

Despliegue del proceso de comunicación de la Política de Participación Social – PPSS. Resolución 2063 de 2017.

Guía para su implementación

Oficina de Gestión Territorial Emergencias y Desastres - OGTEYD
Grupo para la Gestión y el Fomento de la Participación Social en Salud
Bogotá, Colombia. Octubre de 2022.

Documento elaborado por Nidya Hurtado Jiménez
en el marco del Contrato No. 861/2021

Este documento podrá ser reproducido parcial o totalmente con autorización
previa del Ministerio de Salud y Protección Social.

Tabla de contenido

- Presentación
- Objetivo y Justificación
- Conceptos de comunicación
- La comunicación y el proceso comunicativo
- La comunicación en la PPSS
- Sentido y alcance de la estrategia de comunicación de la PPSS
- Objetivos de comunicación y acciones tácticas por eje estratégico de la PPSS
- Metodología de trabajo propuesta para la formulación de la estrategia de comunicación de la PPSS
 - *Paso 1. Identificar.* Ejercicio práctico. ¿Qué sabemos de la comunicación y sus procesos?
 - *Paso 2. Identificar.* Situación institucional con relación al proceso comunicativo.
 - *Paso 3.* Definir. Objetivos institucionales de comunicación
 - *Paso 4.* Identificar. Medios, canales y recursos tecnológicos
 - *Paso 5.* Identificar. Aplicación de acciones comunicativas
 - *Paso 6.* Autoevaluación. ¿Cómo vamos?
 - *Paso 7.* Planificación y construcción de la estrategia
 - *Paso 8.* Plan de acción ¿Cómo hacerlo?
- Caja de Herramientas
- Bibliografía

Guía para el despliegue del proceso de comunicación de la Política de Participación Social en Salud – PPSS.

Presentación

La presente guía es el resultado de la revisión y organización de la información estratégica de la PPSS, a partir de la cual se define una propuesta metodológica y una serie de herramientas básicas que en conjunto comprenden las orientaciones generales, que permitirán a los equipos de trabajo de las entidades territoriales y a los demás actores, dar estructura al proceso comunicativo de la PPSS, de tal manera que se traduzca en la estrategia que defina y organice, para cada eje estratégico y sus líneas de acción, las intervenciones que desde el campo de la comunicación y la información son pertinentes para el logro de los objetivos que se plantea la política, y a su vez como herramienta para potenciar el desarrollo de sus procesos y la organización tanto de actores institucionales como comunitarios para su despliegue.

La *Guía para el despliegue del proceso de comunicación de La Política de Participación Social en Salud*, parte de la definición de las bases conceptuales a partir de las cuales se comprende la comunicación en el marco de la PPSS y su despliegue desde la perspectiva de proceso, continua con la presentación de un paso a paso que permite demarcar la ruta de acción a seguir, presentando finalmente un conjunto de ejercicios y herramientas de aplicación práctica definidas para orientar el diseño de estrategias locales de comunicación que integren acciones comunicativas específicas para cada uno de los ejes estratégicos.

Se espera que la guía sea apropiada por los diferentes actores y tomada como punto de referencia, para estructurar la estrategia propia, teniendo en cuenta que facilita la organización del proceso, sin embargo, el alcance y la profundidad de las intervenciones estará determinado por la adaptación que se haga de la misma respecto a las necesidades y capacidades propias de comunicación de cada entidad y según el contexto.

¿A quién se dirige la guía?

A los equipos de profesionales encargados de diseñar las acciones que permitan a las entidades territoriales de salud a nivel departamental, distrital y municipal implementar la Política de Participación Social en Salud, lo cual implica la definición de acciones que permitan desarrollar un proceso comunicativo institucional tanto interno como externo, como se verá más adelante.

Igualmente, se espera que la guía sea aplicada por los grupos de trabajo o líderes en los contextos institucionales de las EPS, ESES e IPS, responsables de la aplicación de esta política. En los dos casos el desarrollo de las orientaciones aquí presentadas, pueden ser fortalecidas con la vinculación y acompañamiento de las áreas de comunicación o prensa de las mismas.

Objetivo de la guía

Orientar a los diferentes actores responsables de implementar la Política de Participación Social en Salud - PPSS¹, para el diseño y despliegue de la Estrategia de comunicación², con el fin de que se identifiquen y definan las acciones tácticas de comunicación para cada uno de los ejes estratégicos que conforman el marco estratégico de la Política, de manera que los equipos de trabajo desarrollen y fortalezcan las capacidades que les permitan identificar las soluciones, que desde el campo de la comunicación aportan al cumplimiento de los objetivos de la PPSS. Es necesario Ampliar la comprensión de la estrategia de comunicación como un proceso que es transversal y que integra los componentes del marco estratégico de la PPSS.

Justificación

¿Por qué es necesaria la estrategia de comunicación para la PPSS?

Es fundamental para el desarrollo de los procesos de participación, en la medida que posibilita la interacción entre el Estado y la ciudadanía a través del acceso a información, y de la definición de los mecanismos de producción, circulación y apropiación de la misma.

A su vez, es determinante porque la gestión y planificación de la comunicación entendida y aplicada como proceso, genera las condiciones para que se establezcan dinámicas de interacción que además de proveer información de valor, favorecen las condiciones para su construcción y sostenibilidad en el tiempo.

¹Resolución 2063 de 2017, por medio de la cual se adopta la Política de Participación Social en Salud. https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%20No.%202063%20de%202017.pdf

²Estrategia de comunicación de la Política de Participación Social. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/encuestas/Paginas/Consulta-ciudadana-derecho-a-la-informacion-publica.aspx>

Conceptos de comunicación³



Para el desarrollo del proceso comunicativo, en el marco de la implementación de La Política de Participación Social en Salud - PPSS, es necesario conocer y tener claridad sobre algunos conceptos o unidades de significado que se consideran relevantes, teniendo en cuenta que facilitan su

comprensión y apropiación, y que son la clave para definir el enfoque participativo de la comunicación que requiere tanto la planificación como la ejecución de acciones necesarias para el abordaje comunicativo de la PPSS. A continuación, los conceptos de mayor importancia⁴:

Comunicación pública. La implementación de la Política de Participación Social en Salud, implica el abordaje integrado de la comunicación desde diferentes perspectivas complementarias entre sí, siendo la noción de comunicación pública el punto referencia, entendida como el campo de acción en el que los actores (comunitarios, estatales e institucionales, etc.) que integran determinado contexto, tienen derechos y también responsabilidades colectivas comunicativas de acuerdo a su rol.

A continuación 2 campos de acción, partiendo de que nos referimos a una comunicación que es de dominio colectivo, pero que tiene dentro de su libre ejercicio también condicionantes:

El primero, parte de entender que es un tipo de comunicación que se orienta al fortalecimiento de los individuos como ciudadanos, considerando un reconocimiento de sus derechos a informar y ser informado para hacer parte de un debate público y de la toma de decisiones (Garcés & Jiménez, 2016), es decir que nos encontramos ante unas audiencias o públicos participantes y constructivas.

comunidades siendo *nombradas, reconocidas, y visibilizadas y teniendo muy presente que los contenidos generados por estas tienen la capacidad de incidir de manera decisiva en debates políticos* (Garcés & Jiménez, 2016), para la definición e implementación de políticas públicas.

El segundo, referido a las instituciones y al Estado y sus actores gubernamentales, en cuanto a la responsabilidad de garantizar la divulgación y circulación de información de manera transparente, sumado al compromiso de garantizar el derecho a la comunicación de las

(...) Es necesario que los públicos participen efectivamente en el campo de la comunicación; pero esto requiere el diseño de un marco dentro del cual esto se pueda hacer (...) Jan Servaes & Patchanee Malikhao.

³ Algunos de los conceptos incluidos en el presente documento, son producto de la construcción propia del Grupo de Gestión y Fomento de la PPSS, desde la perspectiva de su aplicación a procesos y dinámicas de participación social en salud.

⁴ Las imágenes de apoyo utilizadas para ilustrar el documento fueron tomadas de internet y son de uso libre. Se utilizan como apoyo didáctico para facilitar la comprensión de los contenidos aquí presentados.

En otras palabras, es una apuesta para que desde la institucionalidad se generen condiciones comunicativas transversales, propiciadoras de entornos participativos y escenarios posibles en los cuales las personas no sean vistos solo como destinatarios, sino como actores partícipes tanto de su definición como de su desarrollo (Herrera & Vega, 2010).

Comunicación Desarrollo y Cambio Social. Campo de acción comunicativa que propicia escenarios de interacción en los que las personas son agentes de su propio cambio y gestoras de su propia comunicación (Gumucio Dagrón, 2011), son co-constructoras de procesos propios de transformación, se basa en dinámicas de diálogo que permiten el encuentro, la organización y la articulación entre actores y sectores, generando entornos en los que se suman y comparten saberes y capacidades, a partir de los cuales se concertan propuestas de acción para solucionar o mejorar las condiciones de vida de las personas en contextos específicos.

