

# Sintoniza con el éxito: Cómo llegar a su población a través de diferentes plataformas de medios

Abril 2023



# El Centro Nacional para la Salud del Trabajador Agrícola

El **Centro Nacional para la Salud de los Trabajadores Agrícolas (NCFH, por sus siglas en inglés)** es una organización privada sin fines de lucro ubicada en Buda, Texas, cuya misión es "Mejorar la salud y el bienestar de las familias de trabajadores agrícolas."

Recursos de datos específicos de población y asistencia técnica

- Desarrollo y capacitación de la fuerza laboral
- Recursos de educación para la salud y desarrollo de programas
- Capacitación en Gobernanza de la Junta Directiva
- Manejo de programas



# Presentadores de hoy



**Megan Martinez**

Coordinadora del Programa de Diabetes  
National Center for Farmworker Health  
Buda, TX



**Maria Bustamante, CHWI**

Supervisora del Programa de Diabetes  
National Center for Farmworker Health  
Buda, TX

# Objetivos del Aprendizaje



- Al final de esta presentación, los participantes podrán:
- Obtener información sobre los diferentes canales de medios que pueden aumentar la participación de los participantes y promocionar servicios
  - Identificar y elegir la mejor estación de radio para su población
  - Conocer cómo transmitir los puntos y mensajes clave de manera eficaz
  - Obtener información sobre qué es Facebook Live e identifique las mejores prácticas y usos
  - Conocer los Pros y los contras de la comunicación en los medios

# Hablemos!



1. ¿Qué medios de comunicación utiliza a nivel personal?
2. ¿Qué medios de comunicación utiliza actualmente en su centro de salud para llegar a su población deseada?

Campo de sueños....Si lo construyes, Ellos vendrán

**IF YOU BUILD IT,  
THEY WILL COME.**



# Canales de promoción y medios



Radio



TV



Redes Sociales

# Propósito de la promoción de radio

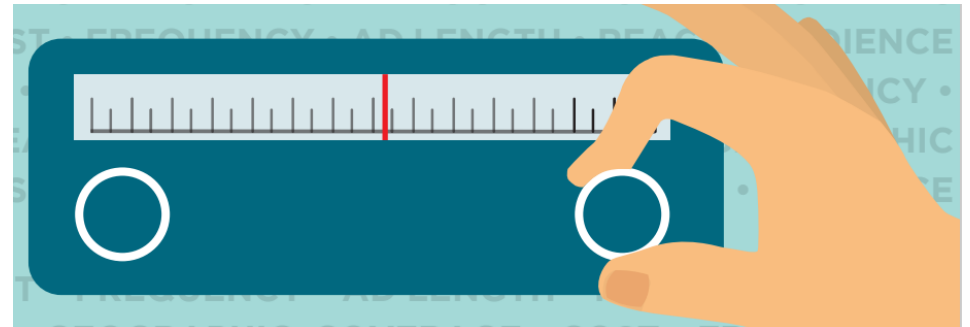
La Radio es una oportunidad:





# Hablemos de la Radio

- Radio Tradicional
  - 15-30 segundos en segmentos de Anuncios de Servicio Público (PSA)
  - Segmentos de entrevistas
- Radio en línea
  - Anuncios
  - Podcasts



# Sintoniza con el éxito: cómo elegir la estación de radio adecuada para su programa nacional de prevención de la diabetes reconocido por los CDC

**Determine Costo  
/Presupuesto**

**Determine su  
Audiencia**

**Encuentre la  
estación de radio  
que coincida con  
su audiencia**

**Determine  
disponibilidad y  
frecuencia**

**Desarrolle su  
mensaje y tiempo  
para diseminación**

# Sintoniza con el éxito: cómo crear mensajes clave de radio

Tienes una cantidad de tiempo establecida para transmitir claramente tu mensaje y mantener completamente a los oyentes interesados.

