



Unidad de Aprendizaje SC 5. COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA Y PROMOCIÓN DE LA SALUD COMUNITARIA

Descripción General

El curso aborda la construcción teórica-práctica de los fundamentos en la promoción de la salud y articula a la comunicación estratégica como una de las vías para lograr una eficiente promoción en contextos de reconocimiento mutuo. El curso se ofrece a todas las áreas de la MSP, pero la actividad final integradora se hace de manera diferenciada con los estudiantes de las áreas de Salud Comunitaria, Salud del Adulto Mayor, Odontología Preventiva y Gerencia de los Servicios de Salud.

Objetivo general

Aprender a desarrollar estrategias de comunicación eficientes para la promoción de la salud.

Relación con el perfil de egreso.

Conocimientos:

Aporta los atributos cognitivos que se describen en los contenidos básicos.

Desarrolla las siguientes habilidades:

- Capacidad de integrar conceptos y desarrollar potencialidades para la implementación práctica de propuestas de promoción de salud en diferentes escenarios.
- Posibilidad de contribuir a la construcción e implementación de políticas públicas saludables.
- Comunicación interpersonal efectiva.
- Crear ambientes que favorezcan la salud.
- Reforzar la acción y participación comunitaria.
- Reorientar los servicios de promoción de la salud.

Esta unidad de aprendizaje fomenta los valores y actitudes siguientes:

- Conciencia colectiva de la salud.



- Valor de los intereses de la colectividad.
- La importancia de receptor en la comunicación para la promoción de la salud.

Contenidos básicos:

- Entender la Comunicación.
- Convergencia entre Información y Comunicación
- De los modelos de la comunicación a la producción social de sentido
- Tipos de comunicación.
- Comunicación estratégica para la Salud Pública.
- Construcción de la Sociedad del Conocimiento: entre la salud y la comunicación.
- Modelo de la comunicación estratégica.
- Promoción de la Salud: desafíos y desvaríos.
- Itinerario histórico de la promoción de la salud: de Ottawa al enfoque de “los determinantes sociales de la salud”.
- Enfoque emancipador de la promoción de la salud
- Promoción de la salud en América Latina: Retos.
- Comunicar para transformar: entender al “otro”.
- El encuentro con “el otro”.
- “El otro” visto por el investigador y por sí mismo.
- La salud pública y la otredad.
- Abordajes de la promoción de la salud desde las Instituciones educativas.
- El poder en la Sociedad-Red.
- Vínculo sociedad-universidad en salud pública.
- Los medios masivos de comunicación y la salud.
- Establecimiento de la agenda.
- Sociología de la producción de mensajes.
- Comunicación para el cambio social.
- Comunicación desde las instituciones de salud pública.



- Retos y oportunidades para la comunicación en las instituciones de salud.
- Capacitación en la promoción de la salud.
- Comunicación pública de la ciencia: la agenda en salud pública.
- Definiciones y modelos de divulgación científica.
- ¿Hasta donde llega la tarea del promotor de la salud?
- Análisis y diseño de campañas: entre la promoción y la divulgación.
- Educación para la salud
- Métodos y medios para la promoción de la salud.
- La promoción de la salud en la globalidad.
- El marketing social para la promoción de la salud.
- Medios para los productos comunicativos en salud pública
- Hacia una cultura científica: retos y estrategias de la Salud Pública.
- Educación y cultura científica.
- Alfabetización científica.
- Los marcos para construir la cultura.

Requisitos de acreditación

- Aprobar todos los ejercicios evaluados con un mínimo de 80% de aprovechamiento.
- Asistencia, puntualidad y permanencia en al menos el 80% de las actividades académicas programadas.

Evaluación de los aprendizajes

Producto comunicativo.....	40 %
Aprendizaje socializado.....	30%
Exposiciones y ejercicios individuales.....	30%



EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL PRODUCTO COMUNICATIVO

Aspectos a evaluar	Puntaje máximo	Puntaje asignado
Estructura del discurso y argumentos utilizados.	20	
Claridad y coherencia en la propuesta emitida.	20	
Integración y desarrollo de los conceptos para la comunicación estratégica.	20	
Vinculación del producto comunicativo con el contexto comunitario.	20	
Calidad de las fuentes de información	10	
Ortografía y sintaxis	10	
TOTAL	100	

EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DEL APRENDIZAJE SOCIALIZADO

Calidad de la participación en los debates con invitados.....	15%
Ejercicios sobre comunicación estratégica en el aula.....	15%
Calidad de la participación en los debates en línea.....	25%
Aportes al desarrollo áulico de los temas.....	25%
Interacción académica y argumentada	20%

EXPOSICIONES Y EJERCICIOS INDIVIDUALES.

