

Estrategias de Defensa y Comunicación con Tomadores de Decisión

RESULTADO DE APRENDIZAJE

Al finalizar esta unidad, el estudiante estará en la capacidad de:

- Entender el ambiente de políticas y abogacía
- Describir las formas en que puede abogar por un cambio de política relacionado con el problema de salud
- Crear un PowerPoint para presentar su informe de política
- Desarrollar una explicación breve y efectiva ('discurso ascensor')



Desarrollo temático

Este documento fue apoyado por la **iniciativa Bloomberg Philanthropies-Información para la Salud** y la asistencia técnica y contenidos fueron proporcionados por **Vital Strategies** y los **Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de los Estados Unidos**.

Adecuación pedagógica y didáctica

Grupo de Formación de Talento Humano para la Vigilancia en Salud Pública - Instituto Nacional de Salud

Karen Viviana Zabaleta Rodríguez
Odontóloga Especialista en Auditoría de Salud

Diseño y diagramación

Felipe Uribe Morales
Diseñador Gráfico

Fotos: Unsplash

Todos los derechos reservados ©, toda la información y material educativo contenido y/o suministrado en los cursos ofrecidos por el Instituto Nacional de Salud son propiedad de la Entidad y se encuentran protegidos por las diferentes disposiciones legales de derechos de autor. Se prohíbe la reproducción, transferencia, traducción, adaptación, distribución, transmisión, puesta a disposición al público, y en general cualquier otra forma de explotación parcial y/o total de dichos materiales, ya sea física, fotocopia, mecánica, electrónica, digital, de grabación, de almacenamiento de datos, sin la autorización previa y expresa del Instituto Nacional de Salud.



Foto: Harshil Gudka on Unsplash



Contenido

1. ¿Por qué intentamos cambiar política?	4
- Aspectos generales	5-7
2. Comunicación a los Tomadores de decisiones:	
PowerPoint	8
- Aspectos generales	9-15
Resumen del Documento	16

1. ¿Por qué Intentamos Cambiar la Política?

Comencemos por repasar

Primero, hacemos cambios en las políticas para mejorar la salud de la población. Conocemos las políticas relacionadas a cinturones de seguridad, fumar, cascos y nutrición que han significado una mejora en la salud a nivel de la población, **¡y es por eso que seguimos haciéndolo!**

En segundo lugar, los cambios de una política a otra, o cambios de elaborar una política donde una política no existe, pueden ser costo-efectivas.

Las protecciones que una nueva política puede brindar a la salud de las poblaciones es relativamente poco costosa, en comparación con los años de vida que se obtienen de ellas y los costos de salud ahorrados.

Finalmente, tener un cambio en la política puede contribuir a cambios en las normas sociales que protegen la salud. Por ejemplo, en la década de 1980, ¡era completamente normal fumar en los aviones! Hoy, no soñaríamos con fumar en un avión.



Estrategia de Política

Los cambios de política deben ser apoyados por la investigación y la ciencia como hemos estado discutiendo a lo largo de las últimas semanas, sin embargo, las políticas deben encajar dentro de una estructura que incluya **Comunicaciones y Abogacía**, esto comprende dos cosas:

1. **Abogacía directa de políticas:** definida como un esfuerzo para educar e influenciar a los legisladores sobre políticas.
2. **Comunicaciones:** usar esfuerzos de medios gratuitos y pagos para apoyar el cambio de política, mantener el problema de política visible para el público y enmarcado como un problema público serio, por ejemplo, exponer a los "malos actores" (si los hay) como a los fabricantes de "cascos de papel" en el estudio de caso que hemos estado mirando.

Juntos, estos elementos ayudan a lograr el cambio de política que impulsará el cambio ambiental, lo cual genera un cambio de comportamiento y, en última instancia conlleva a una mejor salud. Discutamos más sobre los otros elementos involucrados en el cambio de política.

¿Qué es la Abogacía? "El arte de convertir lo imposible en lo inevitable"

Es el proceso de negociación y mediación de un diálogo, por medio del cual redes influyentes, líderes de opinión y en última instancia, tomadores de decisiones, se apropian de sus ideas, evidencias y propuestas para posteriormente actuar en consecuencia.

