22 de marzo con un total de 1058 interacciones e informaba sobre el número de casos de dengue en la provincia.

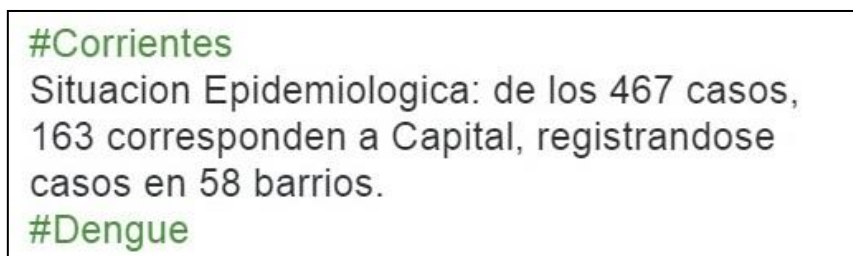


Figura 3. Captura de pantalla de *tweet* con mayor número de impresiones

Por su parte, el *tweet* con mayor número de interacciones fue el del 9 de marzo, con un total de 47. Este *tweet* además es el que más visualizaciones multimedia e interacción con el contenido multimedia tiene, con un total de 30 en ambas categorías (Véase Figura 4). Por último, el *tweet* con mayor tasa de interacción (0,1), aunque ésta sea muy baja, fue el publicado el 2 de febrero (Véase Figura 5).



Figura 4. Captura de pantalla de *tweet* con mayor número de interacciones

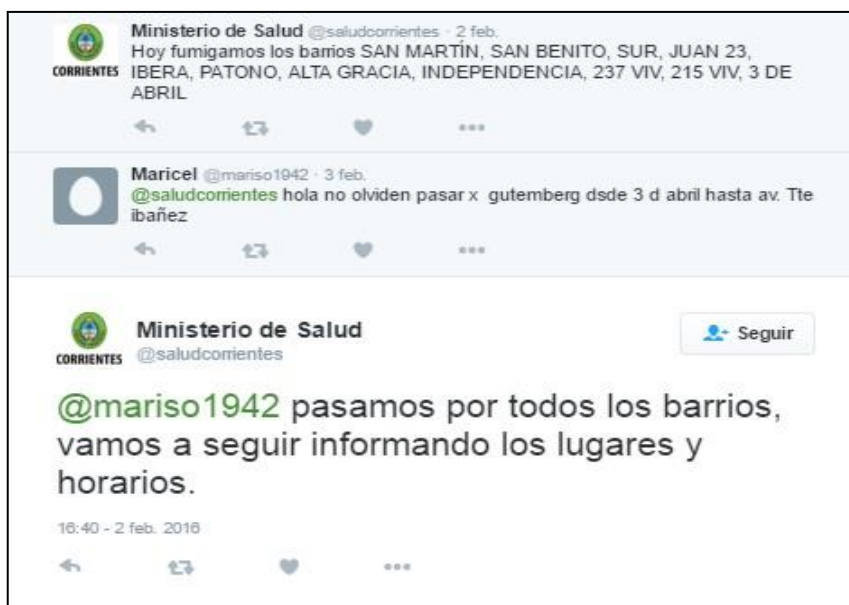


Figura 5. Captura de pantalla de *tweet* con mayor tasa de interacción

En relación con la tasa de interacción, y de acuerdo con la Figura 6, podemos señalar que ésta es moderada – aunque continua - con respecto al número de Retweets y Me gusta. Sin embargo, es muy baja en relación al número de comentarios, ya que solo se registran 4 comentarios a otros 4 tweets por parte de los seguidores o followers, todos ellos ejercen el rol de ciudadanos, de acuerdo con la descripción de su perfil en Twitter. Uno de ellos sirve para felicitar al Gobierno por su gestión de la crisis, otros dos plantean preguntas que quedan sin respuesta y hay un cuarto en el que se hace una advertencia a la que sí hay contestación. Excepto en estos cuatro casos, los ciudadanos no utilizan esta vía para expresar opiniones, inquietudes o plantear preguntas.

