



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES

Programa de formación 2024



**Ponente:** Antonio Manfredi

Periodista. Asesor de Comunicación de Foro Español de Pacientes. Paciente de artritis psoriásica.

[asesor.comunicacion@forodepacientes.org](mailto:asesor.comunicacion@forodepacientes.org)

**Fecha:** Jueves, 13 de junio de 2024

**Hora:** 17:30 h - 19:30 h

**Formación presencial y online**



- Ejecutar un Plan de Comunicación
  - Errores habituales
- Comunicación eficiente
  - Fake news
  - Concepto de SEO

# -- Ejecutar un Plan de Comunicación





- **Specific (específico).** El objetivo debe estar claramente definido. Tiene que responder: **¿Qué quiero conseguir?**
- **Measurable (medible).** Ha de ser una meta cuantificable que se pueda medir. **¿Cuánto quiero conseguir?**
- **Attainable (alcanzable).** El objetivo puede ser ambicioso pero debe ser realista. **¿Cómo voy a conseguirlo?**
- **Relevant (relevante).** Debe ir en línea con el objetivo final de la AA.PP. y con sus posibilidades. **¿Con qué recursos voy a conseguirlo?**
- **Timely (a tiempo).** El objetivo debe tener un tiempo delimitado. **¿Cuándo / En qué plazo quiero conseguirlo?**



# Cuando tienes claro:

- Cuál es tu objetivo
- Qué recursos existen en la red sobre la patología que te interesa
- Qué necesidades de información tienen los pacientes
- Quién lidera la conversación y dónde hablan
- Qué hacen otras AA.PP. sobre una misma patología



# Será mucho más fácil crear tu plan

- Elegir los canales adecuados
- Generar contenidos con un plan editorial
- Atraer tráfico a mis plataformas
- Analizar cómo está funcionando cada canal, cada publicación



## **Errores habituales**

- **Contenidos no actualizados. Mejor no estar entonces, porque nos perjudica**
- **La persona responsable de Comunicación debe estar en la Dirección**
- **Parece que hay que estar en todas partes y no siempre es verdad. Depende**



convocatoria de prensa

**INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES**



# Enfrentarse a una nota de prensa

- Define qué vas a comunicar
  - Identifica la noticia
- Decide quién va a comunicar: declaraciones de personas relevantes de la asociación
- Elige el momento: considera fechas relevantes
  - Cómo se va a comunicar

<https://news.propatiens.com/redactar-not>



# Enfrentarse a una nota de prensa

- Resumen inicial: Las 5 W
- Desarrolla los detalles en los párrafos siguientes
- Extensión: No supere las dos páginas
- Información sobre la asociación, con contacto
  - Titular llamativo

**CONSULTAR LAS AGENDAS DE COMUNICACIÓN  
NACIONALES, REGIONALES Y LOCALES Y PIENSE EN LAS AGENCIAS DE  
NOTICIAS**



# Comunicación eficiente



Imágenes obtenidas con IA

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES



# Comunicación eficiente

- **Escucha activa: necesidades y preocupaciones de los diferentes públicos (internos y externos)**
- **Coherencia y consistencia: La comunicación debe ser coherente en todos los canales y momentos**
- **Transparencia: La honestidad y la apertura son fundamentales**
- **Adaptación al público: Cada audiencia tiene sus propias características y necesidades**



# Comunicación eficiente

- Comunicación interna: hacia afuera y hacia adentro
- Gestión de crisis: para manejar situaciones adversas
- Creatividad: La innovación marca la diferencia
- Formación continua



# FAKE NEWS

## ¿ESTA NOTICIA ES FALSA?

**ESTUDIE LA FUENTE**  
Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.

**LEA MÁS ALLÁ**  
Un titular impactante puede querer captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?

**¿QUIÉN ES EL AUTOR?**  
Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?

**FUENTES ADICIONALES**  
Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.

**COMPRUEBE LA FECHA**  
Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.

**¿ES UNA BROMA?**  
Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.

**CONSIDERE SU SESGO**  
Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.

**PREGUNTE AL EXPERTO**  
Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

Traducido por Diego Gracia

IFLA  
International Federation of Library Associations and Institutions

**Propuesta de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas IFLA**

**INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES**

# FAKE NEWS



## ESTUDIE LA FUENTE

Investigue más allá: el sitio web, objetivo e información de contacto.



## ¿QUIÉN ES EL AUTOR?

Haga una búsqueda rápida sobre el autor. ¿Es fiable? ¿Es real?



## LEA MÁS ALLÁ

Un titular impactante puede querer captar su atención. ¿Cuál es la historia completa?



## FUENTES ADICIONALES

Haga clic en los enlaces y compruebe que haya datos que avalen la información.

**Propuesta de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas IFLA**

**INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES**

# FAKE NEWS



## COMPRUEBE LA FECHA

Publicar viejas noticias no significa que sean relevantes para hechos actuales.



## ¿ES UNA BROMA?

Si es muy extravagante puede ser una sátira. Investigue el sitio web y el autor.



## CONSIDERE SU SESGO

Tenga en cuenta que sus creencias podrían alterar su opinión.



## PREGUNTE AL EXPERTO

Consulte a un bibliotecario o un sitio web de verificación.