La política no es un proceso lineal, y es probable que usted no sea la persona que maneja la política, ya sea porque no está en la posición necesaria, o no es legislador, pero si puede **proporcionar los datos que ilustran el problema y la evidencia para respaldar opciones de políticas viables**, ha creado las herramientas para personas influyentes y responsables de la formulación de políticas, quienes se harán cargo del problema y lo harán posible.

Principios de la abogacía



La promoción de políticas comienza con cinco (5) principios clave que deben tenerse en cuenta al desarrollar su estrategia:

1. Proceso bidireccional: dar y recibir.
2. Toma tiempo, compromiso y persistencia.
3. El resultado más probable es la de influenciar la política.
4. Implica apelar a las partes interesadas, construir coaliciones.
5. El contexto es clave

Aliarse con Defensores de la Política

Es útil identificar socios para la promoción, los defensores, particularmente fuera del gobierno, pueden hacer cosas que usted no puede hacer. Pueden contar la historia de maneras que usted, como empleado del gobierno, no puede, pero usted puede apoyarlos con datos sobre el alcance del problema, evidencia que la política funciona y lo que significa la política con relación al costo y vidas salvadas.

Finalmente, los nuevos datos ayudan a crear oportunidades a través de los medios de comunicación. Si tiene nueva información o historia que compartir, es probable que los medios se interesen.



Preguntas Clave

Algunas de las preguntas clave en el desarrollo de una estrategia de política son:

- **¿Cuáles responsables políticos son los verdaderos responsables de la toma de decisiones?**
- **¿Qué opinan ellos sobre el problema?**
- **¿Qué los influenciará?**
 - Información/Educación
 - Presión directa (lobby)
 - Presión pública (base)
 - Presión de las élites
 - Influencia de los medios de comunicación

¿A quién conocemos que pueda influenciarlos?

¿Qué se puede hacer desde el gobierno?

1. Identificar el cambio de política que funciona y ayudar a redactar una legislación que refleje las mejores prácticas
2. Abogar dentro del gobierno para el cambio de política
3. Proveer información a los responsables de las políticas sobre el cambio de política
4. Compartir información con los medios de comunicación y el público sobre el problema, la causa y el impacto del cambio de política
5. Trabajar con las sociedades civiles, abogando por el cambio de política

Después...

Documentar el impacto del cambio de política, una vez sea aprobado



Rol de la comunicación Continua

¿Cómo fomenta el cambio de política la comunicación continua?

La comunicación ayuda a crear un ambiente en el que respalda el cambio de políticas al mantener vivo el tema y enmarcado como un problema de salud pública importante, proporcionando evidencia a los responsables de las políticas y al público, así, como educándolos sobre posibles soluciones al problema.

Por ejemplo, la ley del casco de la motocicleta, la comunicación continua mantuvo visible el problema y enmarcado como un problema de salud pública crítico.



Cascos de motocicletas sin certificación, Vietnam

Al cerrar la sección de abogacía, piense ahora en ¿cómo puede usar su informe de políticas y quiénes podrían ser socios en la abogacía?



Determinando su rol

Ahora pregúntese:

¿Cómo puede abogar por su informe de política?

¿Quiénes pueden ser sus aliados en abogacía?

Posibles respuestas:

Educar dentro del ministerio, por medio de otras agencias gubernamentales (política multisectorial).

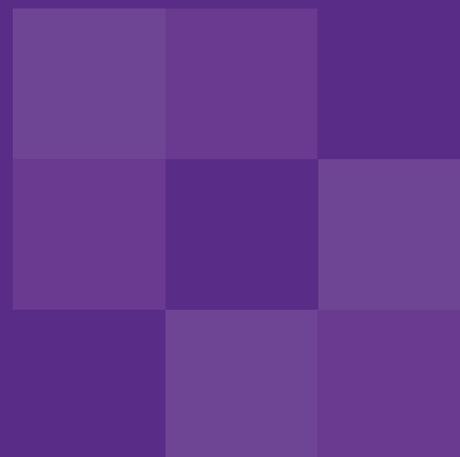
Educar a los legisladores, a su equipo, etc.

