

LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE VIGILANCIA SANITARIA

Autor: Luis Rodrigo Piñeiro

Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT), Argentina
rpineiro@anmat.gov.ar, (+5411) 4340.0800, ext. 1276

Las Agencias Regulatoras se encuentran inmersas en un entorno en el cual, cada día, se les exige mayor información. Incluso la inmediatez de la misma es un factor determinante al momento de la gestión de la ella. En este contexto, parte de la planificación estratégica de la comunicación implica reconocer a los públicos, brindar información acorde, utilizando el lenguaje correcto para cada uno de ellos. Es necesario e indispensable reconocer que el público interno es parte del proceso de comunicación y debe, por lo tanto, encontrarse inmerso en las acciones del Organismo.

OBJETIVO

- Brindar a sus públicos información diferenciada acorde a su perfil y en un lenguaje y tono apropiado. De este modo, lograr establecer un vínculo con cada uno de ellos que favorezca a la vigilancia sanitaria.

Vigilancia Sanitaria

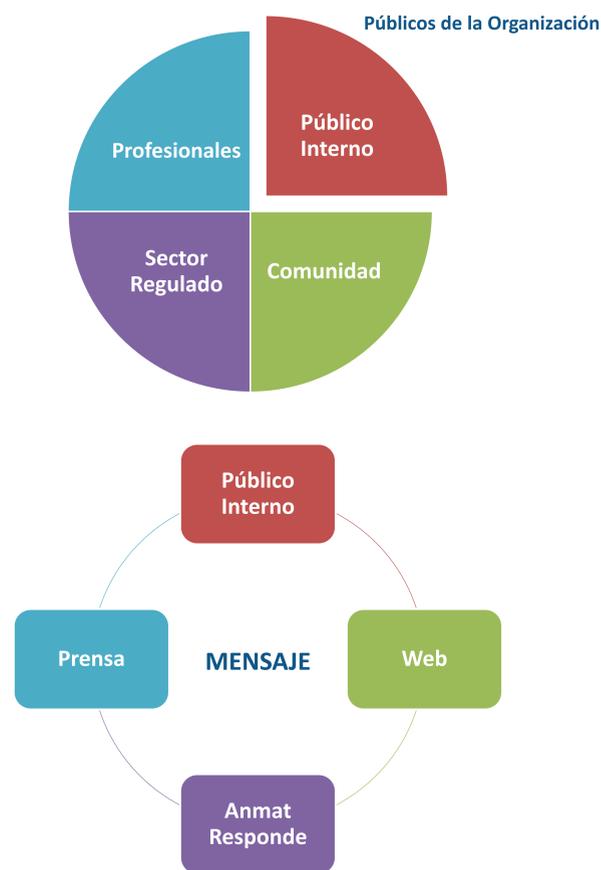
- Conjunto de acciones tendientes a prevenir, disminuir o eliminar los riesgos a la salud, a través de la aplicación de un sistema integral, transversal e integrador.

Metodología

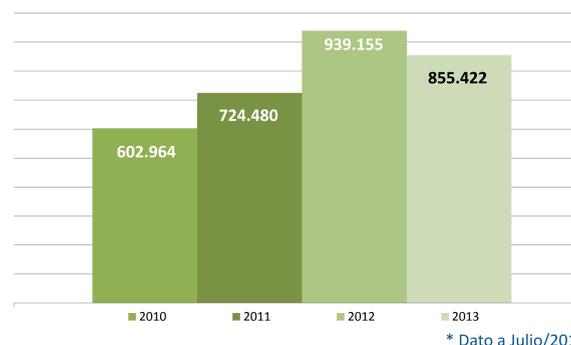
Se reconocieron los públicos objetivos de la Institución, de modo tal, de poder brindar información específica a cada uno de ellos. Se fortaleció la comunicación web orientando los mensajes a los públicos específicos, se aumentó la participación en eventos y se generó material de educación sanitaria sobre temáticas particulares que se distribuyeron en los mismos; y en formato electrónico a través del sitio web institucional. Se continuó fortaleciendo al "Programa ANMAT Responde" como punto de contacto y recepción de consultas. El área de prensa, fundamental para el relacionamiento con los medios acompañó este proceso con el objetivo de lograr el reconocimiento positivo de la Institución en la comunidad. Como herramienta clave de la comunicación, se reconoció la importancia estratégica del público interno como "vocero institucional". De este modo, se articularon las diferentes herramientas de comunicación interna con el objetivo de unificar y fortalecer el discurso institucional. Se abordaron acciones de comunicación interna (comunicados internos, web interna, cartelera y revista interna), que favorecieron la unidad en el discurso y el flujo de información. Se trabajó sobre el rediseño de la imagen visual, orientándola hacia una imagen más limpia, equilibrada y cercana.

