

Experto en Comunicación Social y Salud

Título Propio de Posgrado de la UCM



Fundación Abbott





Definición

- Es un **Título Propio de Posgrado** de la Universidad Complutense de Madrid.
- Lo organizan la **UCM**, **Madrid Salud** y **FUNDADEPS**, con el patrocinio de la **Fundación Abbott** y la colaboración de **FISEC**.
- Curso **muy práctico**, impartido por los mejores profesores universitarios y profesionales del sector.
- Concebido para dotar a los alumnos de los **conocimientos, destrezas y habilidades** necesarias en el ámbito de la comunicación y la salud desde una **perspectiva aplicada**.



Razón de Ser

- El término “salud” ha incorporado aspectos que van más allá del concepto tradicional de “salud biológica”.
- Según la OMS, debe entenderse como el “bienestar físico, psicológico y social de la persona”.
- Así, es necesario trabajar en el campo de la salud teniendo en cuenta, además de las variables biológicas, otros factores que intervienen en la promoción de la salud y la prevención de enfermedades.
- La comunicación juega aquí un papel fundamental, tanto a nivel académico como profesional.



Instituciones organizadoras



LA UCM, a través del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II (Facultad CC. Información), ha venido impulsando, desde hace varios años, el desarrollo de actividades e investigaciones sobre comunicación en el ámbito de la salud dentro del entorno universitario.



MADRID SALUD, organismo autónomo del Ayuntamiento de Madrid, tiene como una de sus principales áreas de trabajo el estudio, desde una perspectiva interdisciplinar, de la acción comunicativa en el entorno de la salud. En este contexto ha desarrollado numerosas actividades y proyectos en el ámbito universitario, especialmente con la UCM.



FUNDADEPS, Fundación de Educación para la Salud del Hospital Clínico San Carlos, tiene como finalidad fomentar la salud a través de la promoción y la educación, así como la investigación científica y técnica, donde la comunicación juega un papel fundamental.



Institución patrocinadora



Fundación Abbott

LA FUNDACIÓN ABBOTT ha venido desarrollando desde hace más de cinco años una colaboración muy estrecha con la UCM en el estudio de la comunicación aplicada al mundo de la salud, mostrando un gran compromiso social e interés profesional y académico.



Institución colaboradora



FISEC, Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, tiene una larga trayectoria de estudio en el campo de la comunicación estratégica y, auspiciado por excelentes académicos y profesionales, sirve como espacio de intercambio de propuestas, ideas y tendencias en dicho área, donde la salud figura como una de sus principales líneas de trabajo.



Garantía

La estrecha colaboración mantenida desde hace años entre estas instituciones en el ámbito de la comunicación y la salud, así como su larga trayectoria en la realización de cursos, talleres prácticos, investigaciones aplicadas, publicaciones, participaciones en congresos, etc., le ofrecen al alumno **la mejor garantía académica y profesional** en este ámbito de estudio, desde una perspectiva eminentemente práctica y aplicada.



Objetivo general

Este curso de posgrado nace con el propósito de
complementar la formación y
promover la especialización
en el ámbito de la comunicación y la salud,
un campo emergente y de gran demanda social.



Objetivos concretos

- Ofrecer los **conocimientos necesarios** para comprender los mecanismos que intervienen en los procesos de salud desde el punto de vista de la comunicación social.
- Desarrollar las **habilidades y destrezas necesarias** para ejecutar adecuadamente los programas de intervención en comunicación y salud.
- Poner a los alumnos en **contacto con los mejores profesionales** del mundo de la comunicación y la salud.
- Dar a conocer las **técnicas y experiencias profesionales**, mediante el desarrollo de casos prácticos de actualidad.



Programa (a)

El curso está compuesto por

7 módulos

que permiten obtener un
conocimiento real, global y práctico de la
comunicación social y la salud
desde sus diferentes áreas de estudio.



Programa (b)

MÓDULO I. COMUNICACIÓN Y SALUD

Módulo introductorio en el que se presenta al alumno la metodología del curso, es decir, los procedimientos de evaluación, la articulación en los grupos de trabajo, el método pedagógico, bibliografía más relevante, etc.

Así mismo, se estudian los escenarios contemporáneos nacionales e internacionales más relevantes en el área de la comunicación y la salud, desde un punto de vista tanto académico (revistas científicas, focos académicos, principales líneas de investigación...) como profesional (áreas de aplicación, grupos de trabajo, etc.)



