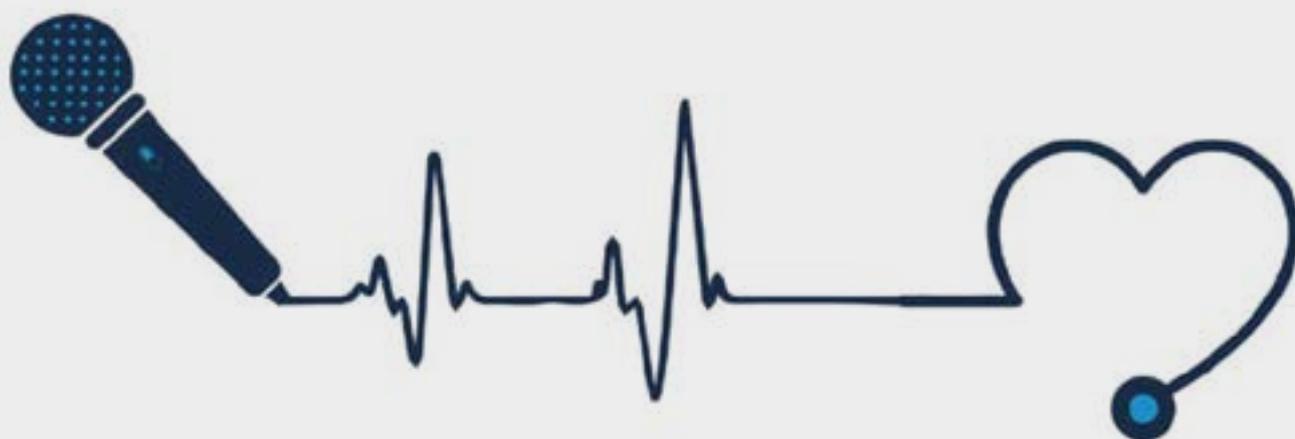


6 al 8 de abril 2018

Vall d'Hebron

Barcelona Campus Hospitalari

E-BOOK



XIV

Congreso Anis

Las fronteras de la comunicación en salud

**“La lucha
contra
los bulos
en salud
nos atañe a
todos”**



Índice

	PÁGINA
El XIV Congreso Anis en cifras...	6
Organización, voluntarios y comisión	8
Encuentro previo con medios y patrocinadores	10
<hr/>	
Viernes, 6 de abril	
Inauguración oficial	12
Una hora con... María Neira	16
Informadores, pacientes y profesionales de la salud ante la sanidad del futuro	20
<hr/>	
Sábado, 7 de abril	
Tratamiento de las imágenes de víctimas de atentados o sucesos en medios y redes sociales: ¿Estamos traspasando la frontera?	24
Infoxicación en la comunicación sanitaria: los bulos en salud	32
Nuevas actualizaciones en redes sociales e infografías: ¿Cómo usarlas en mi día a día?	40
V Premio Anis a la mejor labor de Comunicación en salud 2017	44
<hr/>	
Domingo, 8 de abril	
Salud y <i>celebrities</i> , una oportunidad informativa	46
Presentación del perfil del comunicador de la ciencia en España	50
Transformación digital. Mitos y realidades sobre el binomio de moda	52
I Concurso Emprendedores Anis by Emprende inHealth	54
Anis 2018. Más materiales	58

El XIV Congreso Anis en cifras...



690 minutos

hablando de
comunicación en salud



250 periodistas

difundiendo noticias
sobre el evento



3 días

Trending topic nacional
Twitter: conversación #Anis18



16 voluntarios

ayudando a cumplir
objetivos



7 notas de prensa

publicadas con las
novedades del congreso



**1.439
participantes**



**9.004
tweets**



80 impactos

en prensa



1100 cafés

compartiendo experiencias



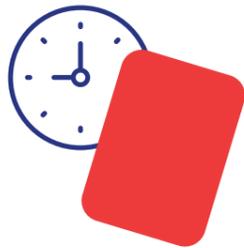
**43M
impresiones**



**1.473
imágenes**

Organización, voluntarios y comisión

Desde Anis queremos agradecer la colaboración y **esfuerzo** de todas las personas que han hecho posible que esta nueva edición del Congreso Anis haya sido un éxito.



TWEET

Emilio de Benito
@emiliodebenito

#muyfan del sistema de tarjetas de @fecove en congreso #ANIS18



10:26 - 6 abr. 2018

1 Retweet 2 Me gusta

Carmen Fernández y Vall d'Hebron Campus

TWEET

Javi Granda Revilla
@javigranda

Ese momentazo en cada congreso @anisalud #ANIS18 en el que @fecove saca la tarjeta roja



9:24 - 7 abr. 2018

1 Retweet 15 Me gusta

Carmen Fernández y Vall d'Hebron Campus

TWEET

Galenia Comunicación
@Galenia_cat

Pillados durante #ANIS18 @emiliodebenito, presidente de ANIS y @mmassarda, delegada ANIS Catalunya tramando más cosas para @anisalud La marea ANIS cada vez tiene más fuerza



18:20 - 11 abr. 2018

2 Retweets 7 Me gusta

Carmen Fernández y Vall d'Hebron Campus

TWEET

Miguel Angel De la Cámara
@MiguelDeCámara

Tres profesionales #Sanitarios del mundo de la #Farmacia en el Congreso #ANIS18 @fecove Ariana Fernández, y @boticariagarcia

Los divulgadores (#comunicación en #Salud) tenemos que estar en @anisalud

Creamos puentes útiles con la #Prensa



16:52 - 10 abr. 2018

4 Retweets 12 Me gusta

Carmen Fernández y Vall d'Hebron Campus

Horas previas al congreso...

Encuentro previo con medios y patrocinadores

Antes de comenzar con el congreso propiamente dicho, el Vall d'Hebron Barcelona Hospital Campus quiso organizar un encuentro en el que tanto patrocinadores como representantes de los medios de comunicación pudieran conocer sus instalaciones de primera mano. Así, el Centro de Esclerosis Múltiple @cemcat_em, el Vall

d'Hebron Instituto de Oncología (VHIO), el Vall d'Hebron Instituto de Investigación (VHIR) y el bloque quirúrgico del Hospital Universitario Vall d'Hebron abrieron sus puertas y nos explicaron cómo funcionan en su día a día y cuáles son los retos de futuro a los que se enfrentan.

TWEET



anis ANIS @anisaIud

Ya estamos en @vallhebron en el encuentro previo a #ANIS18 con medios y patrocinadores. Empezamos la visita al hospital.

2:11 PM - Apr 6, 2018

55 25 people are talking about this

TWEET

Susana Reverter @Susar1568

#ANIS18 Muy interesante la visita al centro de Esclerosis Múltiple @cemcat_em del @vallhebron un edificio monográfico, sin barreras, con 70 trabajadores, que atiende a más de 3.000 pacientes año. Nos lo enseñan el subdirector Jaume Sastre y la responsable de calidad Marga Navarro



7:06 - 6 abr. 2018 desde Barcelona, España

15 Retweets 35 Me gusta

ANIS, Iva López Guerrero, Marco Benito y 7 más

11 35

TWEET

Carmen Lara @CCarrera

En el congreso #ANIS18 nos metemos hasta en el quirófano de la salud. Gracias @vallhebron



9:04 - 6 abr. 2018

1 Me gusta

1



Viernes, 6 de abril

Inauguración oficial

El Congreso Anis 2018 se inauguró con una mesa redonda repleta de representantes institucionales, principalmente de instituciones públicas como el **Ministerio de Sanidad**, el **Ayuntamiento de Barcelona**, así como el gerente del **Hospital Universitario Vall d'Hebron**, **Dr. Vicenç Martínez**.

