



Lecciones de



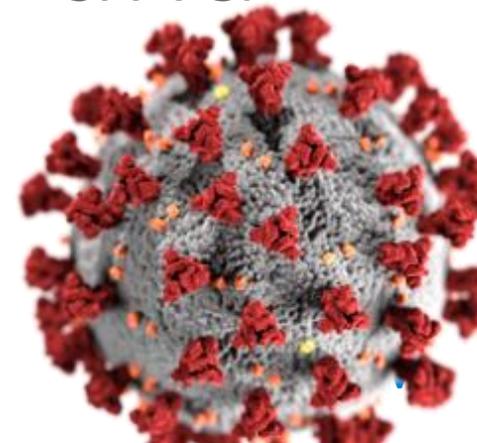
la covid-19 para la salud pública en comunicación



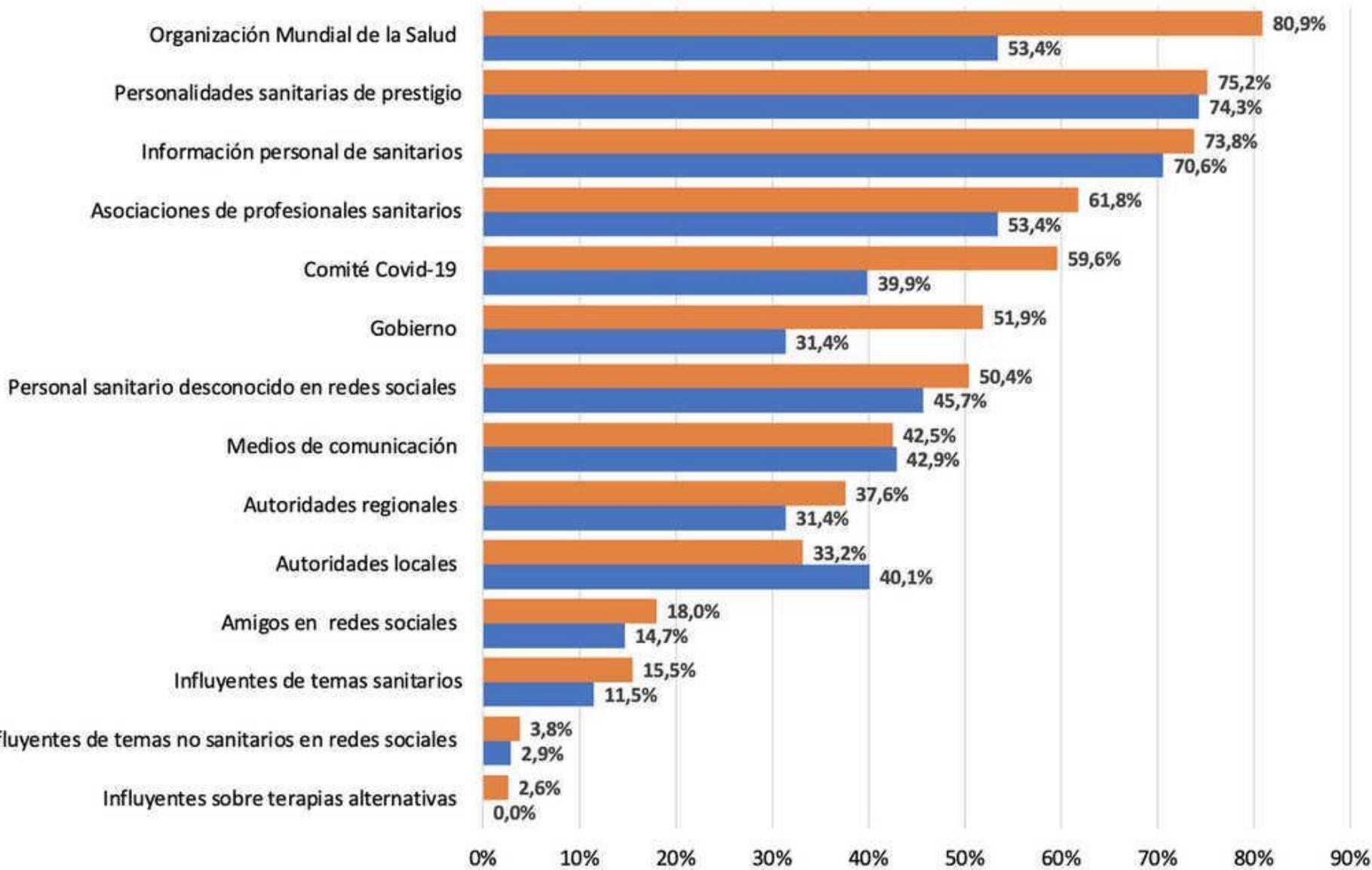
Joan Carles March
@joancmarch
@EASPSalud
@escpacientes



La **COHESIÓN** social y la **CONFIANZA** son dos aspectos fundamentales que influyen positivamente en la resolución adecuada por la ciudadanía de una pandemia



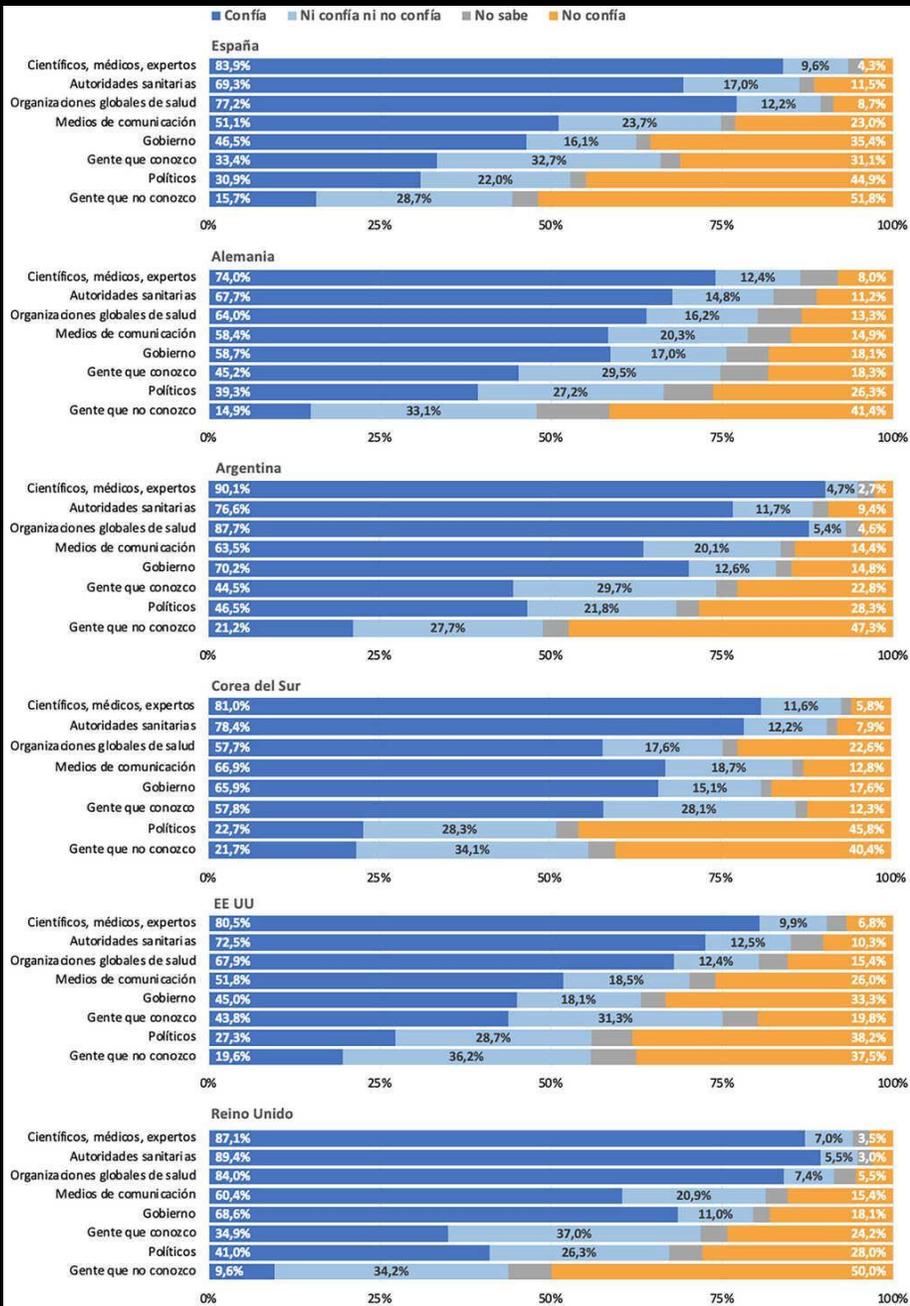
Primera quincena (16-31 marzo 2020) Segunda quincena (1-15 abril 2020)



Confianza en las fuentes de información en España durante el primer mes de confinamiento por la pandemia de COVID-19

Porcentajes: Frecuencia basada en la puntuación 5-7 de la escala. Escala: 1 (Muy en desacuerdo) a 7 (Muy de acuerdo). Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Moreno A, Fuentes-Lara C, Navarro C. Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation (2020).

Porcentaje de la población que confía en cada fuente de información sobre el coronavirus en seis países



Porcentaje de población que confía en cada fuente de información sobre el coronavirus en seis países. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del informe "Navigating the 'Infodemic': how people in six countries access and rate news and information about coronavirus" del Reuters Institute for the Study of Journalism (2020).

