

Otra Buena Práctica es la llevada a cabo por el Ayuntamiento de Santiago consistente en la **Campaña de concienciación y prevención : HIDRÁTA-T**".

La campaña de prevención HIDRÁTA-T, impulsada dentro del Proyecto Urbana Santiago Norte, cofinanciado con fondos europeos FEDER, se puso en marcha por el Equipo de Dinamización Social Urbana Santiago con el objetivo de concienciar sobre la importancia de conseguir una óptima hidratación y prevenir posibles estados de deshidratación en las personas mayores.

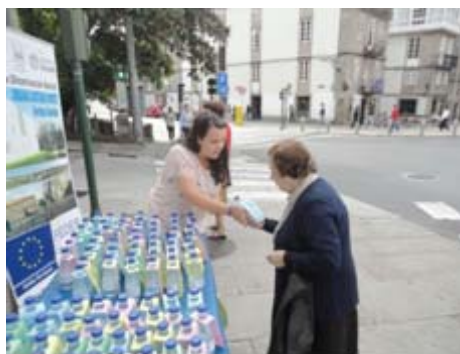
C

on el objetivo de luchar contra la escasa concienciación y de informar de la necesidad de estar correctamente hidratados, la campaña HIDRÁTA-T difunde hábitos saludables de hidratación y consejos prácticos para evitar la deshidratación.

La campaña se llevo a cabo a pie de calle en agosto de 2012, a través de un punto informativo y una actuación específica como punto de encuentro en el Centro Sociocomunitario de mayores Porta do Camiño.

Para ello se confeccionaron carteles y 500 etiquetas que llevaban impresas las recomendaciones generales sobre hidratación e indicadores útiles para reconocer los síntomas asociados a los procesos de deshidratación y prevenir su incidencia, y se repartieron 500 botellas de agua de 0,33 litros.

El coste de la actuación asciende a 60 euros con una ayuda FEDER de 48 euros



Se considera una **buena práctica** porque:

La actuación ha sido convenientemente difundida entre los beneficiarios, beneficiarios potenciales y el público en general,

los soportes utilizados para el lanzamiento y difusión de la campaña han sido tanto gráficos (carteles, Roller, etiquetas informativas) como audiovisuales (TV y Webs)

Para dar difusión a la campaña se editan, bajo el lema HIDRATA-T carteles, roller y etiquetas informativas identificadas con el logotipo de la Iniciativa Urbana Santiago y la alusión directa a la cofinanciación con fondos FEDER.

Para motivar a los vecinos de los barrios de la zona norte a la participación en la campaña se ha hecho entrega de 500 botellas de agua de 0,33 litros.

Otros mecanismos de comunicación y difusión han sido la publicación de la noticia en la página web del proyecto Urbana Santiago Norte , en la página web institucional del Ayuntamiento de Santiago y ha salido la noticia con imágenes en los Informativos Santiago del Correo TV el día 29 de agosto de 2012.



La actuación incorpora elementos innovadores, ya que la metodología utilizada ha tenido un carácter informativo-participativo, en la que además de las explicaciones de los profesionales, ha tenido cabida y ha sido prioridad la participación de la población, fomentando la asimilación de las medidas de una manera lúdica y educativa.

También fue innovador el diseño y edición de unas etiquetas informativas en distintos colores que además de informar de los efectos de la deshidratación sobre la salud y las medidas de prevención a adoptar, plasmaron con logos las entidades cofinanciadoras de la campaña.



Destaca la contundencia y claridad del lema escogido en la campaña:
HIDRATA-T



Otro elemento innovador ha sido combinar el uso de distintas herramientas empleadas para la ejecución de la campaña:

- Entrega de botellas de agua con etiquetas informativas, para atraer la atención de los ciudadanos
- Punto informativo, para profundizar en el problema de la deshidratación
- Punto de encuentro en el centro sociocomunitario Porta do Camiño, en el que los residentes tienen la oportunidad de descubrir los síntomas de la deshidratación y conocer los consejos para mantener una buena hidratación y evitar los riesgos para la salud.

Los resultados obtenidos con la actuación se adaptan a los objetivos establecidos, porque con esta actuación orientada a la prevención, a pesar de que sus efectos no son inmediatos, conlleva a un cambio de actitudes y comportamientos e incluso estilos de vida en el conjunto de la población de Santiago. Ha existido una gran muestra de interés por parte de la ciudadanía en general y por parte de los residentes del centro sociocomunitario Porta do Camino.

Contribuye a la resolución de un problema o debilidad regional, ya que en la zona Urbana Norte existe un número más elevado de personas que pertenecen a los grupos de riesgo (sobre todo personas de avanzada edad) que se ven más afectadas por el problema de la deshidratación, con lo que esta acción contribuye a paliar esta realidad. A través de esta campaña de concienciación y prevención se actuó directamente sobre la población para que adoptase conciencia de un problema de salud como es la deshidratación.

Tiene un alto grado de cobertura sobre la población a la que va dirigida, aunque la campaña está dirigida a un determinado segmento de la población con mayor riesgo de sufrir deshidratación, como los mayores de 65 años, sin embargo, de la misma se beneficia la población en su conjunto. La difusión de la campaña a través de las páginas web del Proyecto Urbana y de la página web institucional del Ayuntamiento de Santiago, complementada con la noticia en los informativos de la TV local Correo TV, tienen un alto grado de cobertura sobre la población, por el gran alcance e influencia que suponen y el fácil acceso que tienen la mayoría de las personas a estos medios.

Por otro lado ha habido una amplia cobertura directa con las personas a las que se les ha hecho entrega en mano de las botellas de agua a pie de calle.



Se han tenido en cuenta los criterios horizontales de igualdad de oportunidades y de sostenibilidad ambiental. La campaña se dirige hacia grupos de población más vulnerables y trata de mitigar un problema muy extendido en esos grupos, además, en lo que respecta al diseño de la campaña se ha tenido especial cuidado en la utilización de un lenguaje no sexista ni excluyente.

Sinergias con otras políticas o instrumentos de intervención pública, pues, impulsar una campaña de prevención específica como Hidrata-t ha favorecido la comprensión de los problemas de salud que conlleva la deshidratación, que complementada con otros programas sociales en distintos ámbitos institucionales han reforzado el mensaje y eficacia de esta iniciativa.