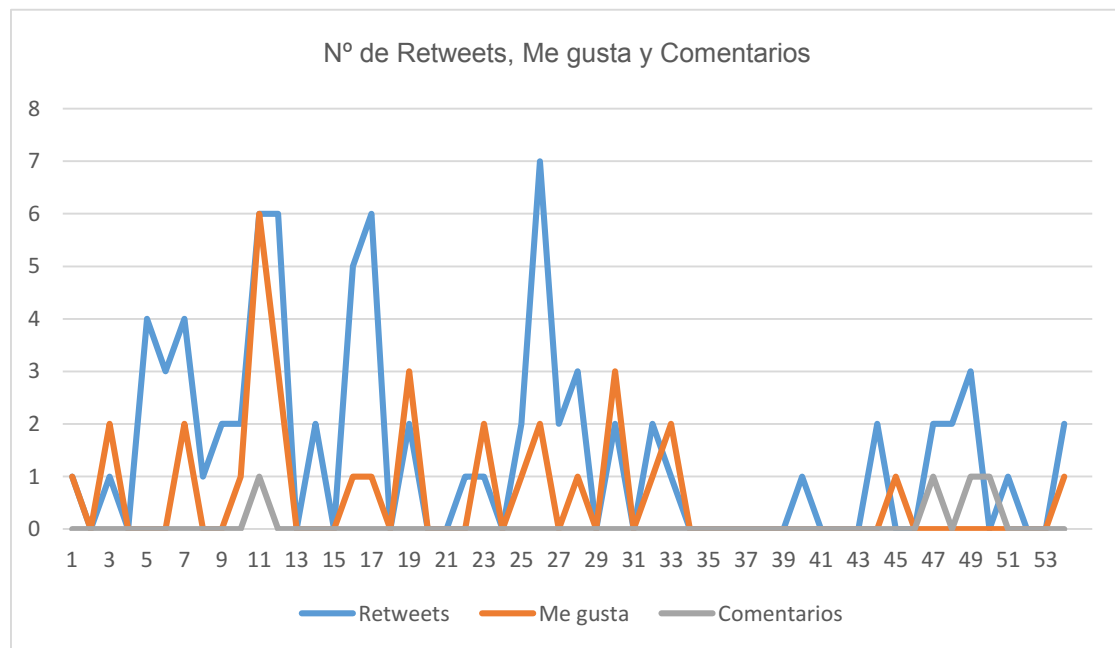


Figura 6. Número de *retweets*, “me gusta” y comentarios

En la Figura 7, la función comunicativa que prevalece de manera clara en los tweets publicados es la informativa (64,8%) seguida de la preventiva (27,7%). Las otras dos funciones, que también se han registrado, aunque con una presencia muy residual, son la explicativa y la llamada a la acción presenten en un 3,7% de los tweets cada una de ellas.