Resultados

Toda nueva acción de comunicación se lleva a cabo utilizando un discurso unificado y enfocado en las necesidades particulares de cada público. El manejo de las acciones de comunicación se desarrollan bajo una mirada integral y transversal. Se observó un crecimiento de los visitantes al sitio web Institucional, cercano al 50% desde el año 2010. La comunicación gestionada internamente mantuvo al público informado, unificando el discurso institucional. La implementación de las acciones de comunicación interna, permitió que el público interno se encontrara con un espacio propio que le brinda información, que lo valora, reconoce y le ofrece la posibilidad de participación.



Web Institucional - Cantidad de visitas



Resumen

Introducción

En la actualidad las Agencias reguladoras se enfrentan al desafío de adaptar su comunicación a las necesidades particulares de cada uno sus públicos. En este marco, la planificación de la comunicación brinda las herramientas para lograr adecuar el discurso dependiendo del público al que se necesite comunicar

Objetivo

Brindar a sus públicos información diferenciada acorde a su perfil y en discurso apropiado. De este modo, lograr establecer un vínculo con cada uno de ellos.

Metodología

A través de la planificación de las acciones de comunicación se establecen los discursos según las necesidades particulares de cada público externo. Al mismo tiempo, la comunicación correctamente gestionada internamente fortalece el vínculo y mantiene al público informado, convirtiéndolo en vocero institucional y fortaleciendo la unidad del discurso.

Resultados

En base a la planificación estratégica se logró, a nivel externo, fortalecer el discurso adecuándolo a cada uno de los públicos objetivos. A nivel interno el público se encontró con un espacio propio que le brinda información, que lo valora, reconoce y le ofrece la posibilidad de participación.

Conclusiones

La planificación y gestión de la comunicación permite brindar de forma apropiada la información pertinente a cada público en particular. Estableciendo un mensaje claro, enfocado en lo técnico o lo coloquial según el público, fortaleciendo, de este modo, las acciones de vigilancia sanitaria y manteniendo a la comunidad informada.

Abstract

Introduction

Currently, Regulatory Agencies face the challenge of adapting their communication to the particular needs of each of their audiences. Within this framework, communication planning provides the tools for speech adaptation, in accordance with the audience to be addressed.

Objective

To provide its audiences with differentiated information according to their profiles and in the appropriate style. Therefore, a link with each audience is established.

Methodology

Through communication action planning, speech style is determined according to the particular needs of each external audience. Meanwhile, properly managed communication in the internal area strengthens the link and keeps the audience informed, making it an institutional spokesperson and strengthening speech consistency.

Results

Based on strategic planning at the external level, speech was strengthened while adapted to each target audience. At the internal level, the audience found a space for its own, where it was informed, valued, acknowledged and offered the possibility of involvement.

Conclusions

Communication planning and management enable to appropriately provide each particular audience with the relevant information. Based on the audience, a clear message is conveyed, either focused on technical or colloquial language, thereby, strengthening sanitary vigilance actions and keeping the community informed.

CONCLUSIÓN

La planificación y gestión de la comunicación permite brindar de forma apropiada la información pertinente a cada público en particular, estableciendo un mensaje claro que se enfoque en lo técnico o lo coloquial según el público. Fomentar una comunidad informada, fortalece las acciones de vigilancia sanitaria. Al mismo tiempo, reconocer y se resaltar la importancia del público interno como vocero esencial, brinda unidad discursiva y fomenta el compromiso en este proceso de comunicación en el marco de la vigilancia sanitaria.