## The 3Cs of effective messages:

- **Clear:** avoid jargon
- **Concise:** say what you want to say, then stop
- **Compelling:** relate with stories, facts



[ADCES Diabetes Language Guidance](#)

# Presentación de mensajes clave

- Ilustrar visión/pasión
- Transmitir analogías/comparaciones
- Comparta historias convincentes y use anécdotas
- Usa frases repetitivas y para recordar
- Demostrar confianza y experiencia
- Guía de Mensajes Clave



# ¡Discusión en Grupo!

Comparta un ejemplo de un mensaje de llamado a la acción que su organización/HC podría crear.



# Incorporar puntos clave del National DPP



- Prediabetes significa que los niveles de azúcar en la sangre de una persona son más altos de lo normal, pero no lo suficientemente altos como para diagnosticar diabetes tipo 2.
- Se estima que el 32% de los hispanos/latinos tienen prediabetes. Solo 1 de cada 4 sabe que lo tiene.
- La diabetes tipo 2 a menudo se puede prevenir con cambios en el estilo de vida, ¡y estamos aquí para ayudar!
- Nuestro programa de cambio de estilo de vida local ofrece información personalizada para satisfacer las necesidades individuales y tiene una base científica, diseñado en un ambiente divertido y alentador.
- Comer sano, perder peso y mantenerse activo puede reducir a la mitad el riesgo de diabetes tipo dos.
- Averigüe si está en riesgo: ¡haga una evaluación de riesgo de 60 segundos hoy!

# Redes Sociales...¿cuál utilizar?

- YouTube
- Twitter
- Facebook
- Instagram
- Snapchat
- LinkedIn
- TikTok



# Sintoniza con el éxito: consejos rápidos de Facebook En vivo (Live) para su Programa Nacional de Prevención de la Diabetes reconocido por los CDC

## ¿Qué es Facebook en vivo?

Facebook en vivo es una función de transmisión de video en vivo en Facebook que le permite transmitir un video en vivo a través de una página de organización o un perfil personal.

Facebook en Vivo es una herramienta eficaz para cuando quiera:

- crear conciencia sobre el programa de cambio de estilo de vida del Programa Nacional de Prevención de la Diabetes (DPP)
- llegar a más espectadores en las redes sociales
- aumentar el compromiso de los participantes



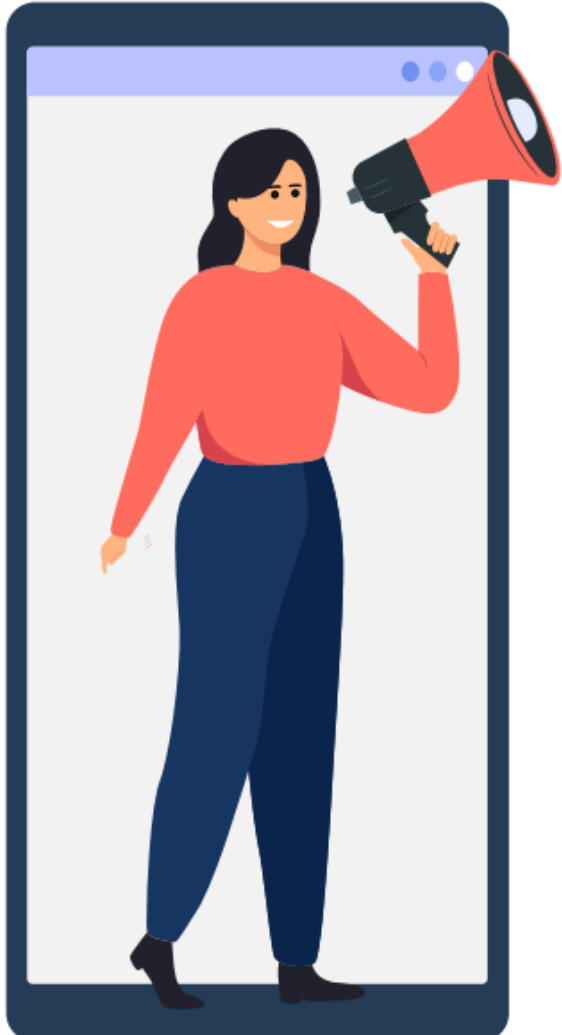
# Formas de usar Facebook En vivo para campañas promocionales

