

3. Glossari i utilitats

Per comunicar eficaçment un Pla Local de Salut és essencial tenir un glossari que detalli clarament els conceptes relacionats amb la comunicació i el màrqueting. A continuació es presenta una guia amb descripcions senzilles per a cada terme, organitzada per temàtiques, per assegurar que la informació sigui accessible i comprensible.

Glossari de terminologia sectorial

• Estratègia i planificació

- **Branding (marca).** Conjunt d'aspectes enfocats a construir i gestionar la imatge d'una organització o projecte, incloent el nom, el logotip i altres elements visuals, per crear una identitat reconeixible i diferenciada.
- **Brief (brífig).** Document que resumeix els objectius, el públic, els missatges clau, les estratègies i les necessitats específiques d'una campanya de comunicació o projecte, servint com a guia per a l'equip de treball.
- **Canal.** Suport físic, mitjà o codi (llenguatge) a través del qual es transmet un determinat missatge.
- **Canals de comunicació.** Vies a través de les quals s'envia la informació, com ara mitjans de comunicació social, televisió, ràdio o internet, que ajuden a arribar a diverses audiències.
- **DAFO: (debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats).** Eina d'anàlisi que ajuda a identificar els factors interns (debilitats i fortaleces) i externs (amenaces i oportunitats) que poden influir en l'èxit d'un projecte o organització.
- **Estratègia emocional.** Estratègia basada en l'apel·lació a les emocions per motivar una acció o un comportament determinat.
- **Estratègia híbrida.** Estratègia que combina elements de diverses estratègies (emocional, racional, visual, participativa, narrativa) per crear una campanya més completa i efectiva.
- **Estratègia narrativa.** Estratègia que utilitza històries per transmetre missatges de manera memorable i fàcil d'entendre.
- **Estratègia de participació.** Estratègia que implica directament el públic en la comunicació, fomentant la seva participació activa.
- **Estratègia racional.** Estratègia basada en l'ús d'evidències científiques i dades per convèncer l'audiència.
- **Estratègia visual.** Estratègia que fa servir elements visuals com infografies, gràfics, i vídeos per transmetre informació de manera atractiva i clara.
- **Missatge.** Contingut principal que es vol comunicar a l'audiència. Ha de ser clar, concís i adequat al públic objectiu.

- **Mitjans offline.** Plataformes tradicionals de comunicació que no requereixen l'ús d'internet, com la premsa escrita, la ràdio i la televisió.
 - **Mitjans online.** Plataformes digitals com llocs web, xarxes socials i correu electrònic utilitzats per difondre informació i interactuar amb l'audiència en temps real.
 - **Narratives personals.** Històries o testimonis individuals que il·lustren els impactes de les polítiques de salut o els beneficis que comporta l'adopció d'hàbits saludables, que faciliten una connexió emocional amb els temes.
 - **Posicionament.** Procés d'ajustar la imatge o percepció d'una marca, producte o servei dins la ment del públic objectiu, destacant els seus atributs únics en comparació amb la competència.
 - **SEO (Search Engine Optimization).** Pràctiques destinades a millorar el posicionament d'un lloc web en els resultats de cerca naturals (no pagats) dels motors de cerca, per augmentar la visibilitat i atraure més visitants.
 - **SEM (Search Engine Marketing).** Tècniques de màrqueting digital que impliquen la promoció de llocs web augmentant la seva visibilitat en pàgines de resultats de motors de cerca a través de publicitat pagada.
 - **Storytelling.** Art d'explicar històries per transmetre missatges de manera captivadora perquè siguin fàcils de recordar. A través de narratives que inclouen personatges, conflictes i resolucions, aquesta tècnica facilita la comprensió i retenció de la informació. És útil per explicar conceptes complexos de manera senzilla i connectar emocionalment amb l'audiència. Així, contribueix a comunicar idees de manera efectiva a persones sense experiència en comunicació.
 - **Visualització de dades.** Representació gràfica d'informació i dades per facilitar la seva comprensió i interpretació. Això inclou gràfics, mapes i infografies.
- **Comunicació visual i materials**
 - **Arts finals.** Versió definitiva d'un disseny gràfic, preparada per a la seva impressió o publicació digital, seguint les especificacions tècniques requerides.
 - **Creativitat.** Disseny original i innovador de materials visuals utilitzats en campanyes de comunicació, incloent-hi anuncis, publicacions en xarxes socials, etc., per captar l'atenció i transmetre missatges clau.
 - **Flyer (fullet).** Full de paper distribuït manualment o per correu, dissenyat per promocionar esdeveniments, serveis o campanyes.
 - **Opuscle.** Publicació de poc volum, sovint informativa o promocional, que tracta sobre un tema específic de manera concisa.
 - **Roll-up.** Estructura vertical autoportant amb un pòster enrotllable, utilitzada com a element promocional en esdeveniments o conferències.
 - **Tríptic / díptic.** Full informatiu plegable amb tres o dos panells, respectivament, utilitzat per presentar informació de manera organitzada i atractiva.
 - **Gestió de la comunicació**
 - **Campanya de comunicació.** Conjunt coordinat d'activitats de comunicació dissenyada per assolir objectius específics, com ara augmentar la consciència sobre un tema de salut o promoure canvis de comportament.

