

II Conferencia Internacional de Comunicación en Salud

Organiza:



Universidad Carlos III de Madrid

Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación
Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual



Colabora:



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN PROYECTOS DE SALUD CON ENFOQUE COMUNITARIO

Aitor Ugarte y Hernán Díaz

aitorugarte@comunideas.com

hernandiaz@comunideas.com

@comunideas_

www.comunideas.com

www.fundadeps.org





Objetivos del seminario



Manejar el concepto de Estrategia y estrategias

Pensar conjuntamente la Estrategia y la
Comunicación

Explicar la importancia de lo relacional en el modelo
estratégico que proponemos

Identificar actores, mediaciones y relatos como las
claves estratégicas de la comunicación en los
proyectos de salud comunitarios



Calibración terminológica



Estrategia: capacidad humana para “mapear” el mundo y tomar decisiones. También ciencia que estudia esa capacidad.

estrategia (s): decisión (es) que tomamos de forma continua en función del contexto y de “los otros” para trazarnos una ruta hacia un objetivo.

estrategias de comunicación: decisiones comunicativas que tomamos en función del contexto y de “los otros” para alcanzar un objetivo.

La Estrategia: enfoques

Militar



Un general victorioso primero gana y después emprende la batalla


Un general perdedor primero emprende la batalla y después espera ganar

Sun Tzu

Matemático - Teoría de Juegos



Económico (*management*)



A strategy delineates a territory in which a company seeks to be unique.

— Michael Porter —

AZ QUOTES

Nueva Teoría Estratégica (NTE)





Los 7 cambios de la NTE



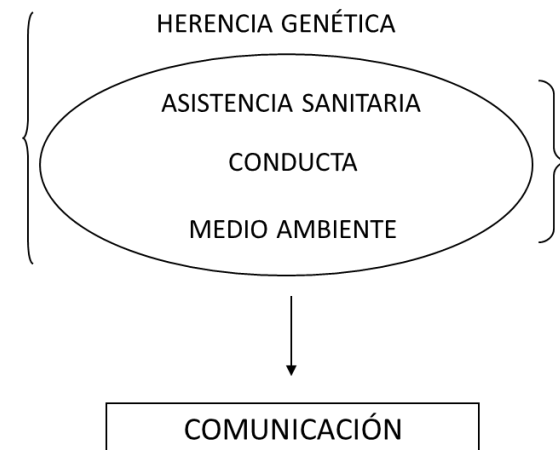
1. **En el paradigma:** de la fragmentación a la complejidad.
2. **En el sujeto:** del actor racional al hombre relacional.
3. **En la organización:** de unidad de producción a red de innovación y significación.
4. **En el objeto de estudio:** de ciencia del conflicto a ciencia de la articulación.
5. **En la matriz de estudio:** de la Economía a la Comunicación.
6. Nuevas herramientas.
7. Nuevos modelos.

La comunicación no tiene objetivos



Modelos de intervención en salud

- Biomédico
- Preventivista de enfoque individual (conducta)
- Promoción de la salud con enfoque comunitario
- Determinantes sociales de la salud (DSS)



Comparten el objetivo de mejorar la salud de las personas, pero las rutas son diferentes, e incluso encontradas, y las implicaciones estratégicas de comunicación también



Rutas de acción en salud



Del viejo al nuevo paradigma

- ENFERMEDAD
- CURAR
- MÉDICO
- HOSPITALES
- INDIVIDUO
- VISIÓN ORGANICISTA DEL HOMBRE
- INDICADORES
- PATOLOGIZACIÓN DE LA VIDA
- FACTORES DE RIESGO
- SALUD
- PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN (DSS)
- SALUBRISTA
- BARRIOS
- POBLACIÓN
- VISIÓN INTEGRAL DEL HOMBRE
- SENSORES
- APORTACIÓN DE VIDA A LOS AÑOS
- FACTORES DE PROTECCIÓN



¿En diálogo o enfrentadas?

- La psicología, la sociología, etc.
- No querer participar
- Llegar a los públicos objetivo
- Qué quiero inocular
- El mensaje genérico
- Datos, slogans, titulares...
- Lo consciente
- Trasladar información
- La prensa, la radio, la televisión
- La pirámide invertida
- Las ciencias neurocognitivas.
- No se puede no comunicar
- Reconfigurar la trama de relaciones
- Qué están dispuestos a escuchar
- Lo culturalmente asimilable
- Contextos, metáforas, *frames*...
- “Lo pre-consciente”, lo intuitivo
- Aportar sentido
- Internet, blogs, redes sociales
- Relato ciudadano

Al llegar a la



Lo primero, conocerla lo mejor posible

¿Puzzle o misterio?