El presidente de Anis, **Emilio de Benito** @emiliodebenito, fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes. De Benito recalzó su ilusión por poder hacer el Congreso Anis 2018 en **Barcelona** y destacó la presencia de **numerosos patrocinadores** que colaboradores con estas jornadas de comunicación en salud.

El gerente del Hospital Vall d'Hebron, anfitrión del Congreso de comunicación en salud, señaló que *“en la universidad no nos enseñaron a comunicar, sino que vamos*

aprendiendo mediante la técnica de ensayo-error” y agradeció a los profesionales de salud el esfuerzo que hacen para **luchar contra la infoxicación**, también presente en la comunicación en salud.

Martínez explicó que su centro está pasando por un **período de transformación**, en el que *“se está cambiando la manera de trabajar, reforzando la relación paciente-médico poniendo siempre al primero en el centro de todas las acciones que realizamos”*.

“Hay factores claves en el ámbito de la salud a los que no se están prestando suficiente atención y que no atraen el foco de las principales intervenciones públicas, como condicionantes que residen más allá del ámbito estrictamente sanitario, como son las condiciones de vida de las personas.”

Carme Borrell

TWEET

Galenia Comunicación @Galenia_cat

Foros como este (#ANIS18) son claves para avanzar en temas como la lucha contra los #bulos sanitarios y que tienen un gran impacto en la salud pública cuenta Carme Borrell @carme1848

18:02 · 6 abr. 2018

3 Retweets · 4 Me gusta

5 Retweets · 3 Me gusta



La Directora de la Agencia de Salud Pública del Ayuntamiento de Barcelona, **Carme Borrell** @carme1848, inició su intervención preguntándose **qué implica el concepto salud pública en una ciudad como Barcelona**. *“Hay factores claves en el ámbito de la salud a los que no se están prestando suficiente atención y que no atraen el foco de las principales intervenciones públicas, como condicionantes que residen más allá del ámbito estrictamente sanitario, como son las condiciones de vida de las personas.”* Desde el Ayuntamiento de Barcelona se está trabajando, aseguró Borrell, en *“revertir la desigualdad social en salud. Reducir las diferencias que nos encontramos entre diferentes barrios de la ciudad es una de nuestras prioridades”*.

TWEET

Isis Daniela Sarmiento @id_sarmiento

Durante la inauguración de #ANIS18 Carme Borrell @salutpublicabcn destaca que hoy en día se le da más importancia a la #biomedicina por encima de la #SaludPública convirtiéndola en la gran olvidada y a la que se destina sólo el 1% de los presupuestos



8:58 · 6 abr. 2018

5 Retweets · 3 Me gusta

5 Retweets · 3 Me gusta

“Las buenas noticias también deben ser una noticia. (...) Nos seguimos centrando en las enfermedades y no en cómo ganar en salud y calidad de vida.”

Elena Andrada

Elena Andrada, directora General de Salud Pública, Calidad e Innovación del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, coincidió con Vicenç Martínez en la trascendencia de la comunicación en salud para ser capaces de dar una respuesta conjunta ante posibles crisis.

“Las buenas noticias también deben ser una noticia. (...) Nos seguimos centrando en las enfermedades y no en cómo ganar en salud y calidad de vida”, afirmó Andrada, dando un toque de atención a aquellos medios que solo se centran en hablar de la salud cuando se trata de enfermedades y epidemias, y no cuando se producen avances significativos que repercuten en la salud de los ciudadanos. Antes de concluir, Elena Andrada repasó **dos pilares básicos de la comunicación** para el Ministerio de Sanidad: la **transparencia**, cuyo concepto clave es la proactividad para generar confianza, y la **planificación**, ya que solo con una estrategia acordada por varios actores la comunicación responderá a las necesidades de todos.

El presidente de Anis, Emilio de Benito fue el encargado de cerrar la primera mesa redonda del evento agradeciendo el trabajo de la delegada de Anis en Cataluña, **Margarida Mas**, por el esfuerzo realizado para llevar a Barcelona el Congreso de informadores de la salud.

TWEET



Galenia Comunicación
@Galenia_cat

Elena Andrada nos dice como es importante el trabajo de los profesionales especializados en salud para transmitir la información con rigor, imparcialidad y entusiasmo a la ciudadanía #ANIS18 #CongresoANIS

6:14 PM - Apr 6, 2018

See Galenia Comunicación's other Tweets

TWEET

Lilly España
@LillyES

Grandes reflexiones en la 1a jornada de #ANIS18. Empáticos, didácticos, divulgadores, pedagogos... características de los sanitarios del siglo XXI para acercar la ciencia a los ciudadanos y mejorar la salud de los pacientes... y los periodistas?



1945 - 6 abr. 2018 desde España

12 Retweets 28 Me gusta

ANIS, Emilio de Benito y Val d'Hebron Comput

“Solo con una estrategia acordada por varios actores la comunicación responderá a las necesidades de todos.”

Elena Andrada

Viernes, 6 de abril

Una hora con... María Neira

“Hacerse preguntas sobre enfermedades como el asma. En el futuro hablaremos de la diabetes, aunque no de cómo prevenir ciertas enfermedades sino de cómo tratarlas. La prevención existe y funciona, pero no lo comunicamos.”

María Neira @DrMariaNeira es la directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Neira repasó algunos temas de actualidad de la OMS como, por ejemplo, debates que ya merecen reuniones al más alto nivel como la **calidad del aire**. De hecho, la representante de la organización con sede en Ginebra confirmó que el próximo octubre tendrá lugar la **primera conferencia global** de calidad del aire con la presencia de los mejores especialistas.

TWEET



Neira inició su exposición hablando de sus primeros años dedicados al mundo de la salud en Médicos Sin Fronteras. Ahí empezó a preguntarse cosas, a querer ir más allá y transformar el futuro. *“Hacerse preguntas sobre enfermedades como el asma. En el futuro hablaremos de la diabetes, aunque no de cómo prevenir ciertas enfermedades sino de cómo tratarlas. La prevención existe y funciona, pero no lo comunicamos”.*

La Directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS destacó que se han perdido muchas oportunidades de contar buenas noticias. *“Las buenas noticias no se dan. Quizá los médicos no sabemos contarlas y por parte de los periodistas es difícil hacer periódicos con noticias que no dan que hablar. Pero hay que empezar a comunicar entre todos, empezar a trabajar juntos”*, destacó Neira.

VIDEOS



CHARLA INAUGURAL
Una hora con... María Neira
Directora de Salud Pública y Medio Ambiente de la OMS

VER VÍDEO



¿Qué es lo que nos va a hacer soñar en el futuro? Necesitamos incluir un sueño, hacer que el sector se sienta inspirado para ir más allá del camino pautado.”

