

Buenas Prácticas en Comunicación y Salud

Mtro. Hernán Díaz Eichenberg

Simposio Internacional de Comunicación y Salud

La Habana, 5 de octubre de 2017

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas



*“Artesanía designa un impulso humano
duradero
y básico, el deseo de realizar bien una tarea”*

Richard Sennett

Cómo entendemos la comunicación

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_

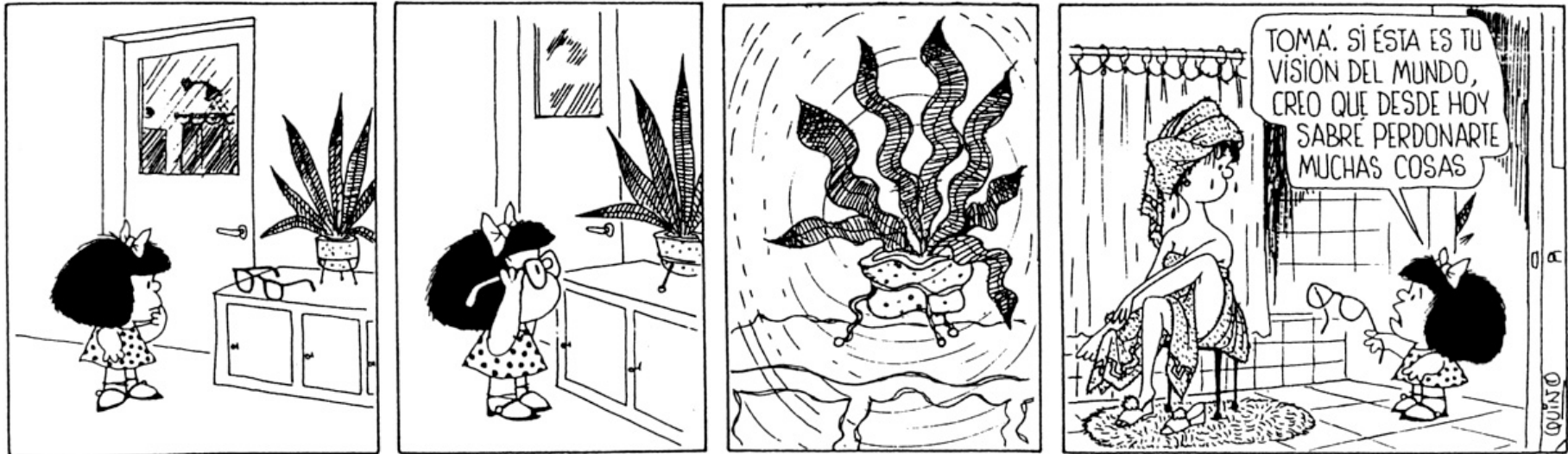


company / comunideas

La comunicación va de relaciones



Comunicar es entenderse con el otro



9 marzo '65

La comunicación requiere incorporar al proceso las concepciones y percepciones de los interlocutores.

Una definición

“El uso y el estudio de las **estrategias** de comunicación para **informar e influir** sobre **decisiones individuales y colectivas** que mejoran la salud”.

National Cancer Institute and Centers for Disease Control and Prevention (EE.UU): **Making Health Communication Programs Work** (2004).

**Making Health
Communication
Programs Work**

U.S. DEPARTMENT OF HEALTH & HUMAN SERVICES

National Institutes of Health

National Cancer Institute

Caso #1

Las campañas de seguridad vial de la Dirección General de Tráfico (España)

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas



MENOS MUERTOS SIGUEN SIENDO MUCHOS.

> Spot Menos siguen siendo muchos 20"

> Spot Menos siguen siendo muchos 10"

» > Cuña Menos siguen siendo muchos 30"

- > Con una copa todo se vuelve más difícil
- > No dejes que quien ha bebido conduzca
- > Para hacer daño a un niño...
- > Muchas historias acaban por el móvil
- > Los deseos del verano
- > El ciclista. Una especie protegida.
- > Conducción y medio ambiente
- > No escuchar esto puede tener consecuencias graves
- > Conduce con cero alcohol
- > Semana Santa



> Si piensas en las motos, todo irá sobre ruedas.



> Felicita las navidades con nuestra postal interactiva.



