



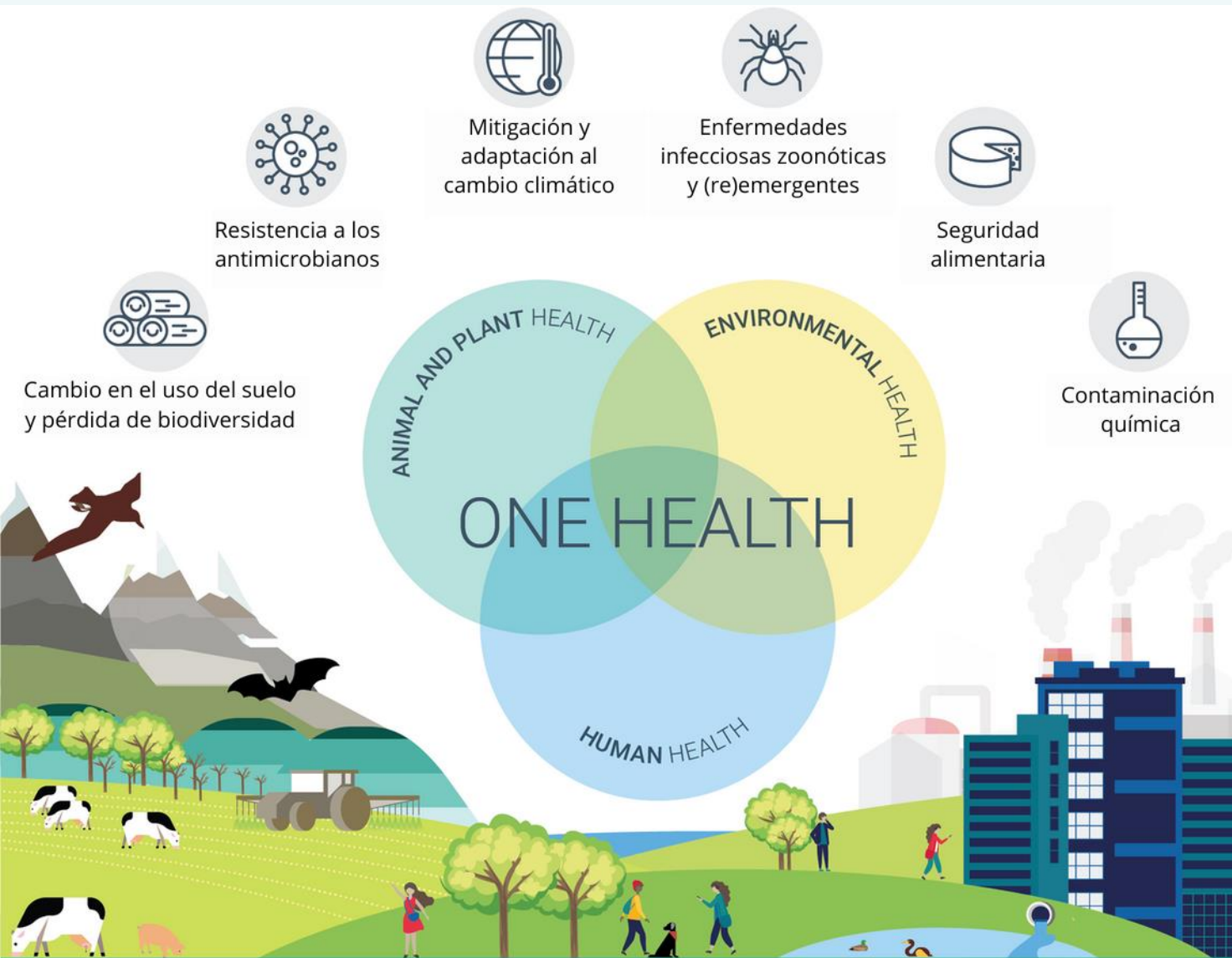
Estrategias de comunicación para
conseguir un cambio real
Enfoque Una Sola Salud / One Health

Ponente: Hernán Díaz Eichenberg

Congreso RESCOM - Alicante - Septiembre 2024

www.hacersentido.com

¿Qué es “Una Sola Salud”?