Difundir datos a través de los medios de comunicación (incluidas las redes sociales).

Compartir datos con organizaciones de la sociedad civil que tienen diferentes mandatos y pueden trabajar de manera diferente.



Foto: Eric Muhr on Unsplash



2. Comunicación a los Tomadores de Decisiones: PowerPoint



La segunda parte de este documento trata de las comunicaciones a los tomadores de decisiones. Ahora que entiende abogacía, discutiremos cómo hacer una presentación y un Powerpoint para comunicar tu trabajo de manera efectiva.

Es probable que PowerPoint sea una herramienta con la que está ya familiarizado y, por supuesto, ha visto presentaciones durante que se han hecho con PowerPoint. Hablemos sobre los criterios para hacer un PowerPoint efectivo.

Esto es parte de su abogacía. Ha hecho un gran esfuerzo para investigar y construir el informe de política. Ahora debe identificar qué parte interesada debe saberlo y quién tendrá la autoridad legislativa para tomar medidas de acción.

Elementos de una excelente presentación:

1. Su presentación debería ser sencilla y fácil de entender. Limite el texto y las palabras para promover la comprensión y mantener el interés de su audiencia. Tenga en cuenta que, aunque las diapositivas de alta calidad son importantes, una buena presentación a menudo depende más de la habilidad del presentador y qué tan bien transmite información que las diapositivas en sí.
2. Su presentación debe ser lo más breve posible, no más de 10-15 minutos. Sea claro acerca de su mensaje y conciso con sus palabras, enfatizando y dando más espacio a las partes más importantes del informe. No le de la misma atención a todo el contenido.
3. Asegúrese que las fotos o gráficos sean de alta resolución o de alta calidad. No es ideal ver una imagen borrosa e intentar entender lo que dice.
4. Adapte su presentación a su audiencia. Esto podría implicar hacer más de una versión de la presentación con diferentes niveles de lenguaje técnico. Finalmente, una buena presentación llama a la audiencia a la acción.
5. Es importante repasar y practicar la presentación.
6. Haga que alguien le repase la presentación para identificar que no tenga errores y practique para que sea profesional y experto.



Usted podría estar preguntando: "Ya escribí mi informe de política. ¿Por qué es tan importante presentarlo? ¿La gente no puede leerlo?"

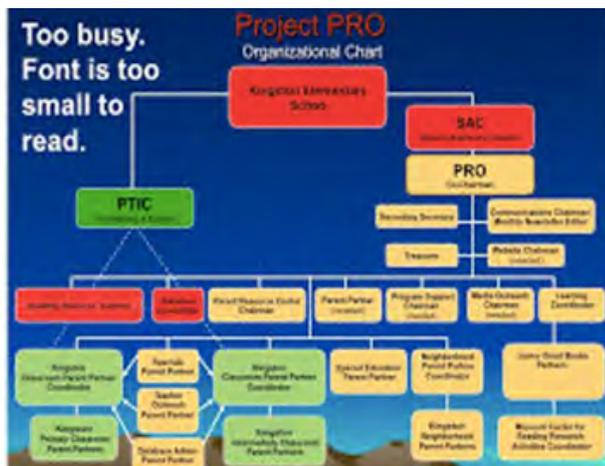
¿Qué errores debe evitar?

Ejemplo 1: "Muerte por Powerpoint", fuente: Slideshare.net.

Las diapositivas que se muestra a continuación, está demasiado llena, con letra pequeña y en general muy cargadas, contiene demasiada información.

¡Mucha información!

Letra muy pequeña; no es legible



Ejemplo 2: Observe que esta diapositiva trata de incluir demasiado detalle, está escrita en oraciones y párrafos completos en lugar de frases cortas. El texto es demasiado pequeño y la diapositiva está demasiado cargada para que el público entienda lo que dice.

