



**GOBERNACIÓN DE SANTANDER
SECRETARÍA DE SALUD**

Dr. MIGUEL JESÚS ARENAS PRADA
Gobernador de Santander

Dr. JAVIER ANTONIO FORONDA ARBELAEZ
Secretario de Salud de Santander

Dr. HERNANDO MEDINA LEÓN
Subdirector Administrativo y Financiero

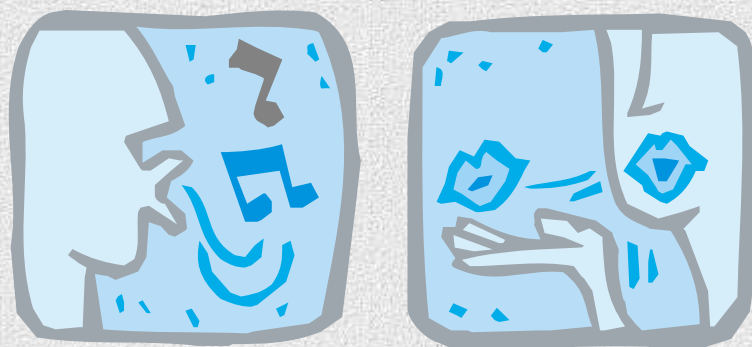
Dr. JAIRO ALBERTO CALLEJAS BERNAL
Subdirector Salud Pública

Dra. MARTHA HELENA LEÓN FRANCO
Jefe División de Promoción y Prevención

Dr. JULIO CÉSAR ARAQUE
Interventor del Proyecto



**SECRETARÍA DE SALUD DE SANTANDER
CONSORCIO CHAÍN PROINAPSA**



**Sana que sana,
despierta
tus ganas**

**HERRAMIENTAS PROVOCATIVAS
PARA LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN SALUD**

IVÁN DARÍO CHAHÍN PINZÓN
Comunicador Social

JACQUELINE HERNÁNDEZ SÁNCHEZ
Enf. M.Sc. Tecnología de la Educación



Primera Impresión
500 Copias
Impreso en Litografía La Bastilla, Bucaramanga
Diseño: Molino de Tinta

DERECHOS RESERVADOS

Bucaramanga, Octubre de 1999
Esta publicación hace parte de los productos del contrato suscrito entre la Secretaría de Salud de Santander y el consorcio chain-proinapsa, para el desarrollo del Proyecto "Estrategia de Comunicación Educativa para la Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad en el Departamento de Santander", 1999.

Las instituciones y personas que han comprometido su esfuerzo en la elaboración y publicación de este documento, estamos interesados en recibir sus aportes y comentarios:

SECRETARÍA DE SALUD DE SANTANDER

Atte: Martha Helena León
División de Promoción y Prevención
Calle 45 N.11-52 Teléfonos (57) (7) 6521985 - 6522042 - 6522030 Bucaramanga, Colombia.

JACQUELINE HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

Carrera 32 N.29-31 Piso 3 Facultad Salud, UIS Teléfonos (57) 7 6455006 - 6350472 Bucaramanga, Colombia proinapsa@uis.edu.co

IVAN DARIO CHAHÍN PINZÓN

Ivancho@epb.multi.net.co

Agradecimientos a las personas que contribuyeron a la validación de este manual:

BLANCA PATRICIA MANTILLA URIBE *Enf. Esp. Administración de Servicios de Salud*

LUCILA NIÑO BAUTISTA, *Enf. M.Sc. Educación*

RODRIGO VELASCO ORTIZ, *Decano (E) de la Facultad de Comunicación Social Universidad Autónoma de Bucaramanga*

LUZ STELLA PORRAS VILLAMIZAR, *Comunicadora Social, Maestría en Comunicación y Desarrollo*

SONIA YANETH CABALLERO, *Enfermera Hospital San Juan de Dios, San Vicente*

ALBA RODRÍGUEZ, *Enfermera Hospital de Charalá*

NUMA FRANCO, *Secretario de Salud, Municipio de Guadalupe*

MARIA CECILIA CHÁVEZ, *Secretaria de Salud, Municipio de Vélez*

JULIO CÉSAR ARAQUE, *Profesional universitario, Secretario de Salud de Santander*