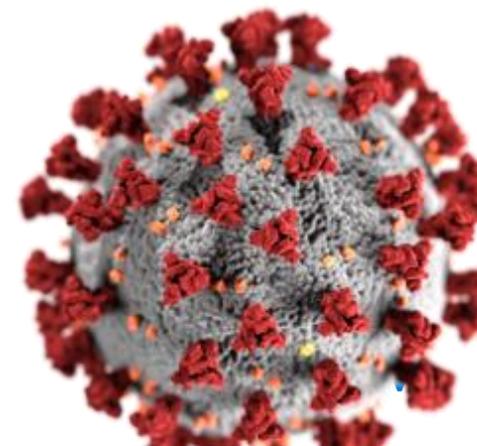
La infodemia asociada a la pandemia de covid-19 ha producido la mayor avalancha de desinformación conocida y dificultades para encontrar información fiable a casi la mitad de la población.

Los medios tradicionales han sido relativamente bien valorados durante la crisis y han ayudado a entender la pandemia, aunque en España inspiran menos confianza que en otros países occidentales.



En España, los gobiernos han cometido **errores en la comunicación de riesgos** en las primeras fases de la crisis y no ha sabido generar la necesaria confianza, que ha ido cayendo con el progreso de la pandemia, además de falta de transparencia y exceso de información

Para hacer una adecuada
COMUNICACIÓN en salud en las crisis
de salud pública, es clave que se
establezca un **DIÁLOGO** con las
poblaciones afectadas y con el
público interesado

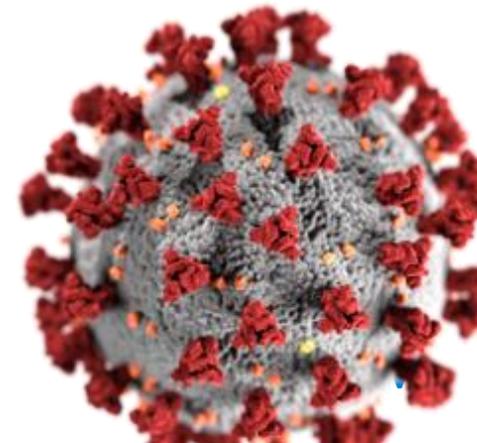


JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

La **confianza** en las fuentes oficiales es importante para gestionar una crisis, pues la falta de confianza propicia la difusión viral de rumores

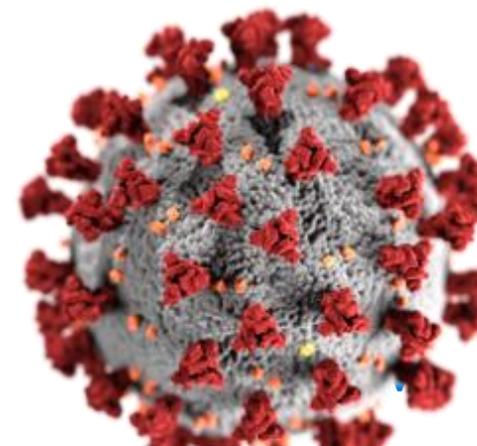
Una información transparente,
veraz, rigurosa, comprensible
y accesible, así como la escucha de las
inquietudes y necesidades informativas de la
población refuerzan la **confianza** ciudadana
en la gestión de la crisis



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

La importancia de respetar los principios de la **comunicación de crisis**



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Para gestionar bien una crisis hay que:

1. Anticiparse

2. Tener preparado un plan de comunicación que integre los principios de la comunicación de crisis, como ser proactivos, comunicar regularmente sin saturar, ser transparentes, reconocer la incertidumbre, ofrecer mensajes claros y accesibles, decir lo que se sabe y evitar mantener información secreta para tranquilizar al público



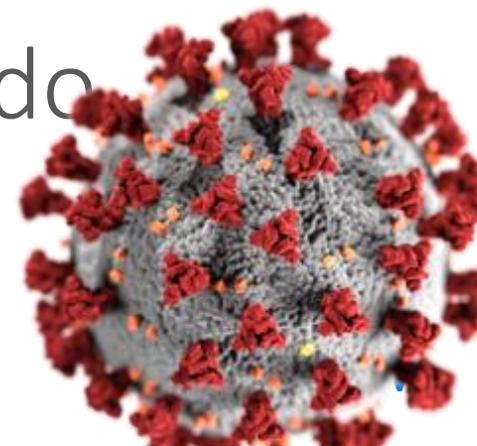
1. **No sobretranquilizar.**
2. **Tener en cuenta la situación de alarma.**
3. Reconocer la incertidumbre.
4. **Plantear escenarios y dilemas posibles.**
5. Reconocer la diversidad de opiniones.
6. **Estar dispuesto a especular.**
7. No aspirar al miedo cero.
8. **Legitimar miedos de la gente.**
9. Tolerar tempranas reacciones exageradas.



10. **Establecer contacto con el público.**
11. Decir a la gente qué se puede esperar.
12. **Proponer a la gente qué cosas hacer.**
13. Preguntar más a la gente.
14. **No mentir y no decir verdades a medias.**
15. Aspirar a la calidez, emoción y transparencia.
16. **Tener cuidado con comparaciones de riesgo.**
17. ¡Y más, mucho, mucho más!

La **portavocía** debe ser elegida con cuidado y ser, preferentemente, una sola persona o una persona con **apoyos** de **profesionales expertos** que apoyan **o varias muy coordinadas.**

Fernando Simón ha tenido un tono moderado tranquilo y sensato (con errores cuando opinaba)



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Menos policía y ejército y más ciencia





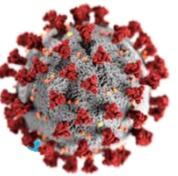
La confianza en las fuentes oficiales es esencial para gestionar una crisis, pues la falta de confianza propicia la difusión viral de rumores

Importante que los portavoces autonómicos mantengan su unidad informativa y evitan desconcertar

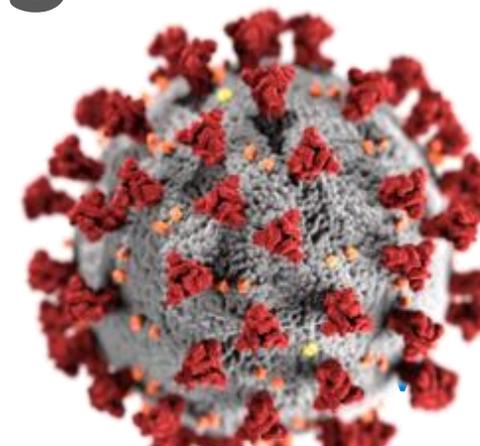


*El 85% de los ciudadanos
cree que hace falta más
información de los
científicos y menos de los
políticos*

En este entorno de más Salud Pública, falta
YA una **agencia estatal de Salud
Pública que trabaje en red.**
Y un ECDC que tenga un papel no solo en
informes y recomendaciones sino en su
actividad real.

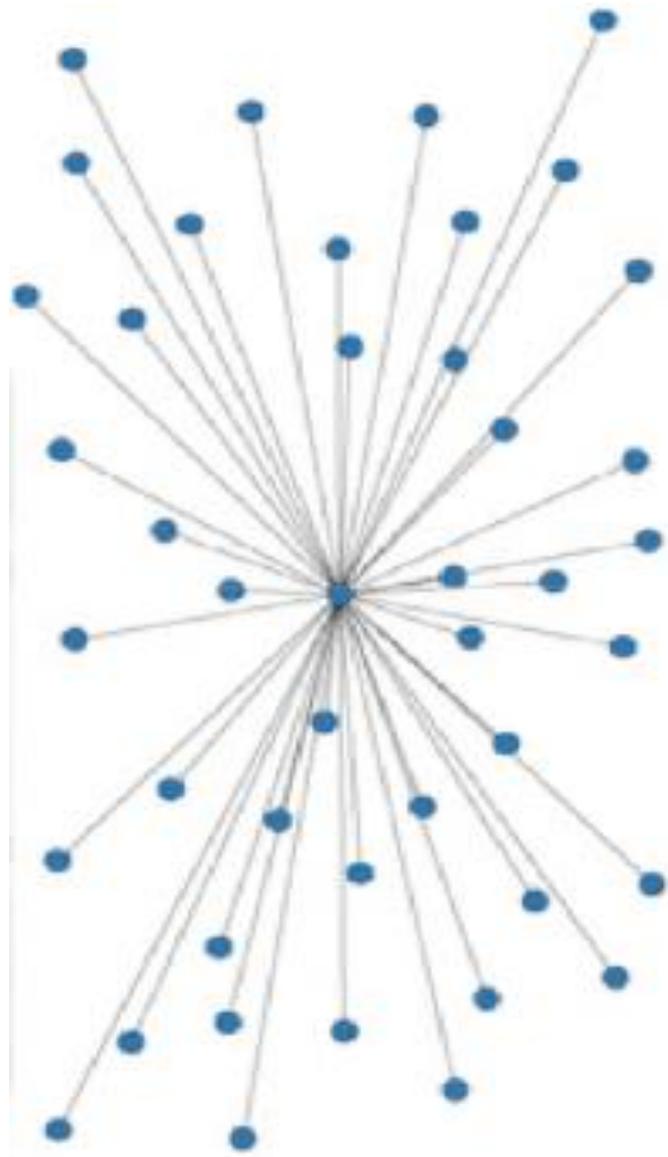


IMPORTANTE: extender la
comunicación a las **redes
sociales** con **estrategia** y
con apoyo de influencers
CONSTANTE