En su intervención, Neira hizo un llamamiento a los ministros de Energía, Medio Ambiente, Agricultura, para que hablen de las medidas que toman para **mejorar la vida de las personas** en los proyectos que llevan a cabo y pidió un **esfuerzo para informar** de cómo afectarán estos a la calidad del aire, la contaminación del agua. Además, referenciando al Dr. Martin Luther King, invitó a la profesión a soñar. “¿Qué es lo que nos va a hacer soñar en el futuro? Necesitamos incluir un sueño, hacer que el sector se sienta inspirado para ir más allá del camino pautado”.

A **preguntas de los asistentes**, María Neira debatió acerca de las **redes sociales** y la **vorágine de información actual**, y confirmó que se está hablando de un **sello de calidad de la OMS** que valide ciertas informaciones en páginas webs.



En respuesta a la preocupación sobre la veracidad de las noticias y la propagación de las noticias falsas, Neira aseguró que en las páginas webs de la OMS hay una garantía. Sin embargo, la OMS no puede llegar a todos los sitios, e incluso no puede actuar en los mensajes que difunde un trabajador a título personal en sus redes sociales.

“Las buenas noticias no se dan, hay que encontrar la manera de contarlas.”

Viernes, 6 de abril

CHARLA INAUGURAL

Informadores, pacientes y profesionales de la salud ante la sanidad del futuro

MODERADORA

Carmen Fernández @carmenfefe
Directora de Diario Médico
[@diariomedico](#)

PONENTES

Dra. Anna Ochoa de Echagüen.
Directora Asistencial del Hospital
Universitari Vall d'Hebron [@vallhebron](#)

Sr. Enric Barba.
Miembro de las asociaciones española y
europea de melanoma [@EnricBarba](#)

Dra. Elena Garralda.
Directora de la Unidad de Investigación
de Terapia Molecular del Cáncer (UITM)
del Vall d'Hebron Instituto de Oncología
(VHIO)

Enric Barba inició la charla destacando un concepto clave: *“es muy importante llegar a la gente de la calle. Hay que buscar el punto de encuentro entre la gente y los emisores de comunicación, se trata de que los mensajes se entiendan fácilmente por parte de todos”*. Y esto, según Barba, solo se conseguirá mediante la veracidad y el uso de fuentes contrastadas, ya que, con el exceso de información se ha perdido confianza en los medios.

Para mejorar el contacto entre paciente y médico, la **Dra. Anna Ochoa** propuso varias **claves para implantar un modelo de transformación**. En primer lugar, tener identificado dónde está el paciente desde el momento en que entra en contacto con el sistema sanitario. En segundo lugar, analizar los riesgos que existen en la sanidad. Y en tercer lugar, evaluar el conocimiento existente de forma continua. Todo esto, señala Ochoa, mediante la empatía y reconociendo el mejor momento para dar a conocer una noticia al paciente.



La **Dra. Garralda** centró su intervención en comunicar la investigación médica. *“Debemos hablar siempre de medicina integrada. Aquí la labor de la comunicación es fundamental, así como clave es obtener una mayor comunicación por parte de los pacientes. Los médicos debemos aprender a comunicar mejor y hay que empezar por comunicar los beneficios que aporta la investigación a la sociedad”*, aseguró Garralda.

El empoderamiento solo puede venir de un paciente informado, según Enric Barba. *“Hay que informarse para querer poder. Es nuestra responsabilidad formarlos”*. La Dra. Ochoa coincidió con Barba en la necesidad de empoderar al paciente. *“En el Hospital Vall d'Hebron incorporamos a los pacientes a grupos de mejora para que nos ayuden a identificar aspectos negativos y positivos que encuentran”*.

VIDEOS



CHARLA INAUGURAL
Informadores, pacientes y profesionales de la salud ante la sanidad del futuro

[VER VÍDEO](#)



CHARLA INAUGURAL
CONCLUSIONES - Informadores, pacientes y profesionales de la salud ante la sanidad del futuro

[VER VÍDEO](#)



Hospital del futuro. El debate continuó con la pregunta de la moderadora Carmen Fernández acerca del hospital del futuro. ¿Cómo debe ser?

La Dra. Garralda se mostró rotunda al afirmar que “quizá el paciente se tendrá que mover para acceder a las prestaciones. No es posible mantener el sistema con las mismas prestaciones en todos los hospitales”. Posteriormente, Garralda vió la necesidad de la empatía, así como interés por parte del paciente. “Es un gusto encontrarte con un paciente informado, que quiera hablar contigo, debatir. En este sentido, como médico solo veo ventajas.”

La moderadora Carmen Fernández cerró la mesa redonda con la siguiente conclusión: “Los pacientes podrán y deberán ser activos, ayudar al médico, interrogar al Gobierno acerca del sistema, a nivel macro y micro. Y también involucrarse en otros debates donde todavía no están del todo inmersos, como en aspectos de bioética y big data”.

“Es un gusto encontrarte con un paciente informado, que quiera hablar contigo, debatir. En este sentido, como médico solo veo ventajas.”

Dra. Garralda



19:55 - 6 abr. 2018
 3 Retweets 7 Me gusta



10:34 - 6 abr. 2018
 3 Retweets 5 Me gusta



7:40 PM - Apr 6, 2018
 See Galenia Comunicación's other Tweets



1:17 - 8 abr. 2018 desde la Vall d'Hebron, Barcelona
 1 Retweet 14 Me gusta

Sábado, 7 de abril

MESA REDONDA

Tratamiento de las imágenes de víctimas de atentados o sucesos en medios y redes sociales: ¿Estamos traspasando la frontera?

MODERADORA

Rosa Romà Monfà @rosa_roma

Directora de Comunicación del Hospital Vall d'Hebron @vallheb

PONENTES

Sergio Fidalgo Piña

Presidente del Grupo de Periodistas Pi i Margall @pimargallgp
FAPE @fape_fape

Coral Larrosa de Lope

@corallarrosa
Informativos Telecinco

Marc Homedes Moradell

@HomedesMarc

Jefe de prensa de la Dirección General de Protección Civil y Emergencias 112 @emergenciescat

Anna Valderrama Zamor

@Anna_Valderrama

Agencia Reuters video News

Sergio Fidalgo abrió la primera mesa redonda del congreso con un video de un informativo de la BBC sobre el atentado de Barcelona en agosto de 2018. Para Fidalgo este es ejemplo “exquisito” de periodismo por no recrearse en el dolor, por mostrar a testimonios largos y no incluir planos detalle. “Este video indica cuál es el camino que, como periodistas hemos de seguir, para saber cuáles son los límites. Respeto y sensibilidad, evitando hacer sangre sobre lo sucedido”.

Fidalgo constató que, actualmente, en el debate mediático conviven **dos posiciones**: no mostrar ninguna imagen o mostrar la barbarie tal como es. Fidalgo nos trajo al recuerdo la imagen de una **niña vietnamita** víctima del napalm en la Guerra de Vietnam. Tomar una imagen similar en la actualidad sería objeto de debate, pero esta imagen obtuvo un premio Pulitzer y justo el año pasado cumplió 45 años siendo



una las imágenes de guerra más conocidas. “¿Toleramos mejor una imagen de esta crudeza cuando se trata de un país lejano?”

Para Fidalgo, el paradigma del periodismo ha cambiado, ya que cualquier persona con un teléfono móvil y una cuenta de Twitter cree que puede hacer periodismo. Pero la realidad es que esta clase de información no está contrastada. Fidalgo afirmó que los ciudadanos tienen derecho a saber qué está pasando, pero hay que **respetar la dignidad de las víctimas** y no publicar imágenes que no aportan información. “Todos tenemos claro dónde está el límite. No estemos en fuera de juego”.