Estrategia puzzle



1. Es la que hay que adoptar cuando no se tiene suficiente información.
 - **Ejemplo que puse en 2007:** ¿Dónde está Bin Laden? Probablemente la clave para llegar a él vendrá de alguien muy cercano.
 - El caso Watergate y su “Garganta Profunda”.
2. Necesidades de una estrategia puzzle.
 - Más información; más fuentes.
 - Potenciar las actividades de “investigación” sobre el terreno.
3. La resolución del puzzle está fuera de “lo que tenemos”, pero sabemos que a nuestra pregunta corresponde una respuesta.

El puzzle tiene que ver más con **lo informativo**.

Estrategia misterio

1. Es la que hay que adoptar cuando se tiene información, quizá demasiada (“infoxicación”).
 1. Ejemplo: los análisis de qué ocurriría con las armas en Irak.
2. Requiere un profundo juicio y evaluación “de lo que hay” en un contexto de incertidumbre.
3. Necesidades de una estrategia misterio:
 1. Mejores especialistas en análisis de información.
 2. Gente más escéptica trabajando más unida.
4. La resolución del misterio -si es que existe una- está en nuestras manos, pero “no sabemos dónde”.

El misterio tiene que ver más con **lo relacional**.

5 rasgos del comunicador estratega

1. **Anticipador**: su campo de acción es el presente pero su interés es la transformación dirigida hacia el futuro.
2. **“Priorizador”**: sabe gestionar los tiempos y discernir entre lo urgente y lo importante cuando toma decisiones.
3. **Empático**: se pone en el lugar del otro, le acepta como interlocutor.
4. **Asertivo**: huye de la agresividad pero no es pasivo. Escucha, dialoga y sabe defender con rotundidad sus posiciones.
5. **Sintético-analítico**: hábil con ambos hemisferios cerebrales.

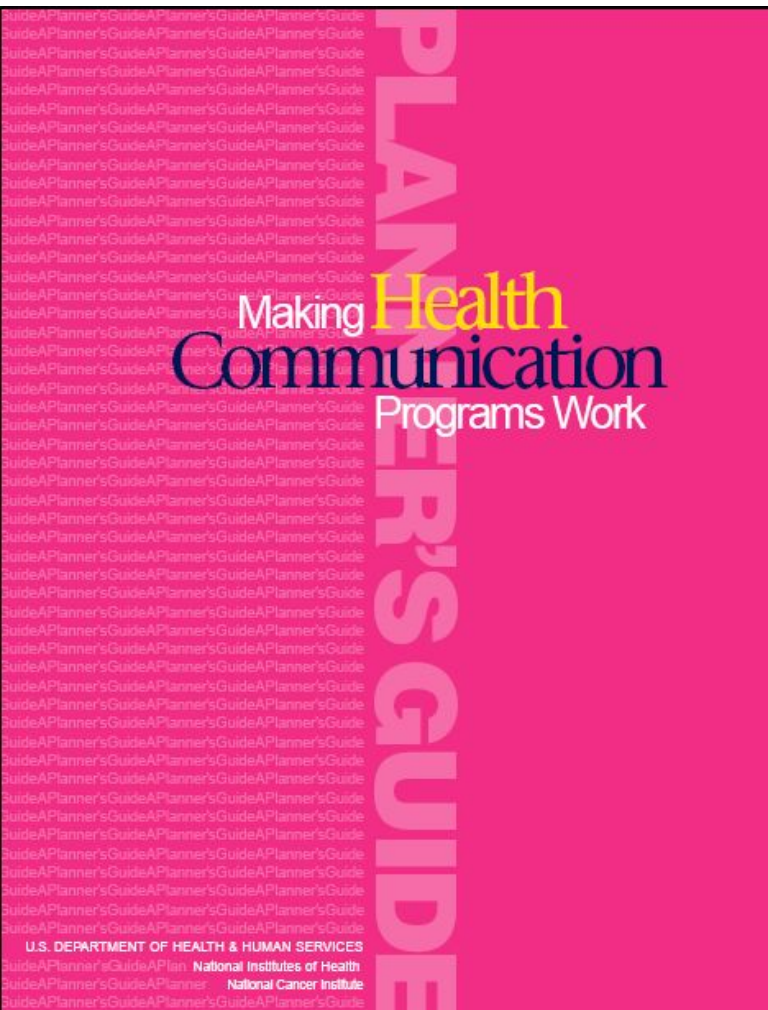




**Comunicación para la salud en
perspectiva comunitaria**



Comunicación para la Salud



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 (2004): **Making Health Communication Programs Work.**