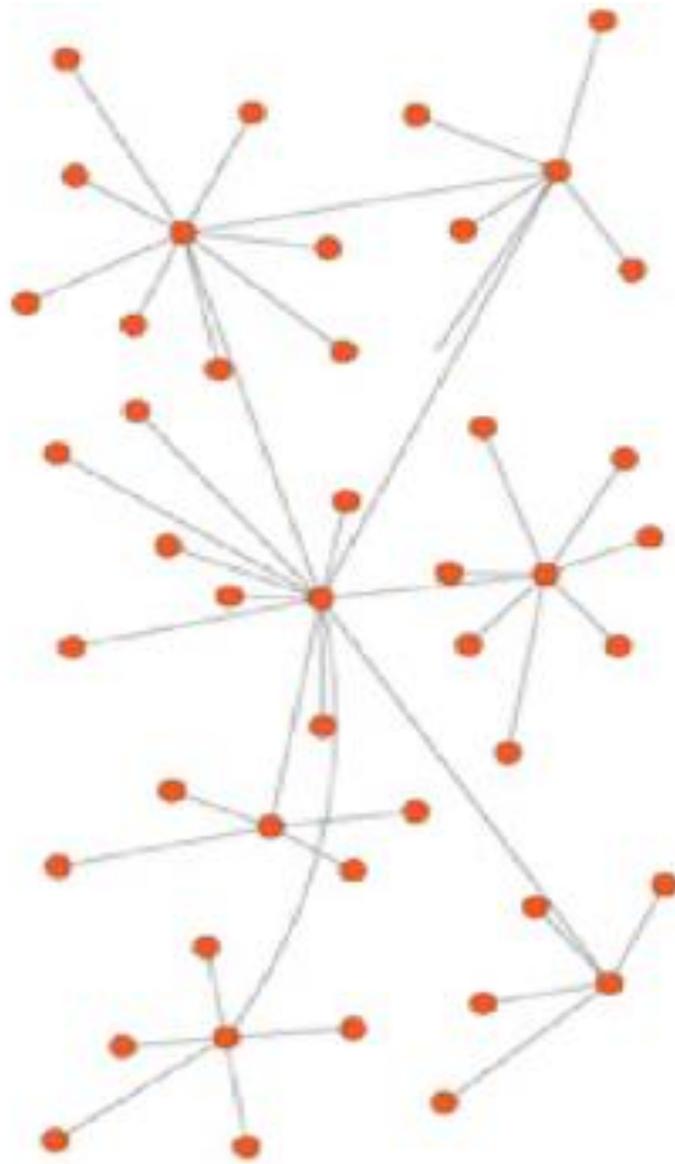


JUNTA DE ANDALUCÍA

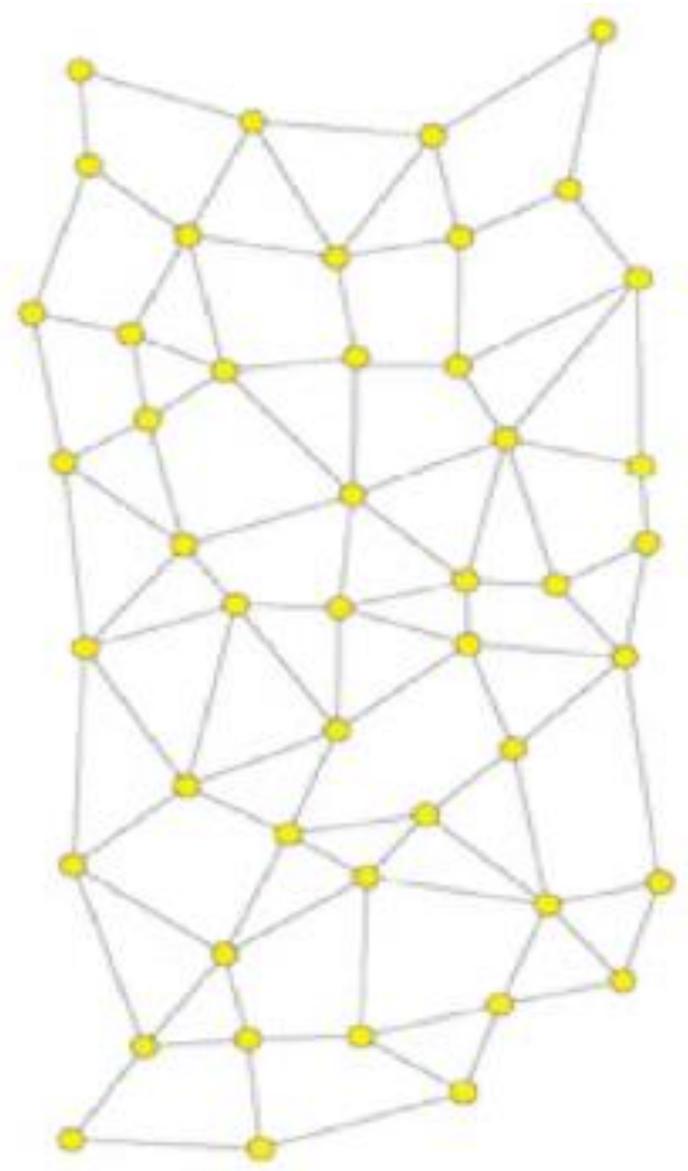
Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD



RED CENTRALIZADA

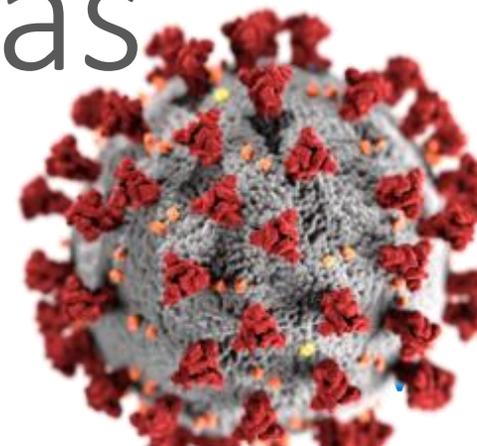


RED DESCENTRALIZADA



RED DISTRIBUIDA

La comunicación debe adecuarse y extenderse a los diferentes canales, teniendo en cuenta que la ciudadanía se informa simultáneamente por los medios tradicionales, las redes sociales y plataformas digitales



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

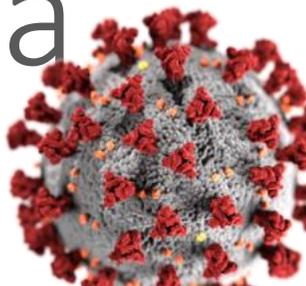
Una acertada estrategia en redes
como Twitter o

Instagram , basada en la
transparencia y el flujo constante
de información, permite luchar
eficazmente contra la infodemia



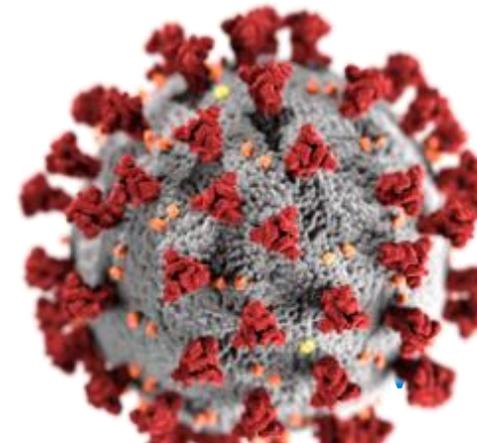
JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD



Necesitamos invertir en difusión
de la vacunación

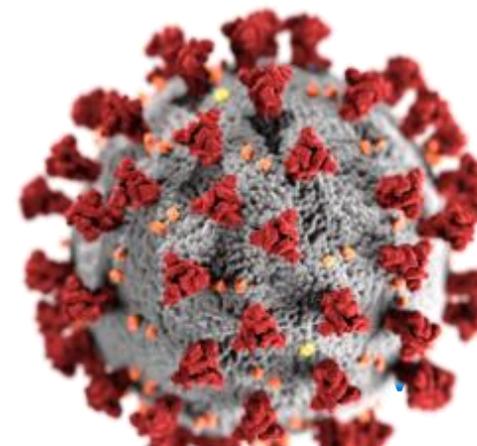
CUIDADO CON LOS BULOS:
estrategia



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Necesitamos abolir la retórica y adherirnos a la **Verdad**, desde el punto de vista de la **Unidad de acción**

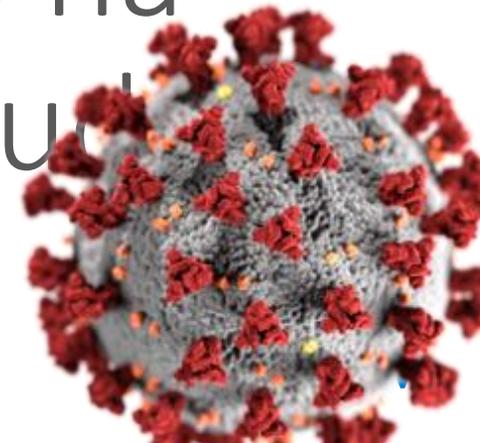


JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

La mentira se propaga mas rápidamente, más lejos y profundamente que la verdad

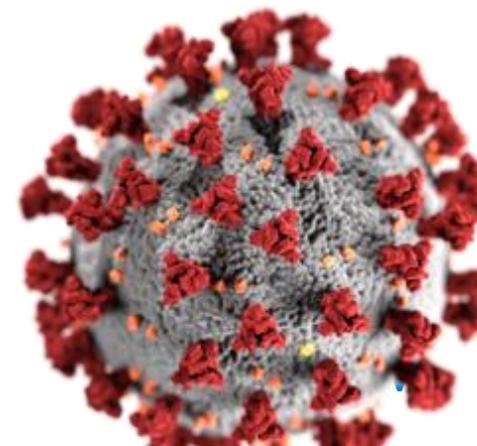
Esta confirmación experimental obliga a estar vigilante en la lucha contra la desinformación, como lo ha estado la OMS y grupos como salud sin bulos o maldita