Coral Larrosa de Informativos Telecinco explicó que en la urgencia de la situación de un atentado o suceso se trabaja con material muy sensible. Coincidió con Sergio

VIDEOS



MESA REDONDA

Tratamiento de las imágenes de víctimas de atentados o sucesos en medios y redes sociales.

[VER VÍDEO](#)



MESA REDONDA

Tratamiento de las imágenes de víctimas de atentados o sucesos en medios y redes sociales.

[VER VÍDEO](#)

Fidalgo en afirmar que actualmente cualquier persona con un móvil se considera un periodista. Y este **material ciudadano está disponible en redes sociales** en el calor del momento y en la urgencia de dar información actualizada. Pero hay **mecanismos para verificar y contrastar** esta información.

Larrosa aportó al debate una serie de ejemplos de situaciones muy críticas y cómo éstas se manejaron desde su medio de comunicación.

En 2004: una web islamista mostró la decapitación de un ingeniero norteamericano secuestrado por un grupo islamista vin-

culado a Al Qaeda. Es la primera vez que llegó un material así. Decidieron no emitir la decapitación.

En 2013: descarriló un tren Alvia en Santiago de Compostela. En el material que recibieron, pudieron verse, clara y explícitamente, todas las víctimas sobre las vías. Telecinco no lo emitió así, previamente estas imágenes pasaron por una edición interna. Su propio sistema de documentación gestiona este tipo de imágenes para restringir su utilización.

En 2015: se produjo el tiroteo de un policía en la calle durante el asalto al semanario francés Charlie Hebdo. En este caso, sí



decidieron emitir las imágenes porque se trataba de un plano muy general donde no se veía sangre ni se reconocía a la víctima.

2017: tras el atentado de Barcelona no emitieron planos de detalles hirientes. Durante las conexiones en directo, siempre hubo un filtro. Pero, paralelamente, en redes sociales se podían encontrar videos que ofrecían un recorrido sobre los cadáveres, “no es profesional, no es ético, ni es decoroso”.

“Somos dueños de lo que hacemos. La ética está por encima de toda circunstancia y hemos de pelear para que esto sea así.”

Coral Larrosa



Marc Homedes recogió el testigo de esta primera mesa hablando de la gestión de los atentados de Barcelona y Cambrils del 2017. Explicó que, después del atentado de Boston de 2013, se estuvo trabajando en **protocolos de actuación**. Después de ese atentado, se tomó la decisión de utilizar las **redes sociales** por la facilidad de llegar a la población y a medios de comunicación, por la inmediatez y para **evitar emergencias derivadas** ofreciendo información de servicio que evitara colapsos. Para ello “*decidimos tener una visión transversal de los organismos implicados, policiales y no policiales*”, señaló Homedes.

En el atentado de Barcelona, los bulos surgieron desde el primer momento señalando la existencia de un segundo y tercer terrorista. Para Homedes, estos bulos añaden riesgo de colapso; por eso, “*informar en los primeros 20 minutos es fundamental*”



ofreciendo información aséptica, de servicio y que no interfiera con la labor policial”.

Ana Valderrama abordó el funcionamiento de una agencia de noticias y cómo dota de material a las televisiones. Reuters actualmente cuenta con 1.200 abonados y tiene el reto de ser el primero en ofrecer una información, pero siempre bajo unos principios, explicó Valderrama. En su agencia, el tratamiento del 11-S replanteó cómo comunicar estos acontecimientos: “*mientras en EE. UU no incluyeron las imágenes de las personas que caían de los edificios, en el resto de TV sí, incluso dibujaron un círculo a su alrededor*”, explicó Valderrama.

Como agencia entregan las imágenes, pero son las TV quienes deciden cómo mostrarlas con su propia edición y opinión. En los últimos años ha habido una evolución y se ha desarrollado una competencia en la



calle: personas con móviles y acceso a internet. Valderrama considera que se ha de ser consciente de esto y encontrar el mejor equilibrio con este tipo de contenido conocido como *User Generated Content* (UGT).

Valderrama contó que, antes de difundir un UGT, piden la autoría de los videos que los usuarios han publicado en redes. Después de un proceso de verificación sirven esta información a las televisiones, ahorrándoles a ellos este proceso. Siempre se advierte a las TV que el material puede contener imágenes que hieran la sensibilidad y que

deben ser usadas a criterio de los editores de cada medio. “*Tenemos el reto de contar las historias en equilibrio con las redes sociales pero siempre desde la ética*”. Valderrama concluyó que no hay que descartar las redes sociales porque, en conflictos como el de Siria, éstas son una fuente de información primordial.





El debate se abrió con la primera pregunta de la moderadora Rosa Romà:

“¿Cuán responsables somos de enseñar a los ciudadanos a tomar conciencia de no usar determinadas imágenes para hacer llegar información?”

Sergio Fidalgo

“El primer ejemplo somos nosotros como profesionales en no dar cancha a este tipo de imágenes”.

Ana Valderrama

“El hecho de no aceptar determinadas imágenes ya es una manera de marcar el límite.”

Marc Omedes

“¿Es necesario verle la cara al terrorista? ¿Es necesario verles la cara a las víctimas? El problema es el filtraje de las redes sociales: el producto bruto que sale de un cámara profesional, conceptualmente, será parecido al que podrá grabar un ciudadano, pero en TV hay filtraje y en redes sociales no”.

Coral Larrosa

“No tenemos que fomentar este tipo de práctica. Se puede dar información sin llegar a ser muy explícito”.



“¿Después de las primeras horas de un atentado, qué rol le damos a la ética y qué rol le damos a la norma? Por ejemplo, pagar por declaraciones a los padres de las víctimas, colarse en la habitación de la víctima para buscar una imagen... ¿Este tipo de práctica hay que dejarla en la ética de cada uno?”

Sergio Fidalgo

“No hay que autorregularse porque cuando un periodista traspasa el límite hay que recurrir al código penal”.



Ana Valderrama

“Esa regulación debe hacerse dentro de cada medio”.

Marc Omedes

“La autorregulación es lo más efectivo y difícil en tiempos de inmediatez”.

Coral Larrosa

“No todo vale. La autorregulación es fundamental, pero todos somos dueños de nuestros actos”.

Sábado, 7 de abril

MESA REDONDA

Infoxicación en la comunicación sanitaria: los bulos en salud

MODERADORA

Jessica Mouzo @CinzasNoPeto
Periodista de El País @el_pais

PONENTES

“Bulos en salud más frecuentes”

Marián García García @boticariagarcia
Autora del blog boticariagarcia.com

“Bulos en emergencias”

Esther Gorjón Peramato @jesterhanny
Enfermera miembro de Voluntarios digitales en emergencias (VOST) @vostSPAIN

“Informe EHON sobre bulos de salud”

Dr. Frederic Llordachs i Marques
@flordachs
CEO de Doctoralia @Doctoralia

“Iniciativa SaludSinBulos”

Dr. Edgardo Kaplinsky @EdgarKap
Director médico de Et al. Pharma

“Uso de las redes sociales para transmitir información veraz”

Jaime Alapont @PacientSemergen
Coordinador de la plataforma de pacientes SEMERGEN

En primer lugar, Marián García, embajadora de #SaludSinBulos, una iniciativa de la **Asociación de Investigadores de eSalud (AIES)** en la que colaboran profesionales sanitarios, periodistas, asociaciones de pacientes, sociedades científicas e instituciones, incluido Anis, nos introdujo en los **“bulos en salud más frecuentes”** y cómo, con la llegada de las redes sociales, su difusión ha crecido exponencialmente. Los objetivos de los bulos son: **perjudicar** a alguien, **vender** algo y **generar alarma** social.