PAULO CÉSAR PEDROZA, *Secretario de Salud, Municipio de Cerrito*

SOCORRO FAJARDO, *Enfermera, Municipio de Piedecuesta*

PATRICIA SALCEDO, *Nutricionista, Hospital de Zapatoca*

ALBA LUCÍA SANTOS, *Trabajadora Social, Municipio de Zapatoca*

CLAUDIA CAMACHO, *Enfermera Municipio de Vélez*

Dr. ELVIS CAMACHO, *Director Hospital, Municipio de Capitanejo*

Sana que sana,
despierta
tus ganas

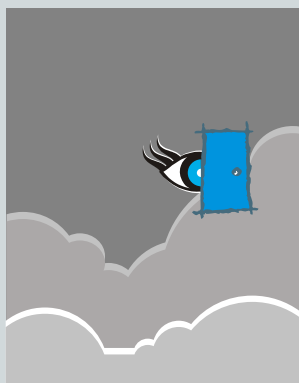
**HERRAMIENTAS PROVOCATIVAS
PARA LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA EN SALUD**

Bucaramanga, 1999

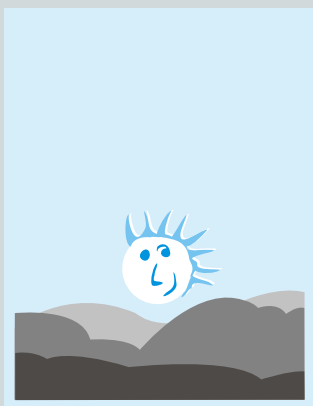
CONTENIDO



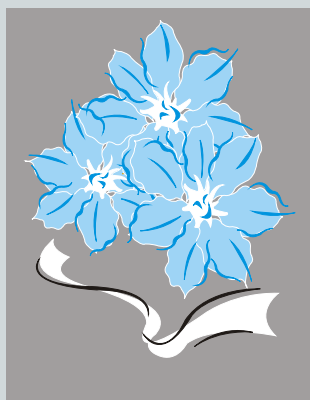
- 10 INTRODUCCIÓN
- 11 Póngale dibujitos
- 11 ¿Equipo?...¡eso suena a paseo!
- 12 Un morral con cinco herramientas
- 15 ¡Pa'lante!



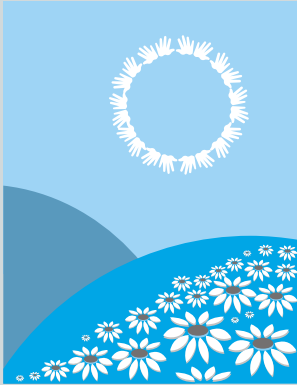
- 16 LA INVESTIGACIÓN
- 16 La situación de salud
- 20 Con quién transformar la situación
- 23 El comportamiento deseado
- 25 El comportamiento actual
- 27 El comportamiento factible
- 33 Las conclusiones de la investigación
- 37



- 38 LA CLARIDAD
- 40 Objetivo de la comunicación
- 42 Los obstáculos
- 45 Los beneficios
- 49 Declaración de apoyo
- 53 El tono
- 58 El medio más apropiado
- 61 El ABC de la comunicación
- 64 Un ordenamiento estratégico



- 66 LA CREATIVIDAD
- 68 La hora bella
- 69 ¿Quién hace lo bello?
- 71 ¿Y si no tengo empresas por contratar?
- 72 La validación del material
- 73 Producir y reproducir



- 74 USO Y DISTRIBUCIÓN
- 76 La manera de usarlo
- 77 ¿A quién mandarlo y cómo?
- 78 Respecto a la cantidad y frecuencia
- 79 ¿Cómo van a certificar la distribución?



- LA EVALUACIÓN
- 80 Los objetivos dan el norte
- 81 Los momentos de la evaluación
- 82 La evaluación de seguimiento
- 83 La evaluación de resultado o impacto
- 84

REPUGNANCIAS Y FERVORES

- 85 BIBLIOGRAFÍA



87

ANEXOS



- 88 **Anexo 1**
¿Por qué es importante investigar?
- Anexo 2**
89 Una guía de preguntas para el Grupo Focal
- Anexo 3**
92 ¿Cómo seleccionar las técnicas más apropiadas para hacer la investigación?
- Anexo 4**
94 Algunas de las técnicas de investigación más utilizadas para la recolección de información
- Anexo 5**
95 Los Términos de Referencia