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Unidad de acción
contraria a esa
fragmentación en la toma
de decisiones



JUNTA DE ANDALUCÍA

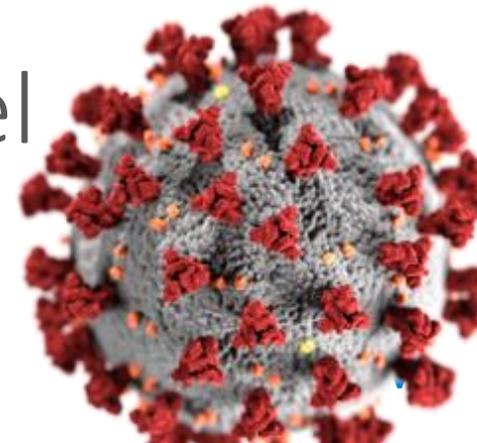
Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Honestidad intelectual

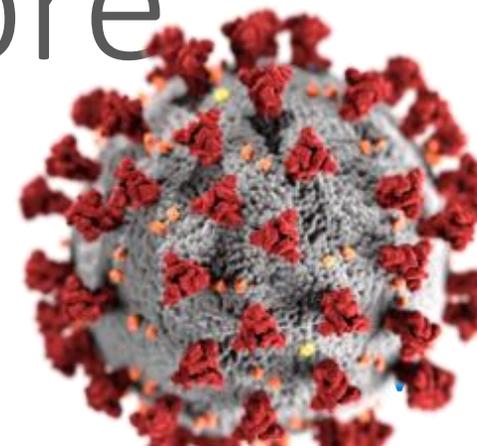
Claridad

eempatía

evitar el **p**aternalismo, la retórica y el
sensacionalismo.



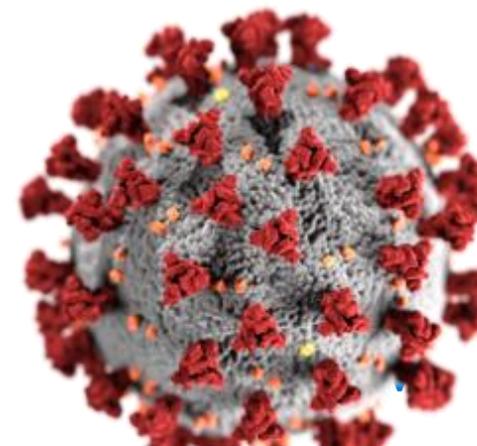
Es necesario un alto nivel de **participación** de la ciudadanía para mejorar la comunicación y así disminuir el miedo y la incertidumbre generada



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

es necesario ESCUCHAR
A LA POBLACIÓN y
apoyar a las REDES
COMUNITARIAS



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

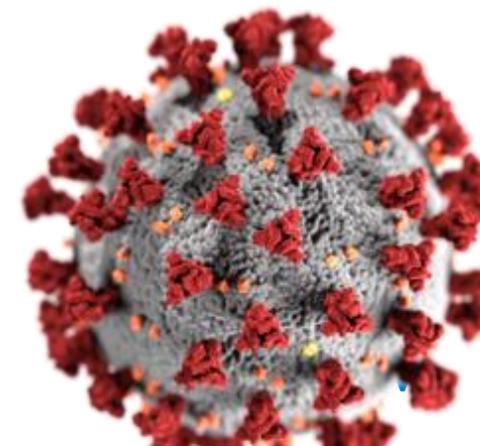
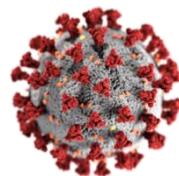
La gobernanza, el rompecabezas político.

El liderazgo empático y efectivo de varias mujeres jefes de Estado también ha sido determinante.



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

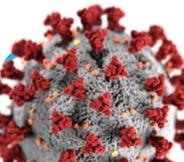


Un liderazgo adecuado para una buena gestión de la pandemia

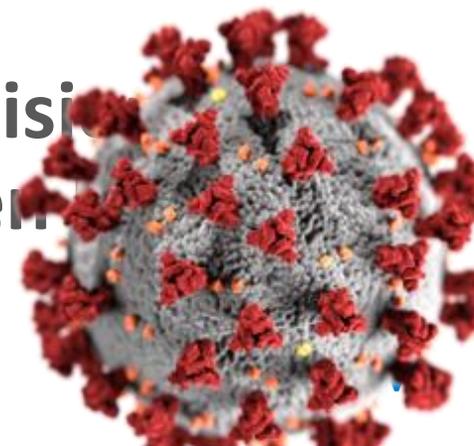


JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD



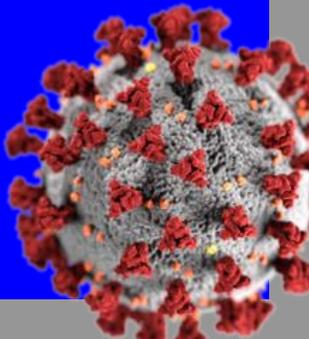
- **Primero las personas**
- **Gestionar las operaciones de forma creativa** (sobre todo cuando los recursos son escasos)
- **Potenciar el trabajo en equipo y comunicación** (se crean nuevos equipos multidisciplinares y por ello la comunicación es esencial)
- **Crear alianzas** (con proveedores, otros centros sanitarios, colectivos ciudadanos, etc)
 - **Con un liderazgo claro y humilde.**
- **Centrado en la transparencia de los mensajes y decisiones** que deben ser claros, oportunos y sin ocultar nada, **y en la humildad a la hora de trabajar en equipo.**





Errores en la comunicación

- **Negación**
- **Contradicciones**
- **Improvisación.**
- **Precipitación.**
 - **Confusión.**
 - **Imprecisión**
- **Descoordinación**



Aspectos positivos:

1. Mejor que en el ébola. Había comparecencias pautadas. Había un interés pedagógico aunque no se sabía todo lo que necesitaba la población.
2. Importante se intentaba no dejar espacios a la desinformación
3. Tener una figura sobre la pandemia influye en que la gente sepa a qué atenerse. En ese sentido Fernando Simón ha sido un elemento importante
4. Combinación entre autoridad científica y autoridad política
5. Buen posicionamiento de los medios a favor de trabajar con la pandemia

Para comunicar la evidencia científica se han propuesto algunas reglas, según las cuales la comunicación no debe basarse en la persuasión, sino ser informativa, equilibrada, reveladora de las incertidumbres e inculcadora del sentido crítico

La difusión de información falsa
puede generar miedo,
incumplimiento de las medidas
preventivas, desconfianza en las
recomendaciones y uso de
tratamientos ineficaces o
perjudiciales



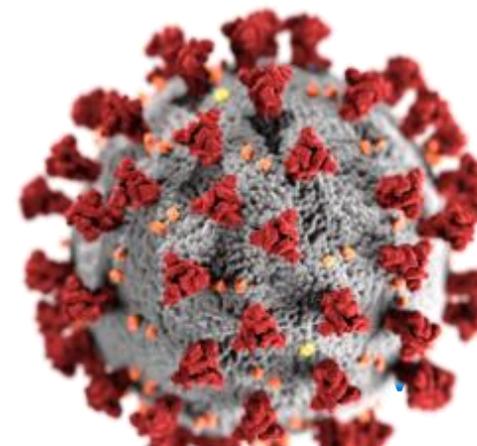
Comunicación adecuada en la pandemia

Antes de comunicar:

- se debe pensar en el impacto del mensaje, sin ocultar el impacto de la pandemia y siendo realistas basadas en los hechos
- con un lenguaje sencillo, que no dramatice la situación, acompañado de un mensaje de esperanza, difundiendo buenas prácticas y ejemplos
- identificando y legitimando las emociones de las personas, dando prioridad a los mensajes de fuentes oficiales, evitando compartir noticias falsas, siendo críticos con las fuentes de información
 - no saturando las redes con mensajes, ni perder el tiempo criticando la comunicación oficial sino tratar de cooperar con ellos para mejorar
- apoyando el trabajo de los medios de comunicación que proporcionan una información precisa y sin frivolar con la situación, vale la pena a veces utilizar el humor.