- **Campanya de sensibilització.** Iniciativa de comunicació dissenyada per informar i educar sobre un tema específic, amb l'objectiu de canviar actituds o comportaments i promoure la consciència social.
- **Comunicat de premsa.** Document adreçat als mitjans de comunicació que expressa el posicionament d'una organització sobre un tema que l'afecta.
- **Convocatòria de premsa.** Document mitjançant el qual una organització convida els periodistes dels mitjans de comunicació a assistir a una roda de premsa o a un esdeveniment amb una elevada dimensió mediàtica.
- **Dossier de premsa.** Document adreçat als mitjans de comunicació que conté informació detallada sobre una qüestió que té interès públic. Pot estar format per una col·lecció de diversos documents informatius (notes o comunicats de premsa, informes, imatges, documents audiovisuals, etc.).
- **Informació embargada.** Informació proporcionada als mitjans de comunicació amb el compromís que no serà publicada fins a una data i hora específiques.
- **Nota de premsa.** Notícia que una organització adreça als mitjans de comunicació amb la intenció que se'n facin ressò a través d'una notícia o un altre format informatiu.
- **Publicity.** Esforç per atraure l'atenció del públic i dels mitjans de comunicació cap a un producte, servei, persona o esdeveniment sense haver de pagar.

• Mètriques i avaluació

- **KPI (Indicador clau de rendiment).** Mètriques específiques utilitzades per mesurar l'eficàcia i l'èxit de les campanyes de comunicació i màrqueting, que ajuden a entendre el rendiment en funció dels objectius establerts.
- **Abast orgànic.** Nombre de persones que veuen un contingut sense inversió publicitària, a través de la distribució natural en plataformes com xarxes socials o motors de cerca.
- **Abast publicitari.** Nombre de persones que veuen un contingut a conseqüència de campanyes de publicitat pagades, fet que n'augmenta la visibilitat més enllà de l'abast orgànic.
- **Avaluació d'impacte.** Anàlisi dels efectes a curt, mitjà i llarg termini d'una intervenció o política de salut sobre la població objectiu.
- **Indicadors de salut.** Mesures utilitzades per avaluar l'estat de salut de la població, com ara taxes de morbiditat i mortalitat, prevalença de factors de risc, etc.
- **Monitoratge i seguiment.** Recollida contínua de dades sobre el progrés d'un programa o intervenció per avaluar la seva eficàcia i fer ajustos si és necessari.

• Participació comunitària

- **Compromís comunitari.** Participació dels membres d'una comunitat en la planificació, implementació i avaluació de les iniciatives de salut per garantir que reflecteixin les necessitats i preferències locals.
- **Crowdsourcing.** Procés per obtenir idees o solucions mitjançant la participació d'un grup nombrós de persones.
- **Difusió de la informació.** Acte de compartir informació amb el públic a través de diversos mitjans, com ara fullets, xarxes socials o reunions comunitàries, per assegurar-se que tothom tingui accés a la informació rellevant.

- **Enquesta.** Tècnica quantitativa de recerca per recollir dades mitjançant un conjunt de preguntes estructurades enviades a una mostra de la població. S'utilitza per conèixer opinions, comportaments o característiques de la població.
- **Entrevista en profunditat.** Tècnica qualitativa de recerca que consisteix en una conversa detallada i individual amb una persona per obtenir informació en profunditat sobre les seves opinions, experiències o percepcions sobre un tema específic.
- **Grup de discussió (*focus group*).** Tècnica qualitativa de recerca que consisteix en una entrevista grupal amb diverses persones per debatre un tema específic i recollir opinions.
- **Participació ciutadana.** Procés que implica la comunitat en la presa de decisions i accions.
- **Pòdcast.** Sèrie d'àudio en línia que tracta temes específics i s'utilitza per difondre informació.
- **Sensibilització.** Procés d'informar i educar la comunitat sobre qüestions de salut importants que permeten augmentar la consciència i el coneixement general.
- **Retroalimentació.** Opinions o suggeriments rebuts de part de persones que permeten millorar les estratègies i accions de salut.