Según García los profesionales sanitarios pueden **contribuir a desmontarlos**, y para ello les propone que tengan en cuenta que la gente busca antes en Google que en *The Lancet*, que valoren salir más en los medios de comunicación, que se acerquen a la comunicación vía web y redes sociales.



A continuación, Esther Gorjón abordó los **“bulos en emergencias”** o los *hoax* en inglés (engaños masivos por medios electrónicos). *“Por cada minuto en el que no se emite un mensaje cierto, otro usuario lo llena con una información, sea cierta o no”*, señaló Gorjón. Entre los más comunes, destacó los **llamamientos de donantes sangre**, después de una emergencia, que a menudo colapsan hospitales. Frente a este tipo de situaciones, nos presentó **VOSTSpain**, una entidad que monitoriza la actividad e información de las redes sociales, apoya a la gestión de la comunicación de emergencias, combate y neutraliza bulos y que colabora con #SaludSinBulos. Gorjón animó a combatirlos siguiendo cuentas oficiales, verificando los perfiles y geoposicionando las imágenes que se difunden.

VIDEOS



MESA REDONDA
Infoxicación en la comunicación sanitaria: los bulos en salud

[VER VÍDEO](#)



MESA REDONDA
CONCLUSIONES - Infoxicación en la comunicación sanitaria: los bulos en salud

[VER VÍDEO](#)

“Para combatir los bulos de salud es casi tan efectivo la educación en salud de la población (50% de los participantes) como la respuesta rápida de instituciones oficiales y científicas (45%).”

Frederic Llordachs

El siguiente miembro de la mesa, el doctor Frederic Llordachs nos mostró los resultados de la segunda edición del **“Informe EHON Salud Digital sobre bulos en Salud”**, que recoge las conclusiones del encuentro de la blogosfera sanitaria, un evento multidisciplinar que reunió el pasado mes de noviembre, con motivo del Congreso Nacional de eSalud, en Madrid, a profesionales sanitarios, miembros de la industria farmacéutica, pacientes y periodistas especializados en salud. Según el estudio, **1 de cada 3 bulos o fake news es sobre salud** y las redes sociales contribuyen a su generación. Los profesionales sanitarios demandan que se certifiquen páginas y los pacientes reclaman información.

Las principales conclusiones del estudio son:

1. Para combatir los bulos de salud es casi tan efectivo la educación en salud de la población (50% de los participantes) como la respuesta rápida de instituciones oficiales y científicas (45%).
2. La colaboración entre sociedades científicas, instituciones y periodistas es viable (73%).
3. Sí, es posible compaginar la inmediatez con el contraste de información (64%).





WEB
OBSERVATORIO DE LOS BULOS DE LA
SALUD EN INTERNET

[VER LA WEB](#)

A continuación, el doctor Edgardo Kaplinsky nos habló de la iniciativa #SaludSinBulos. Para ello, primero quiso compartir las conclusiones de un **estudio reciente publicado en Science**, el más extenso hasta ahora sobre la difusión de bulos o *fake news* en la red, que demuestra cómo **una noticia falsa alcanza a miles de usuarios más que un contenido real** (es hasta un 70% más retuiteada). En este contexto, nos presentó **#SaludSinBulos**. A través de ella se identifican bulos y se desmontan a través de argumentos científicos y la acción coordinada en redes sociales y nos invitó a convertirnos en cazabulos. También nos presentó la sección **Detrás del titular**, en la que se analizan titulares alarmistas sobre salud en medios.



Finalmente, el último miembro de la mesa fue Jaime Alapont que nos habló del **“Uso de las redes sociales para transmitir información veraz”**. Nos comentó cómo las dudas en la red habían pasado de ser comentadas en foros a ser googleadas, recordando que **las búsquedas online son cada vez más inducidas y menos elegidas**. Para Alapont, las webs de hospitales y los centros de Salud no aclaran las dudas de los pacientes ni responden a la demanda de información que hay en la red. En este contexto, nos presentó la **plataforma de pacientes SEMERGEN**, una plataforma gratuita y accesible a través de la cual diferentes médicos responden a las dudas reales de los pacientes, con nombre y número.

“Las búsquedas online son cada vez más inducidas y menos elegidas.”

Jaime Alapont



mero de colegiado, y en 48h. SEMERGEN se ha unido a la iniciativa #SaludSinBulos, colaborando y respondiendo también a los bulos denunciados.

Dado el paso a las **preguntas y comentarios de los asistentes**, se preguntó a la mesa si **se debería legislar para bloquear la propagación de los bulos en salud**. Todos se mostraron de acuerdo en que hay legislación pero no se aplica. Hay iniciativas alternativas (“quijotes”) que luchan, por ejemplo, contra conferencias sobre pseudociencias, y la presión mediática que hacen sobre los organismos que las autorizan tiene más efecto. Se acordó que la lucha contra los bulos debería ser cosa de la administración que debería entender que los bulos en salud son un problema de salud pública.

Respecto a **cómo se generan los bulos**, se habló de la presión por hacer un buen titular, que genere visitas a la web, y cómo, a veces, el periodista tiene que lidiar para hacer inteligible la información que recibe, a menudo, demasiado técnica.

También se comentó la necesaria **generación de contrabulos**. Se reflexionó que, una vez creado el bulo, en general no era fácil encontrar profesionales sanitarios predispuestos a emitir el contrabulo cuando, en realidad, el bulo en salud gusta, pero el contrabulo también, y más si tiene un titular atractivo.

“La lucha contra los bulos nos atañe a todos.”

“El bulo en salud gusta, pero el contrabulo también, y más si tiene un titular atractivo.”



Sábado, 7 de abril

TALLER

Nuevas actualizaciones en redes sociales e infografías: ¿Cómo usarlas en mi día a día?

PONENTE

Ana Isabel Cordobés @Ana_Cordobes
Docente y periodista de datos

VIDEO



TALLER
Nuevas actualizaciones en redes sociales e infografías: ¿Cómo usarlas en mi día a día?

VER VIDEO

Ana Isabel Cordobés ofreció una serie de consejos y herramientas para trabajar los datos dentro del ejercicio periodístico.

Medir datos sin que estos nos “tiranicen”: hay ejercicios periodísticos de mucha calidad que se deberían escribir sin pensar en cuántas visitas va a tener el artículo.

El 50-70% de los periodistas usan las redes sociales como fuente de información.

La diversificación de fuentes conduce a la tiranía de la inmediatez, y a los periodistas se les exige cumplir a la vez calidad, credibilidad y la máxima rapidez posible para tener un buen posicionamiento de visitas. Esto conduce a menudo a una información poco contrastada.

Necesidad de recuperar **el Manual de buenas prácticas periodísticas:**

1. Contrastar: no solamente la información escrita sino también la visual.



2. Información veraz, contexto adecuado. A veces, una imagen o titular que son verdad pueden recuperarse o difundirse en un tiempo o ante unos acontecimientos que desvirtúan el mensaje original y diluyen o agravan la noticia. Para ser veraz, la información siempre debe contextualizarse.