A casi la mitad de la población española le ha resultado difícil encontrar

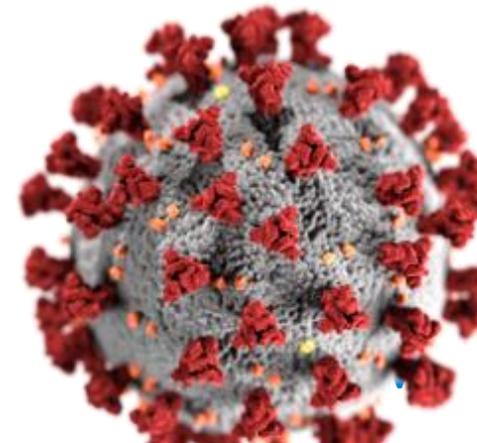
información fiable



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

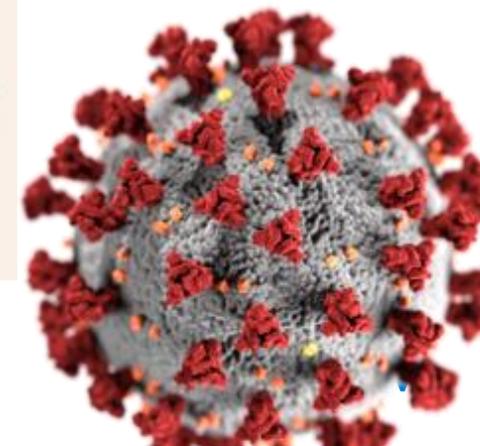
En España, el consumo de información se ha concentrado principalmente en los **medios tradicionales y WhatsApp**, y en menor medida en otras redes sociales y plataformas digitales



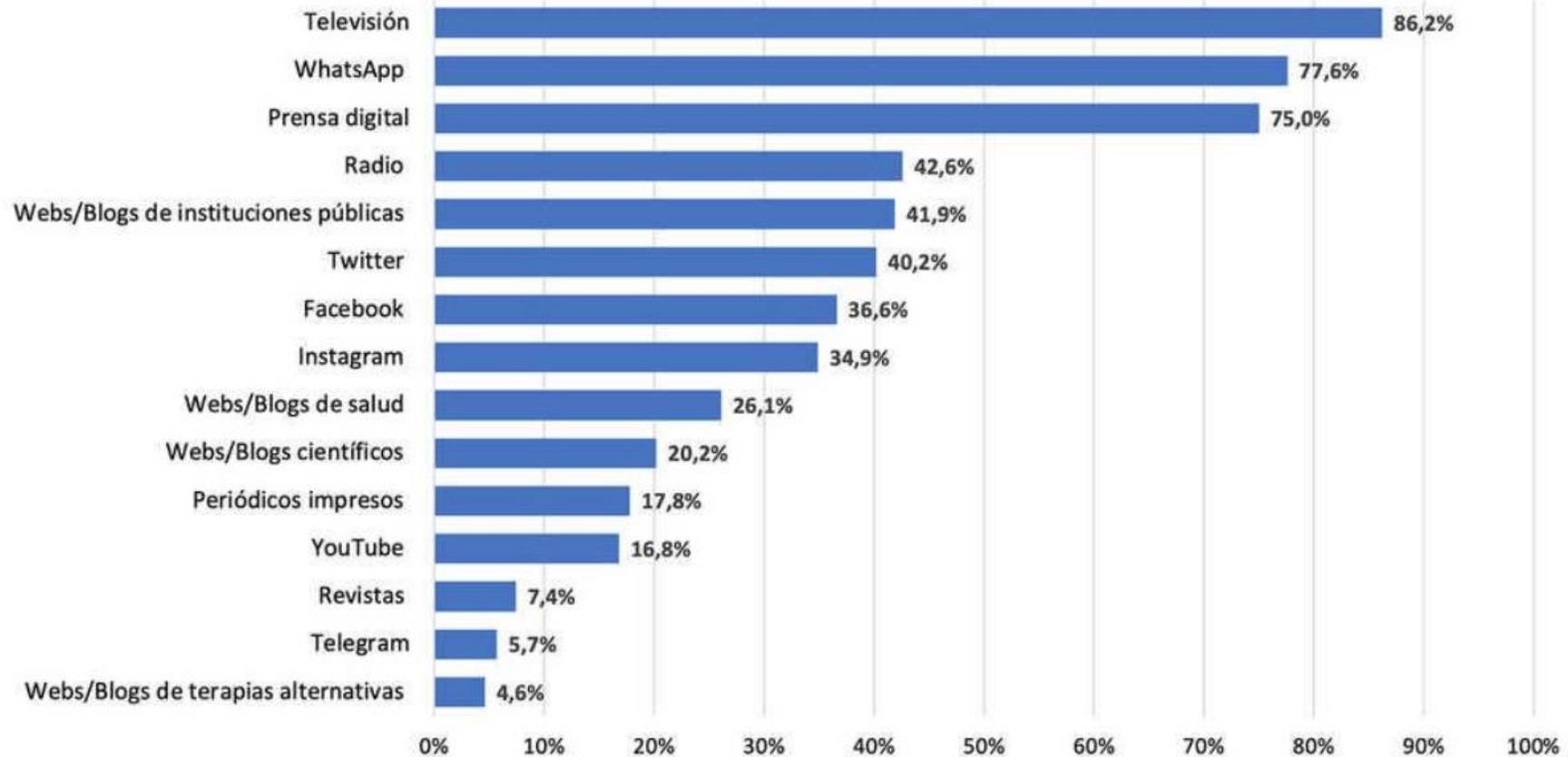
JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

Consumo desestacionalizado de televisión en España (minutos por persona y día)

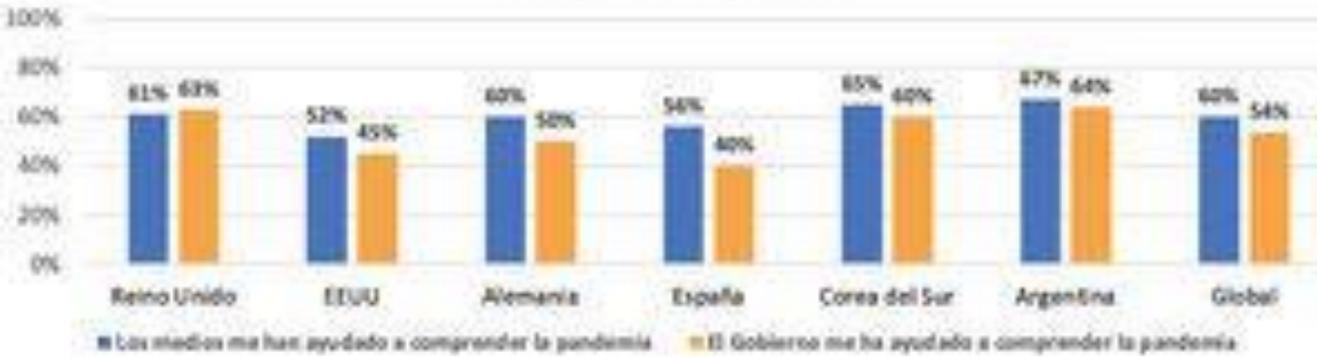


Fuentes de acceso a la información sobre la COVID-19 al principio del confinamiento en España

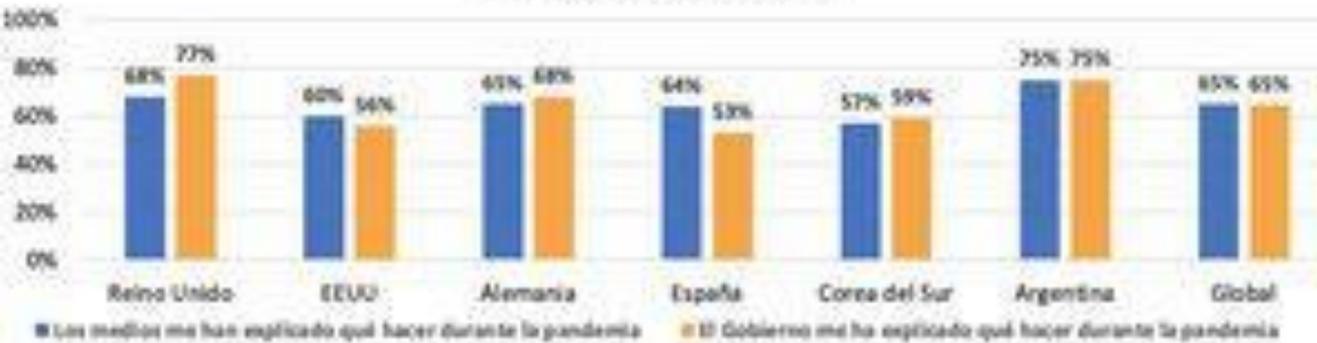


Porcentajes: Frecuencia basada en la puntuación 5-7 de la escala en la pregunta "¿En cuál de los siguientes canales de información confía para obtener información sobre Covid-19?" Escala: 1 (Nunca) - 7 (Mucho). Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Moreno A, Fuentes-Lara C, Navarro C. Covid-19 communication management in Spain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation (2020).

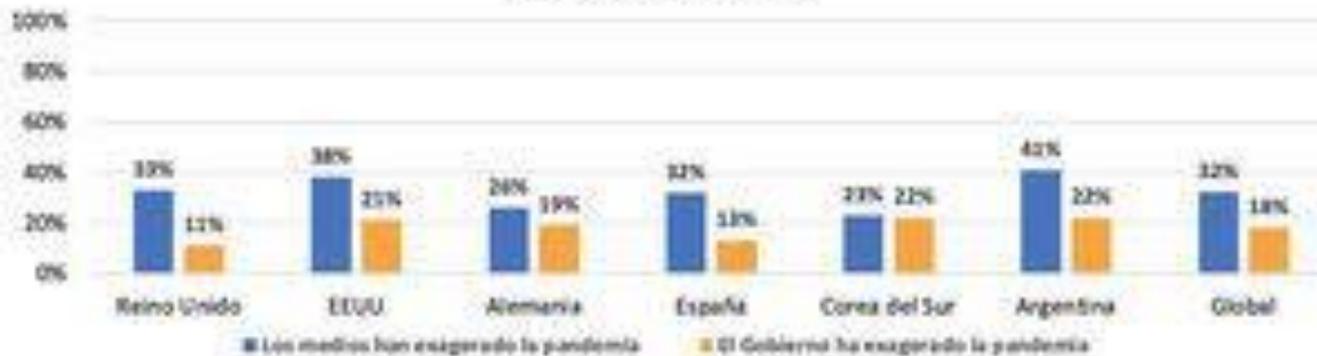
Comprensión de la pandemia



Qué hacer durante la pandemia



Exageración de la pandemia



Percepción de la cobertura mediática de la pandemia de coronavirus en seis países



Salvador Illa y Carolina Darias





Pedro Sánchez y



La pugna política

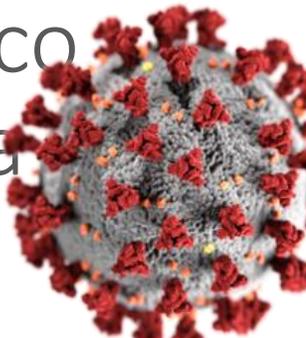
Gestionar la pandemia de coronavirus en medio de un tira y afloja político puede poner en peligro el cumplimiento de las medidas. Y en España, hemos asistido a varios capítulos.