99



INTRODUCCIÓN



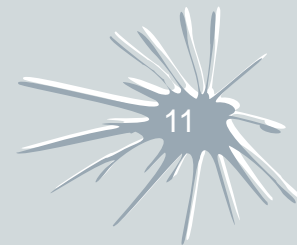
¿Cómo? Esta es la pregunta más frecuente que se escucha cuando se quieren producir materiales de comunicación educativa. En muchas instituciones de salud encontramos personas que quieren producir buenos materiales, pero que no saben cómo hacerlo. A ellas les cantamos “sana que sana, despierta tus ganas”. También a esas personas les presentamos este texto cargado de herramientas provocativas para que no solo se llenen de ganas de “sanar” y sembrar salud a partir de la comunicación educativa, sino que además conozcan algunas técnicas para que quede bien hecha.

Este Manual lo hemos pensado como un espacio en donde se comparte y experimenta un proceso metodológico para hacer mejores medios de comunicación educativa en salud. Sabemos que ésta, no es la única forma de producirlos y probablemente no sea la mejor, pero la presentamos a ustedes con la convicción de ofrecer una metodología de fácil aplicabilidad, con un soporte técnico que mejorará las acciones de comunicación y educación.

Este trabajo ha sido promovido y financiado por la Secretaría de Salud de Santander, con la intención de fortalecer las áreas de comunicación y educación, como pilares fundamentales en el desarrollo de los conceptos de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad en todo el Departamento.

Los contenidos de este Documento provienen principalmente de tres fuentes: la primera es el libro "Herramientas para desarrollar destrezas en Comunicación para la Salud"¹ en el cual se recogen experiencias y propuestas surgidas a lo largo de 16 años en varios países de América Latina, Asia y Africa. La segunda fuente ha sido la experiencia y concepción propia desarrollada por la Universidad Industrial de Santander a través del Instituto Proinapsa - UIS en la Especialización en Comunicación Educativa para la Salud y el Bienestar, así como la trayectoria en éste campo de profesionales del área de la Comunicación Social. La tercera fuente han sido los resultados de la fase de evaluación diagnóstica sobre el procedimiento de producción, compra, uso y distribución de Medios de Comunicación de la Secretaría de Salud de Santander. Esta evaluación diagnóstica fue realizada en cinco municipios del Departamento en los meses de febrero y marzo de 1999.

¹ Herramientas para desarrollar destrezas en Comunicación para la Salud. Traducción impresa con autorización deBASICS Basic Support for Institutionalizing Child Survival A USAID - financed project



PÓNGALE DIBUJITOS

Muchas veces hemos creído que un buen medio de comunicación educativa en salud necesita de un profesional del área y de un creativo "que le ponga dibujitos". El primero le da "peso" al material con su saber técnico y el segundo lo hace "más liviano y bonito" con sus adornos.

Pero el asunto es un poco más complejo. Complejo no quiere decir difícil, ni imposible; quiere decir que compromete nuestro mejor esfuerzo y en forma continua. Un buen material de comunicación educativa en salud no se hace de una sola sentada; se necesitan de varias horas de trabajo y de varias personas contribuyendo en él, de momentos de evaluación y ajuste, de retos permanentes a nuestra capacidad creativa y racional.

Sonará repetido, pero tratamos de decirles que se necesita de un equipo de personas que estén al frente de la producción. Ese equipo de personas es el que hemos tenido en mente a la hora de escribir este Manual.



¿ EQUIPO ?
¡ ESO SUENA A PASEO !

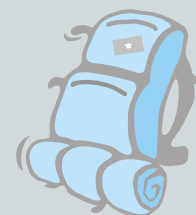


Es cierto, hablar de un equipo de personas en municipios como los nuestros, en donde siempre hay poca gente y mucho trabajo, es algo que suena a paseo. Pero, no se alarmen, el equipo ya lo tienen. Lo que hace falta es ponerlo a "jugar" junto.

El equipo son las personas que apoyan el Plan de Atención Básica - PAB - y todas las acciones de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad que promueve la institución. Estas personas pueden integrar y aunar esfuerzos a favor de un producto concreto: la producción de un material de comunicación claro y creativo, profundo y bello, capaz de promover los resultados que esperamos.

Producir un material de comunicación educativa no es cuestión de buscar quién le ponga dibujitos; consiste en reunir un equipo de personas para madurar ideas y construir un material tal y como se necesita.