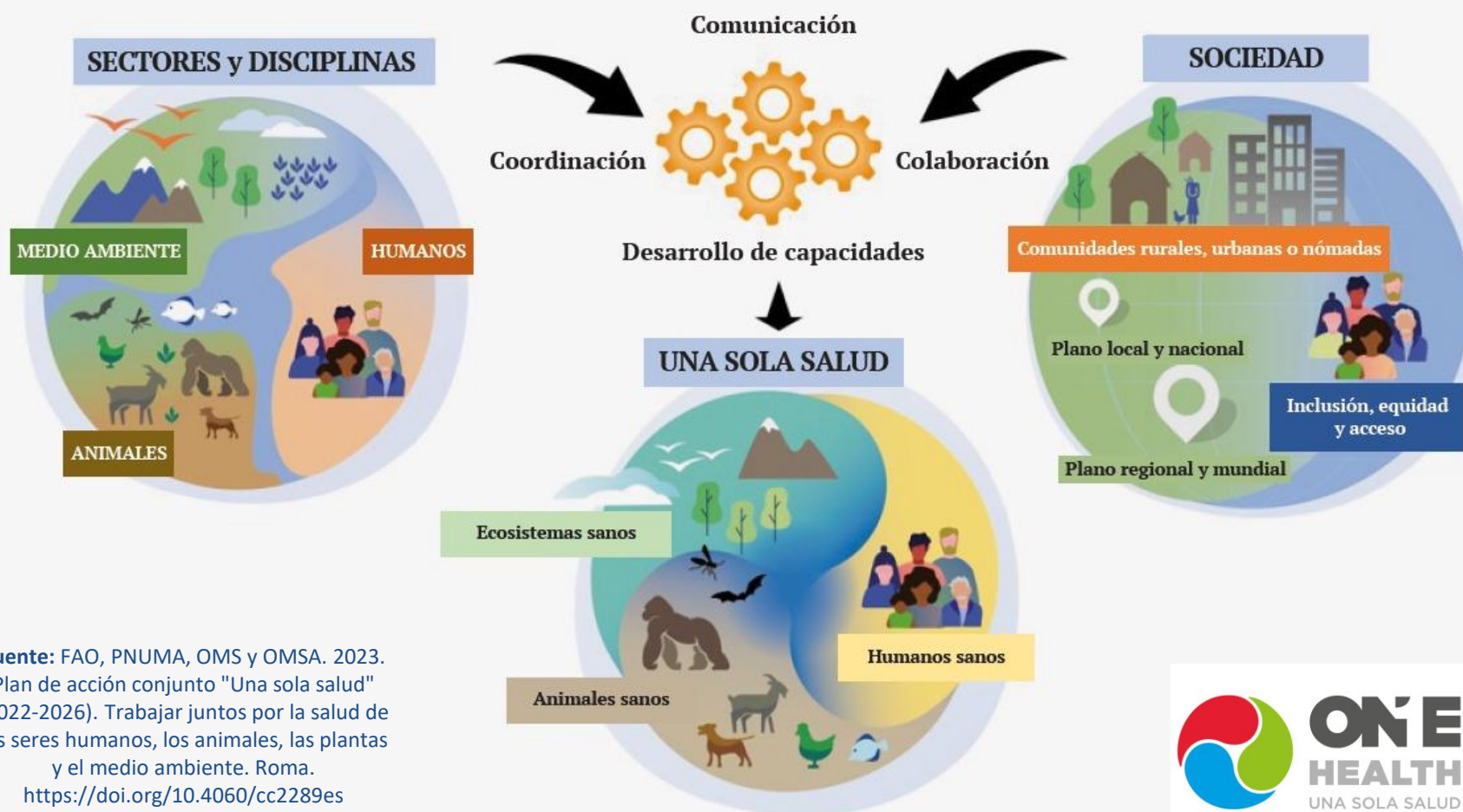


"Una sola salud" es un **enfoque unificador integrado** que procura equilibrar y optimizar de manera sostenible la salud de las **personas, los animales y los ecosistemas**.

El enfoque reconoce que la salud de las personas, los animales domésticos y salvajes, las plantas y el medio ambiente en general (incluidos los ecosistemas) están estrechamente **relacionados** y son **interdependientes**.

(Adisasmito, W.K. et al. 2022. *One Health: A new definition for a sustainable and healthy future*. PLoS Pathogens, 18(6): e1010537. <https://journals.plos.org/plospathogens/article?id=10.1371/journal.ppat.1010537>)

Las 4 C's estratégicas



¿Está presente el enfoque
UNA SOLA SALUD
en la agenda pública?



ZOONOSIS

VIRUELA DEL MONO >

La OMS vuelve a decretar la emergencia sanitaria internacional por la viruela del mono

La organización toma la medida por la expansión de una variante del virus aparentemente más letal en África

SALUD

El riesgo de que la cepa de mpox que causa estragos en África llegue a España es "relativamente alto"

El clado I del virus está asociado a mayor virulencia pero los expertos creen que disminuiría en países con sistemas sanitarios desarrollados.

SALUD

España confirma cuatro nuevos casos de viruela del mono con la antigua variante en los últimos diez días

Vigilancia, información y vacunación son los ejes que propone Sanidad para hacer frente al brote global de mpox. Casi 20.000 españoles están pendientes de completar la pauta de vacunación

VIRUELA DEL MONO >

Lo que se sabe de la transmisión de la mpox: ¿por qué se está contagiando sobre todo en niños?

A falta de conocer más detalles sobre cómo se comporta la nueva variante, los expertos creen que la mayor diferencia no se produce en la genética del virus, sino en el contexto

INFECCIONES



ENFERMEDADES

Dengue, Nilo, Crimea, Lyme... el cambio climático propulsa las infecciones por picaduras

SALUD

Extremadura confirma un caso de fiebre hemorrágica por virus Crimea-Congo

CIENCIA

Aumenta la alerta por el virus del Nilo: cinco muertos y casi los mismos casos ya que en todo 2023

La proliferación de infecciones especialmente en la provincia de Sevilla ha obligado a ampliar el espectro de búsqueda de mosquitos transmisores.

Elisa Pérez Ramírez, viróloga: “Estamos a cinco mutaciones de que la gripe aviar se contagie entre humanos”

La especialista del Centro de Investigación en Sanidad Animal (INIA-CSIC) advierte de que no tiene sentido el control de fronteras para la viruela del mono ni vincular los virus zoonóticos a la inmigración, como han hecho algunos políticos

CONTAMINACIÓN AMBIENTAL



JUEGOS OLÍMPICOS >

La lluvia contamina el Sena y amenaza el triatlón olímpico

Prohibido bañarse: los análisis bacteriológicos negativos obligan a cancelar los entrenamientos de triatlón, cuya prueba podría verse afectada en caso de no limpiarse las aguas

La triatleta belga Claire Michel, hospitalizada después de nadar en el río Sena durante los Juegos Olímpicos

Natación - Juegos Olímpicos 2024

Una deportista alemana reconoce que vomitó 9 veces tras nadar en el Sena: "Tenía sed y necesitaba beber algo..."

DESARROLLO Y COOPERACIÓN

Más de la mitad de la población mundial no tiene acceso a agua potable segura

4.400 millones de personas en todo el mundo viven sin agua potable segura. Es decir, más de la mitad de la población mundial (8.200 millones), según un estudio publicado en la revista científica *Science*.