CLICK TO ADD TITLE

"Death by PowerPoint"

"Death by PowerPoint" is a criticism of slide-based presentations referring to a state of boredom and fatigue induced by information overload during presentations such as those created by the Microsoft application PowerPoint.

The phrase was first coined by Angela R. Garber.^{[1][2]} Further criticisms of the cognitive effects of PowerPoint have been expounded by others, for example, Edward Tufte (2006)^{[1][3]} and Kalyuga et al. (1991).^{[1][2]} Wright (2009) suggests PowerPoint is a convenient prop for poor speakers, it can reduce complicated messages to simple bullet points and it elevates style over substance, and that these three things contribute to its popularity.^{[1][2]} It can also be called "PowerPoint Poisoning"—a term originated by Scott Adams of *Dilbert* fame.

The **Anti PowerPoint Party** (founded in May 2011) is a Swiss political party dedicated to decrease professional use of PowerPoint and other presentation software, which the party claims "causes national-economic damage amounting to 2.1 billion CHF" and lowers the quality of a presentation in "95% of the cases". The party advocates flip charts as an alternative to presentation software.

Boredom

"PowerPoint hell" is the tedium some people report on sitting through visual presentations that are too long and complex, making excessive use of the software's features and when the presenter just reads from the slides.

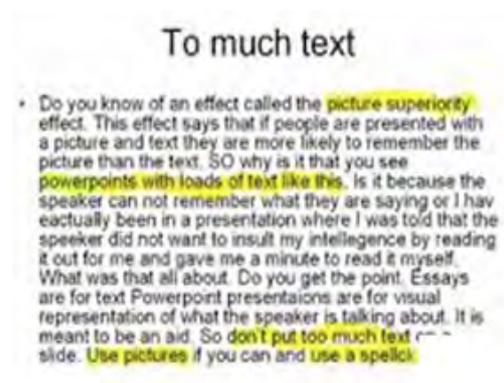
Retired Marine Colonel **Thomas X. Harner** says that this effect, which he calls "hypnotizing chickens", is useful when the goal is to avoid divulging information, as in military operations.^{[1][2]}



Ejemplo 3: la diapositiva con un párrafo largo no solo contiene demasiado texto, sino que también tiene errores ortográficos, ¡incluso en el título!

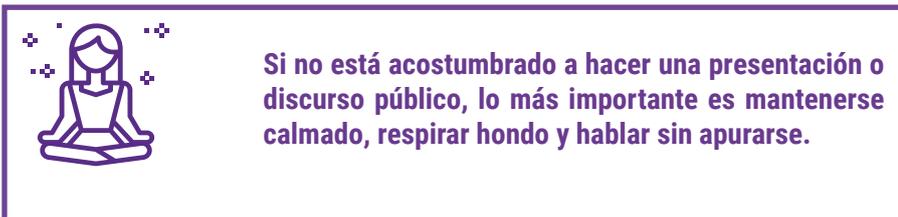
Muchas palabras

Errores ortográficos



Presentando su Informe de Política en PowerPoint

¿Cuál es la clave?



Asegúrese de hacer contacto visual con las personas en la sala, **NO** hable a la pantalla, nadie podrá escucharle y parecerá que no conoce el material.

Asegúrese de proyectar que cree en su informe de política y su entusiasmo. Muévase de manera natural.

Proyecte su voz para que el público pueda escucharlo y module su voz para que no se oiga monótona. Aunque se sienta incómodo, no tema hablar en voz alta. Muestre confianza y haga que su presentación sea fácil de entender. **¡No se ponga nervioso!**

Finalmente, si se va a presentar en grupo, es importante considerar con anticipación quién(es) serán interlocutores. Cada persona en el grupo puede tener un rol para que la presentación sea fluida, por ejemplo, hacer la transición de las diapositivas mientras el orador está hablando.

No necesita ser el mejor orador del mundo para ofrecer una excelente presentación. Se trata de interactuar con su público, hablar con claridad y dejar que su pasión por esta política en particular se manifieste. Si está entusiasmado, podrá inspirar a su audiencia.