PRODUCIR UN MATERIAL DE COMUNICACIÓN EDUCATIVA IMPLICA REUNIR UN EQUIPO D



UN MORRAL CON CINCO HERRAMIENTAS

En este Manual vamos a explorar la forma como cada institución puede mejorar la producción de materiales de comunicación. Les hemos preparado un morral que contiene cinco herramientas para afrontar con éxito la travesía. Esas herramientas son en realidad reflexiones construidas para poder lograr un buen producto final.

El producto final será bueno en la medida en que contribuya a fortalecer un proceso de incorporación y fortalecimiento de estilos de vida saludables en las personas y las comunidades. El cambio, incorporación o fortalecimiento de un comportamiento es resultado de una sumatoria de factores diversos. Los materiales de comunicación son uno de esos factores. Una forma de producción ligada a un proceso y técnicamente soportada, puede hacer que los materiales aporten significativamente al objetivo de promover los estilos de vida saludables.

Las cinco herramientas que presentamos a continuación son el primer y más básico insumo para lograr ese reto de hacer comunicación educativa para la salud y el bienestar.





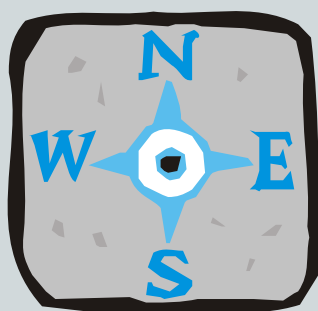
NUESTRO RETO ES COMPRENDER LAS RAZONES DEL ACTUAR DEL

EL CLIENTE SIEMPRE TIENE ALGUNA RAZÓN

Los comerciantes empiezan la formación de los nuevos vendedores repitiendo: "el cliente siempre tiene la razón". Tomando como referencia esta frase podríamos decir algo parecido para el caso de la producción de los materiales de comunicación educativa en Salud: La audiencia siempre tiene alguna razón.

Veamos por qué. Producir materiales de comunicación no tiene el objetivo de complacer al jefe o al personal de salud o a nuestros familiares y colegas; el centro de nuestro esfuerzo comunicativo y educativo es la audiencia y por lo tanto es su punto de vista el que más se debe atender a la hora de programar y decidir cómo proceder. El público siempre tiene alguna razón para actuar como lo hace; nuestro reto es comprender las razones del público para saber cómo ayudar a transformarlas.

Comprender esa razón es como navegar y deslizarse hacia el interior de la audiencia y viajar hasta su punto de vista; es asomarse a la orilla desde la cual esa audiencia ve, comprende y actúa ante el mundo. En la medida en que comprendamos mejor los motivos, las creencias y los resultados que las personas esperan, podemos encontrar mejores caminos para proponer cambios de comportamientos.



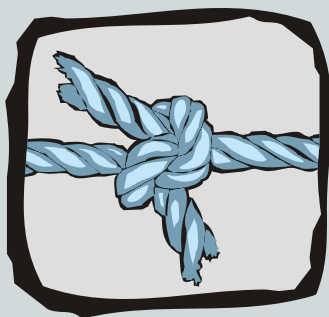
LO QUE VA DE PREJUZGAR A EXPLORAR

A veces los prejuicios le ganan a las preguntas y es cuando se escuchan cosas como: "póngale vallenatos todo el día, eso es lo que le gusta a la gente". Esos son prejuicios, es decir, juicios que hacemos antes de conocer a la gente.

Cuando sucede lo contrario y la exploración le gana al prejuicio, es cuando se empieza a descubrir que si hay cosas nuevas bajo el sol. Una radio en San Gil (Santander), descubrió que la mayoría de la gente del municipio prefería la música vallenata, principalmente porque no había escuchado otra cosa. Eso le llevó a cambiar su programación e incluir en ella otros géneros musicales. La audiencia escuchó otra cosa y le gustó. La radio se vio recompensada por una alta sintonía. En este caso la decisión estuvo basada en la investigación y no en la suposición. Y esa será una de las claves del proceso que le vamos a sugerir: que las decisiones estén basadas en la investigación y escucha de lo que dice la audiencia, no en nuestras suposiciones sobre ella.

En esta caso la herramienta es una brújula. Cuando estemos desorientados o ante la necesidad de tomar una decisión, habrá que mirarla y actuar a partir de lo que ella indique. La investigación será la brújula que nos ayudará a determinar el sitio exacto en donde nos encontramos.