Se trata del despliegue de prácticas comunicativas incluyentes, que emergen de contextos locales, que usan y apropian las tecnologías disponibles, buscan alianzas, establecen redes y son democráticas, es decir crean espacios para la expresión y la visibilidad de todos (Cadavid, 2014, pág.41). Se apuesta a lo comunicativo desde la gente. Esta propuesta recupera el diálogo y la participación como ejes centrales y demanda un ejercicio activo de la comunicación en una lógica participativa y horizontal (Gumucio Dagrón, 2004) que incida y movilice hacia el goce del derecho a la participación social en salud.



Acción comunicativa⁵. Es una comunicación que se instala en los procesos sociales y sus lógicas de interacción, por tanto, implica, una disposición o apertura para que sea dinámica, en doble vía, propiciadora de interacciones y de relaciones de valor, entendimiento y comprensión mutua entre sujetos. La comunicación como una práctica que valida los significados y saberes locales, el sentido social de lo colectivo, las formas comunitarias de dialogar y decidir, la producción de mensajes y contenidos pertinentes y coherentes con el contexto y que prioriza el bien común.

La acción comunicativa desde esta perspectiva conlleva así a procesos movilizadores y a la construcción de consensos que permiten el logro de propósitos comunes sobre la base del ejercicio del derecho a la salud y a la participación social para su garantía, haciendo uso del poder comunicativo, que en este contexto las acciones no son aisladas, por el contrario, son colectivas y concretas (Marín, 2009).

⁵ Resolución 2063 de 2017 - Política de Participación Social en Salud – PPSS.

Comunicación participativa. Toma como punto de partida las problemáticas o realidades del contexto y sus diferentes actores, para promover la organización de la ciudadanía a través de la movilización social a nivel micro y macro. Se enfoca en aportar al fortalecimiento de la capacidad organizativa y el protagonismo de los diferentes actores e individuos (Tarallo,2014)⁶, en otras palabras, fortalecer la expresión, la movilización, la convocatoria, así como la comprensión y la apropiación de información de valor para la participación efectiva y activa en la salud.



Supera la noción instrumental de la comunicación centrada en los medios, para girar hacia la construcción de escenarios de comunicación para la interacción, el encuentro y la concertación desde la perspectiva del enfoque diferencial, en el que hay cabida para los aportes de todos los actores, siendo de este modo el punto de partida, la comunidad, teniendo en cuenta que los problemas de las condiciones de vida se discuten a nivel de la comunidad y es a este nivel que se decide sobre las interacciones con otras comunidades (Servaes & Malikhao,2007)⁷, campo de acción en el que se despliegan los procesos de participación en salud.

Comunicación con enfoque diferencial. Es una perspectiva de la comunicación integrada al desarrollo de las ya mencionadas, teniendo en cuenta que implica la puesta en marcha de prácticas comunicativas, incluyentes, empáticas, sensibles e integradoras de las diversidades poblacionales, generando una lógica de producción de contenidos y de espacios de interacción que sean incluyentes, reconozcan y que visibilicen las particularidades y necesidades específicas de las poblaciones a través de acciones comunicativas.



Movilización social. Ejercicio participativo, que considera a la población como sujeto de los procesos a través de la expresión de sus necesidades y su involucramiento activo en la toma de decisiones y acciones sobre los asuntos que son de su interés y que están directamente relacionados su calidad de vida y bienestar.



El proceso de movilización desde el enfoque comunitario, demanda el empoderamiento de las personas y su liderazgo,

⁶Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social.

https://www.academia.edu/20047785/Pensar_desde_la_experiencia_?email_work_card=view-paper&fbclid=IwAR12R7L2zMLWCFnP6iA_dx8QhKnphwPff5Staz8Us1hbowgtSq2eB8nbzcl

⁷Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/3671275>

aspecto que permite garantizar la sostenibilidad de las intervenciones a implementar de acuerdo a contextos específicos. Alude a una organización institucional y comunitaria con fines de diálogo, concertación y decisión.

La movilización social como elemento estratégico y activador de acciones ciudadanas en el ámbito de la salud ha sido objeto de referencia en diferentes documentos técnicos y normativos, como el Plan Decenal de Salud Pública 2012-2021 y la Resolución 0518, entre otros, que promueven acciones como la conformación y el fortalecimiento de redes comunitarias, y el impulso de la participación social activa, del empoderamiento social por medio de la organización y articulación *de personas, familias, comunidades, organizaciones y redes (sean públicas o privadas)*⁸.

Información en salud⁹. Se refiere al desarrollo de acciones de producción, organización y difusión de un conjunto de datos o mensajes para orientar, advertir, anunciar o recomendar a los individuos, familias, comunidades, organizaciones y redes, así como a los actores del SGSSS y otros sectores sobre aspectos relacionados con la salud pública, que contribuya a la construcción de elementos que propicien la toma de decisiones en salud.

Implica el suministro de información sobre políticas, planes, programas, proyectos, estrategias, normas, lineamientos y guías de promoción de la salud o de gestión del riesgo, Derechos y deberes en salud, riesgos en salud y mecanismos para la prevención o mitigación, mecanismos de participación social en salud, rutas de atención y mecanismos que permitan evitar o reducir barreras de acceso a los servicios de salud y sobre promoción de donación de sangre, órganos y tejidos. Para su efectivo desarrollo es necesaria la identificación previa de conocimientos, actitudes y prácticas de salud existentes y sobre las cuales se pretende incidir mediante estas acciones las acciones informativas, diseñar e implementar estrategias de medios acordes a las particularidades de salud pública territoriales.



Educación y comunicación para la salud. Es un proceso de construcción de conocimiento y aprendizaje mediante el diálogo de saberes, que está orientado al desarrollo y fortalecimiento del potencial y las capacidades de las personas, las familias, las comunidades, las organizaciones y redes para la promoción de la salud individual y colectiva, la gestión del riesgo, y la transformación positiva de los diferentes entornos. Su intencionalidad es aportar al desarrollo de la autonomía individual y colectiva en la determinación de sus estilos de vida y en la garantía del derecho a la salud.

⁸ Resolución 0518 de 2015 por medio de la cual se adopta Por la cual se dictan disposiciones en relación con la Gestión de la Salud Pública y se establecen directrices para la ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas - PIC.

⁹ Id

Desde esta perspectiva, *la comunicación para la salud deja de ser una responsabilidad concentrada en las instancias del gobierno o de los organismos internacionales especializados. Se enriquece la pluri-direccionalidad de la comunicación, y naturalmente de los contenidos, mediante la participación de diferentes formas de organización de grupos de base, instituciones no-gubernamentales y las propias comunidades urbanas y rurales, entre otras* (Gumucio Dagrón, 2001).

Implica el desarrollo de acciones comunicativas que faciliten la comprensión de contextos particulares de salud, la sensibilización orientada a la adopción de comportamientos y actitudes favorecedoras de la salud y el bienestar, generar procesos participativos en el marco de la salud pública, contribuir al empoderamiento de las personas, familia y colectivos, fomentar procesos educativos que permitan el desarrollo de capacidades de la ciudadanía para el autocontrol y cuidado de la salud.

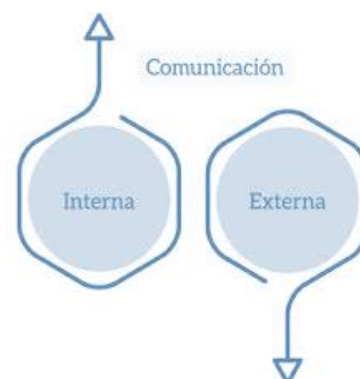
Comunicación interna y externa. La comunicación interna se refiere al ámbito organizacional, que en este caso es el institucional del sector salud, y está relacionado con las acciones que se dirigen a los públicos internos. Para los efectos de la implementación de la PPSS se orienta a generar y promover el conocimiento y la apropiación de la Política, por, medio de un dinámico y programado intercambio de información, con la articulación de actores y procesos internos para el despliegue conjunto y armónico de la misma.



Se deben generar acciones comunicativas que a nivel interno sensibilicen, informen y formen al talento humano sobre la importancia de la participación social en salud, y su rol como canalizador y facilitador de su ejercicio como derecho.

La comunicación externa por su parte, en este contexto se refiere en primer lugar a los flujos de información y mensajes a producir y transmitir para visibilizar y posicionar en la agenda pública la PPSS, y se refiere a la red de relaciones a establecer con actores externos que contribuyan desde sus diferentes roles al logro de los objetivos que se planteen.

Se relaciona con la batería de acciones comunicativas que se diseñan y definen para que la ciudadanía conozca la Política de Participación Social en Salud y la apropie a través de su ejercicio.



La comunicación y el proceso comunicativo

La comunicación en su definición más sencilla nos dice que se deriva de la raíz latina *communis*: poner en común algo con otro, que a su vez es la misma raíz de *comunidad*, de *comunió*n, expresa algo que se *comparte*, es decir que *se tiene o se vive en común* (Kaplún,1985).