MINISTERIO DEL INTERIOR. DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO. AVISO LEGAL

>> campañas 2007 >> campañas anteriores

Aprendizaje #1

Los cambios profundos y sostenibles en salud pública requieren de **estrategias de comunicación** integrales, que vayan acompañadas de la **toma decisiones para modificar estructuras o entornos sociales**.

La comunicación es una dimensión del abordaje de los procesos sociales, pero no resuelve todos los problemas ni modifica la realidad mágicamente.

Caso #2

Estrategia del Comité Nacional para la Prevención del Tabaquismo (CNPT) para el impulso de modificaciones legislativas en España

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas

257.000.000 de europeos convivimos en bares y restaurantes

Sin Humo

+ Aplaude

53 días

22 horas

7 minutos

51 segundos

conviviendo en
espacios

Sin Humo

X Denuncia

CÓMO CUMPLIR LA LEY

Aprendizaje #2

Uno de los pilares de toda estrategia de comunicación es **identificar claramente los públicos** con los que se quiere establecer una relación o sobre los cuales se quiere influir.

El proceso de cambio puede requerir **priorizar los esfuerzos sobre determinado público destinatario** en diferentes fases de la implementación.

Caso #3

La Escuela de Pacientes de la Escuela Andaluza de Salud Pública (España)

www.comunideas.com



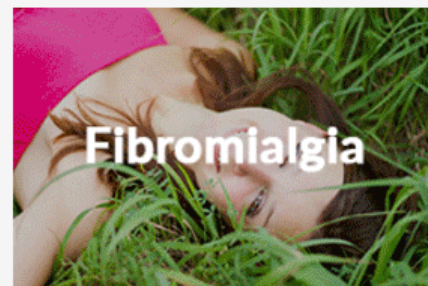
Comunideas



@comunideas_



company / comunideas



Aprendizaje #3

Los profesionales sanitarios no son los únicos actores protagonistas de los procesos de salud.

Los procesos de salud deben **reconocer y legitimar otros actores, discursos y saberes “vulgares”**, que emanan de la vida cotidiana y la experiencia de las personas/pacientes.

Todos somos productores de sentido.

Caso #4

Campaña “Yo pongo condón” para la prevención de embarazos no deseados en adolescentes (Ministerio de Sanidad, Gobierno de España)

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas

VERSIÓN FLASH

DESCARGAS



CANCIÓN MP3

SPOT

SALVAPANTALLAS

UNA INFORMACIÓN ADECUADA PERMITE
ELEGIR RESPONSABLEMENTE

ACTUALIDAD

LA JUVENTUD Y TÚ

MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS:
PRESERVATIVO

ENLACES



YOPONGO CONDON.COM



CAMPAÑA PARA LA PREVENCIÓN DE EMBARAZOS NO DESEADOS



Aprendizaje #4

Es imprescindible hablar **en el lenguaje de los destinatarios.**

Una buena estrategia requiere **configurar los productos comunicacionales** y los **espacios de mediación adaptados** a las necesidades y características culturales de esos destinatarios.

Caso #5

Comportamientos Saludables en Comunidad

(Parque de la Vida, Medellín-Colombia)

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas

Comportamientos saludables[!] en comunidad



Aprendizaje #5

Hay que planificar procesos de cambio de comportamiento sobre la base de **acciones continuadas y sostenidas**, no de impactos únicos. Estos procesos se fortalecen con instancias de mediación y activación social.

Hay que potenciar las intervenciones con **enfoques positivos**, que se acerquen a la **vida cotidiana** de las personas y que **evalúen el proceso de aprendizaje**.

Lecciones aprendidas

- ▼ La estrategia de comunicación apoya la toma de decisiones que promueven cambios estructurales y en el entorno social.
- ▼ Identificar los públicos con los que relacionarse o influir en cada momento del proceso.
- ▼ Los procesos de salud deben incorporar y legitimar tanto saberes científicos como “vulgares”.
- ▼ Desarrollar los productos comunicacionales en el “lenguaje” de los destinatarios.
- ▼ Planificar procesos de comunicación continuados y sostenidos, que se potencien con instancias de mediación y activación.



Muchas gracias

www.comunideas.com



Comunideas



@comunideas_



company / comunideas