El panorama se inundó de "cuestiones políticas e ideológicas que solo provocaron que se perdiera el foco de la salud pública y fuera en contra del control de la pandemia.



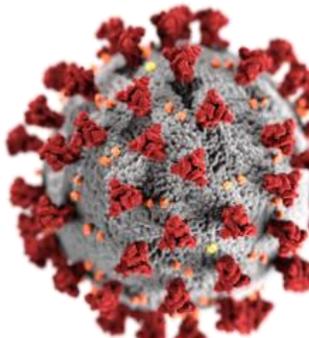
JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

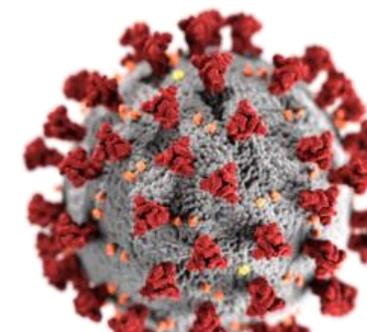


La polarización política y la gobernanza descentralizada pueden haber dificultado una respuesta rápida.

Aunque durante el estado de alarma general hubo una polarización creciente según avanzaban las semanas y el Ejecutivo solicitaba las prórrogas del decreto, el enfrentamiento estalló con virulencia total por la postura de la Comunidad de Madrid contraria a endurecer las medidas de contención de la enfermedad.



Enfoque más coordinado y sofisticado para combatir la mala información y la desinformación



Alto a los mensajes contradictorios

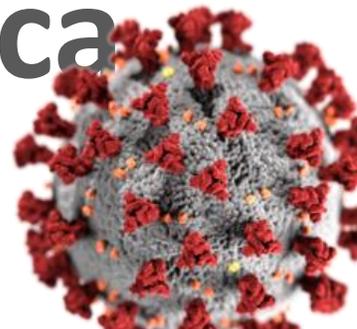
Necesitamos una respuesta
coordinada y basada en ciencia que
lidere un plan

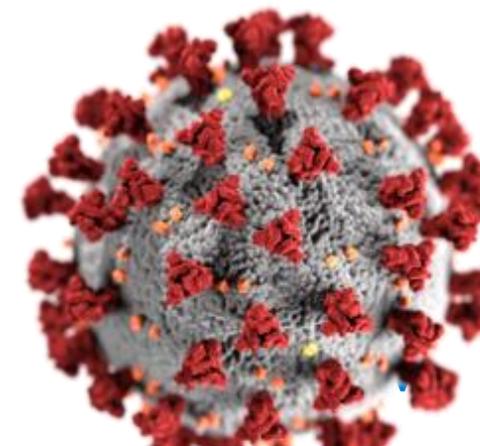
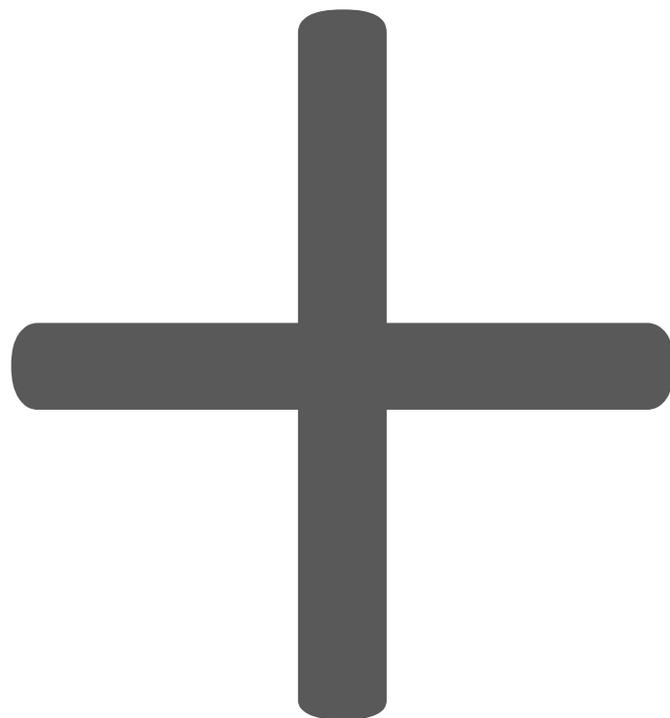
Necesitamos **guías de salud pública**



JUNTA DE ANDALUCÍA

Escuela Andaluza de Salud Pública
CONSEJERÍA DE SALUD

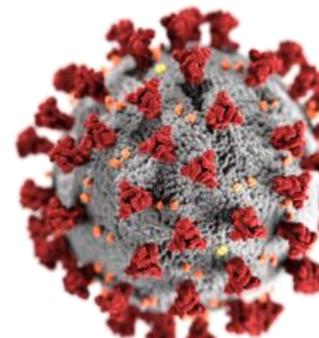




La hora del periodismo profesional

Medios de comunicación y COVID-19:

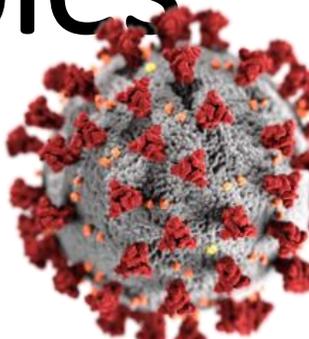
Pautas para una información responsable



La información de los medios debería ser elaborada preferentemente por periodistas especializados en salud y ciencia, y respetar las normas y recomendaciones de las asociaciones profesionales

El papel de las agencias verificadoras y otras organizaciones, como la OMS, es importante

1. Evitar un lenguaje sensacionalista
2. Tener en cuenta las imágenes, seleccionarlalas cuidadosamente
3. Evitar especular sobre los posibles peores escenarios

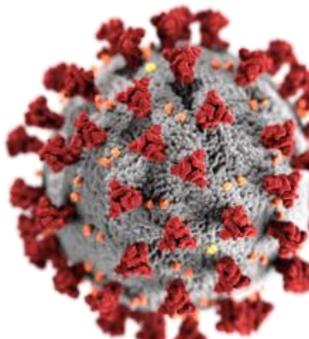


4. Proporcionar a los lectores acciones específicas que puedan llevar a cabo

5. Dirigir a los lectores a las fuentes oficiales de información

6. Cuidado con las investigaciones que se utilizan en las publicaciones.

Consultar con expertos

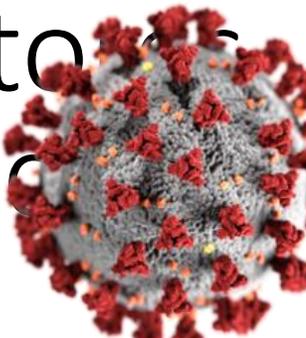


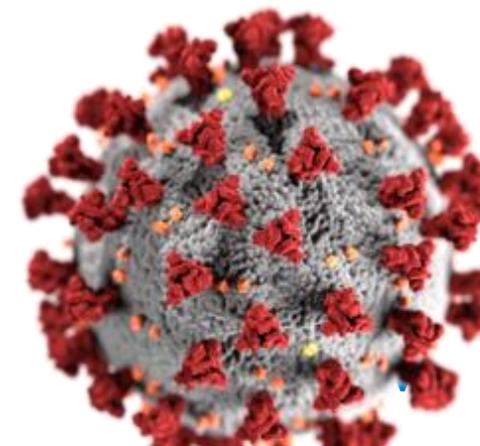
7. Reflexionar sobre qué rumores abordar. No todos merecen cobertura