“Poner en común” implica entonces en el ámbito de aplicación de la Política de Participación Social en salud, entender la comunicación como el acto/proceso a través del cual se forjan vínculos, se comparte e interactúa, estableciendo relaciones entre diferentes actores (ciudadanos, instituciones, Estado, etc.) en el marco de un proceso que es bilateral o de doble vía, y que no es estático en la medida en la que se participa de este en medio de una circulación constante de contenidos y significados que enriquecen a la colectividad en su conjunto.

La comunicación tiene un papel integrador por excelencia.... es participativa.

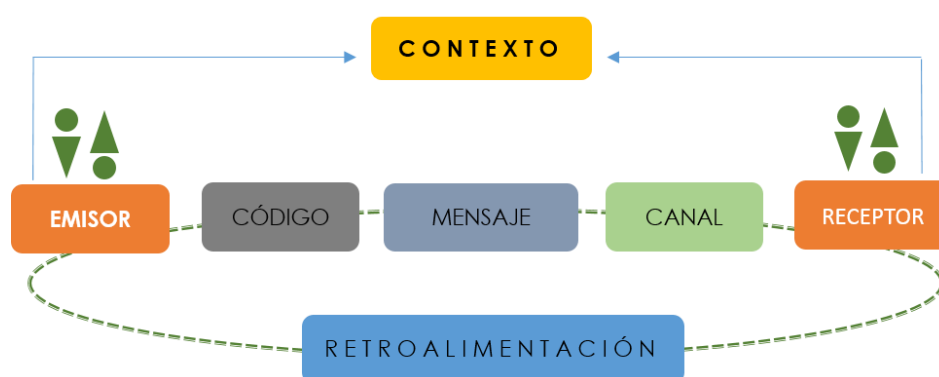
Ahora bien, en un proceso comunicativo de estas características es necesario reconocer los diferentes elementos que lo comprenden y como la interacción entre estos se transforma un proceso activo, que es dinámico, recíproco y significativo, en la medida en la que agrega valor a los actores que se involucran y a sus relaciones, superando la limitada noción de transmisión de información en la que anteriormente solo se hacía referencia a la triada: emisor, mensaje, receptor como se señala a continuación:



Se trata entonces de un proceso complejo y dinámico que comprende la participación e interacción de personas que se comunican e intercambian entre si contenidos, a partir de códigos comunes y través de diversos canales, en el marco de un contexto o una realidad particular que determina o incide en la interpretación de dichos contenidos luego compartidos y transformados en nuevas ideas, conocimientos, comportamientos, etc.

La manera gráfica de representar el proceso comunicativo con los elementos mencionados es la siguiente, haciendo la salvedad de que una vez se ha puesto en marcha una acción comunicativa, se despliegan otros elementos no abordados, priorizando en esta ocasión los de mayor relevancia y que permiten entender que el proceso comunicativo va más allá de la transmisión de datos o de información.

CICLO DE LA COMUNICACIÓN



Desde esta perspectiva de la comunicación, tanto emisor como receptor poseen el rol de la interlocución, generan procesos a través de los cuales se despliegan conocimientos y capacidades que permiten que el intercambio de información (mensaje y sus contenidos) sea dinámico y de retorno, propiciando una comunicación participativa que potencia las condiciones para el empoderamiento social a partir de temas de interés colectivo.

El proceso de comunicación de acuerdo a los siguientes referentes es¹⁰:

... la relación comunitaria que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad. Antonio Pasquiali.

... el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitarias de acceso diálogo y participación. Luis Ramiro Beltrán.

¹⁰Tomado de: <http://institutocienciashumanas.com/wp-content/uploads/2020/03/Qu%C3%A9-entendemos-por-comunicaci%C3%B3n.pdf>.

La comunicación en la PPSS.

De acuerdo con la Resolución 2063 de 2017¹¹, a partir de la cual se adoptó la PPSS, la estrategia de comunicación debe generar:

- Procesos de democratización de la información en todos los planos.
- Mecanismos de divulgación de la PPSS.
- Identificación de medios institucionales y comunitarios en la perspectiva de proyectar posibles sinergias y mayor eficiencia en el uso de recursos comunicativos.
- Mecanismos de articulación con los procesos institucionales internos, externos y comunitarios



La comunicación en la PPSS: Es un proceso transversal

La comunicación es concebida como una acción transversal y continua en el despliegue de la Política de Participación Social. Representa un proceso activo que propicia las condiciones para que los actores que hacen parte del sistema de salud, se integren, articulen e interactúen en el marco de la garantía y del ejercicio del derecho a la participación en salud.



Cumple la doble funcionalidad de conectar a los diferentes agentes sociales e institucionales para la toma de decisiones a través de escenarios y mecanismos de participación, y adicionalmente cumple la función de democratizar la información, a través de acciones de divulgación, apertura de medios y canales de comunicación, en el marco de una acción comunicativa que integre procesos internos, externos, comunitarios e institucionales.

La transversalidad de las acciones de comunicación, se evidencia en los 5 ejes estratégicos, puesto que los desarrollos de las líneas de acción demandan el diseño y despliegue de acciones

¹¹ Resolución 2063 de 2017, por medio de la cual se expidió y adoptó la Política de participación Social en Salud.

comunicativas según los objetivos de cada eje y la naturaleza misma de cada línea de acción, con mayor o menor énfasis, pero está siempre presente, razón por la que precisamente se concibe como un proceso, al que se integran las acciones a desarrollar en las estrategias de gestión y de educación.



En términos generales el proceso de comunicación se debe materializar en la formulación de un plan de comunicaciones integrado por las acciones a desarrollar en cada uno de los ejes estratégicos de la PPSS, siendo articulado al plan integral de comunicaciones de la entidad sobre la base de la comunicación con enfoque diferencial, lo que demanda un trabajo conjunto y permanente entre la oficina de comunicaciones y prensa de la entidad, las diferentes áreas misionales de la misma y el equipo territorial responsable del despliegue y operación de la PPSS.

Sentido de la estrategia de comunicación de la PPSS

La importancia de la estrategia de comunicación está, en que es la herramienta principal por medio de la cual se encuadran y gestionan de manera ordenada todas las intervenciones a desarrollar en materia de comunicación en el marco de la PPSS; y que tienen un propósito comunicativo de potenciar e incidir en cada uno de los ejes estratégicos que la componen. Responde al plan de acción que se define, y en el que consideran todos los elementos (recursos, contenidos, canales y medios, aliados internos y externos, entre otros) que permitirán a los equipos territoriales planificar y gestionar el proceso de comunicación de manera integrada.

Teniendo en cuenta que la implementación de la PPSS está inmersa en un proceso de gradualidad en medio del cual a medida que avanza se fortalecen sus intervenciones y por consiguiente sus resultados, el proceso de comunicación no es ajeno a esta dinámica, toda vez que implica una constante adaptación al contexto en términos del abordaje comunicativo de las diferentes problemáticas o eventos sociales relacionados con la participación en salud, es decir la estrategia de comunicación no es estática, sino que por el contrario se actualiza y cualifica estando en constante evolución, adaptándose a las necesidades del contexto, lo que implica que se lleve a cabo una evaluación y reajuste constante de contenidos, canales, herramientas y espacios de interacción.

Alcance de la estrategia de comunicación

El marco estratégico de la PPSS está conformado por 3 procesos o dimensiones que ordenan e integran las intervenciones a desarrollar en cada uno de los ejes de la PPSS por medio de las 33 líneas de acción que los integran, es decir que las acciones a desarrollar, deben dar respuesta a los objetivos de la PPSS en tres campos de acción: gestión, educación y comunicación.

Estos campos de acción, entendidos en el marco de la PPSS como procesos, representan los mecanismos a través de los cuales se diseñan, implementan y articulan las iniciativas institucionales para la realización del derecho a la participación social en el sector salud, siendo el proceso comunicativo factor clave en términos de su capacidad de aportar al logro de resultados particulares de cada uno de los ejes estratégicos.



Los procesos de gestión y educación tienen objetivos particulares que articulados al proceso comunicativo, permiten un abordaje integral, por medio del cual se amplía el desarrollo y el impacto de las intervenciones, en términos de visibilidad, divulgación, interacción, articulación entre actores y la dinamización y armonización de escenarios de diálogo a nivel territorial.

Aspectos clave a tener en cuenta en el proceso de comunicación para la implementación de la PPSS.

Para desarrollar el proceso de comunicación, es necesario considerar los siguientes elementos:

- ✓ La estrategia de comunicación es un proceso transversal, que impacta de manera directa e indirecta las líneas de acción de la PPSS.
- ✓ Cada eje estratégico de la PPSS requiere la definición de acciones comunicativas propias
- ✓ Es necesario conocer los canales y medios de comunicación (internos y externos) con los que se cuenta.
- ✓ Identificar actores institucionales y comunitarios participes en el proceso.