3. Google Images como herramienta para **contrastar y contextualizar** la información. Buscar la fuente primaria y el autor para no difundir material ajeno sin permiso.

4. La credibilidad queda almacenada por las redes sociales: los usuarios pueden guardar y recordar los tropiezos, incluso si es solamente uno, y usarlos más adelante como argumento para desacreditar a una persona o una entidad.

Los papers son una herramienta clave para los periodistas científicos, porque son estudios objetivos y con veracidad.



TWEET



Beatriz Pérez
@Oikopleura

Siguió

"Instagram aún está poco explorado a nivel informativo", explica @Ana_Cordobes, "la duda ahora es cómo monetizar las stories para medios de comunicación". #ANIS18



17:23 - 7 abr. 2018

Retweets Me gusta





Necesidad de buscar una **fórmula para atraer a los usuarios jóvenes**, los que más usan las redes sociales. Los **mensajes, si son bonitos, concisos y directos, pueden llegar a un gran público**, por ejemplo, en el contexto de Instagram (que usa mensajes de este tipo).

Las **caras conocidas o influencers** (mencionarles o hacer “pactos” con ellos en las redes sociales) son una estrategia habitual para popularizar el contenido.

El País, por ejemplo, cuando hace directos en Instagram, va añadiendo preguntas en función de lo que comenta la gente en tiempo real.

Datos y clientes



Anonimizar los datos es fácil y la información anónima puede tener un valor añadido.



Los datos como eje de credibilidad: **abrir los datos a la audiencia destacando cosas positivas de una empresa o proyecto** puede ser una buena estrategia.



Gamificar los datos para **hacer “nichos” de clientes potenciales** y crear un producto para su perfil.



HERRAMIENTAS GRÁFICAS



Infogram

Gráfico sencillo para infografías con un buen diseño. Automático y fácil de usar.



Data Wrapper

Gráficos sencillos aptos para daltónicos. Permiten subir hojas de Excel.



Tableau (la más recomendada)

Ofrece personalización, pero es necesario tener alguna noción de diseño gráfico e invertir tiempo en aprender a usar la aplicación. Genera gráficos, filtros, cálculos automáticos y mapas.



Sábado, 7 de abril

PREMIOS

V Premio Anis a la mejor labor de Comunicación en salud 2017

Patrocinado por la Fundación AstraZeneca @FundacionAZ

La periodista **Leonor Rodríguez**, de **El Médico**, fue distinguida con el **V Premio ANIS** a la mejor comunicación en salud.

La periodista recibió el **V Premio ANIS** de manos del presidente de la ANIS, Emilio de Benito, y de la directora general de la Fundación AstraZeneca España, Doris Casares, y reconoció sentirse muy emocionada y honrada. Rodríguez confesó haber trabajado siempre en algo que la apasiona poniendo *“honestidad, responsabilidad y mucha pasión”*.

“La Fundación AstraZeneca, persigue reconocer la labor de comunicación y divulgación de contenidos relacionados con la salud, tanto de periodistas como de personas, instituciones o empresas públicas o privadas.”



Los socios reconocieron su labor al frente de la revista **El Médico** y en pro del rigor y la calidad en el área de la información de salud, incluso en tiempos de crisis.

Los socios de Anis distinguieron con este V Premio a Leonor Rodríguez por su contribución a *“mantener, consolidar, diversificar y modernizar la calidad y el rigor informativo, incluso en tiempos de crisis, desarrollando diferentes trabajos y responsabilidades en la misma editorial y con una integridad intachable”*.



TWEET

ANIS @anissalud

La periodista Leonor Rodríguez, de El Médico, distinguida con V #PremioANIS a la mejor comunicación en salud bit.ly/2qf9dYt Los socios han reconocido su labor en pro del rigor y la calidad en el área de la información de salud. El premio lo patrocina @FundacionAZ #ANIS18



13:36 - 8 abr. 2018

13 Retweets · 27 Me gusta

TWEET

Ira López Guerrero @IraLopezGuerrero

¡Enhorabuena, @lrguzman1, por este merecido #PremioANIS! ¡Y muchas felicidades a los cuatro finalistas: @Susrv1968, @albertovigario, @airiberri y @ManelEsteller! #ANIS18



15:22 - 7 abr. 2018

2 Retweets · 6 Me gusta

13 2 4

Domingo, 8 de abril

ESPACIO DE LOS SOCIOS DE ANIS

Salud y celebrities, una oportunidad informativa

PONENTE

Ainhoa Iriberry @airiberri

Jefa de la sección Ciencia y Salud de El Español @elespanolcom

Ainhoa Iriberry abrió su charla considerando que informar sobre la salud de las *celebrities* es una oportunidad informativa para hablar de salud a un público general, aprovechando el tirón de la gente famosa.

Siempre se ha utilizado gente famosa para comunicar, pero generalmente en campañas de concienciación (pagadas): *“como periodista me echa un poco para atrás”*.

Cuando a un famoso le ocurre algo, a la gente le interesa saber más sobre el tema: *“vivimos en una dictadura de los clicks y los famosos son un cebo interesante”*.

Es habitual (y necesario) utilizar declaraciones de médicos para trabajar mejor el contenido. Otra opción es lo que hacía José Luis de la Serna, mezclar opinión periodística desde su conocimiento como médico. El Español hace una pieza informativa sobre la enfermedad cuando el famoso enferma o muere: *“es una oportunidad informativa porque a la gente le interesan más los famosos que la salud. Una forma de conseguir la atención de los lectores.”*

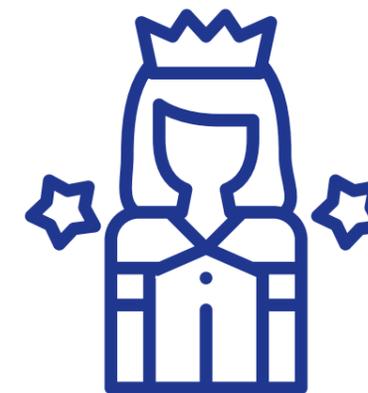
VIDEO



ESPACIO DE LOS SOCIOS
Salud y celebrities, una oportunidad informativa

[VER VÍDEO](#)

“No me gusta hablar de salud sin una percha; habitualmente se usan los Días Mundiales pero están muy trillados, es lo que hace casi todo el mundo y te condiciona como periodista porque te dice sobre qué debes hablar.”



Ejemplos recientes realizados en El Español con este enfoque:

- En 2017 “la Leucemia mató en 5 días a la Consejera de Fomento de CLM”. Esta noticia les aportó 76k visitas en un día, cuando la media en ese momento era de 20k.
- Cáncer mortal de Bimba Bosé: 50-60k visitas el primer día de su publicación.
- Edema cerebral de Ángel Nieto: 53k visitas el primer día.

Elementos que debe tener una noticia de este tipo:

- Información contrastada por un médico para evitar *“la tentación de acudir a internet”*.
- Responder a las preguntas que se hace la gente *“yo utilizo el grupo de amigos de whatsapp para saber qué dudas tienen, que les interesa.”*
- La “percha” es la persona famosa pero la información tiene vocación de servicio público, por lo que tiene que servir a todo tipo de lectores.