• Principis de salut pública

- **Determinants de la salut.** Factors que influeixen en l'estat de salut dels individus i les comunitats, incloent-hi aspectes econòmics, ambientals, socials i de comportament.
- **Empoderament en salut.** Procés mitjançant el qual les persones adquireixen coneixements per prendre decisions sobre la seva salut.
- **Equitat en salut.** Esforç per garantir que tothom tingui les mateixes oportunitats per assolir el seu màxim potencial de salut, sense ser desavantajat per condicions econòmiques o socials.
- **Prevenició de malalties.** Estratègies o activitats dissenyades per evitar l'aparició de malalties o condicions de salut abans que es produeixin.
 - **Prevenició primària:** accions per evitar l'aparició de malalties (vacunes, estil de vida saludable).
 - **Prevenició secundària:** accions per detectar malalties de manera precoç i guarir-les o evitar que progressin.
 - **Prevenició terciària:** accions per mitigar els efectes d'una malaltia diagnosticada.
 - **Prevenició quaternària:** accions per evitar intervencions mèdiques innecessàries.
- **Promoció de la salut.** Processos que permeten als individus i comunitats augmentar el control sobre la seva salut i millorar-la mitjançant l'adopció d'estils de vida saludables.
- **Protecció de la salut.** Conjunt d'actuacions, prestacions i serveis destinats a garantir la innocuïtat i la salubritat dels productes alimentaris i a preservar la salut de la població davant els agents físics, químics i biològics presents en el medi.

- **Resiliència en salut pública.** Capacitat d'un sistema de salut i de les comunitats per fer front a crisis sanitàries.
- **Salut a totes les polítiques.** Estratègia que reconeix que la salut va més enllà de l'assistència sanitària, i té en compte factors com l'educació, l'habitatge, la mobilitat, el medi ambient, o l'economia, entre d'altres. Aquest enfocament proposa que totes les polítiques públiques, independentment del seu àmbit, considerin els seus efectes sobre la salut de la població.
- **Salut comunitària.** Concepte que fa referència a la salut d'una comunitat o grup de persones, tenint en compte les condicions socials, ambientals i econòmiques que influeixen en el benestar col·lectiu.

• Públic i col·laboradors

- **Grups d'interès.** Individus o grups de persones que influeixen en el funcionament d'una organització i que, alhora, són influïts per aquesta. Inclouen les persones treballadores, la clientela, els proveïdors i la comunitat local, entre d'altres.
- **Públic objectiu.** Grup específic de persones a qui s'adreça una campanya o un missatge, seleccionat segons característiques com l'edat, el sexe, la ubicació, els interessos, etc.

• Publicitat exterior

- **OPI (objecte publicitari il·luminat).** Panell publicitari de grans dimensions situat en un lloc visible, a l'aire lliure, com ara carrers o carreteres, destinat a captar l'atenció dels vianants i conductors.
- **MUPI (mobiliari urbà publicitari il·luminat).** Suport per a la presentació d'anuncis publicitaris, generalment situat en parades de transport públic o altres punts d'alta visibilitat.
- **Marquesina.** Coberta en parades d'autobús amb espai per a publicitat, que proporciona visibilitat en àrees amb trànsit elevat de persones.

Enllaços web per ampliar informacions sobre els PLS

- **Directori de Plans Locals de Salut de la Diputació de Barcelona:** <https://www.diba.cat/ca/web/salutpublica/plans-locales-de-salut>
- **Portal de Salut Pública de la Diputació de Barcelona:** <https://www.diba.cat/ca/web/salutpublica>
- **Observatori de la Salut de Catalunya:** <https://observatorisalut.gencat.cat/ca/inici>

Enllaços web a recursos, eines i tecnologies de comunicació

• Bancs d'imatges gratuïts

- **Freepik:** <https://www.freepik.es>
- **Pixabay:** <https://pixabay.com/es>
- **Pexels:** <https://www.pexels.com/es-es>

- **Bancs d'ícones gratuïts**

- **Freepik:** <https://www.freepik.es>
- **Flaticon:** <https://www.flaticon.es>
- **Iconfinder:** <https://www.iconfinder.com>

- **Aplicacions per elaborar infografies**

- **Canva:** <https://www.canva.com>
- **Infogram:** <https://infogram.com/es>
- **Piktochart:** <https://piktochart.com/es>

- **Bancs de recursos audiovisuals gratuïts**

- **Pixabay Videos:** <https://pixabay.com/es/videos>
- **Pexels Videos:** <https://www.pexels.com/es-es/videos>

- **Recursos gratuïts per fer enquestes**

- **Google Forms:** <https://www.google.com/forms>
- **Typeform:** <https://www.typeform.com>