



DIA MUNDIAL DE LA TUBERCULOSI

Es pot reduir l'estigma associat a la TB?

23 de març del 2011.



Es pot reduir i es pot transformar

Es pot reduir l'estigma associat a la TB? És més, podem transformar la percepció actual?

Sí, amb un projecte /un pla/ una campanya que respongui a tres conceptes bàsics: transparència, compromís i pedagogia

Transformar la percepció de la tuberculosi com una malaltia estigmatitzada és un repte que requereix la coordinació de tots els implicats, així com el compromís de portar-ho a terme.

Imprescindible saber el “per què”. Si tenim el “per què”, trobarem el “com”.

- Conscienciar els professionals sanitaris de la presència de la TBC a Catalunya i la necessitat de seguir els protocols de detecció i de tractament.
- Conscienciar l'entorn polític per donar a conèixer la importància i la transcendència de la situació i fer front a la malaltia.
- Conscienciar els líders d'opinió, els mitjans de comunicació, els referents socials...i la ciutadania en general.



Com ho podem aconseguir

TRANSPARÈNCIA

1er) **DEMOSTRAR** que hi ha una necessitat real i per què. Això comporta **INFORMAR** de **la malaltia** i tot el que representa amb dades, l'anàlisi de la situació i de les mesures necessàries per fer-hi front.

COMPROMÍS

2n) **PERSUADIR** als responsables polítics i sanitaris perquè acordin quines son les mesures necessàries corresponents. I les posin en marxa.

PEDAGOGIA

3r) **EDUCAR sobre la malaltia**. Fer pedagogia entre totes les audiències, especialment la ciutadania, en tots els àmbits possibles amb l'objectiu de **trencar estereotips** i **fer-la més propera**, per facilitar el canvi de percepció.

Tot canvi requereix un procés: conèixer, entendre, interioritzar, acceptar.



Necessitem molts aliats

- **Els que tenen capacitat de decisió:**
 - Departaments de la Generalitat /Govern central implicats
 - Diputats
 - Centres sanitaris
 - Parcs científics, centres de recerca: equips directius, recercaires
 - Sindicats i col·legis professionals
 - CAPS i metges de família
 - Mútues sanitàries i empresarials
 - Institucions i fundacions vinculades a la recerca
 - Empreses / Laboratoris
 - Altres

- **Els que tenen capacitat d'influència**
 - Mitjans de comunicació
 - Generals
 - Especialitzats
 - Internacionals
 - Tertulians i líders d'opinió
 - Empreses
 - Centres escolars, instituts, universitats,



Com ens organitzem

Les percepcions son molt complicades de gestionar, perquè son **intangibles**, sobretot si es parteix d'una situació negativa instaurada en l'inconscient col·lectiu. Es necessita un esforç més gran, cal ser molt **PROACTIUS**.

LA GESTIÓ DE LA PERCEPCIÓ necessita UN PLA DE COMUNICACIÓ

Metodologia

- Anàlisi de la situació, nacional, internacional, documents, dades, etc...
- Estudis de percepció interna i externa
- Definició d'objectius a aconseguir (pocs!)
- Elaboració d'una estratègia. (Fases, perfil mediàtic de cada una, ...)
- Redacció de missatges: argumentaris, que responguin als estudis de percepció
- Mapa d'audiències
- Formació dels "portaveus" d'aquests missatges. **ELIMINAR LA IMPROVITZACIÓ**. Tot es prepara en funció de l'objectiu: declaracions, entrevistes, articles, conferències, reunions...
- Disseny de materials
- Calendari d'accions de comunicació interna i externa: Pla de visites, actes, reunions, conferències, seminaris, etc. I un PLA DE MITJANS de comunicació de tot tipus.
- Seguiment, valoració i, si s'escau, reorientació del pla.



Alguns exemples d'accions de comunicació

- **Reunions amb totes les audiències, marcant la prioritat i l'ordre de contactes. (fases)**
- **Trobades amb entitats que vulguin** implicar-se en el projecte i la difusió corresponent.
- Elaboració de materials professionals destinats als centres sanitaris i farmàcies. Per exemple
 - **Guia de recursos**, tants els ja disponibles com els nous
 - **Decàleg de recomanacions**
- **Seminaris de periodistes** per explicar el projecte, la necessitat social de trencar amb l'estereotip i promoure la relació personal entre els periodistes i els responsables del projecte.
- Promoure **visites de periodistes a centres de recerca** i laboratoris. **POTENCIAR-HO!**
- Contactes amb associacions de científics, etc... **per demanar que facin esforç divulgatiu.**
- Organitzar **esmorzars/col·loqui** amb tertulians i líders d'opinió arreu de Catalunya.
- **Visualitzar persones** que han passat la malaltia, de tots els àmbits socials: testimonis que trenquin l'estereotip actual, sobretot si son "rellevants, de prestigi i, sobretot, amb *glamour*".
- Etcètera, etcètera, etcètera...



Alguns exemples de materials

- **Guia de recursos**, tants els ja disponibles com els nous
- **Decàleg de recomanacions** per als professionals.
- **Fulletts divulgatius**, exposicions “originals”, etc...
- **Guia informativa** de tot el que es fa ara en aquest àmbit per distribuir a tots els centres, penjar-la al web, difondre'n la publicació, etc.
- **Dossiers informatius** explicant quina és la situació, què està en joc, quina és la necessitat i proposar dos escenaris possibles: **què pot passar si no s'actúa i què pot passar si es prenen iniciatives**. El document presenta les necessitats individuals i col·lectives.
- **Web específica**
- **Newsletter** per enviar a totes les audiències
- **Pla de mitjans de comunicació, tant en revistes especialitzades com d'àmbit general:** promoure entrevistes, reportatges, articles d'opinió, etc per facilitar una percepció que correspongui amb la realitat de la malaltia.
- Etc, etc, etc,



En resum

Si volem transformar l'estigma associat a la TB, només hem de seguir 3 passos:

- Clarificar **PERQUÈ** ho volem aconseguir?
 - Decidir **CÓM** ho volem aconseguir?
 - I, el més important, **FER-HO**

Moltes gràcies!



Il·lustradora: Anna Ollé
anaollé@telefonica.net