## Beneficios:

- **Conectar con los espectadores**
- **Interactuar e Informar**
- **Mostrar una clase o evento**



# Porqué usar Facebook En vivo



- Promover la participación de la familia en el camino del participante hacia una mejor salud
- Aumentar la participación ya que los espectadores pueden unirse desde el trabajo, el hogar o desde cualquier lugar en el que se encuentren en ese momento (puede ser una solución a las barreras de los pacientes para visitar los centros de salud)
- Los espectadores pueden hacer preguntas o comentar en tiempo real.
- Se pueden formar grupos privados para realizar clases educativas
- Los espectadores pueden regresar y acceder a la información en otro momento

# Mejores Prácticas en Facebook En vivo

1. *Programe transmisión en Facebook*
2. *Promocione su evento de Facebook en Vivo*
3. *Prepare puntos de conversación y una llamada a la acción.*
4. *Elija una ubicación para su transmisión*
5. *Preste atención al tiempo*
6. *Interactúe con sus espectadores*



# Ejemplo de una transmisión en vivo: Clases educativas de cocina

- Cómo cocinar y comer alimentos saludables puede disminuir el riesgo de prediabetes.
- Cómo comprar y preparar una comida saludable.
- Maneras de desarrollar hábitos alimenticios saludables.
- Exhibiendo nuevos recursos y herramientas del DPP Nacional, que los espectadores pueden usar para comprar, cocinar y comer saludable.
- Conectando a los espectadores con su centro de salud más cercano y únase al DPP Nacional para recibir apoyo.



Now to create your Facebook live event:

**Lights, Camera, Action!**

## Ejemplos: El Paso Center for Diabetes

- [Sabrosa Vida](#) – Promoviendo una clase de cocina en Facebook en vivo.
- Promoviendo un [evento de salud](#) en FB en vivo.

# Discusión en Grupo!

¿De qué manera ha utilizado FB su organización/cuidado de la salud?

PUBLICACIONES

COMPARTIR VIDEOS Y RECURSOS

PROMOCIÓN DE EVENTOS

¿Has usado FB en vivo?

¿Para qué propósito?



# Qué hacer y qué no hacer en la comunicación con los medios

# ADCES Herramienta de orientación lingüística

- Explique los acrónimos que usa porque es posible que la audiencia no esté familiarizada.
- Nunca use el término “diabético”
- Use un lenguaje que sea neutral, centrado en la persona, colaborativo y basado en las fortalezas. Consulte el documento compartido sobre orientación lingüística.



Language Matters

# Cómo compartir un mensaje clave

- Sea conciso y mantenga el enfoque
  - Establezca los hechos
  - Liste los pasos a seguir
  - Indique los detalles de su información
  - Use un lenguaje sencillo
- Mantenga la calma y sea respetuoso/a.
  - Enfatizar y volver a enfatizar
  - Prometa menos pero ofrezca más
  - Comparta solo hechos
  - Comparta una anécdota o historia



ON AIR



## Consejos para una entrevista exitosa

- Mantenga la calma. Use bien las pausas.
- Conozca bien cuáles de sus mensajes tienen prioridad.
- Hable y participe activamente en la entrevista, pero mantenga el control.
- No entre en demasiados detalles.
- Evite el uso de siglas o términos científicos cuando puede usar palabras de uso común.
- Si tiene que usar un término técnico, defínalo.
- Nunca debe responder "Sin comentarios".
- Nunca debe divulgar la información de salud personal de ninguna persona.

## “Estamos en vivo”... Consejos

- ¡Escribe lo que piensa decir antes de que sea el momento de transmisión!
- Use su tono y ritmo normal: se supone que esto es divertido, no estresante
- ¡Sea usted mismo/a!
- Tómese su tiempo para organizar sus pensamientos
- Trate de evitar grandes inhalaciones o grandes exhalaciones en el teléfono o micrófono
- Tenga una botella de agua cerca en caso de que necesite aclarar la garganta.