Dificultades habituales:

- Los médicos no quieren hablar de casos concretos *"al principio se genera un cierto rechazo a hablar sobre casos que no son suyos, de los que no disponen de suficiente información."*
- El maldito titular. *"Vivimos en la dictadura de los clics"* Problemas éticos, los lectores en el medio digital pueden acusarte de regodearte. El SEO es clave a la hora de conseguir más visitas.
- Herir sensibilidades. Ej: casos con niños (cáncer) son muy sensibles y en alguna ocasión *"pueden hacerte tirar para atrás como periodista"* (ej: muerte reciente del hijo de Santiago Cañizares)

"Vivimos en la dictadura de los clics."



Turno de preguntas:

¿Cómo se maneja el publizreportaje en los medios digitales?

Tradicionalmente en la prensa escrita se diferenciaba claramente el contenido patrocinado del informativo, no así en los medios digitales. En El Español no se distingue: *"el periodismo se está yendo al carajo."*

¿Cómo sobrevivir a un linchamiento troll en redes sociales?

La ponente sufrió recientemente un caso de "acoso" en las redes tras publicar un artículo sobre el pequeño Gabriel, del que prefirió no dar más datos *"porque todavía me estoy recuperando de ello"*.

En el caso de Rita Barberà las teorías de la conspiración que circularon alrededor de su muerte ayudaron a posicionar mejor el artículo, que en el fondo trataba sobre los factores de riesgo.

¿Cómo trabajáis el SEO?

Tienen un consultor SEO en plantilla y usan un plugin que les indica si van bien o no en términos de SEO cuando redactan: *"para mí es un infierno y odio el SEO. Vino un señor a hacernos un curso y poco más."*

¿Tienes preparadas necrológicas?

Sí, Carmen Sevilla y el Alzheimer. Son artículos de nevera que suelen funcionar bien.



Domingo, 8 de abril

ESPACIO DE LOS SOCIOS DE ANIS

Presentación del perfil del comunicador de la ciencia en España

PONENTE

Pilar Perla @PilarPerla

Asociación Española de Comunicación Científica @aecomcientifica

TWEET

Susana Reverter @Susy1968

#ANIS18 Radiografía de la comunicación científica en España @aecomcientifica Cerca del 30% de los periodistas trabajan en gabinetes de comunicación y de ellos más del 30% lo hacemos en el sector público bit.ly/2lxWPKD

2020 - 8 abr. 2018 desde Barcelona, España

7 Retweets 7 Me gusta

ANIS y a Pilar Perla

El “Selfi de la comunicación científica en España 2017” es una encuesta a miembros de la AECC y otras “asociaciones amigas” (Anis) que pretende ser un boceto aproximado de cómo es el comunicador de la ciencia en España.

317 personas respondieron de forma voluntaria y anónima a la última encuesta.

En resumen, **el perfil del comunicador científico en España es una persona de 44 años, residente en BCN/MAD contratada a tiempo completo, que se dedica principalmente a la comunicación digital y a redactar artículos que se difunden en RSS, y cuyo salario es de 24k brutos/año.**

Los principales resultados son:

- La mayoría de comunicadores tiene entre 30 y 50 años (edad media = 44).
- Los menores de 35 años suponen el 24,2% (“hay cantera”).

- Se concentran mayormente en Catalunya (29%), Madrid (27%) y Galicia (19%).
- El 52,7% son hombres (edad media 46 años) y el 47,3% mujeres (edad media 40).
- La mitad de los comunicadores tienen formación científico-técnica de base (51%), mientras que un 32% se formaron en periodismo y ciencias sociales.
- Más de la mitad de los encuestados se han especializado en ciencia (43,5%) y tecnología (15,5%).
- Existe una alta demanda de formación especializada (45% en divulgación científica y 43% en nuevas herramientas de comunicación).
- En cuanto a la situación laboral, el 42% trabaja por cuenta ajena, seguidos de un 29% de autónomos y un 20% de trabajadores públicos. Destacar que el % de autónomos es 10 puntos superior a la media nacional.
- Tan sólo el 55% de los comunicadores tiene la comunicación científica como su actividad principal y, de ellas, sólo un 47% lo hace de forma remunerada en todas las ocasiones.
- Los comunicadores principalmente realizan contenidos para ser difundidos por RSS (83%) y 79% redactan artículos. El vi-

- deo y otros contenidos multimedia todavía son minoritarios.
- En general, ¼ de los comunicadores no recibe ningún sueldo por su trabajo, otro ¼ cobra menos de 12k euros/año por esta actividad.
- A pesar de que la mitad de los comunicadores cobra por encima de los 24k euros brutos/año, la franja más habitual se sitúa entre los 18k-24k.
- El 57% de los comunicadores científicos a tiempo completo dedican más de 40 h/semana a su trabajo y un 21% dedica entre 30-40 horas semanales.

SABER MÁS

Selfi de la comunicación científica en España 2017



Asociación Española de Comunicación Científica

PRESENTACIÓN

Selfi de la comunicación científica en España 2017

[VER PDF](#)

Domingo, 8 de abril

TALLER

Transformación digital. Mitos y realidades sobre el binomio de moda

PONENTE

Alfonso Piñeiro Pérez @alfonsopineiro
Vocal de Relaciones Institucionales de AERCO
[@aerco_comunidad](#)

TWEET

Susana Reverter @Susar1983
#ANIS18 Experimento de @alfonsopineiro que forma grupos de periodistas, empresa y tuiteros para demostrar que es más fácil combatir los bulos en salud si utilizamos las #RRSS de forma coordinada #JuegoBulosANIS @anis



12:28 - 8 abr. 2018 desde Barcelona, España

11 Retweets 56 Me gusta

¿Corta de texto con el botón de la línea superior y 7 más

1 11 16

Transformación digital en 6 tweets:

1. “En la transformación digital hay profesionales, hay postureo y muchos asustaviejas”

El proceso de transformación digital no es que tengan que hacerlo las empresas, es que sus empleados, clientes, etc. ya lo han hecho. No se trata de ser los más listos, sino de entender que tratamos con personas.

2. “Si crees que tus clientes te hacen caso, espera a ver cómo son tus clientes digitales”

3. “Tu ventana de oportunidad es muy pequeña. Pero hay más ventanas que nunca”

4. “En el mundo digital, o somos CEOs o somos FEOSs”

5. “La transformación digital tiene al menos 35 pasos.”

¿Pretendes que los dé el cuñado?”

Exijamos a nuestro entorno empresarial que se adapte a lo que está haciendo nuestra audiencia. Por ejemplo, en cuanto a la publicidad digital, dejemos de bombardear de información a la gente por todos los canales. Poner publicidad que no va con los hábitos del usuario no es bueno (debemos acompañar a la experiencia de nuestro usuario, no interrumpirlo).

6. “No puede ser que ellos sean 10 y nos ganen por goleada”

Es necesario trabajar de forma cooperativa y organizada para contrarrestar informaciones falsas y bulos en las RRSS.

En el transcurso del taller, Alfonso Piñeiro propuso un juego/experiencia sobre bulos de salud para analizar el papel del periodismo digital y su ética.