¡No podemos enfatizar suficientemente lo importante que es **Practicar!** La práctica hace la perfección. Siéntase cómodo y familiar con sus diapositivas, a medida que lo haga, no leerá de ellas (algo que no quiere hacer), sino que hablará con su audiencia. También descubrirá qué desea improvisar.

Comunicando a los Tomadores de Decisiones: 'Discurso de Ascensor'

Nota 1:

Antes de pasar al tiempo que hemos dedicado a preparar nuestras presentaciones, también debemos analizar cómo planificar para lo no planeado. Puede haber circunstancias en las que se encuentra con un interesado clave en el avance de su informe de política. Si bien, es una interacción no planificada y no tendrá una presentación de diapositivas con usted, puede estar preparado con un breve 'mensaje' de los puntos clave sobre su informe que puede presentar de manera informal. Esto se llama un 'discurso de ascensor'.



A continuación, relacionamos una presentación de ejemplo. Observe la información en las diapositivas y considere si es fácil de seguir o no, adicionalmente lea las notas que hay debajo de ellas.



¿Qué es un Discurso Ascensor?

Un "argumento para vender" sucinto y persuasivo utilizado para despertar el interés del oyente

Típicamente utilizado durante encuentros breves con partes interesadas

¿Puede ser de duración como la de un viaje típico en ascensor? (generalmente 30-45 segundos)

**Nota 2:**

¡Permita que ocurra de manera natural! A menudo, estas oportunidades casuales pueden tener mucha influencia y potencial en el avance de su informe de políticas.

Elementos de un Buen Argumento de Ascensor

Conciso

- Aproximadamente 30-45 segundos
- Usa 1-2 estadísticas clave

Pegadizo

- Utiliza analogías que el oyente puede encontrar familiares ("Hay más diabéticos en este país que las personas que contraen malaria cada año")
- Hace que el problema sea convincente ¿qué resonará con las partes interesadas?

Claro

- No usa demasiado la jerga; usa 2-3 frases clave selectas, pero es principalmente un lenguaje simple

Hace llamada a la acción

- Invita al oyente a aprender más sobre el tema

Nota 3:

Cuando esté preparando el discurso de ascensor, es posible que desee considerar los siguientes puntos:

- ¿Cuál es mi objetivo al hablar con esta persona?
- ¿Cómo puedo despertar su interés?
- ¿Qué es lo que resonará con ellos?

Creando Su Argumento de Ascensor

Salude a los interesados

¿Qué acción quiere de cualquier interesado? Presentate si aún no lo(s) conoces

Despierte el interés de su público

Comenzar su discurso con una declaración que llame la atención

Declare el Problema

Describir el problema a la mano, y por que debería ser una prioridad

¡Tome ACCIÓN!

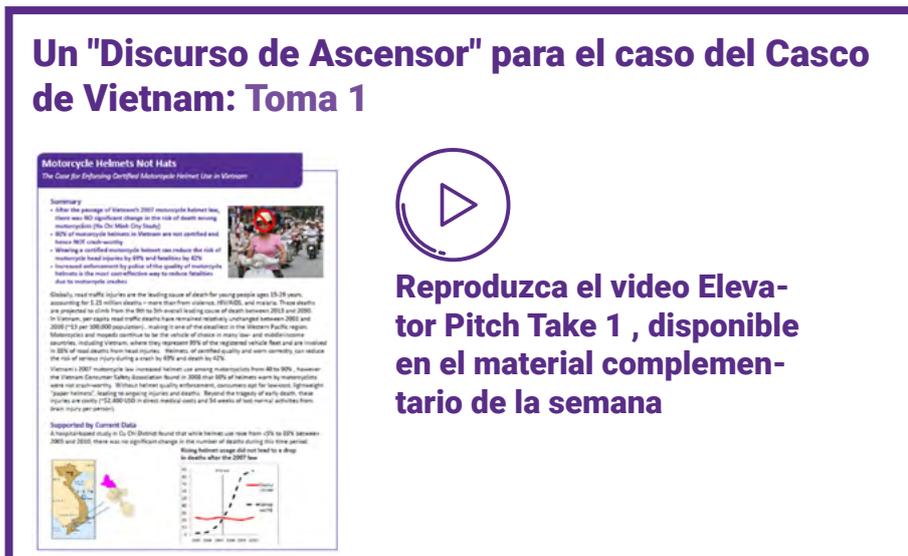
Obtener un acuerdo para una discusión posterior