FENÓMENOS CLIMÁTICOS EXTREMOS



METEOROLOGÍA

**Llega la DANA a España:
Aemet avisa del cambio
radical con lluvias fuertes
y 40 l/m² en estas zonas**

TIEMPO ATMOSFÉRICO

**Alerta amarilla en nueve
comunidades por tormentas,
lluvia, calor y mala mar**

BALEARES

**El violento temporal que
azotó Baleares este
domingo deja varios
heridos, rescates, vuelos
cancelados y choques de
barcos**



Un cultivo de lechugas en Butley, Suffolk, en Inglaterra. GETTY

E **Cómo unas lluvias
acabaron con 75 personas
hospitalizadas por comer
lechuga contaminada**

ORIO L GUÉLL | Barcelona

Un estudio del Reino Unido alerta del papel de los fenómenos extremos como causa de brotes e intoxicaciones. España, entre los más vulnerables

DESARROLLO URBANÍSTICO

Activistas climáticos se cuelan en la mansión de Messi en Ibiza y vandalizan su fachada

La vivienda, adquirida por el futbolista en 2022 por 11 millones de euros, había sido denunciada por numerosas irregularidades urbanísticas

 36 comentarios



EMERGENCIA CLIMÁTICA >

E **María Neira, responsable de medio ambiente de la OMS: “Necesitamos una planificación urbana que nos proteja ante el calentamiento”**

Una invasión de 400 capibaras se apodera de Nordelta, uno de los barrios más ricos de Argentina

ANDREA FISCHER - 24 AGOSTO, 2021



Un grupo de capibaras en el Parque Barigui en Curitiba, Brasil. Foto: Getty Images

El que invade a un invasor tiene 100 años de perdón...

CALENTAMIENTO GLOBAL



Una de cada cuatro muertes en nuestro país se debe a afecciones relacionadas con la trombosis. P.G.S.

SALUD

Por qué el calor dispara las muertes por trombosis en España: a partir de 35 °C "la sangre no circula bien"

EMERGENCIA CLIMÁTICA >

E 21 días seguidos en riesgo por altas temperaturas: así se han disparado las alertas sanitarias en las grandes ciudades españolas

SALUD

España registra 544 muertes por calor en los 7 primeros días de agosto: un 349% más que en 2023

SALUD

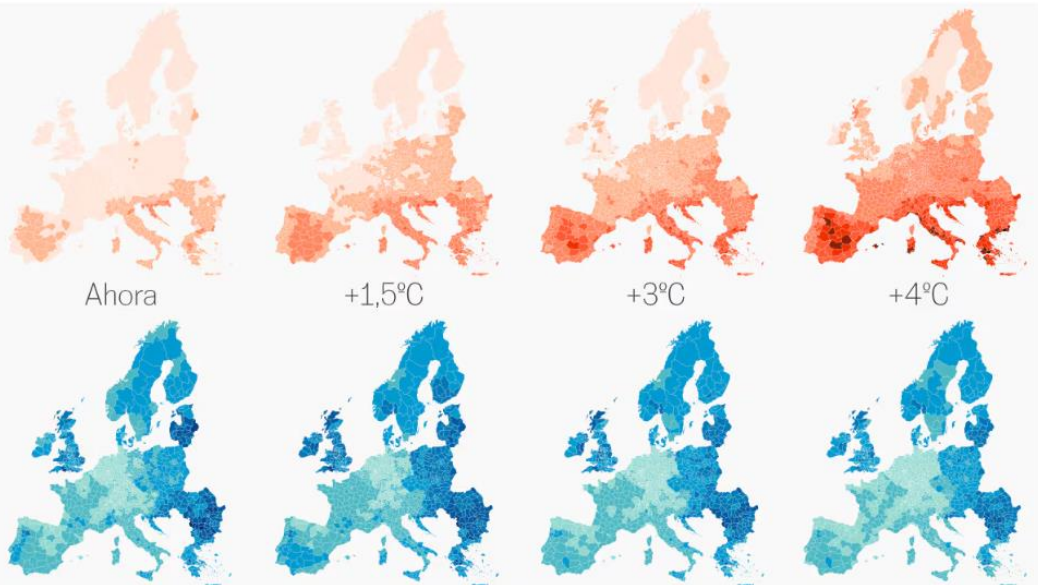
El MoMo calcula casi 2.000 muertes por calor desde junio, pero otros cálculos son aún más pesimistas

CAMBIO CLIMÁTICO



El mapa de las muertes por frío y calor en cada región de Europa a final de siglo: el envejecimiento disparará los decesos

Un estudio en 'The Lancet' estima que aunque el cambio climático reducirá los fallecimientos relacionados con los periodos invernales los vinculados a las altas temperaturas aumentarán mucho más en el continente



CAMBIO CLIMÁTICO

La IA cree que la gran mayoría de las políticas climáticas no sirven para reducir las emisiones

Un estudio de 1.500 medidas aplicadas por los gobiernos en 41 países entre 1998 y 2022 refleja que tan sólo 63 han logrado reducir significativamente las emisiones

METEOROLOGÍA

El clima de la Tierra amenaza con no volver a ser el que era si se superan los 1,5°C, según un estudio

¿Qué papel puede jugar la
profesión médica en la
promoción del enfoque
“Una Sola Salud”
y la lucha contra el
cambio climático?



Roles de la profesión médica frente al cambio climático



Clínica

Detección de casos de enfermedades relacionadas con salud ambiental. EpS para prevención de enfermedades.



Gestión sanitaria

Acciones para **reducir la huella de carbono** del sistema sanitario



Redes institucionales

Alianzas de colaboración con otras organizaciones colegiales y comunitarias de referencia.