8. Hacer que el contenido sea fácil de comprender

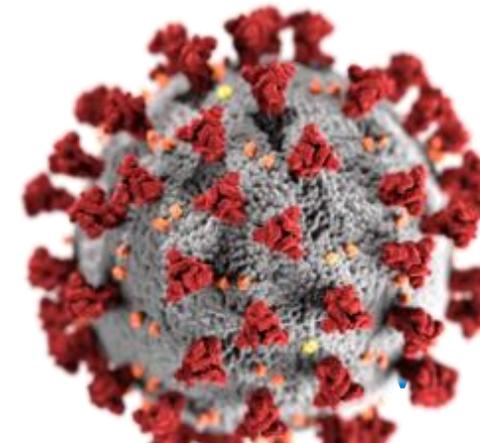
9. Evitar un lenguaje despectivo

10. Averiguar qué preguntas hacen los lectores de Covid-19 y llenar los vacíos de información

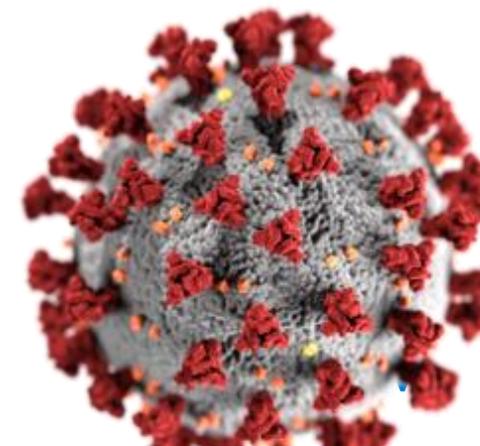




Colaboración Logotipo empresa

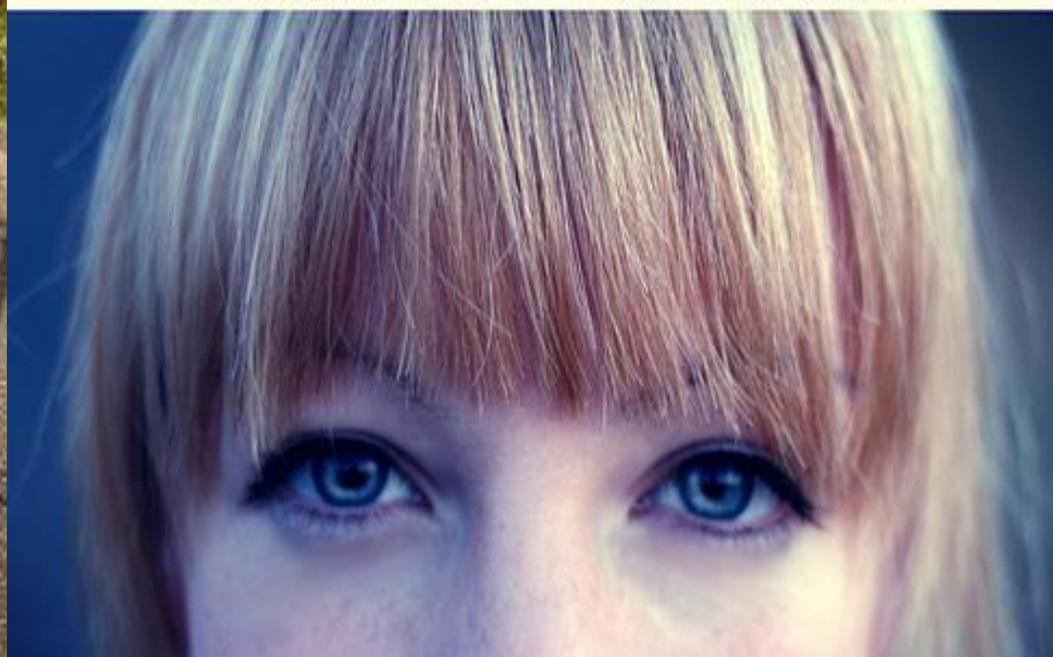
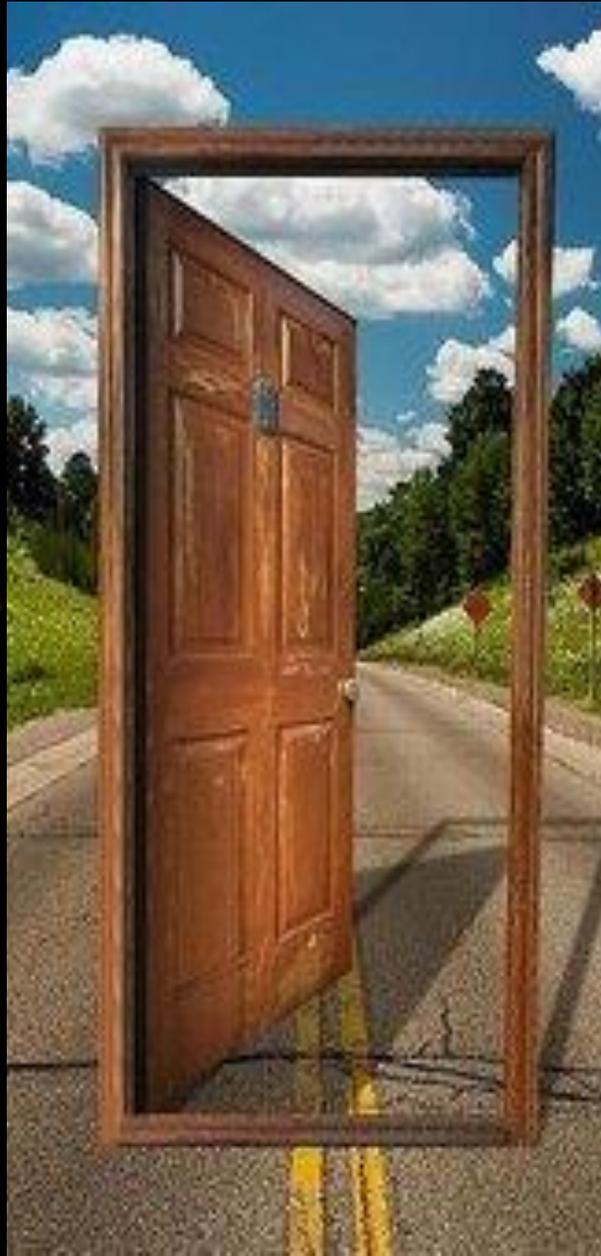


Estamos aprendiendo



Trasparencia

COLETTA



Participación



Todo es comunicación

Clip slide



802-847-0000 | 800-358-1144

Health Care Blog
Stories from Fletcher Allen

[Home](#) [About](#) [CEO Blog](#)

Recipe for Health: Italian Bruschetta

Posted on September 12, 2013

★★★★★ 1 Vote



Want to know when a new blog has been posted?

Click to subscribe to this blog and receive notifications of new posts by email.

Join 1,909 other followers

[Find a doctor](#)

A black and white photograph of a person jumping to catch a ball, with a blue vertical bar on the left side. The person is in silhouette, reaching up with their hands towards a dark ball suspended in the air. The background is a bright, overcast sky. The text is overlaid in a bold, orange font.

**la mejor
improvisación es
la cuidadosamente
preparada**



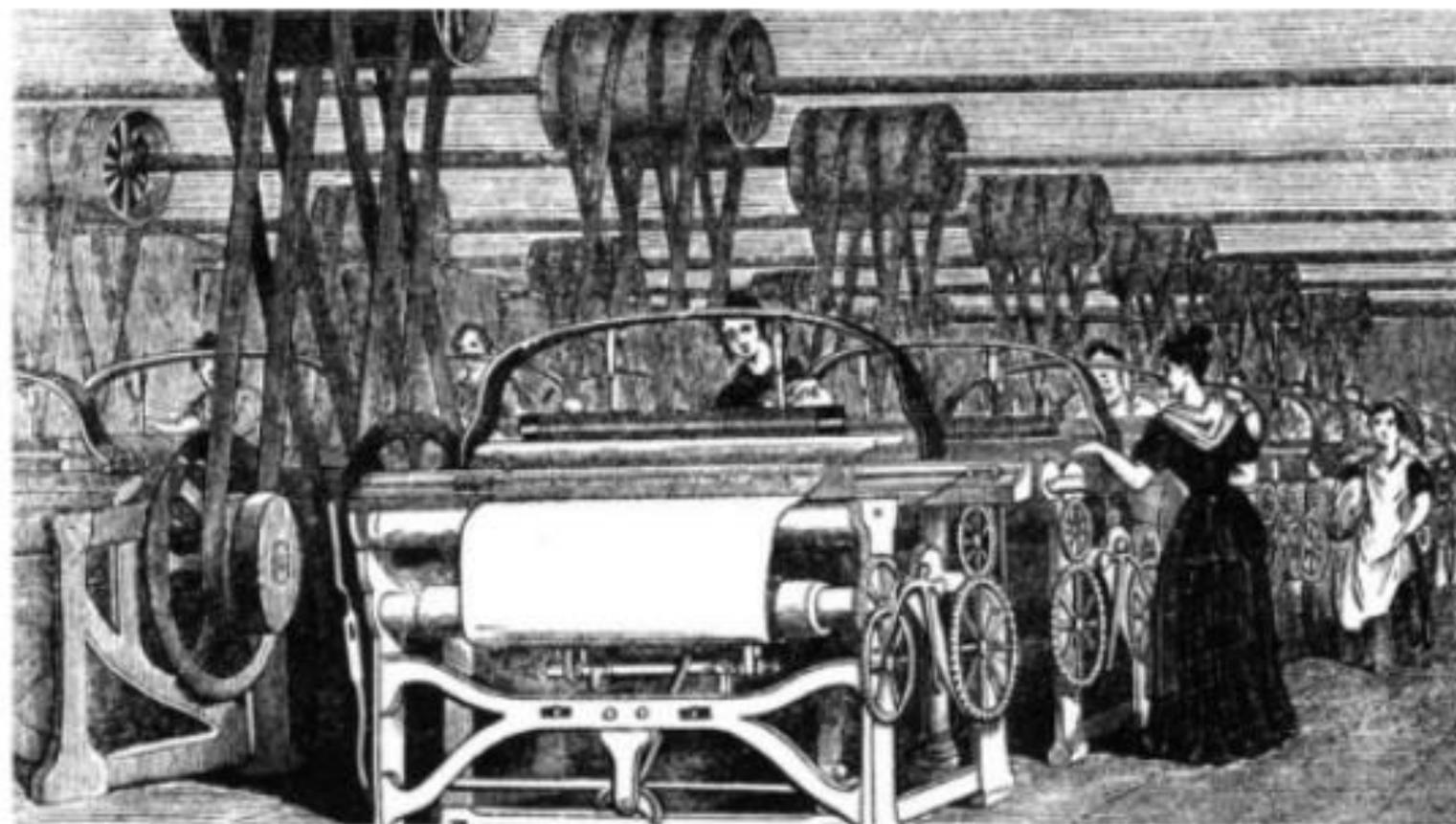
**La comunicación tiene
que ser batalla diaria**