Lo que PUEDE hacer la Comunicación para la Salud



- Incrementar el **conocimiento** de la población sobre un tema relacionado con la salud.
- Influir sobre las **percepciones, creencias y actitudes**.
- Motivar para la **acción**.
- Apoyar el aprendizaje de **habilidades de salud**.
- Reforzar **conocimientos, actitudes y conductas**.
- Mostrar los **beneficios del cambio de conducta**.
- Refutar **mitos e ideas equivocadas**.
- Incrementar la **demanda** y los **recursos** de los **servicios de salud**.
- Abogar por una **posición** en un tema o política de salud.
- Fortalecer las **relaciones** entre organizaciones.

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



Lo que NO PUEDE hacer la Comunicación para la Salud



- Garantizar **cambios inmediatos de conducta** con el solo recurso de poner en circulación una serie de mensajes a través de distintos soportes.
- **Compensar la atención sanitaria inadecuada** o el acceso insuficiente a servicios de salud.
- Producir **cambios sostenibles** en conductas de salud complejas **sin** el soporte de un **programa de cambio más amplio**.

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

1. ACTORES





En la propia comunidad está el germen del cambio



“Los **cambios permanentes y de amplio alcance** en la comunidad pueden obtenerse **solamente por medio de las estructuras comunitarias existentes**. Cada comunidad tiene una compleja **red de organizaciones sociales**, tanto oficiales como extraoficiales, que ejercen gran **influencia** sobre las conductas y los estilos de vida del individuo”

Pekka Puska, North Karelia Project

Puska, Pekka (1994): Prevención de Enfermedades no Transmisibles a través de Programas Basados en la Comunidad. Organización Mundial de la Salud / EURO, 1994. Traducción de Laura Cipolla (PROPIA-UNLP).



Integración de referentes y líderes comunitarios



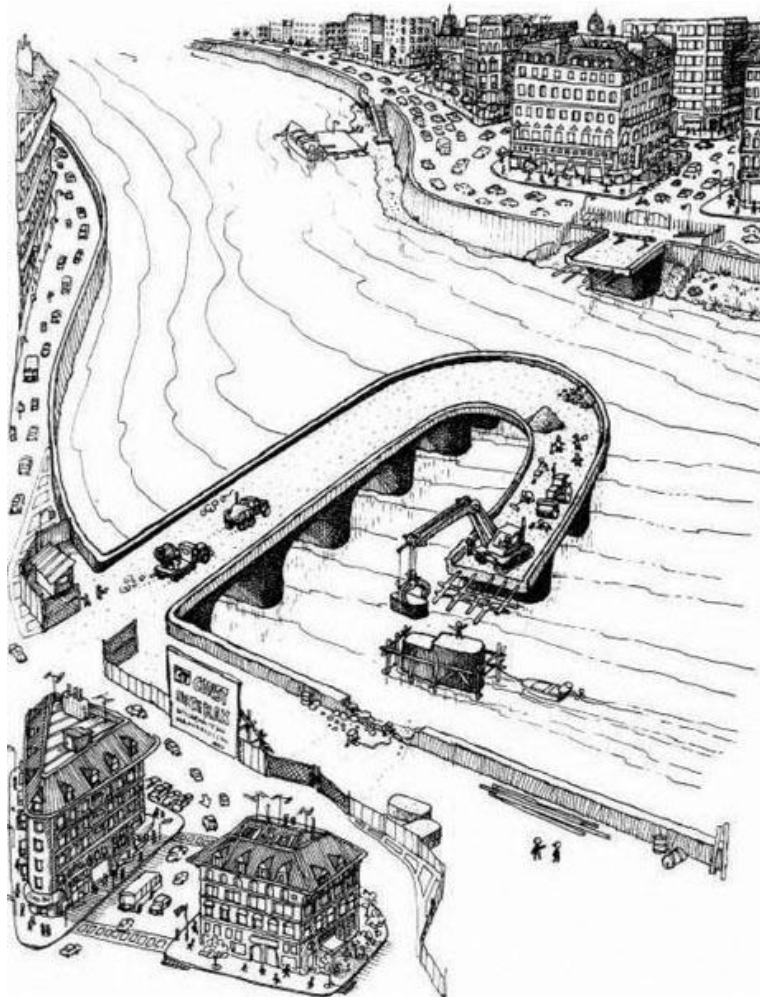
Los líderes comunitarios juegan un rol fundamental como portavoces del cambio y mediadores.