Programa (c)

MÓDULO II. EDUCACIÓN PARA LA SALUD

En el marco de la definición de la OMS de la salud como el bienestar “físico, psíquico y social de los individuos”, es donde mayor relevancia adquiere el concepto de educación y comunicación para la salud, dado que los programas de educación sanitaria aplicados a los ciudadanos se alzan como el instrumento más útil para dicho bienestar y, muy especialmente, para la prevención primaria.

En este contexto se analizarán los programas de intervención comunitaria en psicología sanitaria, psicopedagogía sanitaria, etc. Todo ello con el objetivo de presentar al alumno los diseños que incorporan métodos de aprendizaje activo vinculados a la conducta saludable.



Programa (d)

MÓDULO III. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL

Las líneas de investigación más actuales demuestran que la comunicación interpersonal entre profesional sanitario y paciente constituye una de las claves del éxito en todo programa de intervención.

En este módulo se presentan los modelos más recientes sobre las técnicas de implantación de una adecuada comunicación interpersonal en el área de la salud, así como los índices y procedimientos de evaluación. Por otro lado, se abordan los aspectos grupales de la comunicación en el ámbito sanitario, con especial hincapié en las redes de comunicación y comunicación interna como herramienta de salud personal y organizacional.



Programa (e)

MÓDULO IV. LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN Y SALUD

Se abordan los aspectos estratégicos del marketing social aplicado al ámbito de la salud, así como la planificación y desarrollo estratégico y creativo de campañas de persuasión social publicitarias (de ONG's, instituciones públicas, etc.).

Se ofrece una visión completa del proceso de comunicación atendiendo a los diferentes agentes que intervienen en el mismo y poniendo especial énfasis en las nuevas perspectivas y tendencias que se abren en este campo.



Programa (f)

MÓDULO V. PERIODISMO E INFORMACIÓN DE SALUD / GABINETES DE COMUNICACIÓN

Este módulo agrupa dos áreas importantes: el periodismo especializado y los gabinetes de comunicación, ambos aplicados al ámbito de la salud.

El periodismo especializado en salud abarca, hoy día, una amplia panoplia de enfoques: diarios específicos para profesionales sanitarios (Diario Médico, Tribuna Médica, PRSalud...), monográficos o suplementos de salud en prensa diaria, programas especializados en radio, tv, debates, tertulias, páginas web, blogs.. Todos ellos son analizados en este módulo.

En lo que respecta a los gabinetes de comunicación, hace referencia al estudio de las consultoras de comunicación especializadas o los gabinetes de prensa o comunicación de instituciones sanitarias públicas y privadas.



Programa (g)

MÓDULO VI. COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y GESTIÓN COMUNICATIVA DE LAS CRISIS DE SALUD

Cada vez con mayor frecuencia asistimos a la extraordinaria importancia e impacto mediático de determinados eventos relacionados con la salud: desde posibles pandemias, aparición de nuevos virus, catástrofes medioambientales, hasta casos de posible mala praxis. Todo ello genera una enorme “alarma social” que incide de forma muy importante sobre el discurso mediático de la salud y por lo tanto en la construcción de la realidad social de este concepto.

Se analizan en este módulo los modelos, técnicas y procedimientos para gestionar, desde la comunicación, estas situaciones de crisis, sin olvidar los aspectos éticos de tan delicada cuestión.



Programa (h)

MÓDULO VII. CASOS PRÁCTICOS

Este módulo se plantea íntegramente según el método del “case study”: se hará un abordaje histórico/ contemporáneo de cómo ha ido evolucionando la comunicación y la salud sobre los distintos aspectos estudiados a lo largo del curso y se desarrollarán de forma completa casos prácticos reales (principalmente de España y EE.UU.), con carácter monográfico (drogodependencias, VIH/SIDA, cáncer, etc.), presentados por expertos de relevante trayectoria profesional.



Profesorado (a)

El curso está impartido por:

- Altos cargos directivos de **instituciones públicas del ámbito de la salud**.
- **Profesionales del sector de la comunicación**, que provienen de empresas de gran nivel y especialización.
- **Profesores universitarios** que tienen profundos conocimientos y experiencia en dichas disciplinas.



Profesorado (b). Algunos CV...

Francisco García es Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UCM. Investigador Principal del Proyecto I+D sobre “nativos digitales” del Ministerio de Innovación. Ha sido Director del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa del MEC (2000-2004) y Presidente de la Asociación de TV Educativa Iberoamericana (2001-2005). Ha dirigido varios masteres y cursos en el campo de la comunicación y la salud, así como publicado numerosos artículos y libros.

