Apéndice 1:

Resumen de los factores externos del folleto de salud

Función comunicativa

Transmitir a los destinatarios informaciones básicas de carácter médico, dar recomendaciones para la prevención de enfermedades o situaciones de riesgo, así como para la actuación ante estados de convalecencia, e intentar, en cierto modo, influir en la conducta del receptor por medio del mensaje que se le envía.

Actos de habla más destacados

Exposición, persuasión e instrucción.

Participantes en la comunicación

Emisores

Organizaciones y organismos de salud pública, clínicas privadas, empresas químico-farmacéuticas, asociaciones para el estudio, la prevención y el tratamiento de enfermedades, compañías de seguros de salud, colegios de médicos y farmacéuticos, profesionales de la salud.

Motivos de producción

– a) Contribuir a la mejora de la calidad de vida de la población, b) evitar la aparición o extensión de enfermedades, c) proporcionar información sobre las modalidades de tratamiento y cuidados personales, d) contrarrestar los efectos nocivos de determinados hábitos.

– Reforzar la información verbal proporcionada a los pacientes en las consultas por los profesionales sanitarios.

– Venta de un producto.

– Traducción (cuestiones de tipo legal).

Destinatarios

Pacientes, familiares, cuidadores y ciudadanos en general.

Motivos de recepción

– Obtener datos básicos y consejos fundamentales sobre determinadas situaciones de riesgo para su salud o enfermedades (por ejemplo, información sobre su origen, forma de transmisión), modalidades de tratamiento y cuidados personales, y servicios sanitarios.

– Recibir ideas básicas de carácter general que les faciliten la comunicación con su médico sobre sus problemas y posibles repercusiones sobre su salud.