



# Comunicación Externa

## Preparándose para mejor comunicarse con las comunidades

Sara Ferraz

Consultora Internacional OPS

Unidad de Gestión de Amenazas Infecciosas

Departamento de Emergencias en Salud PHE/IHM

**OPS**



Organización  
Panamericana  
de la Salud



Organización  
Mundial de la Salud  
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas

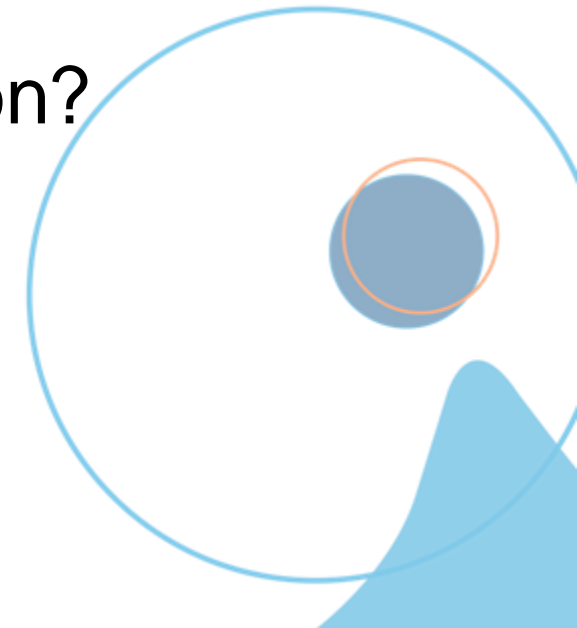
# Los elementos prácticos para la comunicación externa en el plan de comunicación de riesgo

1. Definición de actores
2. Definición de responsabilidades
3. Definición de coordinación
4. Definición del flujo de la información



# Qué significa el SOCO?

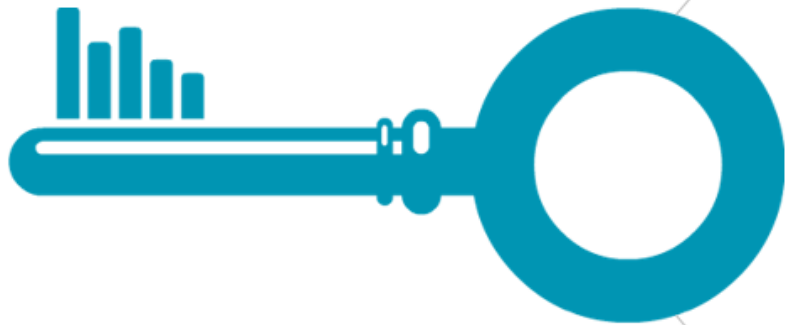
1. **S**ingle **O**verarching **C**ommunications **O**utcome significa:  
Un único resultado global de la comunicación.
2. Qué cambio quiero generar con mi mensaje?
3. Qué es el resultado esperado de mi comunicación?



# Aspectos importantes a considerar para el desarrollo del SOCO



# Enfrentar a los dos principales desafíos para el cambio de comportamiento en la comunidad



- Decirle a la gente qué hacer, aunque sea científico, **no siempre funciona**. **Involucrarlos** es más efectivo.
- Las personas viven **en contextos socioculturales únicos**, con dinámicas de relación y **su propia percepción de los riesgos**, y las fuentes confiables de asesoramiento influirán si aceptan consejos de salud o no.

# Crear confianza y relación

¿Por qué crear confianza en la comunidad es un rol del profesional de la salud?

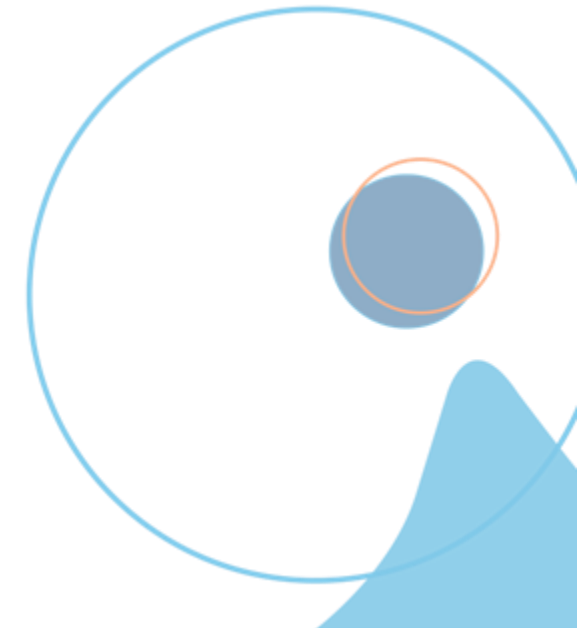
1. Establecer comunicación en la rutina facilita el proceso durante una emergencia de salud pública
2. Establecer canales de comunicación confiables una vez que ya existen antes de la emergencia.
3. Implementar mecanismos sostenibles dentro del propio servicio de salud para retroalimentación y escucha social



# Análisis del público



	SOCO	
Invertir energía	Resistentes activos	Apoyadores activos
	Resistentes pasivos	Apoyadores pasivos
	El interés común	