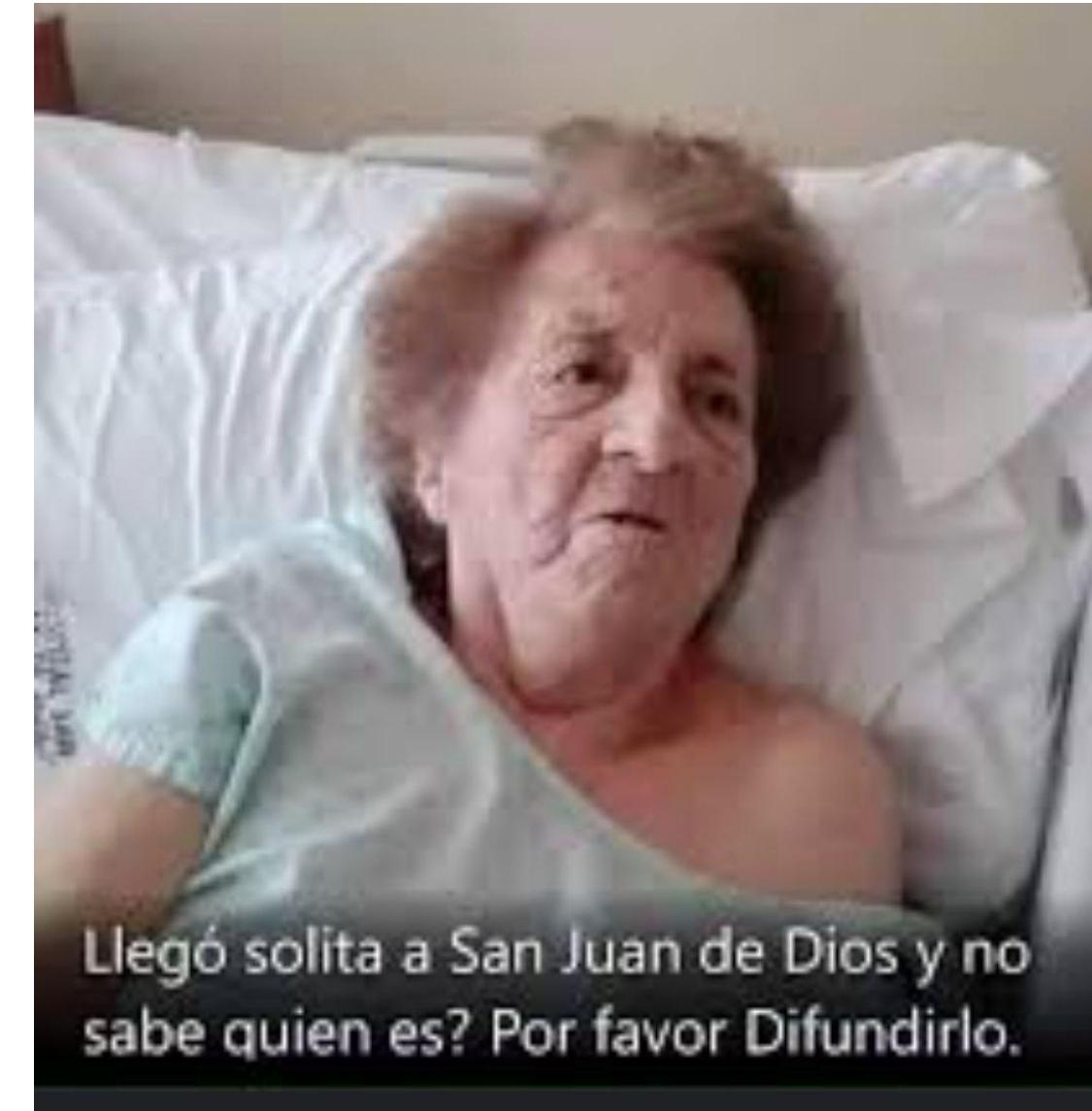
**Propuesta de la Federación Internacional de Asociaciones de Bibliotecarios y Bibliotecas IFLA**

**INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES**



# ¿Es igual un hecho veraz y un hecho verosímil?

La verdad posee la “cualidad de ser veraz”, mientras que lo verosímil es aquello que “es creíble por tener apariencia de verdadero”. Se puede decir que, mientras “verdad” es un término objetivo, “verosímil” es un término subjetivo





## Concepto de SEO

**Aparición de forma natural, orgánica, sin pagar en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda para las principales palabras clave de nuestro negocio.**

**Se trata de un tráfico casi gratuito porque no se paga por cada clic.**

**Esta optimización en buscadores, comprende el conjunto de técnicas para aparecer en las primeras posiciones de las búsquedas**



## Concepto de SEO

**El SEO se ocupa de los dos factores de posicionamiento para los buscadores:**

- **La autoridad es la confianza que tiene Google en un dominio concreto. Se basa en el número de páginas y dominios que mencionan y enlazan**
- **La relevancia es la relación que tiene una página frente a una búsqueda dada. Google siempre busca lo mejor para sus clientes**



# INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES MURCIAS GRACIAS

Programa de formación 2024



**Ponente:** Antonio Manfredi

Periodista. Asesor de Comunicación de Foro Español de Pacientes. Paciente de artritis psoriásica.

[asesor.comunicacion@forodepacientes.org](mailto:asesor.comunicacion@forodepacientes.org)

**Fecha:** Jueves, 13 de junio de 2024

**Hora:** 17:30 h - 19:30 h

**Formación presencial y online**



## PODCAST



## VONCO



Asociación Oncológica Extremeña  
«NO ESTÁS SOL@»

## CONGRESOS



CONGRESO NACIONAL



Madrid, 18 y 19 de noviembre de 2023



Liga Reumatólogica Española

## MAREA ROSA / DÍA MUNDIAL



AMACOP  
MADRID

## CARRERA Y CAMINATA / HOSPITALES



ASOCIACIÓN  
**Diabetes  
Madrid**



¿CONOCES A VONCO?



AOEX  
Asociación Oncológica Extremeña

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE PACIENTES