Ubaldo Cuesta es Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UCM y Director del Dpto. de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Facultad de CC. de la Información de la UCM. Director del Grupo de Investigación UCM “Creación y efectos psicosociales y culturales del discurso audiovisual” e Investigador Principal del proyecto “Comunicación Social y Salud” financiado por el Ayuntamiento de Madrid. Director de varios títulos de postgrado universitarios y tiene numerosas publicaciones en el ámbito de la “psicología de la comunicación”, “comunicación y salud”, “comunicación política”.

Tania Menéndez es Profesora de la Facultad de CC. de la Información de la UCM. Coordinadora Internacional del I+D del MEC sobre “Comunicación Social y Terrorismo” y de la Investigación en “Comunicación Social y Salud”. Ha desarrollado diversos proyectos de consultoría en comunicación estratégica, especialmente en salud y prevención. Es Coordinadora Académica de varios títulos de postgrado sobre comunicación y tiene numerosas publicaciones en “comunicación social y salud”, “comunicación estratégica” y “psicología de la comunicación”.



Profesorado (c). Algunos CV...

José Manuel Torrecilla es Médico Especialista en Medicina Legal y Forense, en Derecho Sanitario y en Toxicología, Coordinador General de Salud del Ayuntamiento de Madrid y Gerente de Madrid Salud. Ha sido Gerente de la Agencia Antidroga de la Comunidad de Madrid (2000-2003) y Jefe de Información del Instituto Nacional de Toxicología. Tiene una amplia labor docente y científica, con decenas de publicaciones científicas nacionales e internacionales sobre cuestiones médico-legales y toxicológicas. Miembro de número en la Academia Médico Quirúrgica de España.

Aitor Ugarte es Adjunto al Gerente de Madrid Salud, donde dirige un equipo de 40 personas con competencias en comunicación, evaluación, calidad, formación e investigación. Ha sido periodista de radio y televisión hasta 2000. Imparte clases en diferentes actividades de licenciatura y posgrado. Autor de libros y artículos sobre comunicación y salud, ultima su tesis doctoral en comunicación. Es vicepresidente para España del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC).

Francisco de Asís Babín es Director General del Instituto de Adicciones de Madrid Salud y ex-director general de Salud Pública de la Comunidad de Madrid. Colaborador habitual de diversos cursos universitarios de posgrado, sociedades científicas y medios de comunicación. Tiene una amplia labor investigadora y publicación de varios libros, artículos en revistas científicas y ponencias y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales con especial dedicación al campo de la epidemiología.



Profesorado (d). Algunos CV...

Dionisio Aranda es Jefe de la Unidad Comunicación de Madrid Salud y Licenciado en Psicología y Diplomado Universitario de Enfermería. Ha trabajado en organizaciones públicas y privadas en el campo de la salud durante más de 25 años. Tiene una amplia formación en gestión de servicios sanitarios, dirección de recursos humanos, epidemiología, comunicación y educación para la salud. Coautor de varios libros sobre programas de salud y formador oficial del Ayuntamiento de Madrid.

Miguel Costa es Psicólogo Clínico y Máster en Salud Pública, Director del Centro de Promoción de Hábitos Saludables de Madrid Salud y profesor asociado de la Facultad de Psicología de la UAM. Tiene una larga trayectoria docente en formación de postgrado dirigida a diferentes profesionales y directivos de los sectores de la salud, servicios sociales y educación. Autor/coautor de numerosos artículos y monografías referentes al desarrollo de competencias, así como ponente e invitado habitual en Congresos y Jornadas nacionales e internacionales.

Ernesto López es psicólogo y médico especialista en Medicina Familiar y Comunitaria, tiene una dilatada experiencia en el campo de la prevención, de la promoción de la salud y de la educación para la salud, participa habitualmente en actividades formativas en el ámbito académico y es autor de publicaciones en las que la salud pública, la comunicación y la educación son ejes fundamentales. Actualmente trabaja como Coordinador de Proyectos en la Dirección General de Calidad y Atención al Ciudadano del Ayuntamiento de Madrid.



Profesorado (e). Algunos CV...

Roberto Rodríguez es Director de Comunicación del Grupo Amma. Ha sido Director Adjunto de Comunicación del Ministerio de Sanidad y Consumo (2004-2007), Director Adjunto de Comunicación del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2000-2004) y Jefe de Prensa de la Consejería de Educación, Cultura, Juventud y Deportes del Gobierno de La Rioja (1999-2000). Tiene una amplia experiencia docente en aspectos ligados con la comunicación y la salud, y también con la comunicación política e institucional.