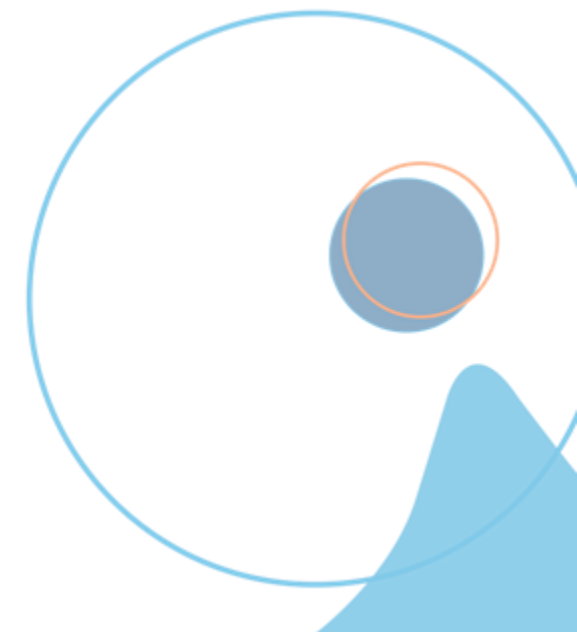
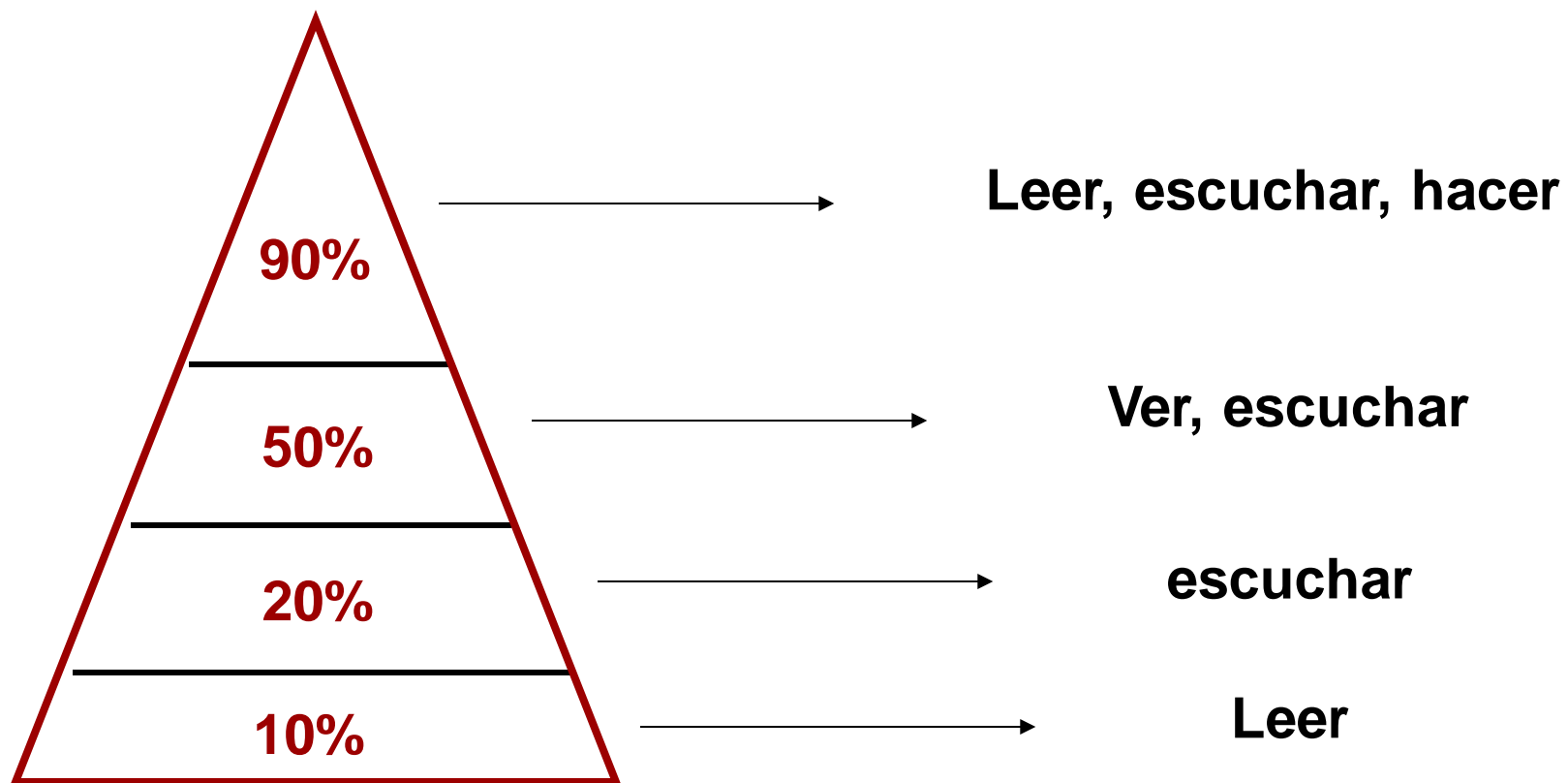
# Análisis del público