Objetivos de comunicación y acciones tácticas por eje estratégico de la PPSS

A partir del marco estratégico de la PPSS y con el fin de establecer el abordaje comunicativo a implementar, se estableció la necesidad de formular objetivos y acciones estratégicas desde el campo de la comunicación para cada eje estratégico, de manera que contribuyan al fortalecimiento institucional, el empoderamiento de la ciudadanía y las organizaciones sociales, la cultura de la salud, el control social, y la gestión y la garantía de la salud. A continuación, se presentan los objetivos de comunicación y las acciones tácticas a implementar en cada uno de los ejes estratégicos de la PPSS:

Eje estratégico: 1. Fortalecimiento institucional	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Visibilizar y posicionar la PPSS en la entidad • Empoderamiento institucional: Servidores públicos como agentes institucionales para la promoción de la PPSS. • Disponer mecanismos y herramientas comunicativas que incentiven la intervención de la ciudadanía en el sector. • Integrar el enfoque diferencial al proceso comunicativo	Visibilidad de la PPSS: • Estrategia Comunicación interna • Estrategia de Comunicación externa • Divulgación institucional • Estrategia/plan de integración del enfoque diferencial

Eje estratégico 2. Empoderamiento de la ciudadanía y las organizaciones sociales	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Afianzar el empoderamiento ciudadano, a través de contenidos y herramientas comunicativas para el ejercicio del derecho a la participación. • Acceso de la comunidad a medios y canales institucionales. • Visibilizar iniciativas o procesos de participación y promover sus prácticas participativas locales.	• Micrositio: Acceso a la información y visibilidad de la PPSS y sus procesos: Divulgación comunitaria e institucional.

Eje estratégico 3. Impulso a la cultura de la salud	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Promover la participación y apropiación social de la salud pública y de sus espacios. • Posicionar estrategias de Promoción y Prevención y la participación como elemento clave integrado a los procesos de salud pública.	• Estrategia de Información en salud y Educación y Comunicación para la salud (Res.518/2015) con perspectiva comunitaria. • Divulgación y cubrimiento institucional y comunitario. • Movilización social y conformación de redes¹² de comunitarias para la acción colectiva.

Eje estratégico 4. Fortalecimiento del Control Social	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Sensibilizar, divulgar e informar a la ciudadanía y servidores públicos sobre el control social, como elemento clave para el ejercicio de la participación. • Promover el ejercicio del control social.	• Sensibilización ciudadana. Campaña Control social • Divulgación • Acceso ciudadano a la información

Eje estratégico 5. Gestión y garantía de la salud	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Sensibilización ciudadana • Desarrollar e impulsar procesos de interacción • Informar y divulgar procesos de la PPSS y sus resultados.	• Campaña de sensibilización e información • Espacios de interacción que incluyan metodologías de comunicación participativa • Divulgación institucional y comunitaria

Acción transversal: Uso y apropiación de las TIC	
Objetivos de comunicación	Acciones comunicativas
• Innovar • Visibilizar • Posicionar • Divulgar • Conectar e interconectar	• Gestión del cambio y nuevas formas de operar la PPSS. • Cualificar los procesos de la PPSS a través de las TIC. • Entornos y espacios de comunicación virtual. • Divulgación institucional. • Divulgación comunitaria significativa + .

¹² Resolución 0518 de 2015 por medio de la cual se adopta Por la cual se dictan disposiciones en relación con la Gestión de la Salud Pública y se establecen directrices para la ejecución, seguimiento y evaluación del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas - PIC.

El desarrollo de acciones asociadas al uso y empoderamiento de las TIC, se incluye como una acción transversal, teniendo en cuenta que tiene la capacidad de potenciar en diferentes niveles, los ejes estratégicos y las líneas de acción que demandan el desarrollo de intervenciones comunicativas.

Con el planteamiento de las acciones señaladas anteriormente, se identifica el conjunto de intervenciones que se requieren desplegar desde el campo de la comunicación, siendo una propuesta a desarrollar, teniendo en cuenta que de acuerdo al contexto particular y a las necesidades de cada territorio pueden surgir alternativas de acción y objetivos diferentes a los aquí planteados.

A continuación, se presenta una propuesta para el diseño y desarrollo de la estrategia de comunicación de la PPSS, esperando que los equipos a nivel territorial en las diferentes entidades adelanten un proceso articulado y con el apoyo de la Oficina de Comunicaciones y Prensa, que permita integrar las acciones comunicativas previstas para el despliegue de la PPSS al plan de comunicaciones institucional, teniendo en cuenta que su implementación es una responsabilidad estratégica de la autoridad local en salud y de las entidades responsables de su cumplimiento.

Metodología de trabajo propuesta para la formulación de la estrategia de comunicación de la PPSS.

Para el desarrollo de las acciones a diseñar y desplegar para la estrategia de comunicación se sugiere seguir los pasos que se presentan a continuación, y que le permitirán organizar la planeación de las acciones para que se lleve a cabo como proceso integrando todos los elementos necesarios:

PASO 1. Identificar.

¿Qué sabemos de la comunicación y sus procesos?

Previo al inicio de la planeación de la estrategia de comunicación, se propone desarrollar el siguiente ejercicio práctico, con el fin de identificar y reconocer elementos generales que facilitan la comprensión y apropiación de la comunicación.

Ejercicio práctico ¹³	
Objetivo	Desarrollar capacidades, habilidades de comunicación como estrategia clave de la participación
Contenido	• ¿Qué es la Acción comunicativa? • ¿Cómo diseñar un plan de medios?

¹³ Los aspectos relacionados, son ejemplos susceptibles de adopción o adaptación según se requiera.

	• ¿Cómo realizar e implementar Estrategias comunicativas asertivas en los contextos específicos? • ¿Cómo diseñar piezas comunicativas apropiadas y que movilicen? • ¿Cómo se usan las redes sociales para la acción?
Conceptos y elementos clave	Acción comunicativa, plan de medios, estrategias comunicativas, redes sociales, movilización social, trabajo en Red, Herramientas TIC
Indicador de desempeño	• Entiende la comunicación como un proceso • Comprende y reconoce diferentes formas de usar la comunicación • Sabe que puede potenciar la participación haciendo uso de la comunicación y las redes sociales. • Comprende la relación entre participación y comunicación
Recursos	Guías, hojas en blanco, papel periódico, marcadores, cinta adhesiva, Post-it, etc.

Conocimientos previos. Se recomienda realizar un sondeo de ideas y conocimientos previos frente a la comunicación con el fin de aclarar conceptos que permitan enfocar el proceso de construcción del plan o estrategia de comunicaciones. Se sugiere utilizar la siguiente estructura:

A partir de su experiencia defina:			
¿Qué es la comunicación?	¿Qué es la difusión?	Diferencias	Semejanzas
¿Qué es una estrategia de comunicación?	¿Qué es un plan de medios?	Diferencias	Semejanzas
¿Qué es comunicar?	¿Qué es informar?	Diferencias	Semejanzas
¿Qué es la Acción comunicativa?	Que es acción divulgativa	Diferencias	Semejanzas

Se recomienda adicionalmente explorar conocimientos sobre los siguientes conceptos:

Conceptos asociados al desarrollo de procesos comunicativos			
Comunicación	Información	Tecnologías de la información y las comunicaciones	Medios externos e internos
Plan de comunicaciones	Proceso de comunicación	Tácticas comunicativas	Divulgación
Movilización social	Educomunicación	Estrategia	Comunicación comunitaria
Comunicación institucional	Plan de medios	Comunicación digital	Reportería comunitaria

Una vez se ha desarrollado el sondeo de conocimientos previos, se han explorado los conceptos teóricos y prácticos señalados al inicio del documento y los adicionales que se considere necesario incorporar el ejercicio, se sugiere a continuación realizar las siguientes actividades previo al inicio de la formulación del plan de comunicaciones para la PPSS:

PASO 2. Identificar.

Situación institucional con relación al proceso comunicativo.

A continuación, se relacionan algunos de los principales elementos identificar frente a los procesos comunicativos de la entidad, que le permitirán establecer una especie de inventario de los recursos comunicativos con los que se cuenta para el desarrollo de las acciones a diseñar y ejecutar. Se recomienda elaborar una lista de chequeo a partir del siguiente ejemplo:

Aspectos a identificar		SI	NO
1	¿La entidad territorial de salud cuenta con oficina de comunicaciones o prensa?		
2	¿Existe una política de comunicación en la entidad - Involucra la PPSS en sus procesos?		
3	¿Cuenta con estrategia de comunicación institucional - Desarrolla acciones relacionadas con la PPSS y sus procesos?		
4	¿Se dispone de talento humano para gestionar los procesos comunicativos y sus estrategias? (Suficiencia, forma de vinculación, conocimientos técnicos y científicos).		
5	¿Existe efectiva articulación entre el área de comunicaciones y de participación social en salud?		
6	¿La entidad territorial dispone de medios de comunicación?		
7	¿Se cuenta con recursos logísticos, financieros, etc.?		