TWEET

Carlos Sierra @CarlosSierra2912
Algo estamos haciendo muy mal en las #RRSS para que los vacunofobicos, que son unos 100, nos estén ganando la batalla a los médicos, científicos y comunicadores, que somos 100000 @alfonsopineiro #ANIS18 @anisalud

11:40 - 8 abr. 2018 desde Barcelona, España

10 Retweets 20 Me gusta

1 11 16

“Dejé el periodismo y lo cambié por el marketing porque allí está más claro que eres la voz de tu amo.”

VIDEOS



TALLER
Transformación digital. Mitos y realidades sobre el binomio de moda

[VER VÍDEO](#)

TWEET

Javi Granda Revilla @javigranda
#JuegoBulosANIS ¿Hasta qué punto es lícito jugar con las expectativas de las personas con alergia? #ANIS18

11:56 - 8 abr. 2018

3 Retweets 14 Me gusta

3 14

Domingo, 8 de abril

CONCURSO

I Concurso Emprendedores Anis by Emprende inHealth

Patrocinado por Lilly @LillyES con UnLtd Spain @UnLtdSpain

PRESENTADORA

Elena Rodríguez
Lilly

2 categorías

Socios y no-socios

38 inscritos en 2 semanas

Premio de 1.000 euros + 1 año de mentoring de comunicación en salud

Finalistas (socios)

1. Heber Longas, **FUNDAMENTIUM** (infografía científica e ilustración médica)
2. Ariadna de Udaeta, **HELPING CANCER** (compartir experiencias de pacientes con cáncer)
3. Clément Destoumieux, **MEDMESAFE** (plataforma online tests y acompañamiento médico)
4. José Ramón Rodríguez García, **ÁREAS DE FORMACIÓN** (transformación saludable de las organizaciones)



Ganador
HELPING CANCER



VIDEOS



CONCURSO
I Concurso Emprendedores Anis by Emprende inHealth

[VER VÍDEO](#)



CONCURSO
Conclusiones Espacio de emprendedores Emprendedores Anis

[VER VÍDEO](#)

TWEET

Maria Miret
@ymiret

#ANIS18 Más de 215 #periodistas y comunicadores en #salud en el #CongresoANIS de #PeriodismoSanitario y #comunicación en #salud de @anisalud Si me dicen que hemos hecho esto no me lo creo, estoy orgullosa



11:23 · 8 abr. 2018

17 Retuwaos · 46 Me gusta

3 Ana Barrio, Fernando Conal, María Castro y 7 más

[Compartir](#) [Repetir](#) [Repetir](#) [Repetir](#)

TWEET



TWEET



Finalistas (no socios)

1. Pablo Moga, **MEDLIA** (solución digital de consulta y gestión clínica online)
2. José Luis Ayala, **BRAINGUARD** (avisador de migrañas)
3. Sonia Marquès, **EMOTIONAL MAGAZINE** (revista digital/humanización de la salud)
4. Núria Pastor, **HUMANITCARE** (seguimiento de pacientes crónicos/salud mental)



Ganador
BRAINGUARD

Mientras el jurado deliberaba, se presentó una iniciativa de la convocatoria de emprendedores de 2016:

- Anna Portela, **XENOPAT** (servicios pre-clínicos avanzados y personalización del tratamiento oncológico)



Domingo, 8 de abril

Anis 2018. Más materiales



TWEET

Miguel Angel De la Cámara
@MiguelDeCámara [Seguir](#)

Aquí tenéis datos de #Influencers en #ANIS18
 ♦ 42.3 millones de impactos (global)

Contribución por importancia:
 1 impresiones que produces
 2 menciones que te hacen
 3 número de twets que haces

@Nicatoradioblogrx registró el #ANIS18 en
 @healthhashtags
sympplr.com/healthcare-has...



Twitter data from the #Anis18 hashtag from
 702 - 8 APR 2018

7 Retweets 18 Me gusta

Social Media Salud: Carlos Mateos, Alfredo Vila Zancudo y 7 más

DIARIO MEDICO.COM

María Neria, Directora de Salud Pública
"El médico a veces olvida la prevención; otros profesionales están más implicados"

La directora de Salud Pública de la OMS, María Neria, ha lamentado la preeminencia en sanidad del abordaje terapéutico: "Los médicos a veces olvidamos la prevención". Pide un acuerdo marco sobre calidad del SNS al estado del régimen en torno al trabajo y quiere que el profesional sanitario sea "el nuevo transformador social".



María Neria, directora de Salud Pública de la OMS, ante un acto de inauguración de la OMS, en un Centro de Salud, presidente de la ANIS.

LA RAZÓN

El envejecimiento de la población podría cambiar el modelo de atención sanitaria

Expertos reunidos en un congreso en el Vall d'Hebron apuestan por una mayor gestión por parte de los pacientes.

El Hospital del Vall d'Hebron acogió un congreso sobre el envejecimiento, que contó con la participación de parte de los mayores expertos en el mundo de España / 1 a 2 años



La Republica

Medicina
 Ciencia y tecnología

Las consultas médicas acabarán por producirse en casa

La directora asistencial del Vall d'Hebron cree que la distancia en 10 años se acorta a casa de los pacientes ya que se espera un trato más personalizado al hablar, por ejemplo, de enfermedades de su crónico y no de su crónico en general.



La directora asistencial del Hospital Vall d'Hebron de Barcelona, Anna Ochoa de Echagüe, ha comentado, durante el debate "Información, pacientes y profesionales de la salud ante la 'salud del futuro'", organizado en el marco del XIV Congreso de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), que en unos 10 a 15 años la mayoría de las consultas médicas se realizarán en los casos de los pacientes. "Vamos hacia una medicina más personalizada y ya no hablamos de cómo de cerca o de lejos se genera, sino de cómo se genera. Esto significa que necesitamos un sistema colaborativo que implique a diferentes niveles de atención y...

teinteresa.es

Las consultas médicas en casa, ¿cada día un poco más cerca?

La directora asistencial del Hospital Vall d'Hebron de Barcelona, Anna Ochoa de Echagüe cree que en 10 a 15 años las consultas serán en el hogar.



La directora asistencial del Hospital Vall d'Hebron de Barcelona, Anna Ochoa de Echagüe, ha comentado, durante el debate "Información, pacientes y profesionales de la salud ante la 'salud del futuro'", organizado en el marco del XIV Congreso de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), que en unos 10 a 15 años la mayoría de las consultas médicas se realizarán en los casos de los pacientes.

infosalus.com

Expertos en información sanitaria creen que no hay que recrearse en las imágenes de víctimas para informar de atentados



Los belos de actual se multiplican en internet por culpa de las redes sociales

Diario 16

Periodistas abogan por informar y no dar espectáculo en atentados y otras tragedias

Expertos en comunicación sanitaria advierten que no se debe recrearse en las imágenes de víctimas para informar de otras tragedias.

cuatro

Expertos en información sanitaria creen que no hay que recrearse en las imágenes de víctimas para informar de atentados

WEB
 CONGRESO Anis BARCELONA 2018 #Anis18

[VER TODA LA HISTORIA](#)



Congreso ANIS Barcelona 2018 #ANIS18
 Las fotos de la participación en el VII del 2018 - Barcelona

Queremos agradecer el respaldo de nuestros patrocinadores que hicieron posible el **XIV Congreso Anis**

PATROCINADORES ORO



PATROCINADORES PLATA



PATROCINADORES BRONCE



COLABORADORES



DOCUMENTO ELABORADO POR