Función comunicativa del tweet

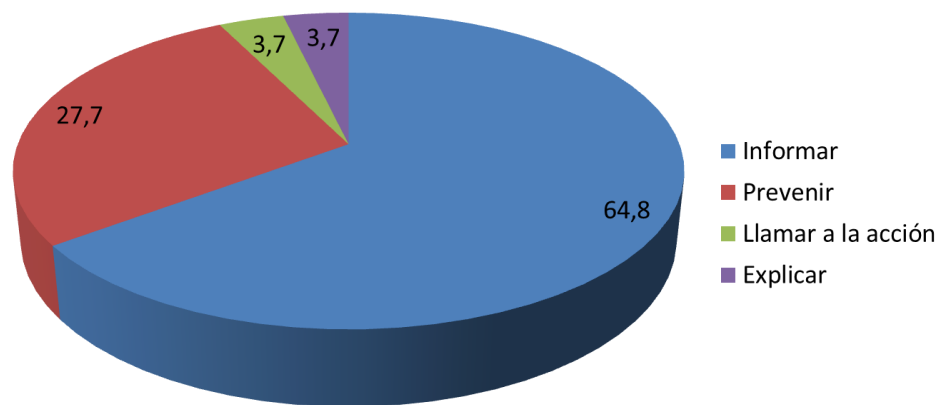


Figura 7. Función comunicativa del *tweet*. Elaboración propia

Por otra parte, y de acuerdo con la Figura 8 sobre la utilización de hashtag en los tweets, vemos cómo el 85,2% de los tweets analizados lo incluye. De este modo, observamos que las etiquetas más populares son #dengue y #Corrientes, seguidas de #Concepción y #buenlunes (Véase Figura 9).

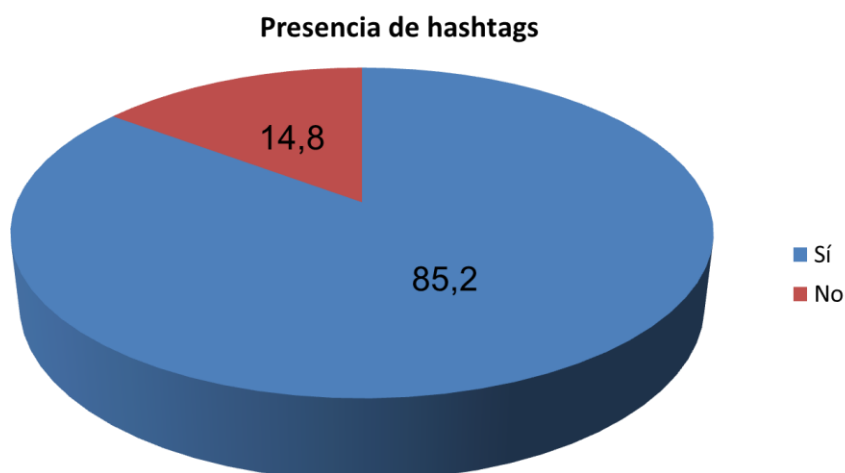


Figura 8. Presencia de hashtags. Elaboración propia

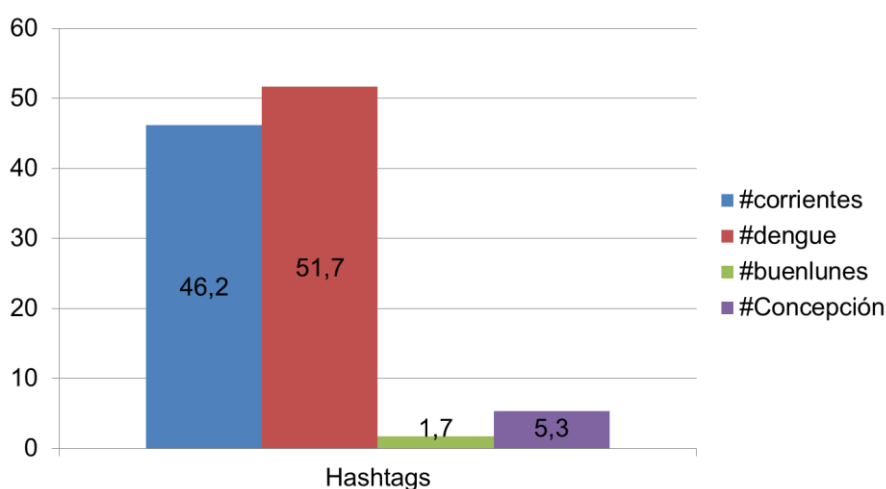


Figura 9. *Hashtags* utilizados durante el periodo analizado

Por último, según nuestro análisis, ningún tweet publicado contiene vídeos, lo que hubiese resultado útil para transmitir medidas de prevención de una forma más atractiva para la población. En relación al uso de un enlace para ampliar la información del tweet, un poco más de la mitad, el 55,5% incluye una URL, frente a un 44,5% que no. Respecto a las fotografías, casi la mitad, el 44,5%, incluye una imagen. Un 14,9% de esas imágenes tiene una finalidad explicativa respecto a las medidas de prevención adoptadas, por ejemplo, en las escuelas. Un 9,2% muestra tareas de fumigación para la extinción del mosquito, un 7,4%, en la línea de las fotografías anteriores, muestra tareas de descacharrado para eliminar los criaderos del mosquito. El 7,4% incluye fotografías de un perfil más