Si están integrados en el proyecto de cambio **pueden facilitar** la aceptación y extensión por la red comunitaria.

Pero si están contra el proyecto, **pueden obstaculizar y bloquear** su desarrollo.

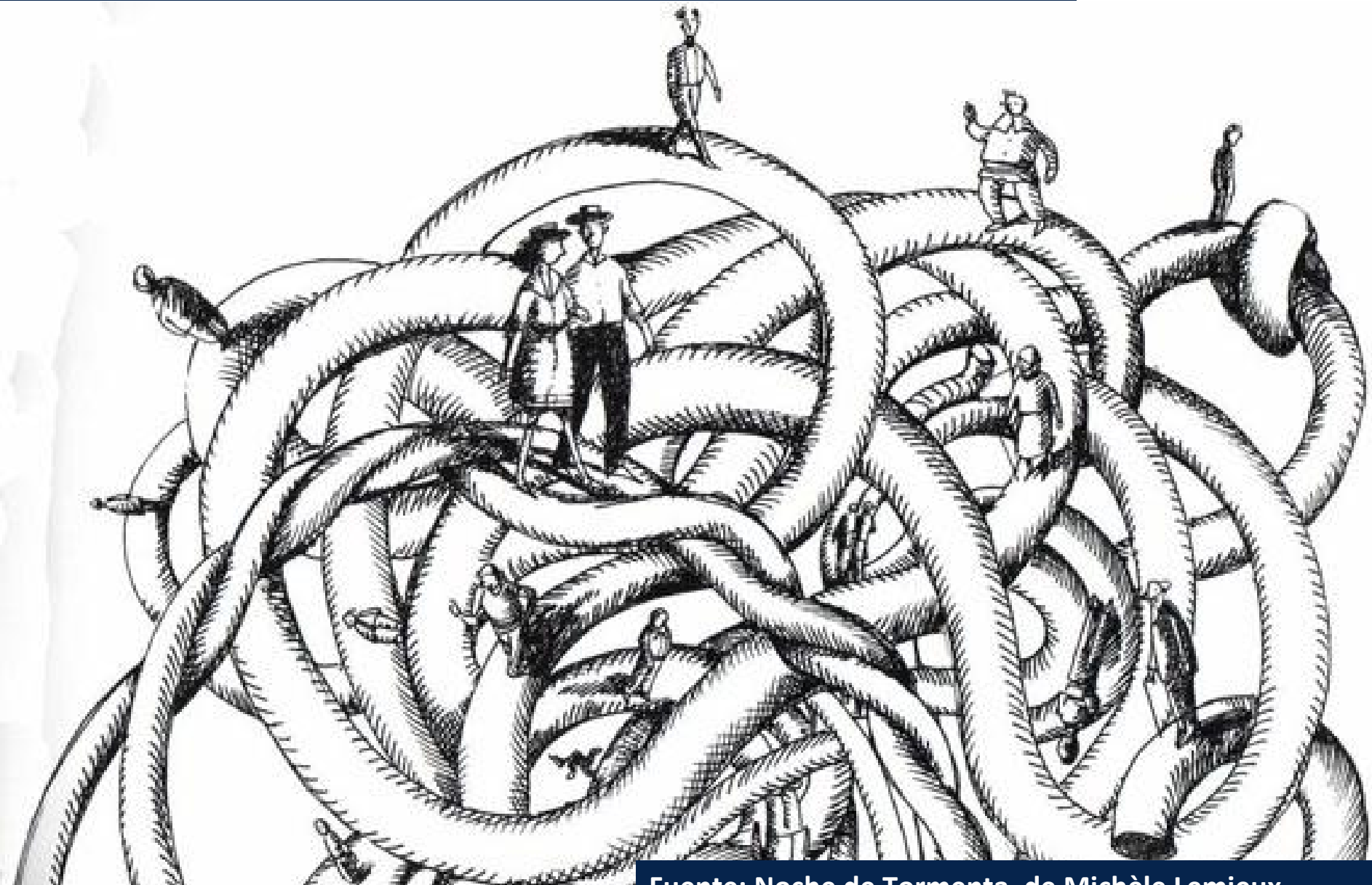


Construir alianzas en las que todos ganen



- Iba todo muy bien hasta que surgieron pequeñas discrepancias entre la comisión vecinal de la margen opuesta y el ingeniero...
¡Y usted sabe qué carácter tiene el ingeniero!

2. MEDIACIONES





La “batalla” por el sentido



“La batalla por la supervivencia del hombre como ser responsable en la Era de la Comunicación no **se gana** en el lugar de donde parte la comunicación sino **en el lugar a donde llega**.”

Si he hablado de **guerrilla** es porque precisamente en el momento en que los sistemas de comunicación prevén una sola fuente industrializada y un solo mensaje, que llegaría a una audiencia dispersa por todo el mundo, deberemos ser capaces de imaginar unos **sistemas de comunicación** complementarios **que nos permitan llegar a cada grupo humano en particular de la audiencia universal**, para **discutir el mensaje en su punto de llegada**, a la luz de los **códigos de llegada**, confrontándolos con los códigos de partida”.



Espacios de interacción y participación comunitaria



**Proyecto de Demostración
Nacional Balcerce**



El proceso de cambio enfocado al **aprendizaje social y comunitario** y el **desarrollo de capacidades**, a partir de los intereses y demandas ciudadanas y de las necesidades detectadas.