UNA GOLONDRINA NO HACE VERANO



Ese refrán es más viejo que Matusalén, pero no por viejo es entendido y aplicado. Una cartilla, un afiche o un comercial de radio, no logran cambiar un comportamiento o promover significativamente un estilo de vida saludable, por muy buenos materiales que sean.

Hacen falta muchas golondrinas para hacer el verano. Esas golondrinas son varios medios de comunicación diferentes y complementarios, pero también acciones de educación y de atención. Es necesario ligar las acciones de comunicación a programas en marcha, en apoyo directo a procesos que la institución promueve. Así el aporte de un material de comunicación se siente y contribuye en forma significativa, porque deja de ser una golondrina.

Dicho de otra forma, el reto es no seguir produciendo afiches, plegables y cartillas y otros materiales de comunicación hechos para apagar incendios y superar la emergencia. Más bien, produzcamos materiales de comunicación para dar vuelo a los programas de salud de la institución, para fortalecer procesos. Ligar, amarrar, ese es el reto, por eso nuestra tercera herramienta es un lazo.



MATERIALES SOBRE MEDIDAS



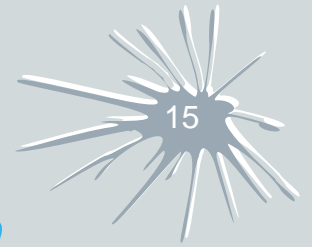
No hay zapatos talla única, ni lentes para cualquier nivel de miopía. Hay una talla de brassier y un número de zapato según las características de la persona que lo va a usar. Pues bien, muy parecido pasa con los materiales de comunicación. Hay un tipo de material de comunicación adecuado para cada audiencia, según sus propias características y según la ocasión.

Si tenemos muchos sectores de población con los cuales comunicarnos, pues debemos hacer lo mismo que hace un zapatero que tiene como clientes a una niña y un señor: Hacerle un par de zapatos, según la necesidad de cada uno.

Seguramente ustedes conocen algunos materiales de comunicación hechos para toda la comunidad o toda talla: las pruebas de esos materiales con la audiencia, han mostrado que no se ajustan en concreto a las particularidades de nadie, por lo cual todos los ven, los tocan y los miran, pero casi nadie los usa.



LO BELLO Y LO BUENO SON LA MISMA COSA



En la planificación de las ciudades modernas se ha venido incluyendo entre los aspectos esenciales del desarrollo algo elemental: que todo lo que se haga sea bello, armónico.

En eso estamos de acuerdo cuando se trata de producir materiales de comunicación educativa: Que sean bellos, armónicos, que inspiren, que trasciendan, que estremezcan, que den ganas de conservarlos, de compartirlos, de verlos de nuevo y que sean bellos para la audiencia.

No queremos hacer más impresos para que cinco minutos después de entregados estén en el piso. Nos interesa producir materiales que promuevan lo humano, aquello puro y esencial que tenemos todas las personas dentro; que nos hagan soñar y que nos comprometan con una acción renovadora.

PA´LANTE !



Para andar por el territorio de producir materiales de comunicación educativa, les estamos entregando estas cinco herramientas: una balsa para navegar hacia el punto de vista de la audiencia, una brújula para saber en dónde estamos, un lazo para ligar nuestras acciones, un metro para tomar las medidas con precisión y una piel para sentir y abrigarnos con el manto de lo bello. Las cinco herramientas sirven para acompañarnos a lo largo de todo el proceso, darán soporte técnico a cada paso que se dé y permitirán promover el logro de los objetivos que nos hemos fijado.



LA RUTA

En las siguientes páginas vamos a compartir con ustedes un procedimiento para producir materiales de comunicación educativa en salud. Esta ruta o procedimiento se ha organizado en cinco grandes unidades o etapas:

- ☑ La Investigación
- ☑ La Claridad
- ☑ La Creatividad
- ☑ El Uso y la Distribución
- ☑ La Evaluación

En esas unidades constantemente encontrarán la oportunidad de usar las cinco herramientas que les hemos aportado; además irán descubriendo su propio camino para producir materiales de comunicación educativa en salud a la medida de sus sueños y posibilidades. ¿Todo listo? Échense el morral al hombro y pa´lante!!!