político en el que se muestran reuniones o atención de los medios de comunicación y finalmente hay un 5,5% de los tweets que incluye imágenes de las zonas afectadas (Véase Figura 10).

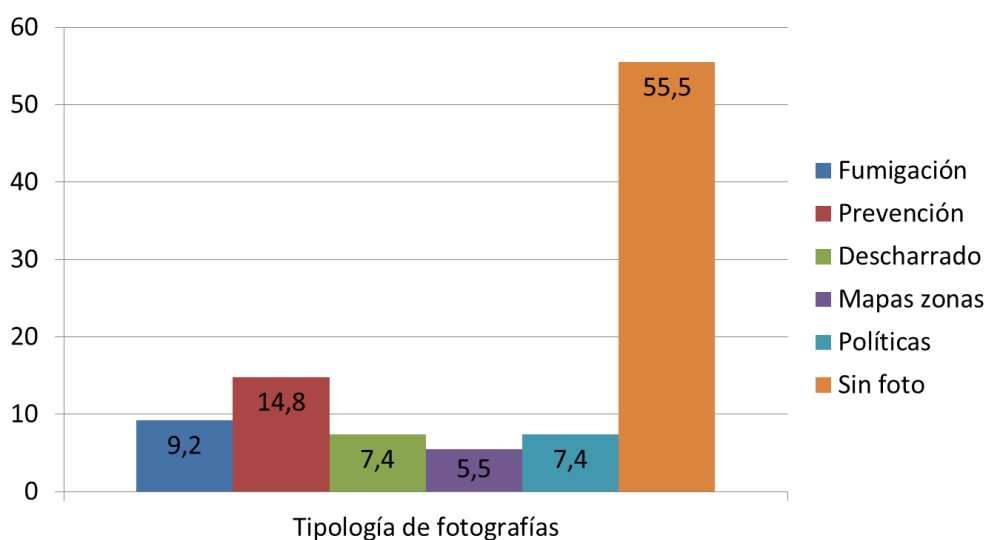


Figura 10. Tipología de fotografías. Elaboración propia

Discusión

Con el fin de poder mitigar los efectos negativos del dengue, es necesario centrarse en las acciones de prevención, detección y abordaje que vienen implementando los organismos de salud y otras áreas del Estado en las provincias y municipios de la región. Además, debido al incremento de migraciones transnacionales, las personas infectadas pueden introducir, en cuestión de horas, una enfermedad en una zona que antes no estaba afectada.

A pesar de que recientemente se ha aprobado el uso de la primera vacuna contra el dengue — Dengvaxia (CYD-TDV), de Sanofi Pasteur— en personas de 9 a 45 años residentes en zonas endémicas (World Health Organization (WHO), 2016), los expertos apuntan a que es más conveniente poner los esfuerzos en el diagnóstico temprano y una atención adecuada, ayudando así a reducir la tasa de mortalidad. “La movilización y la comunicación social para el impacto conductual pueden ayudar en la prevención y el control del dengue” (...) “con un firme compromiso político, las estrategias de comunicación y movilización social bien planificadas y fundamentadas pueden tener impacto positivo” en la reducción del número de casos de dengue (OMS/OPS, 2004, pág. 13).