María Sáinz es Presidenta de la Asociación de Educación para la Salud (ADEPS) y de la Fundación de Educación para la Salud (FUNDADEPS). Máster en Salud Pública y Gestión de Entidades y Servicios Sanitarios. Profesora asociada del Departamento de Medicina Preventiva y Salud Pública de la Facultad de Medicina de la UCM. Jefa de la Unidad de Educación para la Salud del Servicio de Medicina Preventiva del Hospital Clínico San Carlos de Madrid.

Hernán Alfredo Díaz es director de Comunicación de la Fundación de Educación para la Salud (FUNDADEPS). Licenciado en Comunicación Social por la UNLP (Argentina) y Magister en Técnicas de Comunicación en Servicios Sociales por la UCM. Experto en comunicación para la salud en el ámbito comunitario. Fue director de Planificación y Gestión del Programa de Prevención del Infarto en Argentina.

Irene Tato es Directora de la agencia de comunicación SC, Salud y Comunicación, especializada en el sector sociosanitario. Desarrolló el proyecto del Máster de Periodismo Sanitario de FUNDADEPS-UCM. Es docente en diversos cursos de postgrado y miembro de asociaciones nacionales e internacionales de expertos en comunicación estratégica e Información de Salud.



Alumnos

- El Experto va dirigido a **alumnos, tanto españoles como de países extranjeros**, que quieran profundizar en los conocimientos y destrezas del campo de la comunicación y la salud.
- También a aquellos **profesionales** que intervienen en el ámbito de la comunicación y/o la salud.

La titulación requerida es:

Diplomatura (o que estén cursando el segundo ciclo de licenciatura) o **licenciatura**.



Evaluación (a)

El sistema de evaluación es continuo y se centra en los siguientes puntos:

➤ **Control de asistencia.**

Al tratarse de un curso presencial, se tendrá muy en cuenta la asistencia a las clases.

➤ **Trabajos prácticos de carácter colectivo.**

Los alumnos están organizados en pequeños grupos de trabajo donde desarrollan ejercicios prácticos basados en casos reales de actualidad.



Evaluación (b)

➤ Proyecto final.

Trabajo de carácter individual y tema libre que se desarrolla con la supervisión de un tutor.

Se presenta ante un tribunal formado por académicos y profesionales que han intervenido en el curso.

Hay dos posibilidades de presentación (no compatibles): en el mes de junio o en septiembre.



La superación del curso da derecho a la
solicitud del Título Propio de Posgrado

**“Experto en Comunicación Social y
Salud”**

de la Universidad Complutense de
Madrid



Duración y Horario

- Las CLASES comienzan a mediados de febrero y terminan a finales de mayo (en junio o septiembre se presentará la tesina).
- Las prácticas en empresas se pueden hacer hasta finales de septiembre.
- Las CLASES son de lunes a jueves en horario de 19 a 21.30 horas.
- Es un curso de 25 créditos ECTS

Se imparten en las dependencias de Madrid Salud
c/ Montesa, 22. Madrid.



Prácticas en Empresas

**Se garantiza la realización de
prácticas**

en Madrid Salud (Ayuntamiento de Madrid) y posibilidad de hacerlas en otras empresas del sector de la comunicación y/o la salud.



Matrícula

- El coste total de la matrícula es de **1.290 €** (más 30 € en concepto de preinscripción).
- Hay **posibilidad de becas** para los alumnos matriculados.
- Toda la **información referente a la preinscripción y matrícula** se puede encontrar en la página oficial de la UCM:

www.ucm.es

Pinchar en "admisión y matrícula" – "titulaciones propias" – "Información sobre la preinscripción"



Equipo de Dirección y Coordinación

Francisco García Director (UCM)

Ubaldo Cuesta Co-director (UCM)

Tania Menéndez Coordinadora Académica (UCM)

Aitor Ugarte Coordinador Técnico (Madrid Salud)

Marisa Poncela Coordinadora Técnica (Fundación Abbott)

María Sáinz Coordinadora Académica (UCM)

Hernán A. Díaz Coordinador Técnico (FUNDADEPS)



Datos de Contacto

Tania Menéndez Hevia Coordinadora Académica

Sandra Gaspar Herrero Coordinadora de Alumnos

Facultad de Ciencias de la Información (UCM)

Dpto. Comunicación Audiovisual y Publicidad II

Despacho 403. 4ª planta

Avda. Complutense, s/n. (28040) Madrid

Correo electrónico: comunicacionysalud@gmail.com

Tlfs. 91 394 21 62 / 676 88 95 07

Página web: www.madridsalud.es