Portavoces

La profesión médica puede ofrecer información rigurosa, basada en evidencias, que haga frente a la información falsa.



Altavoces

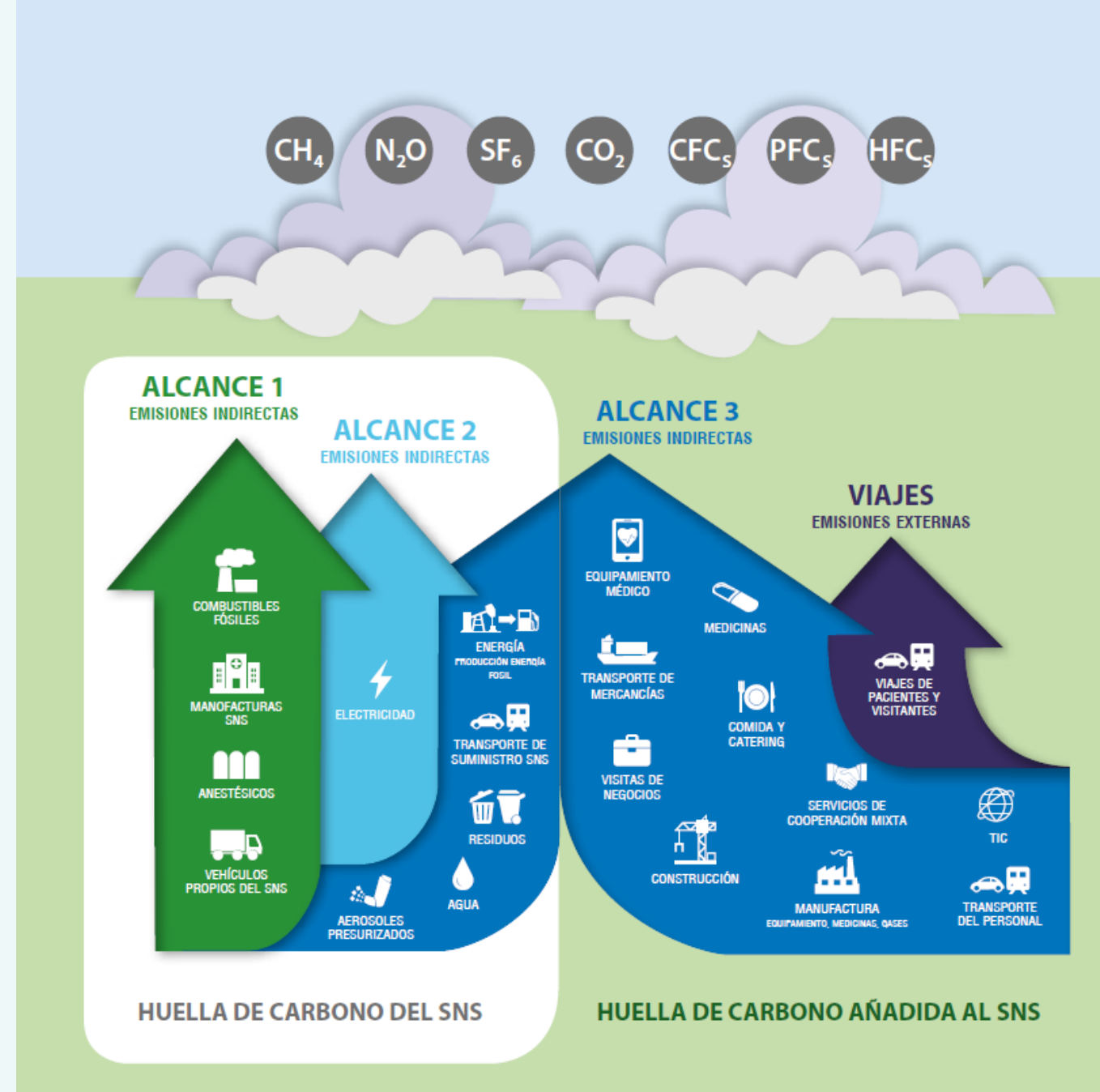
Poner en valor aquellas iniciativas sociales con enfoque “Una sola salud”, como demostración de que el cambio es posible.

El sector sanitario frente al cambio climático

El cambio climático refiere a cambios a largo plazo de las temperaturas y los patrones climáticos. Estos cambios pueden ser naturales, debido a variaciones en la actividad solar o erupciones volcánicas grandes. Pero **desde el siglo XIX, las actividades humanas han sido el principal motor del cambio climático**, debido principalmente a la quema de combustibles fósiles como el carbón, el petróleo y el gas. (ONU, *Acción por el Cambio Climático*).

La Alianza Médica contra el Cambio Climático ha elaborado un documento que aborda:

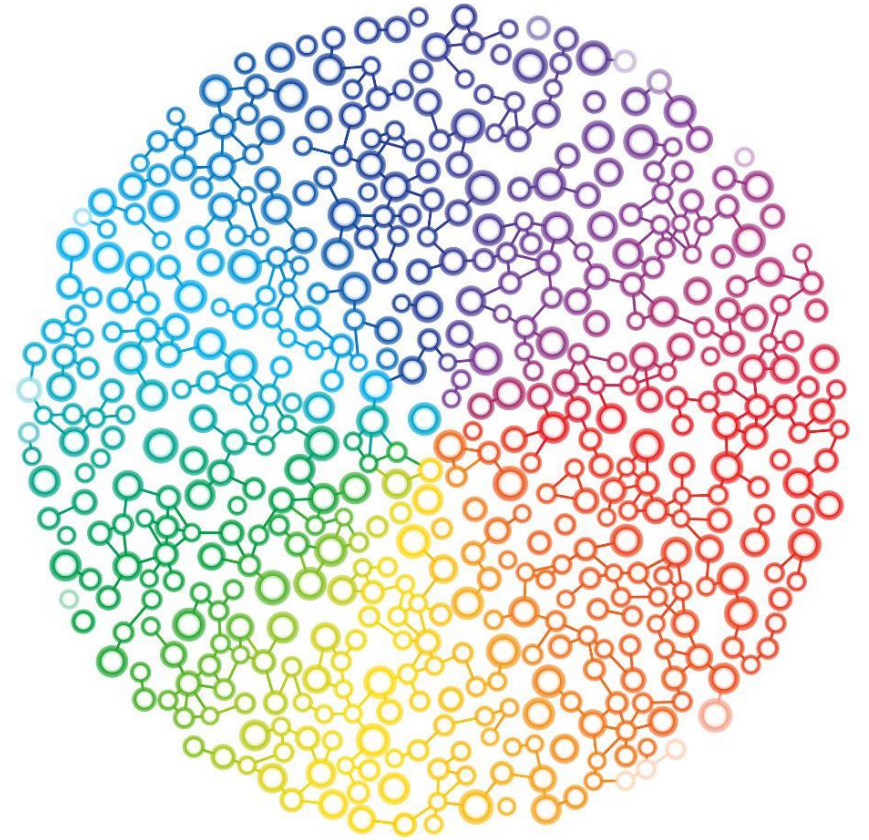
- Los **efectos del medio ambiente en la salud**, como inductor de enfermedades y riesgos sanitarios.
- Los **efectos del sistema sanitario en el medio ambiente**, como generador de gases de efecto invernadero. Esto invita a la profesión médica a implicarse de forma comprometida, por profesionalismo y responsabilidad ética.



LA COMUNICACIÓN DE “UNA SOLA SALUD”

¿Qué denominación usamos?
¿*One Health*? ¿Una Sola Salud?
¿Una Salud? ¿Salud Global?

¿Cómo se comunica
la complejidad?



A modo de introducción

¿Para qué nos sirve la comunicación?



Introducir un tema de salud en la **agenda pública**



Abogar por una posición en un tema o política de salud



Fortalecer las **relaciones** entre organizaciones profesionales y comunitarias



Ayudar a los gestores a **tomar decisiones**.



Incrementar o reforzar el **conocimiento** de la población sobre un tema de salud.



Promover **conductas preventivas** y/o hábitos saludables



Motivar para la acción



Apoyar el **aprendizaje** de **habilidades de salud**

ESTRATEGIA #1

Un plan de actuación sólido, **apoyado por una comunicación estratégica que lo ponga en la agenda de nuestros públicos**

La comunicación, por sí sola, no puede:

- Compensar la **falta de recursos** en los servicios de salud o **la atención inadecuada**.
- Garantizar **cambios inmediatos de conducta** con el solo recurso de poner en circulación una serie de mensajes a través de distintos soportes.
- Producir **cambios sostenibles en conductas de salud** si no va acompañada por un programa de cambio más amplio.

Los cambios profundos y sostenibles en salud pública requieren de **estrategias de comunicación** que acompañen a **planes de actuación integrales** y continuados.

No se trata solo de cambiar discursos o la denominación de las cosas: se requieren **cambios estructurales, organizativos y culturales**, con acciones complementarias y de largo alcance para conseguir transformaciones sostenibles en el tiempo.

Las campañas de seguridad vial de la DGT



MENOS MUERTOS SIGUEN SIENDO MUCHOS.

- > Spot Menos siguen siendo muchos 20"
- > Spot Menos siguen siendo muchos 10"
- > Cuña Menos siguen siendo muchos 30"



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



> Felicita las navidades con nuestra postal interactiva.

- > 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

- > Spot
- > Cuña 1
- > Cuña 2



MINISTERIO DEL INTERIOR. DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO. AVISO LEGAL

>> campañas 2007 >> campañas anteriores

Cambios estructurales

- Carné por puntos.
- Cambios legislativos.
- Puntos negros.
- Controles de velocidad y alcoholemia.

Comunicación integral

- Presencia continua en la **agenda informativa**, para concienciar sobre gravedad de la situación y difundir medidas estructurales.
- **Campaña publicitaria** intensa y continuada, con repetición de mensajes.
- Campañas enfocadas en las **causas de los accidentes** (alcohol, excesos de velocidad, distracciones, uso de medidas de seguridad) y **motivaciones para el cambio**.

ESTRATEGIA #2

Identificar públicos objetivo y segmentar las actuaciones

El primer paso es identificar a nuestros públicos objetivos y segmentarlos según sus características y el objetivo que tenemos al relacionarnos con cada uno de ellos.

El **público objetivo** condiciona el **tipo de información** que vamos a utilizar, el **tono del mensaje** y los **canales a emplear** para conectar con ellos.

Los públicos a los que queremos llegar son diversos:

- Médicos y otros profesionales sanitarios.
- Gestores sanitarios.
- Gestores públicos.
- Diferentes segmentos de lo que solemos llamar “público general”.

Hay que identificar los **conocimientos previos, intereses y necesidades de cada público objetivo**, para conectar con ellos de forma específica con información y llamadas a la acción que les interpielen.

En comunicación, lo cuantitativo es importante, la viralización, alcance y notoriedad que podamos conseguir con nuestras acciones.

Pero lo fundamental es **LLEGAR A QUIENES QUEREMOS LLEGAR**, sea un universo amplísimo o una cantidad muy limitada de actores con poder de decisión (y capacidad de cambiar las).

Construyendo red con públicos institucionales y profesionales



Primera fase: hacer red.

Segunda fase: multiplicar desde los ámbitos de actuación particulares.

16:15 – 17:00h

Mesa redonda.
Gestión de la salud bajo el enfoque One Health

Moderador: Jorge Galván, director de la Asociación Nacional de Empresas de Sanidad Ambiental y miembro de la junta directiva de la Plataforma One Health.