En este sentido, para que el brote de dengue se gestione con éxito es necesario “una unión sinérgica de enfoques y estrategias que incluyó la educación para la salud, la comunicación interpersonal y masiva, y la movilización social” (Mosquera, Obregón, Lloyd, Orozco, & Peña, 2006, pág. 148).

A pesar de que numerosas investigaciones demuestran claros beneficios de la incorporación de las redes sociales en la comunicación de crisis, muchas organizaciones no han respondido totalmente a los medios sociales en su comunicación estratégica. Sin embargo, en esta ocasión, el Ministerio de Salud de Corrientes ha incorporado con éxito esta herramienta de comunicación digital.

Según We Are Social, Argentina “es el país con mayor porcentaje de población que usa internet en América Latina (80%)” y el 62% de la población, es decir 27 millones de personas, usa alguna de las redes sociales. Además, está en el ranking mundial de países donde los habitantes pasan más tiempo en las redes sociales, pasan más de 3 horas diarias en estas plataformas (Losandes.com.ar, 2016). Que más de la mitad de la población argentina participe de alguna red social, supone que éstas constituyen una plataforma ineludible para todo tipo de organización. Es por ello que resultaba necesario analizar el uso de las redes sociales, y más concretamente de Twitter, por parte de la institución sanitaria de la región en cuestión durante los meses en los que se registraron más casos.

A fecha del 30 de mayo de 2016, la cuenta oficial de Twitter del Ministerio de Salud de la Provincia de Corrientes, @saludcorrientes cuenta con un total de 867 seguidores, sigue a 553 y ha publicado 348 tweets desde que se creara el 3 de junio de 2015. En este sentido, desde el Ministerio se debería trabajar para alcanzar un mayor número de seguidores, y de este modo poder lograr más popularidad e influencia entre los correntinos, y llegar a convertirse en fuente de información indispensable en caso de crisis sanitarias.

Tras nuestro análisis comprobamos que la frecuencia con la que se actualiza la cuenta oficial @saludcorrientes no es periódica, así encontramos días en los que no se publica nada y otros en los que se lanzan hasta 5 tweets relacionados con el dengue. En este sentido, debería haber más coherencia en la periodicidad de los mismos sobre todo en una herramienta como Twitter. Con respecto a la distribución horaria, el más de medio centenar de tweets referentes al brote del dengue analizado demuestra que la mayoría se emitieron entre las 9:00 a las 15:00 horas. Aunque, *a priori* y según los expertos en social media parece que esta franja horaria es la más idónea para la publicación en Twitter, sin embargo, y dado la poca interacción con el usuario, sería conveniente probar otras horas para verificar la disponibilidad de los followers.

Por otro lado, la mayoría de los tweets – más de un 90% - tiene una finalidad informativa y preventiva, de este modo se comunica y sensibiliza a la población correntina satisfactoriamente sobre el avance del virus y las acciones llevadas a cabo en la zona. Igualmente, se hace un uso conveniente de hashtags (hasta en un 85,2% del total de tweets analizados), de fotografías (un 44,5%); y de un enlace externo (hasta un 55,5% de los casos).

Sin embargo, observamos que existe poca participación activa por parte de los seguidores de la cuenta, es decir, el número de Retweets, Me gusta y, sobre todo, comentarios es muy bajo. En este sentido, y de acuerdo con la herramienta Twitter Analytics, el número de impresiones e interacciones

refleja la baja implicación de los *followers*. Por lo que parece necesario trabajar en el *engagement* con el usuario, ya que la aportación de éste podría beneficiar a toda la estrategia de comunicación. Además, no podemos ignorar que la cuenta de Twitter fue creada recientemente, en junio de 2015, por lo que aún necesita afianzarse entre los – por ahora pocos – seguidores como fuente de información oficial y hacerles partícipes en el proceso comunicativo del Ministerio.