Segmentar por públicos y ámbitos de intervención



EL AGENTE
¡Juega,
investiga
y resuelve
los casos!
Y LOS CASOS DE ALIMENTACIÓN

FUNDACIÓN MAPFRE

VIVIR EN SALUD

FUNDACIÓN MAPFRE

MARCOS
en apuros

FUNDACIÓN MAPFRE

VIVIR EN SALUD

FUNDACIÓN MAPFRE

VIVIR EN SALUD

VIVIR EN SALUD

fundadeps

Curso de Formación
PREPARACIÓN SALUDABLE DE ALIMENTOS

FUNDACIÓN MAPFRE

VIVIR EN SALUD

fundadeps

COMPETENCIAS SOBRE NUTRICIÓN Y DIETÉTICA
EN EL MANEJO DE PACIENTES

Del 12 de abril al 12 de julio de 2010

3. DISCURSOS / RELATOS

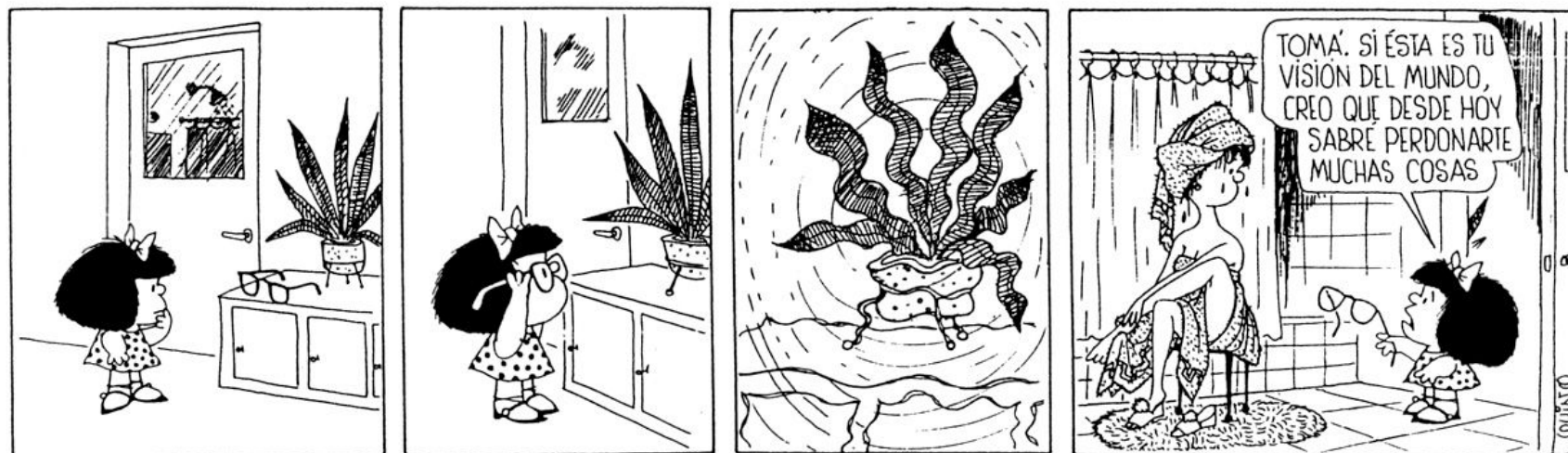


A word cloud of Spanish terms related to social and community work. The words are arranged in a roughly cross-like shape. The largest word is 'empoderamiento' (empowerment), oriented vertically in yellow. Other prominent words include 'participación' (participation) in dark red, 'información' (information) in orange, 'comunidad' (community) in dark red, and 'comunicación' (communication) in dark green. Other words include 'líderes' (leaders), 'relaciones' (relationships), 'mediaciones' (mediations), 'entorno' (environment), 'movilización' (mobilization), 'organización' (organization), 'salud' (health), and 'cultura' (culture).

líderes
relaciones
mediaciones
información
participación **entorno**
movilización
organización
comunidad
empoderamiento
salud
cultura
comunicación



La comunicación en la cultura



9 marzo '65

Las **relaciones** con nuestro entorno social y ambiental están **mediadas por la cultura**.

Interpretamos la realidad y actuamos a partir de determinados marcos de referencia: **visión del mundo, creencias, opiniones**.

Es una **construcción social de sentido** en determinado **contexto temporal y espacial**.



Los destinatarios como punto de partida



-Trate de calmarse y cuénteme, señora: ¿Cuánto hace que comenzó con esto de la mística-gym?



El relato: articulador y constructor de la memoria



SEMANARIO DEMOBALIANO

09 al 15 de febrero de 2002

34