<b>Resistencia activa</b> Monitorear lo que dicen y quién los escucha. Ignorar si no son influyentes Confrontar si su influencia es significativa Neutralizar	<b>Apoyo activo</b> Bríndeles información Agradezca por sus contribuciones Deja defender tu causa
<b>Resistencia pasiva</b> <i>Informar o ignorar</i> <i>Obtenga masa crítica de apoyadores activos para influir en este grupo</i>	<b>Apoyo pasivo</b> <i>Educar, informar, motivar</i> <i>Energícelos al involucrar a los apoyadores activos que admiran.</i>





# Como las personas retienen más información



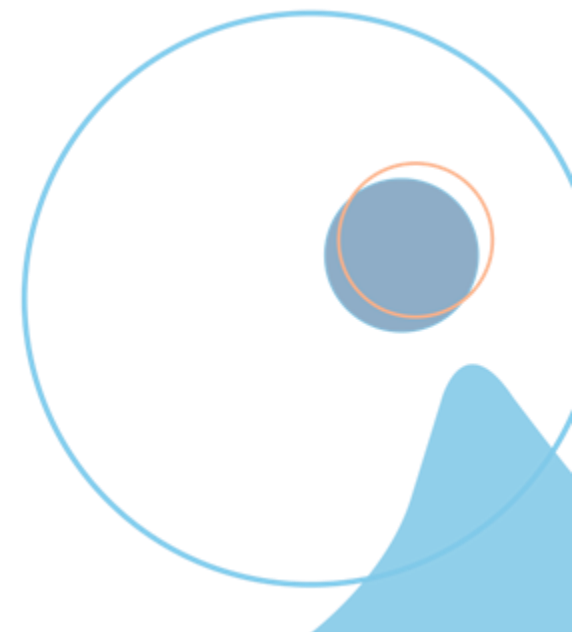
# Científicos y expertos hablan de esa manera

Mensaje Principal



# Va directo al punto!

Mensaje Principal



# Estrategias para una participación comunitaria eficaz

Ayude a crear un estado receptivo



Cree otros canales para la comunicación

Escuche primero las preocupaciones y percepciones para generar confianza y poder hacer recomendaciones

# Estrategias para una participación comunitaria eficaz

Ayude a crear un estado receptivo

**1. Pregunte qué le gustaría saber sobre las vacunas o el evento de salud**

**1. Intente escuchar lo que dicen y no se apresure a obtener respuestas**

Cree otros canales para la comunicación

Escuche primero las preocupaciones y percepciones para generar confianza y poder hacer recomendaciones

# Estrategias para una participación comunitaria eficaz

Ayude a crear un estado receptivo

**1. Redes sociales, círculos de conversación, radios comunitarias, comunidad donde vives.**

Cree otros canales para la comunicación

**2. Mecanismos de escucha y actualización de la comunidad en los puestos y centros de salud**

Escuche primero las preocupaciones y percepciones para generar confianza y poder hacer recomendaciones

# Estrategias para una participación comunitaria eficaz

Ayude a crear un estado receptivo

1. **Elabore mensajes que respondan a las preguntas.**
2. **Compartir con la comunidad y comprobar que los mensajes son claros y si hay necesidad de cambios.**

Cree otros canales para la comunicación

Escuche primero las preocupaciones y percepciones para generar confianza y poder hacer recomendaciones

# Desarrollando el SOCO para cambiar comportamientos

1. ¿Cuál es tu **problema**?
2. ¿Por qué quieres enfocarte en este problema?
3. ¿y **por qué ahora**?
4. ¿Quién necesita cambiar su comportamiento (**público objetivo**)?
5. ¿**Qué cambio (o resultado)** quieres ver como resultado de su comunicación?

**(ESTE ES TU SOCO)**





# Desarrollando el SOCO

5. Debe expresarse desde la perspectiva de tu público.
6. Debe ser realista y posible de hacer
7. Debe ser el punto principal de tu mensaje de comunicación
8. El SOCO de tu mensaje solo se define después de considerar la necesidad y el perfil de tu público.





**Para tener en cuenta al  
elaborar el mensaje!**



# !Evítalo!

1. Términos demasiado técnicos
2. Comunicación basada en el miedo: Imágenes sensacionalistas, personas muertas, hospitales llenos, etc.
3. ¡Mensaje negativo! -Nuestro cerebro tiende a registrar lo contrario. Sea directo en el mensaje



# ¡Recuerda!

1. Información sobre persona, tiempo y lugar.
2. ¿Qué se puede hacer o qué se está haciendo?
3. No se comprometa sin antes ponerse de acuerdo con las autoridades e implicar a los medios de comunicación locales.
4. Promueva la acción. Defina su mensaje.
5. Refuerce el comportamiento positivo!
6. Usted tiene un papel clave en la comunicación sanitaria.



# OPS 120

ANIVERSARIO

GRACIAS!  
THANKS!  
OBRIGADA!



OPS



Organización  
Panamericana  
de la Salud



Organización  
Mundial de la Salud  
OFICINA REGIONAL PARA LAS Américas