8	¿Se reconoce la población a intervenir teniendo en cuenta su entorno social, cultural y económico?		
9	Problemas o necesidades de comunicación que los convoca.		
10	¿Se identifican las necesidades de comunicación (Públicos internos y externos)?		
11	¿Se tienen identificadas las formas de intervención en cuanto a cómo se comunican las personas, como obtienen la información, de qué manera participan, qué oportunidades tienen para ejercer la participación?		
12	¿Se cuenta con acceso a medios de comunicación tradicionales y alternativos, incluyendo los comunitarios existentes en el territorio?		
13	¿Se tienen identificado y/o clasificados los que generan mayor impacto o receptividad en la población?		
14	¿Se identifican grupos de actores y/o sectores que se busca involucrar de forma directa e indirecta? Esta información generalmente se consolida a través del mapeo de actores.		

A partir de lo anterior se sugiere listar¹⁴ todos aquellos aspectos que se considere necesario identificar y que permitirán establecer de primera mano cual es la situación comunicativa de la entidad, información que será clave para el diseño y desarrollo de la estrategia de comunicación de la PPSS.

PASO 3. Definir Objetivos institucionales de comunicación

Una vez se ha realizado el proceso anterior, que podríamos llamar la fase de diagnóstico o de análisis situacional, se sugiere plantear los objetivos de comunicación que se busca alcanzar con el desarrollo de la estrategia y que permitirán visibilizar la PPSS. En este sentido los objetivos de las diferentes entidades territoriales de salud y demás instituciones del SGSS deberán estar encaminados a:

- ✓ Establecer una estrategia comunicativa que permita posicionar la Política de Participación Social en Salud, como una prioridad en la agenda del nivel regional y nacional.
- ✓ Involucrar a los servidores públicos de la entidad Territorial en los procesos que se lleven cabo en el desarrollo de la estrategia comunicativa.
- ✓ Generar confianza y credibilidad.
- ✓ Adecuar los entornos internos y externos para la puesta en marcha de la estrategia.
- ✓ Establecer mecanismos de acceso a la información, que genere información pertinente, oportuna y de calidad definiendo los procedimientos internos y externos de los flujos de información

¹⁴ Ir a plantilla en la sección Caja de herramientas. Los ítems pueden ser modificados o complementados según el contexto comunicativo de cada entidad y del territorio.

***Nota:** Para este momento es necesario integrar la definición de los objetivos de comunicación a las políticas de comunicación y la estrategia comunicativa institucional previamente establecida por cada una de las entidades, teniendo en cuenta que la PPSS y las acciones que conlleva son transversales al quehacer misional de las entidades y que no actúan de manera separada.*

PASO 4. Identificar Medios, canales y recursos tecnológicos

En esta fase del proceso de planeación de la estrategia comunicativa, es importante establecer los recursos disponibles en la entidad o en su defecto, los que se estaría en capacidad de generar para su despliegue. A continuación, se relacionan los posibles medios, canales y demás herramientas a tomar como referencia para la puesta en marcha de un plan de comunicación con una breve descripción de posibles las actividades a desarrollar¹⁵:

Medios de comunicación	Actividades
Página web	Publicar y divulgar: • Noticias de interés en salud para la ciudadanía • Resultados de gestión • Información relacionada con el papel fundamental de la ciudadanía en la toma de decisiones respecto a la gestión pública del sector, a través de boletines de prensa.
Intranet	Compartir información, a través de una plataforma de comunicación eficiente al interior de las instituciones.
Eventos institucionales (talleres, foros o reuniones de información, diálogos participativos, entre otras.)	Realizar y participar en eventos programados orientados a la ciudadanía, con el fin de involucrar a los diferentes actores del sistema en procesos de discusión, decisión, planificación y control que involucran la gestión y el desarrollo local.
	Realizar estrategias de divulgación, focalizadas en la inclusión de la ciudadanía en la toma de decisiones en el sector, a través de la generación de información de interés basada en criterios de calidad y pertinencia local.
Material educativo (folletos volantes, cartillas, carteles y boletines informativos, trípticos educativos e informativos, etc.).	Producir contenidos educativos para su publicación y difusión impresa o digital, con el fin incidir en el empoderamiento de la ciudadanía sobre sus

¹⁵ Se sugiere elaborar un alista de chequeo. En la sección Caja de herramientas encuentra una plantilla que podrá adaptar según sea el caso.

	derechos y su capacidad de involucrarse en la gestión del sector por medio del ejercicio del control social.
Estrategias radiales	En convenio con medios locales, realizar campañas de difusión, perifoneo y cuñas informativas, según el contexto, dirigidas a organizaciones de la sociedad civil y ciudadanía en general, que incluyan un lenguaje claro, sencillo, específico y que brinde información de interés de manera continua.
Estrategia de prensa	Convocar ruedas de prensa para dar a conocer a la población las actividades, programas, proyectos, presupuestos, ejercicios y espacios de rendición de cuentas, etc., además de atender requerimientos de periodistas, entre otras acciones de divulgación relacionadas con la gestión adelantada y su impacto en el sector a nivel local.
Videoconferencia, Foros virtuales Conversatorios, Mesas virtuales a presenciales de diálogo y concertación, entre otras.	Generar las condiciones que permitan a la ciudadanía interactuar con la institucionalidad a través de entornos virtuales: aplicable a los procesos de decisión de la gestión en asuntos de salud. Programar espacios virtuales que permitan el encuentro entre usuarios y ciudadanía interesada en conocer los asuntos del sector e involucrarse en los procesos de toma de decisión.
Redes sociales	Plataformas digitales a través de las cuales es posible formar comunidades digitales para comunicarse, relacionarse e intercambiar información en torno a intereses o valores comunes, actividades o procesos relacionados con la participación social en salud.
	Permiten generar contenidos para informar a la ciudadanía sobre la importancia de su participación en la gestión y el control social en salud.
	Facilitan la difusión de mensajes para promover los ejercicios participativos y noticias de interés, convocatorias, entre otros.
Videos, sketches informativos (capsulas o flash) y otros medios de video	Son piezas audiovisuales que cumplen una intención divulgativa, según sus objetivos pueden ser de carácter formativo, técnico o informativo. Dentro de las modalidades encontramos los siguientes ejemplos: anuncios (Spot) micro relatos, reportajes, documentales, Virales (de propagación rápida a través del voz a voz electrónico), videos de actos, acciones, celebraciones o eventos, institucionales, testimoniales, entrevistas, experiencia de usuarios, clientes, colaboradores o expertos que actúan como prescriptores. Vídeo didáctico o de formación o E-Learning. Son una herramienta eficaz para los actores institucionales y comunitarios.
YouTube	Sitio web o plataforma para buscar, subir/alojar o compartir material de video. Es un canal eficaz y de fácil acceso, que permite publicar contenidos de diferente índole, por ejemplo, visibilizar experiencias comunitarias de participación en salud, presentar iniciativas o campañas institucionales y su impacto, realizar promoción del proceso participativo e incidencia en el ciclo de la gestión, entre otros.

Tecnología digital (TV digital y en caso de existir emisora digital)	Dispositivo útil para promover la participación de la ciudadanía y su intervención en las acciones que se llevan a cabo en la gestión del sector.
Correo electrónico	E-mail es el medio electrónico más efectivo que trabaja con una cobertura mayor. El fin es tener un espacio virtual y personal de información relacionada con la Política de Participación Social en Salud. Constituye una oportunidad de comunicación para difundir información de interés de forma oportuna. E-mailing son los correos masivos que pueden ser usados como medio para estimular la participación.
Conformación de redes de comunicadores comunitarios	Lo conforman un conjunto de personas, familias, comunidades y organizaciones, quienes interactúan e intercambian información de interés, conocimientos, experiencias y recursos (económicos, sociales) para generar alternativas novedosas que les permitan potenciar los saberes y generar sinergias que ayuden a transformar concepciones, significados, emociones y prácticas que rescaten su participación en la vida pública.
Voz a Voz	Es una estrategia comunicativa que transmite un mensaje de credibilidad, es rápida y tiene un mayor impacto.

PASO 5: Identificar

¿Dónde aplica el desarrollo de acciones comunicativas?

Como se ha dicho anteriormente, el proceso comunicativo es transversal en el marco estratégico de la PPSS, es decir que cada eje estratégico demanda la definición de acciones comunicativas de acuerdo a las líneas operativas que los conforman. En este momento, es clave identificar en cuales de estas aplica el diseño y desarrollo de acciones comunicativas. Para lo cual usted puede recurrir a la tabla de referencia que encuentra a continuación.

Desde el enfoque de transversalidad del proceso de comunicación en los 5 ejes de la PPSS, es importante que se tenga en cuenta, que hay líneas que tienen relación **directa** con la estrategia de comunicación y que implican la definición de acciones de base, pero que además existen algunas que son **indirectas**, es decir que su objetivo primario no se orienta al despliegue de acciones comunicativas, pero que si se pueden fortalecer y complementar desde este campo, por ejemplo con divulgación o visibilidad.

En las siguientes tablas, podrá identificar fácilmente las líneas que demandan acciones comunicativas en cada uno de los ejes de la Política.