# Cómo mantener el control durante una entrevista o evento en vivo



- Lea, mire o escuche ejemplos del trabajo periodístico del reportero que realiza la entrevista.
- Sea amable, pero no demasiado amistoso.
- Sea entusiasta con el tema de la entrevista y solo hable de los temas que conoce.
- Tenga una copia del mensaje principal que desea comunicar o apréndalo de memoria.
- Siéntese libre de reiniciar la entrevista si hay algo que no le gusta como suena, especialmente si se trata de una entrevista de radio que se está grabando.
- Si está en una entrevista/evento en vivo, simplemente respire y continúe manteniendo el contacto visual, la confianza y el entusiasmo. Proporcione respuestas lo mejor que pueda.

# Voz y Lenguaje Corporal

Cosas a las que estar atento por teléfono:

- Su voz es su lenguaje corporal
- Póngase de pie para transmitir energía
- Mantenga la línea de pensamiento
- Hable un poco más despacio
- Pause
- Sonría



## Por último, en respuesta a los medios/reporteros....

“El punto más importante que el público debe saber es...”

“Como una cuestión de hecho...”

“Déjeme explicar...”

“Eso me lleva de vuelta a mi punto principal...”

“Creo que el problema más grande es...”

“Esa es una gran pregunta y apunta al problema real aquí, que es...”

# Tune Into Success

The illustration features a light blue background with several grey gears of different sizes. On the left, a grey radio tower with lightning bolts at its top is visible. In the center, a large magnifying glass is held by a hand from the right, focusing on a group of four diverse people in circular frames. Other circular frames containing diverse individuals are scattered around the magnifying glass. The overall theme is about reaching and understanding a diverse audience through technology.

## Resumen y conclusiones clave

- Usted es el experto en conocer a su público objetivo y sus necesidades, incorpore el tipo de plataforma (s) de medios que crea que se alinea mejor.
- Es genial probar una nueva plataforma que no se ha utilizado para aumentar la participación del paciente; ¡podría encontrar resultados exitosos que no esperaba!
- ¡Estamos aquí para ayudarle en sus implementaciones de medios para satisfacer las necesidades de su centro de salud y su público objetivo!

Encuesta: Evaluación

Preguntas y Discusión





# DIABETES RESOURCE HUB

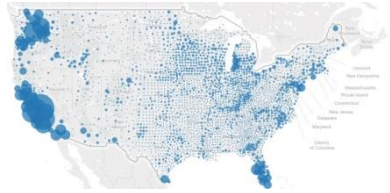
[Diabetes Resource Hub](#)



# EL Centro Nacional para la Salud del Trabajador Agrícola



## Población Específica



[Estimados de la población](#)



[Hojas Informativas e Investigación](#)



[Colaboración de aprendizaje en centros de salud](#)

## Educación para la salud/recursos de educación para pacientes



[Centros de recursos Diabetes Salud Mental Determinantes Sociales de la Salud](#)



[Historias Digitales](#)



[Materiales Educativos para Pacientes](#)

## Gobernanza/ Entrenamientos para la Fuerza Laboral



[Caja de herramientas del centro de salud](#)



[Seminarios web archivados](#)



Governance Tools

[Herramientas, recursos, y plantillas de la junta directiva](#)

[Suscríbese al boletín de NCFH News](#)



[Suscríbese al Boletín de Sol a Sol](#)



# ¡Gracias!

“This resource was supported by the grant or cooperative agreement 6 NU58D006361-05-03, funded by the Centers for Disease Control and Prevention. Its contents are the sole responsibility of the authors and do not necessarily represent the official views of the Centers for Disease Control and Prevention or the Department of Health and Human Services

© 2023 Association of Diabetes Care & Education Specialists. All rights reserved