Consejos

¿Cómo lanzarse a un proyecto de cambio comunitario en materia de salud y ser exitoso?

Primera clave: Push, push, push!!! ¡Empujar, empujar, empujar!, dice el orador, mientras se apoya contra la pared y empuja..... la pared!

La segunda: Put your heart!!!! Poné el corazón, no hay forma de perseverar sin compromiso.

¿Quién era ese consejero? Ni más ni menos que Pekka Puska, primer director del Proyecto Karelia del Norte, de Finlandia, y actual responsable del área de Enfermedades No Transmisibles de la Organización Mundial de la Salud. Además, padrino del PROPIA Balcarce y entusiasta promotor del DEMOBAL.

¿Quién fue el testigo de esta alocución? Nuestro Milton Mesa, que días pasados participó en un curso sobre el proyecto Karelia y asegura que se le ponía la piel de gallina cuando veía las similitudes que tuvieron en un comienzo ese proyecto finlandés y nuestro DEMOBAL.

El consejo, ahora de Milton: iiiÁnimo, ánimo, ánimo!!! Si no nos caímos hasta ahora, no nos baja nadie!!!!

Objetivos

Motivar a la participación.
“Esto se mueve”.

Hacer pedagogía sobre lo
que implica el cambio social.

Memoria del proceso.



La comunicación, perspectiva integral e integradora



La **comunicación** es UNA **perspectiva de abordaje** de la realidad. No resuelve todos los problemas ni modifica la realidad mágicamente.

La comunicación es una perspectiva integral e integradora. **Integral** porque está presente **a lo largo de todo el proceso**; **integradora** porque es una herramienta que **facilita y articula** los procesos de cambio social.

No es una tarea exclusiva de los comunicadores, sino que **compete a todos los agentes** implicados en un proceso de cambio social. Voluntaria o involuntariamente, **todos somos comunicadores**.

Estamos en contacto



COMUNIDEAS

Consultoría Artesana en Comunicación

www.comunideas.com

info@comunideas.com



Fundación de Educación para la Salud
(FUNDADEPS)

www.fundadeps.org

comunicacion@fundadeps.org