Eje 1. Fortalecimiento institucional para la garantía del derecho a la participación

<i>Línea de acción</i>		Relación	
		Directa	Indirecta
a.	Destinar y gestionar los recursos financieros necesarios en los presupuestos en el nivel nacional y territorial orientados a fortalecer las estructuras administrativas y el recurso humano dedicado al fomento y gestión de los procesos de participación y en el desarrollo de la Política de Participación.	✓	
g.	Transversalizar los procesos y dinámicas de participación social en el ciclo de las políticas públicas del sector salud a nivel territorial.		✓
h.	Cuenta con estrategia de comunicación institucional - Desarrolla acciones relacionadas con la PPSS y sus procesos.	✓	

Eje 2. Empoderamiento de la ciudadanía y las organizaciones

<i>Línea de acción</i>		Relación	
		Directa	Indirecta
b.	Establecer los incentivos que propicien la participación social y comunitaria		✓
c.	Impulsar y promocionar las iniciativas del uso y apropiación de las tecnologías de información y las comunicaciones en las organizaciones sociales en salud	✓	
d.	Fortalecer las estrategias de información y comunicación incluido el acceso a medios, boletines, periódicos que posibilite espacios a las organizaciones para impulsar y visibilizar sus procesos participativos.	✓	
e.	Promover las formas de convocatoria de los espacios de participación que reconozca las dinámicas territoriales y comunitarias del sector salud.		✓
i.	Definir los mecanismos de consulta y de transferencia de la información requerida para garantizar la participación de la comunidad, en las definiciones de política integral de salud, en las prioridades en salud, así como en inclusiones y exclusiones.		✓

Eje 3. Impulso a la cultura y cuidado de la salud

<i>Línea de acción</i>		Relación	
		Directa	Indirecta
b.	Diseñar una estrategia de comunicación e información para la promoción y socialización de una cultura de bienestar y salud con perspectiva comunitaria.	✓	
d.	Conformar y/o consolidar mecanismos de espacios para que la ciudadanía participe y se apropie de los programas de promoción y prevención.		✓

Eje 4. Control social

<i>Línea de acción</i>		Relación	
		Directa	Indirecta
b.	Mejorar el acceso a la información por parte de la ciudadanía a través de la ampliación de canales de comunicación por parte de las instituciones.	✓	
c.	Posicionar el control social como elemento básico de la democracia y la transparencia en salud, lo cual incluye el reconocimiento a veedores y a sus redes.		✓

Eje 5. Gestión y garantía en salud

<i>Línea de acción</i>		Relación	
		Directa	Indirecta
b	b. Implementar los dispositivos que permitan a la ciudadanía participar en la gestión del sector salud en los niveles territoriales e institucionales, articulado a un proceso pedagógico y de comunicación estratégico e integral.	✓	
d	Fortalecer los escenarios para la participación en la decisión, siendo los procesos de pedagogía y comunicación, un elemento determinante para su consolidación.	✓	

Nota: El ejercicio de identificar las líneas que implican el desarrollo de acciones comunicativas, le permitirá tener mayor claridad en el momento de diseñar la estrategia de comunicación, para así definir los diferentes alcances según sean de directas o indirectas.

PASO 6. Autoevaluación. ¿Cómo vamos? Identifique cuales han sido los avances logrados por la entidad y las acciones que están por desarrollar en términos de comunicación e información. Para este fin, apoye su ejercicio de autoevaluación a partir de la siguiente tabla, en la que podrá revisar la gestión de la comunicación realizada y diligenciar la columna de posibles acciones a implementar.

Proceso comunicativo de la PPSS				
Eje 1. Fortalecimiento institucional para la garantía del derecho a la participación				
Línea acción	Preguntas orientadoras	Retos 2023	Avances	Acciones a implementar
a	¿La entidad cuenta con recursos (financieros o humanos) destinados al proceso de comunicación de la PPSS?	Estrategia de comunicación interna y externa: Definición de recursos y asignación de talento humano para el diseño y desarrollo la estrategia comunicativa de la PPSS.		
g	¿Se han desarrollado Acciones de comunicación interna (Socialización, sensibilización, divulgación institucional, de la PPSS, etc.)? ¿Se cuenta con espacios de espacios de interacción definidos?	Comunicación interna: Visibilidad y posicionamiento institucional de la PPSS. Divulgación del plan de acción, procesos y resultados. Acciones concretas de articulación para el despliegue conjunto de la PPSS.		
h	¿La entidad cuenta con espacios en los que incorpora el enfoque diferencial, cómo se desarrollan? ¿Qué mecanismos, herramientas o metodologías de comunicación se han dispuesto para vincular en los espacios de participación en salud, el enfoque diferencial? ¿El material comunicativo y los canales divulgativos e informativos son incluyentes y reconocen y visibilizan poblaciones de manera diferencial?	Acciones de comunicación y articulación interna: Definir mesas de trabajo y cronogramas conjuntos entre áreas, que articulen e integren la participación social sobre la base del enfoque diferencial para promover su apropiación. Acciones de comunicación externa: Establecer contenidos y diseñar piezas de comunicación (videos, infografías, spot, etc.), con enfoque diferencial para circulación en diferentes canales institucionales o aliados de Alcaldías o Gobernaciones, así como en redes sociales.		

Eje 2. Empoderamiento de la ciudadanía y las organizaciones

Línea acción	Preguntas orientadoras	Retos 2022/2023	Avances	Acciones a implementar
b	¿Se ha desarrollado de manera efectiva la divulgación de los eventos o la entrega de incentivos para promover la participación social en salud? ¿La estrategia o plan de incentivos incluye acciones de comunicación y divulgación? ¿Se ha dado visibilidad a las acciones de entrega de incentivos a través de los canales de comunicación institucional?	Efectiva divulgación de las acciones realizadas: capacitaciones, día instalado oficialmente, eventos públicos, visibilidad en página web, Micrositio o redes sociales, etc. Líderes o iniciativas comunitarias reconocidas, incentivos otorgados (carnetización, diploma, apoyo de transporte, menciones, reconocimientos escritos, material POP (chalecos, Mug, porta carnet, agendas, libretas, kits, etc).		
c	¿Cómo la institución utiliza, apropia y optimiza las TIC? ¿Qué mecanismo de divulgación e información despliega a través de las herramientas TIC? ¿Se realiza una efectiva divulgación e información de las acciones de capacitación que se desarrollan en la línea? ¿Qué material de comunicación ha sido generado por las organizaciones sociales y a través de qué canales se ha divulgado? Incluye piezas: en video, audios, noticias, notas informativas con contenidos priorizados por ellos mismos según el contexto de salud y la realidad local. ¿Cómo se promueve e impulsa la apropiación de las TIC por parte de las comunidades y sus líderes?	Uso y apropiación institucional de las TIC: Divulgación. Entidad con aplicación y despliegue de diversos canales y herramientas tecnológicas para la divulgación de los procesos y para la interacción con los diferentes grupos. Uso institucional de las TIC para para visibilizar ejercicios o iniciativas comunitarias de participación. Micrositio de la PPSS posicionado como el principal canal de comunicación y divulgación de la PPSS. Implica la definición de: estructura y parrilla contenidos en los medios institucionales y comunitarios para visibilizar las iniciativas de la comunidad - organizaciones sociales, buenas prácticas participativas, etc., con boletines, destacados en la página web de la entidad), campañas, boletines, historias y testimonios cortos, reportajes fotográficos, entrevistas, hechos destacables o news, entre otros.		

		Personas, líderes, organizaciones sociales, ciudadanos, veedores, redes de veedurías para el desarrollo de competencias para el uso de las TIC, técnicas de redacción, herramientas comunicativas y plataformas digitales, entre otros.		
d	¿La entidad cuenta con estrategia de comunicación para la PPSS? ¿Define espacios para visibilizar acciones de participación llevadas a cabo por líderes, organizaciones sociales, ciudadanos, veedores, redes de veedurías, COPACOS, CTSSS, asociaciones de usuarios, y publicaciones específicas? ¿Cuáles canales de comunicación alternativos se han dispuesto para visibilizar e intercambiar experiencias exitosas o buenas prácticas en salud, orientadas a mejorar calidad de vida de la población? ¿Cuántas y cuáles experiencias comunitarias en procesos participativos para la garantía del derecho a la salud, han sido visibilizadas, en qué espacios y a través de que canales (página web, espacios institucionales, entre otros)? ¿Se genera la producción y divulgación de piezas o material comunicativo (spot, videos, piezas radiales, etc.)? ¿Qué mensajes y contenidos se han impulsado para visibilizar los procesos participativos?	Estrategia de comunicación definida y operando Despliegue de medios y canales con espacios y acceso para la divulgación de contenidos generados por organizaciones sociales y la visibilidad de iniciativas de participación comunitaria. Realizar un inventario de medios con posibles acuerdos para divulgación del trabajo comunitario en salud. Experiencias comunitarias visibilizadas, con temáticas identificadas para su publicación en la web, Micrositio de la PPSS y demás espacios institucionales.		