Ponentes:

Ursula Höfle, Instituto de investigación en Recursos cinegéticos.
Fernando Valladares, investigador del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y profesor asociado en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
Hermann Schwarz, presidente del Colegio de Médicos de Alicante (CGCOM).
Manuela García, consejera de Salud de Baleares.

Patrocina

OMC ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD CONSEJO GENERAL DE COLIOS-OFICINAS DE MEDICINA



Acciones enfocadas a públicos específicos

Canal Educa es un programa educativo de la Fundación Canal sobre el **uso sostenible del agua** y la búsqueda de **soluciones al cambio climático**, con más de 30 años de historia, dirigido a alumnos madrileños de cualquier etapa educativa: Infantil, Primaria, ESO, Bachillerato y Educación Especial.

El programa se articula a través de **actividades educativas presenciales**, adaptadas a los diferentes niveles de cada etapa educativa. La base del programa es **aprender a través de actividades lúdicas**, sobre todo en los primeros niveles educativos.

Complementariamente, se han desarrollado **recursos digitales y audiovisuales dirigidos al profesorado**, para acompañarle en la tarea de introducir el uso sostenible del agua en el ámbito educativo. Toda esta información se dinamiza a través de **redes sociales y mailing**.

La **comunicación** es **transversal**, está presente desde la concepción misma de los proyectos.



¡QUÉ BIEN, TENEMOS AGUA!



GUARDIANES DEL PLANETA



MISIÓN CO₂



¡AHORREMOS AGUA!



INGENIO SIN FRONTERAS (ESO)



MOLECULAB



Canaleduca

ESTRATEGIA #3

Diseñar mensajes sencillos, con llamadas a la acción fáciles de realizar

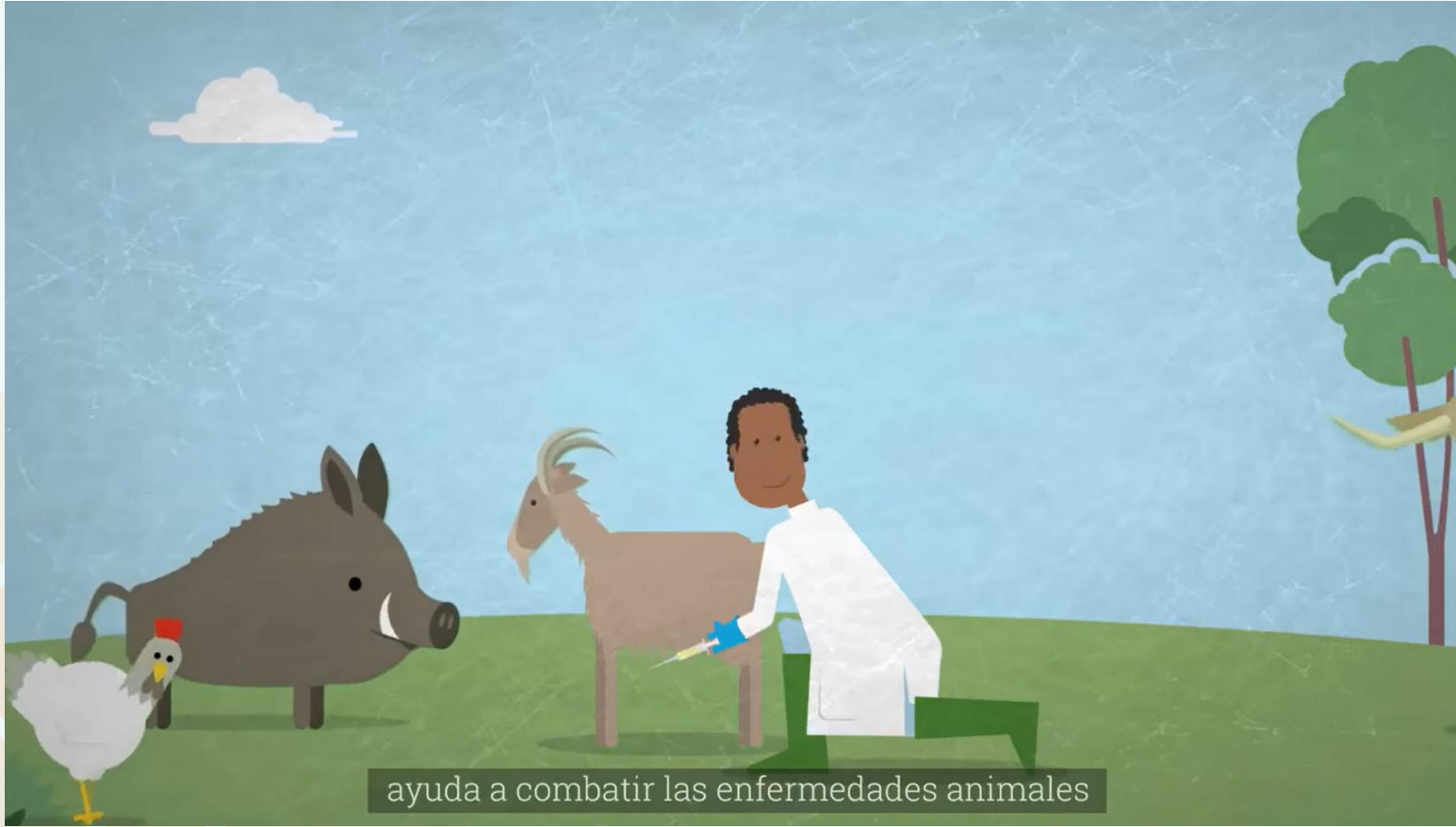
Los mensajes complejos que ofrecen demasiada información consiguen peores resultados, porque las personas tenemos limitaciones a la hora de procesar la información de manera efectiva. Además, la **información compleja nos hace sentir menos capacitados** para llevar a la práctica la llamada a la acción.