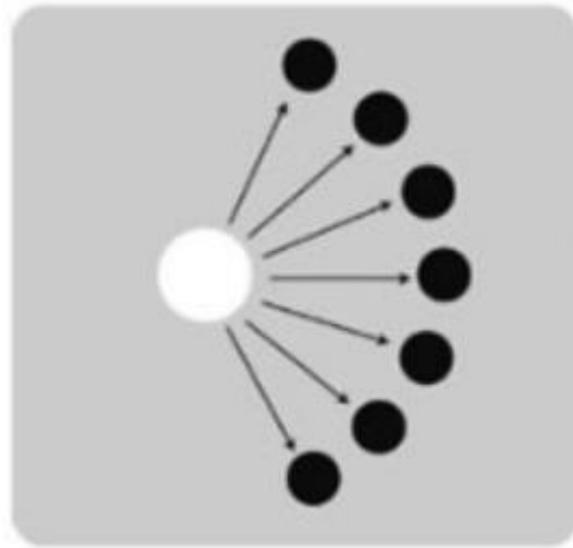
Todas las buenas ideas son



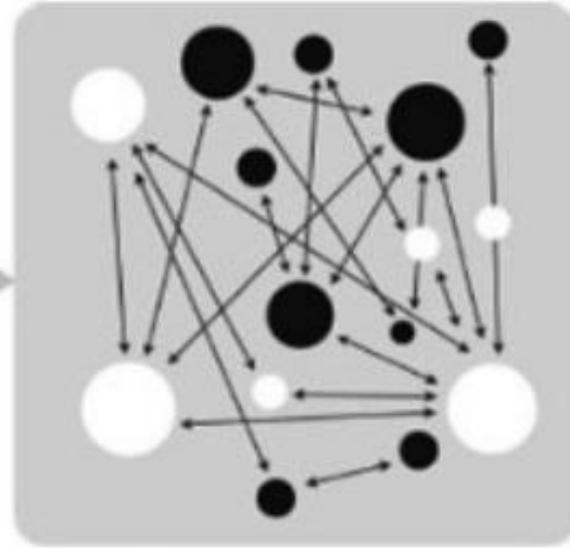
batallas

**No podemos trabajar con
herramientas del siglo XXI utilizando
modelos de trabajo de 1950.**





Comunicación
tradicional



Comunicación
en red

- 1. Ya no somos el centro, somos una parte más.**
- 2. Es tan importante hablar como escuchar.**



1. Crear redes

2. Conocer

3. Colaborar

4. Escuchar

5. Participar

6. Avanzar

Transparencia, participación e información



Información útil y fiable

Clip slide

NHS choices health apps library

Share ▾

Search for apps

Search



Conditions ▾

Healthy living ▾

Health information ▾

Social care

Developers

About

Safe and trusted
apps to help you
manage your health

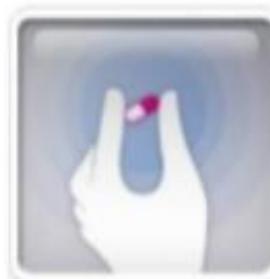
Welcome to the Health Apps Library

- Discover apps to help you manage your health
- Reviewed by the NHS to ensure they are clinically safe
- Rated by you and the health care community

Latest apps



Stress Pacing ..
Mental health



Get set for HI..
HIV



My drugs chart
Drugs



HIV & cont..
HIV



HIV & pre..
HIV



Wellpepper
Fitness

Ofrecer información fiable: vídeos

Hospital Sant Joan de Déu

Suscrito

4.264



Videos

Más información



Se han suscrito 11 de tus círculos



Videos subidos

Fecha (de más recientes a más antiguos)



3:17

El TDAH, el trastorno de aprendizaje más frecuente

850 reproducciones Hace 3 semanas



8:27

Unidad de dolor del Hospital Sant Joan de Déu Barcelona

450 reproducciones Hace 1 mes



3:42

Viajes al Trópico con niños: qué medidas tomar

372 reproducciones Hace 1 mes



2:59

PKU, la enfermedad metabólica más común

166 reproducciones Hace 1 mes



10:24

El pacto de los amigos PKU

63 reproducciones Hace 2 meses

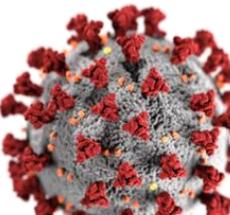


2:03

Los riesgos para los niños de la sobreexposición solar

510 reproducciones Hace 2 meses

Las crisis como oportunidades



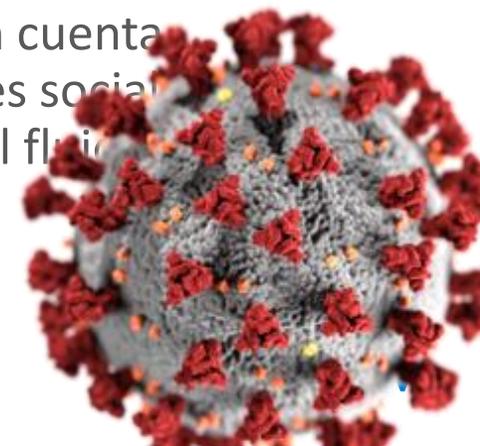
Comunicación de crisis

- **1a. Hay que respetar los principios de la comunicación de crisis.** Ser proactivos, comunicar regularmente sin saturar, ser transparentes, reconocer la incertidumbre, ofrecer mensajes claros y accesibles, decir lo que se sabe y evitar mantener información secreta para tranquilizar al público. Los portavoces debe ser elegidos con cuidado y ser, preferentemente, una sola persona.

2a. La comprensión de la **infodemia** debe tratarse como una disciplina científica, ya que el cambio de comportamiento es fundamental para responder a una pandemia.

3a. **La confianza en las fuentes oficiales** es esencial para gestionar una crisis, pues la falta de confianza propicia la difusión viral de rumores. Involucrar a científicos y ser transparentes ayudan a crear confianza. El 85% de los ciudadanos cree que hace falta más información de los científicos y menos de los políticos.

4a. **La comunicación debe adecuarse y extenderse a los diferentes canales**, teniendo en cuenta que los ciudadanos se informan simultáneamente por los medios tradicionales y las redes sociales y plataformas digitales. Una acertada estrategia en redes, basada en la transparencia y el flujo constante de información, permite luchar eficazmente contra la infodemia.

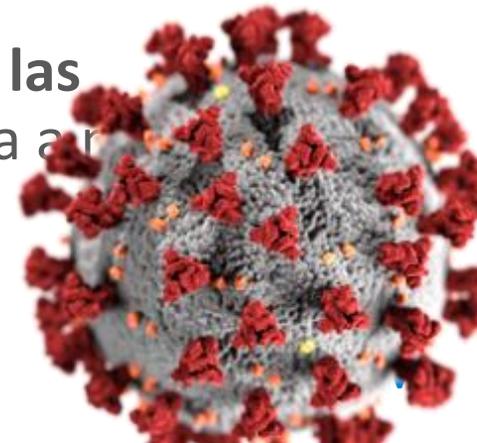


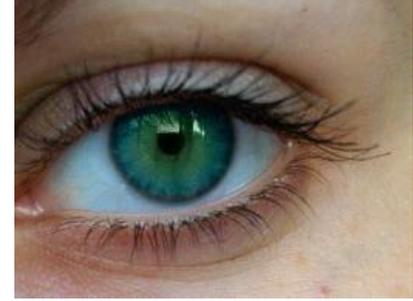
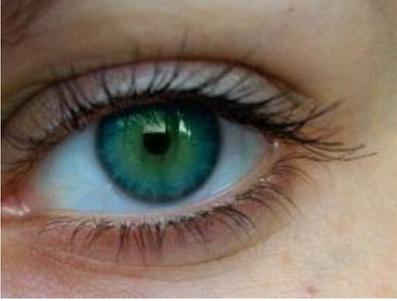
5a. Para comunicar la evidencia científica, **la comunicación es importante que sea informativa, equilibrada, reveladora de las incertidumbres, inoculadora del sentido crítico y con un punto de persuasión.**

6a. Para cumplir con la elevada responsabilidad de los medios de comunicación en tiempos de pandemia, es importante que la información sea elaborada en lo posible por **periodistas especializados en salud y ciencia**, y se atenga a la deontología profesional y las recomendaciones de las asociaciones profesionales.

7a. **La mentira se propaga más rápidamente**, más lejos y profundamente que la verdad. Esta confirmación experimental obliga a estar vigilante en la lucha contra la desinformación. Es importante estimular el pensamiento crítico de los ciudadanos.

8a. Para gestionar bien una crisis hay que anticiparse y **poner en práctica las lecciones de otras crisis**. Tener preparado un plan de comunicación ayuda a no cometer los mismos errores.





Hace demasiado tiempo que el mundo funciona de acuerdo con un ciclo de pánico y negligencia. Volcamos gran cantidad de dinero en un brote y, cuando este termina, nos olvidamos del asunto y no hacemos nada para prevenir el siguiente.