Nota 4:

Piense en su discurso de ascensor como un proceso de varios pasos. Asegúrese de incluir los siguientes puntos.

- No debe memorizarse, pero debe estar familiarizado y sentirse cómodo con el contenido.
- Comience saludando a su parte interesada.
- Preséntese. ¿Qué acción quiere de ellos?
- Luego, despierte su interés, comience con una declaración que llame la atención, como una estadística que pueda interesarles.
- Luego, declare su problema, y por qué debería ser una prioridad, y finalmente, vea si puede obtener un acuerdo para una discusión posterior.
- Sea considerado con el tiempo de la parte interesada.
- Si dice "En realidad, no tengo tiempo para hablar en este momento", respete eso.

Un "Discurso de Ascensor" para el caso del Casco de Vietnam: Toma 1



Motorcycle Helmets Not Hats
The Case for Enforcing Certified Motorcycle Helmet Use in Vietnam

Summary

- After the passage of Vietnam's 2007 motorcycle helmet law, there was NO significant change in the risk of death among motorcyclists in the West Coast (US).
- 90% of motorcycle helmets in Vietnam are not certified and have NOC (no certification).
- Wearing a certified motorcycle helmet can reduce the risk of motorcycle head injuries by 69% and fatalities by 42%.
- Increased enforcement by police of the quality of motorcycle helmets is the most cost-effective way to reduce fatalities due to motorcycle crashes.

Global road traffic injuries are the leading cause of death for young people ages 15-29 years, accounting for 1.25 million deaths a year from strokes, HIV/AIDS, and malaria. These deaths are projected to climb from the 8th to 5th annual leading cause of death between 2013 and 2020. In Vietnam, motorcycle road traffic deaths have remained relatively unchanged between 2005 and 2010 (13 per 100,000 population), making it one of the deadliest in the Western Pacific region. Motorcycles and roads are identified to be the vehicle of choice in many low- and middle-income countries, including Vietnam, where they represent 95% of the registered vehicle fleet and are involved in 80% of road deaths from head injuries. Wearing a certified quality and well-fitting, can reduce the risk of serious injury during a crash by 69% and death by 42%.

Vietnam's 2007 motorcycle law increased helmet use among motorcyclists from 60 to 90%. However, the Vietnam Consumer Safety Association found in 2008 that 90% of helmets worn by motorcyclists were not crashworthy. Without helmet quality enforcement, consumers call for "safer, lightweight 'bomber helmets'", leading to ongoing injuries and deaths. Beyond the tragedy of early death, these deaths are costly (\$2,000-100,000 in direct medical costs and 50 weeks of lost worker activities from brain injury per patient).

Supported by Current Data
A retrospective study by Dr. Du Thanh found that while helmet use rose from 65% to 85% between 2005 and 2010, there was no significant change in the number of deaths during this time period being helmet usage did not lead to a drop in deaths after the 2007 law.

Reproduzca el video Elevator Pitch Take 1, disponible en el material complementario de la semana

Nota 5:

Ya observó la diapositiva, ahora consulte en el material de apoyo el video: Elevator Pitch 1-Take 1, demostrando un lanzamiento de ascensor.

¿Qué pudo concluir?

El presentador escupió una gran cantidad de datos sin ningún contexto, lo que es difícil para un responsable en la toma de decisiones para recordar o hacer algo significativo con...

El presentador ignoró el hecho de que el responsable de la toma de decisiones no tenía tiempo para escuchar.

No hubo llamada a la acción.



¿Qué pudo concluir?