Si nos dirigimos a un **público especializado**, podemos utilizar **jerga técnica** (siempre que estemos seguros de que la conocen). Cuando nos dirigimos a **públicos menos formados**, es preferible generar **mensajes sencillos** y que tengan sentido en función de los objetivos que queremos conseguir.

Siempre que se pueda, utilizar **comparaciones o metáforas** fáciles de entender.



Cómo explicar lo complejo de forma sencilla



Este vídeo explica, desde la **visión de los veterinarios**, las relaciones existentes entre salud humana, de los animales y del entorno ambiental.

Con un lenguaje sencillo, explica a través de **ejemplos concretos** las relaciones existentes entre seres humanos y animales, así como los fenómenos nuevos (transmisión de enfermedades) provocados por la acción de los seres humanos sobre el medioambiente.

Construyendo sentido con un mensaje que llama a la acción



La Hora del Planeta surgió en 2007 en Sidney, como un gesto simbólico para llamar la atención sobre el problema del cambio climático.

La **llamada a la acción** es sencilla: apagar las luces de edificios y monumentos durante una hora para tomar conciencia del impacto que estamos generando en el planeta con el consumo energético.

Es una acción a la que se pueden sumar tanto **organizaciones** (públicas y privadas) como la **ciudadanía** en general.

La Hora del Planeta (WWF):
<https://horadelplaneta.wwf.es>



ESTRATEGIA #4

Seleccionar estratégicamente canales y recursos de comunicación

La elección de los canales estará **determinada por el público con el que queremos relacionarnos**: si nos dirigimos a un público profesional, optaremos por eventos académicos y canales profesionales (como LinkedIn); si nos dirigimos a públicos más generales, podremos utilizar Facebook para grupos adultos y TikTok o Instagram para públicos más jóvenes.

Los **medios digitales** son actualmente indispensables en cualquier estrategia de comunicación, pero **no son los únicos**.

Cualquiera el canal en el que conectamos, hay que hacer un esfuerzo en la **preparación de los materiales de comunicación** que vamos a utilizar (presentaciones, dossier, vídeos....).

El objetivo: facilitar la comprensión de los mensajes.



Recursos informativos basados en evidencias



One Health MENU ▼

Understanding Antibiotic Resistance in Water



KEY POINTS

Antibiotic resistance in water is a One Health issue impacting life across humans, animals, and the environment. Coordinated action is an important step towards solutions.

Story

Accessible version: <https://www.cdc.gov/onehealth/what-we-do/zoonotic-disease-prioritization/fact-sheet.html>

ONE HEALTH ZOOONOTIC DISEASE PRIORITIZATION PROCESS

ONE HEALTH

One Health recognizes the connection between human, animal, and environmental health.

The One Health Zoonotic Disease Prioritization (OHZDP) process brings together representatives from human, animal, and environmental health sectors, as well as other relevant partners, to prioritize zoonotic diseases of greatest concern for multisectoral, One Health collaboration in a country, region, or other area. This process uses a transparent approach and incorporates equal input from all represented One Health sectors working at the human-animal-environment interface.

Goals of the OHZDP Process

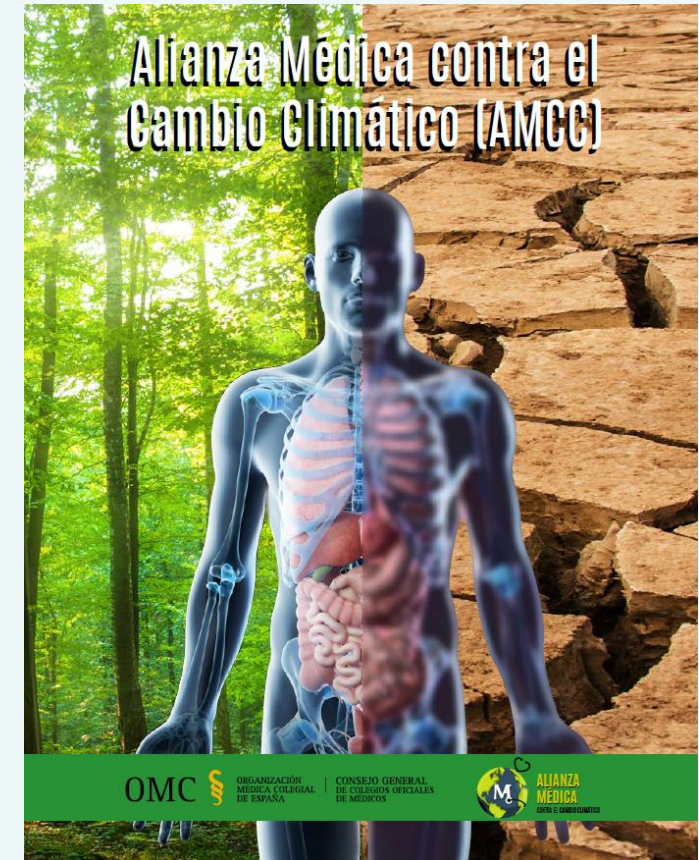
- ▶ To use a multisectoral, One Health approach to
 1. Prioritize zoonotic diseases of greatest concern
 2. Develop next steps and action plans to address the priority zoonotic diseases in collaboration with One Health partners

Expected Outcomes of the OHZDP Process

- A list of priority zoonotic diseases of greatest concern agreed upon by all represented One Health sectors
- Recommendations for next steps and action plans for multisectoral, One Health engagement to address the priority zoonotic diseases
- Understanding of the roles and responsibilities of all represented One Health sectors