	¿Se tienen identificados los líderes comunitarios o vocerías locales con las cuales se puede apoyar el posicionamiento de la PPSS en la comunidad, y la generación de espacios para visibilizar estas prácticas? ¿En cuanto al enfoque diferencial, que experiencias significativas se han desarrollado y visibilizado? ¿Conocen y han apropiado la Guía para la identificación de experiencias en Participación Social por parte de las entidades territoriales que ha dispuesto el MSPS?			
e	¿Los procesos de convocatoria aplican mecanismos y lenguajes con enfoque diferencial? Para ampliar y garantizar la convocatoria ¿Se acude al uso de metodologías acordes con los diversos públicos y que reconozcan las múltiples expresiones en el territorio como: voz a voz, perifoneo, uso de liderazgos, entre otros) ¿Qué medios están al servicio de y cuántas veedurías ciudadanas y otras formas de control social? ¿Se tienen identificados los mecanismos de comunicación pertinentes para hacer aplicar a diferentes formas convocatoria y hacerlas más efectivas?	Divulgación e información: Acción Integrada y articulado al plan de convocatoria diseñado. Canales y tipos de información que cumplen con criterios de tiempo y calidad para garantizar la participación efectiva y oportuna de los líderes en los diferentes espacios y procesos.		
i	¿Se tienen identificados con precisión canales y tipos de información, así como tiempos de entrega de la información que requieren los líderes para participar efectiva y oportunamente?	Entidad con mecanismos e instrumentos definidos para la efectiva consulta y transferencia de información.		

	¿Qué mecanismos e instrumentos se han definido para la consulta y transferencia de la información y su análisis que permita la garantía del derecho a la salud? ¿Cuántas consultas han sido realizadas y cuáles son los principales temas motivo de consulta? ¿Se lleva a cabo la socialización de instrumentos, mecanismos o espacios para el acceso a información por parte de las organizaciones sociales? ¿La entidad socializa e informa a la ciudadanía general sobre los canales y las rutas para el acceso a la información de interés en salud (PQR, convocatorias, actividades y eventos, documentos, cursos, inscripciones o postulaciones de iniciativas o experiencias comunitarias, etc.)?	Capacidad de respuesta de la entidad y mecanismos definidos para este fin.		
Eje 3. Impulso a la cultura de la salud				
Línea acción	Preguntas orientadoras	Retos 2022/2023	Avances	Acciones a implementar
b	En el marco del plan de comunicaciones para la PPSS: ¿Se incluyen acciones comunicativas e informativas de Promoción y prevención con perspectiva comunitaria? ¿Se tienen definidas y priorizadas temáticas para la definición de contenidos para comunicar, educar e informar?	Diseño y operación de componente Promoción y prevención (la cultura del derecho a la salud y el autocuidado) en la estrategia de comunicación de la PPSS (medios y canales de divulgación, contenidos, publicaciones, etc.). Enfoque IEC con perspectiva comunitaria. Métricas: contador de visitas, vistas, reproducciones, etc.		

	¿Cuáles son los temas abordados para dar respuesta a las problemáticas identificadas? ¿Cuáles canales de comunicación que se han utilizado para promocionar e informar? ¿Se han generado y publicado contenidos educomunicativos para promover la cultura de bienestar y salud, con énfasis en la transformación positiva de conductas y/o comportamientos que favorezcan los estilos de vida saludable? ¿Tanto los contenidos como los lenguajes son pertinentes con el contexto y la realidad local? ¿Estas acciones de comunicación se coordinan con los programas de las diferentes áreas de la entidad? ¿Se trabaja de manera articulada con medios de comunicación comunitarios? ¿Se tienen herramientas de educomunicación para interactuar con familias y colectivos para superar problemáticas identificadas en salud pública? ¿Se trabaja de manera articulada con los medios de comunicación comunitarios que son efectivos en el territorio?			
d	¿Cuántas redes comunitarias (acción sostenida en el tiempo,) sectorial o intersectorial se encuentran conformadas en articulación salud pública y participación social? ¿Cómo la institucionalidad aporta a su fortalecimiento?	Espacios de participación e interacción con actores comunitarios para conciliar, planear, organizar y ejecutar proyectos o iniciativas para la promoción de la salud - PIC. Redes conformadas en articulación salud pública y participación social		

	¿Cuántas movilizaciones sociales (grupos organizados en torno a objetivos de salud comunes y por un periodo de tiempo) realizadas en favor de la salud pública o en alguna de sus dimensiones? ¿Se dispone de espacios de participación en los que se interactúa con actores comunitarios para conciliar, planear, organizar y ejecutar proyectos o iniciativas para la promoción de la salud (PIC)? ¿Se cuenta con una agenda para el desarrollo de encuentros colectivos para identificar problemáticas locales de salud y sus posibles alternativas de solución? ¿Las intervenciones colectivas se ejecutan y monitorean con la participación de la comunidad? a través de que espacios? ¿Se generaron espacios para la concertación de acciones en el marco de las intervenciones IEC que considera el PIC?	Movilizaciones realizadas en favor de la salud pública para la afectación positiva de las conductas y condiciones sociales, ambientales o culturales en salud.		
Eje 4. Control social				
Línea acción	Preguntas orientadoras	Retos 2022/2023	Avances	Acciones a implementar
b	¿La estrategia de comunicaciones, cuenta con canales que facilitan a la ciudadanía el acceso a la información? (democratizar la información y garantizar la transparencia) ¿Por medio de qué canales o espacios (diferentes a la página web) se brinda información a la comunidad?	Canales operando e integrados al mecanismo consulta y transferencia de información definido en (literal i eje 2), Acciones para el acceso ciudadano a la información: Ampliación de canales para el acceso a la información de interés de la ciudadanía Generar información que facilite a los ciudadanos el control social en el sector.		

	¿Se cuenta con Micrositio para la PPSS? ¿Se cuenta con batería de contenidos orientados a la promoción y el incentivo del ejercicio de control social? ¿Se hace una adecuada divulgación e información de las acciones que se despliegan en el eje?	Identificar y dar a conocer escenarios, actividades, espacios o instrumentos que visibilizan información de interés para la comunidad en forma permanente. PRODUCTO: Campaña de sensibilización ciudadana para el fomento y promoción del control social como derecho ciudadano. Acciones comunicativas implementadas: Generar contenidos y piezas de comunicación para incentivar el ejercicio del control social. Contenidos activos a través del Micrositio de Participación Social en la pág. web de la entidad, medios de comunicación comunitarios, etc. (Generar y divulgar piezas comunicativas que promueven e incentiven el control social ciudadano). Divulgación de acciones de capacitación y sus módulos temáticos. Métricas: contador de visitas, vistas, reproducciones, etc.		
C	¿Cuáles han sido las acciones comunicativas desplegadas para fortalecer el proceso de entrega de reconocimiento a los ejercicios, prácticas o iniciativas del control social?	Campaña de sensibilización: Integrado a la estrategia de reconocimientos. Ciudadanos, líderes, veedores, redes de veedurías reconocidas en acciones de control social, y generar reconocimientos a través de canales y medios institucionales a veedores y redes ciudadanas en salud con publicaciones. Generar reconocimientos a través de canales y medios institucionales a veedores y redes ciudadanas en salud. Métricas: contador de visitas, vistas, reproducciones, etc.		

Eje 5. Gestión y garantía en salud				
Línea acción	Preguntas orientadoras	Retos 2022/2023	Avances	Acciones a implementar
b	¿Cuáles han sido las acciones y mecanismos comunicativos implementados para fortalecer el despliegue de la línea? ¿Se implementan estrategias de comunicación participativa en desarrollo de los espacios?	Ampliar las bases de participación en los espacios apoyado en acciones de comunicación participativa: convocatoria ampliada, espacios de interacción y concertación, mapa de actores- formas de convocatorias y su difusión, iniciativas sociales, espacios de discusión e integración, aplicación de lenguaje inclusivo. Espacios que incorporen pautas de funcionamiento para definir procedimientos claros. La metodología utilizada debe ser acorde a la realidad local. Definición de prácticas, reglas o protocolos, metodologías de comunicación participativa, que fortalezcan y propicien la interacción efectiva entre los diferentes actores, para la toma de decisiones. Implementar mecanismos comunicativos que garanticen el diálogo y que fortalezcan tanto los mecanismos como los espacios de decisión. Plan de divulgación para dar a conocer a la ciudadanía escenarios y espacios de decisión y sus agendas como mecanismo para potenciar su participación: logros, desarrollo, avances alcanzados en estos espacios, diseño y divulgación de piezas comunicativas, experiencias exitosas de presupuestación participativa, de las decisiones en presupuestación participativa, Iniciativas comunitarias acogidas, decisiones tomadas con participación de la comunidad, programas, proyectos, programas, que evidencian acciones efectivas de participación comunitaria.		