- El presentador escupió una gran cantidad de datos sin ningún contexto, lo que es difícil para un responsable en la toma de decisiones para recordar o hacer algo significativo con...
- El presentador ignoró el hecho de que el responsable de la toma de decisiones no tenía tiempo para escuchar.
- No hubo llamada a la acción.

Un "Discurso de Ascensor" para el caso del Casco de Vietnam: Toma 2



Motorcycle Helmets Not Hats
The Case for Enforcing Certified Motorcycle Helmet Use in Vietnam

Summary

- After the passage of Vietnam's 2007 motorcycle helmet law, there was NO significant change in the risk of death among motorcyclists (in Ho Chi Minh City Hanoi)
- 80% of motorcycle helmets in Vietnam are not certified and hence NOT crash-worthy
- Wearing a certified motorcycle helmet can reduce the risk of motorcycle head injuries by 80% and fatalities by 42%
- Increased enforcement by police of the quality of motorcycle helmets is the most cost-effective way to reduce fatalities due to motorcycle crashes

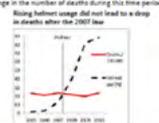
Globally, road traffic injuries are the leading cause of death for young people ages 15-29 years, accounting for 1.23 million deaths – more than from violence, HIV/AIDS, and malaria. These deaths are projected to climb from the 8th to 20 overall leading cause of death between 2013 and 2020. In Vietnam, per capita road traffic deaths have remained relatively unchanged between 2003 and 2012 (13 per 100,000 population), making it one of the deadliest in the Western Pacific region. Motorcycles and mopeds continue to be the vehicle of choice in many low- and middle-income countries, including Vietnam, where they represent 95% of the registered vehicle fleet and are involved in 85% of road deaths from head injuries. Helmets, of certified quality and worn correctly, can reduce the risk of serious injury during a crash by 80% and death by 42%.

Vietnam's 2007 motorcycle law increased helmet use among motorcyclists from 40 to 90%. However, the Vietnam Consumer Safety Association found in 2009 that 80% of helmets worn by motorcyclists were not crash-worthy. Without helmet quality enforcement, consumers opt for low-cost, lightweight "paper helmets", leading to ongoing injuries and deaths. Beyond the tragedy of early death, these injuries are costly (US\$400 US\$) in direct medical costs and 54 weeks of lost normal activities from brain injury per person).

Supported by Current Data

A hospital-based study in Ho Chi Minh District found that while helmet use rose from 45% to 85% between 2005 and 2010, there was no significant change in the number of deaths during this time period.

Rising helmet usage did not lead to a drop in deaths after the 2007 law





Reproduzca el video Elevator Pitch Take 2 , disponible en el material complementario de la semana

Nota 6:

Nuevamente observe la diapositiva y consulte en el material de apoyo el video: Elevator Pitch 1-Take 2, demostrando un lanzamiento de ascensor.

Analice lo siguiente:

- El presentador introdujo su 'discurso' de manera casual y natural.
- El presentador estuvo mucho más preparado en este video.
- Se hizo un llamado a la acción, le pregunto al oyente si podía proporcionar más detalles en otro momento y, por lo tanto, respeto su tiempo.

Foto: Christian Lue on Unsplash

Resumen

Para establecer buenas estrategias de política, conserve la estructura de **Comunicación y Abogacía**, el grado de importancia en estos dos componentes es equilibrado.

Tenga presente que la abogacía es *“El arte de convertir lo imposible en lo inevitable”* y el abordaje implica los cinco (5) principios clave para que pueda ser desarrollada, así mismo, consiga alianzas, establezca comunicación permanente y defina su rol, lo cual le será útil para identificar que lo que no esté a su alcance, puede estar al de ellos.

La comunicación respalda las políticas pudiéndolas enmarcar como un problema de salud pública importante, además, involucra diferentes actores como lo son las personas de los gobiernos, los sectores productivos del país y al público en general, generando una cultura de educación sobre las posibles soluciones al problema.

Estrategias de Defensa y Comunicación con Tomadores de Decisión

Bogotá - Colombia

2021