Fact Sheets / Hojas informativas



Documentos

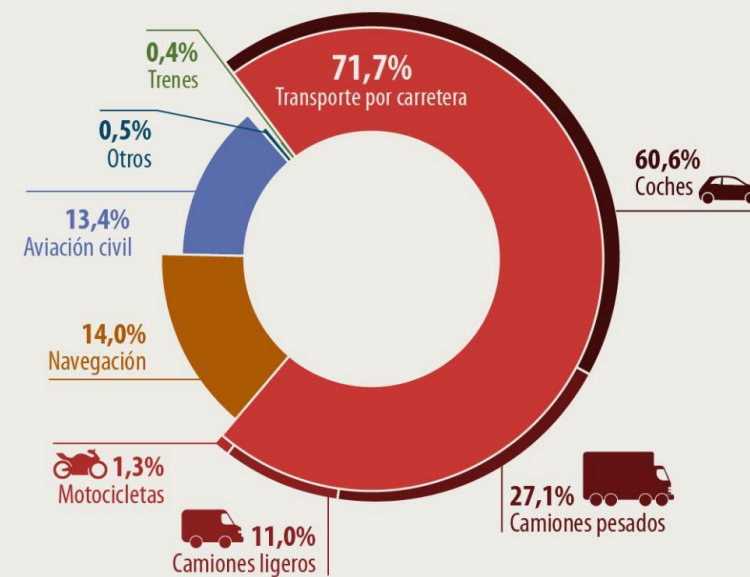
El uso de recursos gráficos



Fuente: European Centre for Disease Prevention and Control. Consultado en: <https://www.ecdc.europa.eu/en/one-health>

EMISIONES DEL TRANSPORTE EN LA UE

Emisiones de gases de efecto invernadero por medio de transporte (2019)



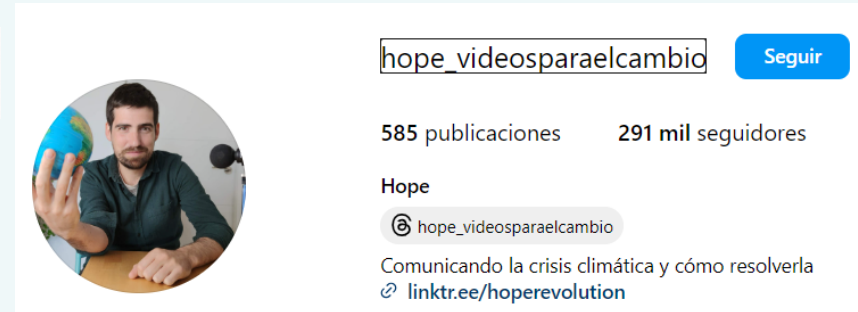
Fuente: Agencia Europea de Medio Ambiente, 2022



El poder viral de los vídeos



Instagram



Javier Peña es **divulgador científico** y fundador de **HOPE!**, un proyecto que transforma la ciencia ecológica en vídeos virales para hacer frente al calentamiento global y la emergencia climática.

Lo digital tiene un papel muy relevante en España: las personas más comprometidas con las acciones para mitigar los efectos del cambio climático son las que utilizar Internet con más frecuencia.

Contar historias que sean cercanas



Para conectar con los públicos tenemos que construir relatos y contar historias que les resulten cercanas, con las que se identifiquen porque las sientan como suyas.

Es recomendable que esas historias se desarrollan en **entornos cotidianos y familiares** para nuestros públicos objetivo y **con la intervención de sus iguales.**

ESTRATEGIA #5

Portavoces que generen confianza



Solemos considerar como más valiosa la información que proviene de aquellos en quienes confiamos. Y **la profesión médica es una fuente de confianza** para nuestra sociedad.

¿Qué debe tener un portavoz para generar confianza?

Capacidad profesional y comunicativa: basada en su formación y especialización.

Recursos pedagógicos: ofrecer información de forma atractiva y progresiva, desde de lo simple y concreto a lo más complejo y abstracto. Usar símiles, anécdotas, humor.

Cercanía: ofrecer ejemplos cercanos, en el lenguaje de los destinatarios, sin usar jerga técnica. Que lo perciban como uno de los suyos.

Integridad: actuar de forma honesta, sin conflictos de intereses.



Cuando los líderes de opinión o *influencers* toman la palabra



En ocasiones, recurrimos a **referentes o líderes de opinión** que nuestros destinatarios consideran como “uno de los suyos”.

De esa forma, conseguimos una **amplificar la identificación con el mensaje y generar una mayor permeabilidad** en la sociedad.

Cinco ideas para llevarse a casa

1

La clave para promover el enfoque "Una sola salud" son las RELACIONES.
Esa también es la palabra clave para entender para qué sirve la comunicación.

2

La comunicación es fundamental para dar visibilidad y dinamizar los procesos de cambio.
Su impacto es mayor (y se sostiene en el tiempo) cuando acompaña a acciones integrales que promueven cambios estructurales, organizativos y culturales.

3

La identificación de los públicos objetivo y su segmentación condiciona todo lo que hagamos en materia de comunicación. El objetivo comunicativo es nuestro, pero los mensajes clave, los recursos y el tono a utilizar son los que resulten más cercanos a esos públicos.

4

La comunicación digital es básica para conseguir una mayor viralización de nuestras acciones, pero no la única. La comunicación va de relaciones entre personas y hay otros recursos y ámbitos de comunicación a explorar. Fundamental el uso de audiovisuales y contar historias cercanas.

5

La profesión médica puede jugar un rol muy importante en la difusión del enfoque "Una sola salud" y en la lucha contra el cambio climático, implicándose para hacer un SNS menos contaminante y dando un paso adelante como fuente de información y portavoces de confianza para la sociedad.



 +34 678377316

 hernan@hacersentido.com

 @heraldiaz

www.hacersentido.com