Identificación y análisis de los argumentos propuestos por los autores.	30%
Calidad en los reportes de lecturas.....	10%
Eficiente manejo e integración de la tecnología para presentaciones..	30%
Creatividad y claridad en las exposiciones individuales.....	30%

BIBLIOGRAFÍA.

Fuentes, R. y Vidales, C. (2011) Los fundamentos del estudio de la comunicación desde una mirada epistemológica al pasado: problemas, paradojas y rutas



posibles. En Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación. (pp. 63-92) ITESO: México.

Fuentes, R. y Vidales, C. (2011) Introducción. En Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación. (pp. 5-14) ITESO: México.

Carey, James (1989). A cultural approach to communication. En Communication as culture. Essays on media and society (pp. 11– 28). Nueva York / Londres: Routledge.

Fuentes, R. (2013) Investigación académica sobre comunicación en México. ITESO: México

Krüger, K. (2006) El concepto de “sociedad del conocimiento”. Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. XI (683). Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-683.htm>

Massoni, S. (2011) Modelo de Comunicación Estratégica, tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente. Razón y Palabra. Recuperado de: <https://comunicacionestrategicarosario.sites.google.com/site/comunicacionestrategicarosario/Herramientas>

Massoni, S. (2012) Guía de reconocimiento de matrices socioculturales y construcción del árbol de soluciones de la estrategia comunicacional. Metodologías de la Comunicación Estratégica: del inventario al encuentro sociocultural. Recuperado de: <https://comunicacionestrategicarosario.sites.google.com/site/comunicacionestrategicarosario/Herramientas>

Petracci, M. (2009) Comunicación estratégica y salud: reflexiones sobre la experiencia de promover el Papanicolaou en un espacio público del Gran Buenos aires, Argentina. *Questión*. 1 (26). Recuperado de: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/740>

Organización Mundial de la salud (1986) Carta de Ottawa para la promoción de la salud. Recuperado de: <https://www.paho.org/hq/dmdocuments/2013/Carta-de-ottawapara-la-apromocion-de-la-salud-1986-SP.pdf>

Restrepo, H. (2002) Conceptos y definiciones. En Promoción de la salud, cómo construir vida saludable. pp. 24-33. Editorial Médica Panamericana.

Chapela, M. (2008) Promoción de la salud. Un instrumento del poder y una alternativa emancipatoria. UNM Digital repository. Recuperado de: https://digitalrepository.unm.edu/lasm_cucs_es/163/

Coronel, J. y Marzo, N. (2017). La promoción de la salud: evolución y retos en América Latina. *MEDISAN*, 21(7), 926-932. Recuperado de



http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192017000700018&lng=es&tlng=es.

Restrepo, H. (2002) Antecedentes históricos de la Promoción de la salud. En Promoción de la salud, cómo construir vida saludable. pp. 15-23. Editorial Médica Panamericana.

Blanco Gómez, G. (2016). Reflexión sobre la promoción de la salud en el trabajo. *Salud de los Trabajadores*, 24 (2), 139-143.

Villoro, L. (2006) Estado plural, pluralidad de culturas. Paidós/UNAM, México, 2006, pp 155-168.

Corona y Kaltmeier, (2012) En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales, Gedisa: Barcelona [Introducción, PP. 11-21]

Corona y Kaltmeier, (2012) En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales, Gedisa: Barcelona. [Capítulo 2, El habla, la escucha y la escritura. Subalternidad y horizontalidad desde la crítica poscolonial, pp. 55-81

Corona y Kaltmeier, (2012) En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales, Gedisa: Barcelona [Capítulo 3, Notas para construir metodologías horizontales, pp. 85 -109

Castells, M. (2009) Comunicación y Poder. España: Alianza. [El poder en la sociedad-red, pp. 33-85].

Muñoz, M. Cabieses, B. (2008) Universidades y promoción de la salud: ¿cómo alcanzar el punto de encuentro?. *Rev Panam Salud Publica*; 24(2) 139-146, recuperado de: http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892008000800009

Lozano, J. (2007) Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Pearson. [Sociología de la producción de mensajes, pp. 33-56]

Feo Acevedo, C., & Feo Istúriz, O. (2013). Impacto de los medios de comunicación en la salud pública. *Saúde em Debate*, 37 (96), 84-95.

Coe, G. (1998) Comunicación y Promoción de la salud. CHASQUI. PP. 26 – 29

Barrientos, J., Ángel, G. y López, F. (2017) Caracterización de los servicios de promoción de la salud y prevención de la enfermedad en cuatro instituciones de salud del municipio de Medellín. *Rev Gerenc Polít Salud*. 2017; 16 (33): 60-77. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.rgps16-33.csps>