En otras palabras, desde la cuenta oficial de Twitter se ha comunicado de manera limitada sobre la prevención del dengue y promoción de la salud con tweets informativos y preventivos, utilizando los diferentes recursos que ofrece Twitter como son el uso de hashtags, imágenes o hipervínculos, aunque se deberían haber buscado nuevas fórmulas para la participación ciudadana en redes sociales, como promover otro tipo de mensajes más atractivos, impulsar más el uso de vídeos, otros contenidos multimedia y otras funciones como Periscope, encuestas, momentos de Twitter, entre otros.

En conclusión, las redes sociales tienen un papel crucial en la gestión de la comunicación de cualquier epidemia gracias a su creciente penetración entre los ciudadanos; una comunicación rápida, eficaz y directa con sus usuarios; sin costo; de fácil manejo y accesibilidad. Los gobiernos deben conocer todas sus potencialidades para así poder conseguir el resultado deseado en su estrategia de comunicación.

Referencias bibliográficas

- Beneito-Montagut, R. e. (2013). Governmental Social Media use for Emergency Communication. En F. F. T. Comes (Ed.), *Proceedings of the 10th International ISCRAM Conference*, (págs. 1-5). Baden-Baden (Alemania).
- Bernardini Zambrini, D. A. (2011). Lecciones desatendidas entorno a la epidemia de dengue en Argentina, 2009. *Revista Saúde Pública* 2011, 45(2), 428-431.
- Cancelo San Martín, M. (2009). Análisis del comportamiento comunicativo de los entes institucionales en situaciones de crisis sanitarias. Estudios de los casos de México y Argentina. *Razón y Palabra*(71). Obtenido de www.razonypalabra.org.mx
- Chan, J. (2014). The role of Social Media in Crisis Preparedness, Response and Recovery. (R. T. Center, Ed.) *Vanguard*, 16. Obtenido de <http://www.oecd.org/governance/risk/The%20role%20of%20Social%20media%20in%20crisis%20preparedness,%20response%20and%20recovery.pdf>
- Comisión Nacional de Actividades Espaciales (CONAE) y Ministerio de Salud. (10 de Febrero de 2016). *Mapa de Riesgo Ambiental de Dengue 2016*. Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de <http://geoportal.conae.gov.ar/geoexplorer/composer/>
- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing Crisis Communication. Planning, Managing, and Responding* (3 ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.