		Métricas: contador de visitas, vistas, reproducciones, etc.		
d	¿Cuáles han sido las acciones y mecanismos comunicativos desplegadas para fortalecer el despliegue de la línea? Se realiza la efectiva divulgación en los diferentes medios de comunicación sobre las decisiones tomadas con aporte de la comunidad y sus resultados. ¿Se implementan estrategias de comunicación participativa en desarrollo de los espacios? Se llevan a cabo acciones comunicativas para promover y fortalecer la incorporación de la ciudadanía en programas, proyectos o políticas que tienen como estrategia básica la participación en la toma de decisiones.	Implementar mecanismos comunicativos que garanticen el diálogo y que fortalezcan tanto los mecanismos como los espacios de decisión. Plan de divulgación para dar a conocer a la ciudadanía escenarios y espacios de decisión y sus agendas, como mecanismo para potenciar su participación: logros, desarrollo, avances alcanzados en estos espacios, diseño y divulgación de piezas comunicativas, experiencias exitosas de presupuestación participativa, de las decisiones en presupuestación participativa, Iniciativas comunitarias acogidas, decisiones tomadas con participación de la comunidad, programas, proyectos, programas, que evidencian acciones efectivas de participación comunitaria. Métricas: contador de visitas, vistas, reproducciones, etc.		

PASO 7. Planificación y construcción de la estrategia.

Una vez se han fortalecido los conocimientos sobre comunicación, se han identificado los recursos comunicativos de la entidad, y se han establecido tanto los avances como los aspectos a desarrollar, damos paso al diseño y definición de las acciones comunicativas a desplegar para cada eje estratégico a través de las diferentes líneas de acción. Aplicación práctica a través de la caja de herramientas (plan de comunicaciones, plan de contenidos, plan de eventos).

Momentos a tener en cuenta:

Momento 1: planificación	Momento 2. Diseño
Diagnostique: Identifique ✓ Recursos humanos y técnicos ✓ Medios y canales propios Defina: ✓ Objetivos ✓ Públicos (mapa de actores) ✓ Contenidos y mensajes	✓ Contenidos ✓ Piezas comunicativas ✓ Estrategias ✓ Plan de divulgación (medios y canales) ✓ Tiempos: cronogramas
Momento 3. Ejecución	Momento 4. Evaluación y ajuste
Implementación y operación de la estrategia de comunicación	Identificar: ✓ Resultados e impactos ✓ Casos de éxito o buenas prácticas Redefinir: ✓ Aspectos a fortalecer (periodicidad, contenidos, etc.) ✓ Aplicar al finalizar cada vigencia ✓ Generar nuevo proyecto comunicativo fortalecido con la experiencia

PASO 8. Plan de acción. ¿Cómo hacerlo?

A continuación, se propone el siguiente modelo de plan de acción que le permitirá organizar y dar estructura a la estrategia de comunicación y las actividades definidas para su desarrollo, encontrando los siguientes campos:

Eje Línea	Tema	Contenido	Población (Públicos)	Objetivo	Fuente de información (Área)	Formato	Canal	Responsable o aliado estratégico	Medios de comunicación o actores locales aliados
Seleccione la línea a intervenir	Defina los temas a posicionar y divulgar	Tipo: Educativo Informativo (textos, imágenes, datos, etc.	Público interno Público externo	Informar Educar Sensibilizar Convocar Lanzamiento Posicionar Socializar Visibilizar	Origen de la información	Video Boletín informativo Radio Entrevista Cartilla Perifoneo Voz a voz	Emailing Redes sociales Radio Medios alternativos Micrositio Página web	Personas que lideran el proceso o que participan en calidad de aliados: Áreas de la entidad Red de veedores Actores del SGSS Autoridades locales	Intranet Emisora Periódico local Carteleras

Para esta fase del proceso se sugiere revisar nuevamente el **Paso 5** teniendo en cuenta que allí se encuentran claramente diferenciadas las líneas de acción de la PPSS que requieren el desarrollo de acciones comunicativas, bien sea de manera directa o indirecta. Al realizar esta identificación se definen inicialmente las temáticas y los públicos. En esta fase, también es necesario definir el tipo de estrategias generales y las tácticas que integran el proceso comunicativo, diferenciando sin son de carácter interno o externo. Algunos ejemplos a tener en cuenta pueden ser los siguientes:

- ✓ Campañas
- ✓ Jornadas de sensibilización
- ✓ Plan de divulgación
- ✓ Encuentros comunitarios
- ✓ Eventos de reconocimiento

Recordemos que la comunicación siempre debe ser estratégica, es decir que responde a unos objetivos previamente establecidos.

Caja de herramientas

Ficha 1. Resumen/matriz. Lista de chequeo o verificación situación comunicativa institucional

Descripción del análisis	Situación actual	Situación deseada	Actores (mapa y análisis de poder) ¿Con quienes? ¿Para quienes?
1. Existe una política de comunicación en la entidad territorial.			
2. Talento humano			
3. Recursos logísticos, financieros			
4. Población a intervenir: entorno social, cultural y económico.			
5. Problemas de comunicación que los convoca.			
6. Necesidades de comunicación			
7. Formas de intervención			
8. Medios de comunicación: tradicionales, alternativos, comunitarios existentes en el territorio			
9. Medios de comunicación que tiene a disposición la Entidad territorial.			
10. Grupo de actores y sectores que a involucrar: directa e indirecta			

Ficha 2. Plantilla planificación estrategia de comunicación. Opcional por eje estratégico

Planeación estrategia de comunicación de la PPSS									
Eje estratégico	Tema	Contenido	Población (Públicos)	Objetivo	Fuente de información (Área)	Formato	Canal	Responsable	Medios o actores locales aliados
1	Enfoque diferencial	Servicios de salud incluyentes	Indígena	Divulgativo	Salud Pública	video	Micrositio		Emisora
2	Participación en salud	Mecanismos de participación	Veedurias	Educativo	Minsalud - Super	Impreso (volante, cartilla, etc)	Redes Sociales		Canal de TV local
3			Diversa	Educativo	Planeación	Infografía	Eventos		Colectivos de jóvenes
4			Población rural	Informativo	Promoción Social	Pieza de radio	Web institucional		Colectivos de mujeres
5			Ciudadanía general	Sensibilizar		Entrevistas - Testimonios			Organizaciones

Ficha 3. Plantilla planificación proceso de comunicación. Opcional por línea de acción

Planeación estrategia de comunicación de la PPSS									
Eje Línea	Tema	Contenido	Población (Públicos)	Objetivo	Fuente de información (Área)	Formato	Canal	Responsable	Medios o actores locales aliados
E1La	NA								
E1Lg									
E1Lh									
E2Lb									
E2Lc									
E2Ld									
E2Le									
E2Li									
E3Lb									
E3Ld									
E4Lb									
E4Lc									
E5Lb									
E5Ld									

Ficha 4. Plantilla plan de contenidos

Planeación eventos y espacios de participación								
Eje estratégico	Tema	Contenidos	Población	Área articulación	Insumos comunicativos	Espacio o evento	Mecanismo	Evidencias
1	Prevención COVID -19	Riesgo en población adulto mayor	Líderes voceros locales	Salud pública	Plegable	Feria de la salud	Presencial	Fotografías
2					Cartillas	Jornada de vacunación	Presencial	Nota de prensa
3					Video	Encuentro virtual	Virtual	Cubrimiento medios locales
4					Pieza digital	Caminata	Campaña medios	Redes sociales
5								

Bibliografía

- Cadavid, A. (2014). *Los actuales debates sobre comunicación, desarrollo y cambio social*. En: Cadavid, A & Gumucio Dragón, A (Ed). *Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social*. (1st ed., p.37). Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Garcés, A & Jiménez, L. (2016). *Comunicación para la movilización y el cambio social*. Medellín, Colombia. Universidad de Medellín.
- Gumucio Dagrón, A. (2001). *Comunicación para la salud: el reto de la participación*. Disponible en: <https://www.infoamerica.org/articulos/textospropios/gumucio1.htm>
- Gumucio Dagrón, A. (2011). *Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo*. En: Signo y Pensamiento, XXX (58), 26-39. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- Gumucio Dagrón, A. (2004). *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social*. En: Investigación & Desarrollo. (p.6). Disponible en: <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=26800101>
- Herrera, E., & Vega, J. (2010). *Prácticas comunicativas de participación cultural y memoria biocultural*. En: Cadavid, A & Gumucio, A (Ed.) *Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social (p.293)*. Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular. ¿Qué entendemos por comunicación? (p.64)*. Quito, Ecuador: CIESPAL. Disponible en: https://biblio.flacsoandes.edu.ec/shared/biblio_view.php?bibid=106492&tab=opac
- Marín, M. 2009. *Movilización social: una apuesta en el mundo de la vida*. En: Comunicación y Ciudadanía. Disponible en: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/comciu/article/view/1837>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). *Plan Decenal de Salud Pública. La salud en Colombia la construyes tú*. Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional de Colombia.
- Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 0518 de 2015.
- Ministerio de Salud y Protección Social. Resolución 2063 de 2017.
- Servaes, J & Malikhao, P. (2007). *Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma?* En: Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación Núm. 4 Pág. 43-60. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/3671275>
- Tarallo, D. (2014). *Comunicación y parrticipacion para el desarrollo económico local. Iniciativa de Pumes, closters y coneentraciones industriales*. En: Cadavid, A & Gumucio Dragón, A (Ed). *Pensar desde la experiencia. Comunicación participativa en el cambio social*. (1st ed., p.269). Bogotá, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.