- Coombs, T. (2008). The future of crisis communication from an international perspective. En T. Nolting, & A. Tiessen, *Krisenmanagement in der Mediengesellschaft* (págs. 275-287). Wiesbaden: VS Verlag fuer Sozialwissenschaften.
- Diario Norte. (10 de Febrero de 2016). www.diarionorte.co. (E. C. S.A., Editor) Obtenido de <http://www.diarionorte.com/article/133955/especialista-dice-que-la-batalla-contra-el-dengue-y-el-zika-se-esta-perdiendo-en-los-hogares>
- Díaz Cerveró, E., & Vázquez Barrio, T. (2015). El uso de Twitter por parte del Gobierno español durante la crisis del ébola. *Miguel Hernández Communication Journal*, 6, 241-259. Recuperado el 5 de Julio de 2016
- EFE. (2 de Marzo de 2016). www.efe.com. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.efe.com/efe/america/portada/argentina-registra-cerca-de-15-000-casos-dengue-en-el-peor-brote-desde-2009/20000064-2856309>
- El Mundo. (2 de Marzo de 2016). www.elmundo.es. Recuperado el 28 de Julio de 2016, de <http://www.elmundo.es/salud/2016/03/02/56d769b922601ddd358b45b7.html>
- El Universitario. (10 de Febrero de 2016). eluniversitario.unne.edu.ar. (U. N. (UNNE), Editor) Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://eluniversitario.unne.edu.ar/ciencia153.html>
- La Arena S.A. (12 de Febrero de 2016). www.laarena.com.ar. Recuperado el 28 de Julio de 2016, de http://www.laarena.com.ar/el_pais-conae_y_salud_lanzan_mapa_de_riesgo_ambiental_de_dengue-155430-113.html
- Lachlan, K., Spence, P., Lin, X., Najarian, K., & Del Greco, M. (2016). Social media and crisis management: CERC, search strategies, and Twitter content. *Computers in Human Behavior*, 54, 647-652.
- Lazard, A., Scheinfeld, E., Bernhardt, J., Wilcox, G., & Suran, M. (2015). Detecting themes of public concern: A text mining analysis of the Centers for Disease Control and Prevention's Ebola live Twitter chat. *American Journal of Infection Control*, 43, 1109-1111.
- Losandes.com.ar (15 de Mayo de 2016). www.losandes.com.ar. Recuperado el 19 de Abril de 2017, de <http://www.losandes.com.ar/article/los-argentinos-en-el-podio-mundial-de-uso-de-las-redes-sociales>
- Médicos Sin Fronteras. (24 de Octubre de 2013). www.msf.org.ar. Recuperado el 27 de Julio de 2016, de <https://www.msf.org.ar/actualidad/msf-combate-brote-mortal-dengue-honduras>
- Ministerio de Salud de la Nación. (2013). *Guía para el equipo de Salud. Enfermedades infecciosas: dengue. 3ª Edición*. Dirección de Epidemiología. Buenos Aires: Ministerio de Salud. Presidencia de la Nación.
- Mosquera, M., Obregón, R., Lloyd, L. S., Orozco, M., & Peña, A. (2006). Comunicación, movilización y participación: lecciones aprendidas en la prevención y control de la fiebre dengue (FD). *investigación y desarrollo*, 14(1), 120-151.
- Mosquera, M., Obregón, R., Lloyd, L. S., Orozco, M., & Peña, A. (enero-junio de 2006). Comunicación, participación y movilización: Impacto de una intervención comunitaria para la prevención y control de la transmisión de la fiebre de dengue. *QUÓRUM ACADÉMICO*, 3(1), 11-33.

- OMS/OPS. (2004). *Planificación de la movilización y comunicación social para la prevención y el control del dengue: Guía paso a paso*. Ginebra. Obtenido de http://www.who.int/tdr/publications/documents/planificacion_dengue.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (31 de Agosto de 2004). *www.who.int*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.who.int/topics/dengue/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (Abril de 2016). *www.who.int*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs117/es/>
- Organización Panamericana de la Salud. (3 de Febrero de 2016). *www.paho.org*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de http://www.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=9469%3A2014-dengue&catid=6648%3Amedia-center-fact-sheets&Itemid=40721&lang=es
- Perfil.com. (4 de Marzo de 2016). *www.perfil.com*. Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de http://www.perfil.com/contenidos/2016/03/04/noticia_0099.html
- Perfil.com. (4 de Marzo de 2016). *www.perfil.com*. Recuperado el 25 de Julio de 2016, de http://www.perfil.com/mobile/?nota=/contenidos/2016/03/04/noticia_0100.html
- Provincia de Corrientes. (18 de Febrero de 2006). <http://www.corrientes.com.ar/>. Recuperado el 13 de Mayo de 2016, de <http://www.corrientes.com.ar/info-general.htm>
- Schweigmann, N., & al, e. (2009). Información, conocimiento y percepción sobre el riesgo de contraer el dengue en Argentina: dos experiencias de intervención para generar estrategias locales de control. *Cadernos de Saúde Pública*, 25 (Supl.1). doi:<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-311X2009001300013>
- Vieweg, S. H. (2010). Microblogging during two natural hazards events: what Twitter may contribute to situational awareness. *Proceedings of ACM Conference on Computer Human Interaction (CHI)*, April. Atlanta, Georgia (USA). doi:<http://doi.acm.org/10.1145/1753326.1753486>
- World Health Organization (WHO). (29 de Julio de 2016). <http://www.who.int>. Recuperado el 22 de Agosto de 2016, de http://www.who.int/immunization/research/development/dengue_vaccines/en/