

EPS

## VISUALS

Els mitjans visuals es fan en format paper. Póster, tríptic, díptic, premsa, mural, cartell, circulars, cartes, adhesius, xapes, mailing etc.

El mural, póster o cartell arriba a més població però permet menys quantitat d'informació. El tríptic, díptic, circular o carta permet explicació més detallada sobre la conducta saludable a potenciar. El mailing permet adjuntar informació (diferents nivells de lectura).

# MÈTODES INDIRECTES

## AUDIOVISUALS

Inclouen la projecció cinematogràfica, la televisió, els vídeos i els programes d'ordinador. Tenen l'avantatge que poden arribar a tot el públic, encara que el seu cost és relativament alt i a més induïxen a la passivitat en el públic.

La televisió és un mètode de gran èxit degut a la seva gran audiència i admet una elaboració més complexa i persuasiva del missatge de salut. Es poden emprar anuncis breus, alguns de gran impacte emocional, com els dissuasius missatges preventius dels accidents de trànsit, o per a programes més llargs i complets

## CARACTERÍSTIQUES

Els mètodes indirectes es caracteritzen per la comunicació unidireccional. La persona experta i la població diana no estan ni en el mateix moment ni en el mateix espai. El cost és més baix que en altres mètodes i pot arribar a molta més població, encara que NO permet feedback i és menys eficaç donat que no existeix opció a compartir dubtes.

## SONORS

El mitjà únicament sonor és una opció pràctica i a tenir en compte. Molt d'actualitat els PODCAST, programes de ràdio, converses, eslògan curt, noticiari, consignes, etc. Permet arribar a la població de forma simultània a la realització d'altres activitats. Això facilita l'acceptació per part de la població tot i que per ser més eficaç s'ha de saber que el missatge ha de ser fàcil.

L'enregistrament es pot preparar minuciosament i, a diferència dels mètodes escrits, arriba també a aquells col·lectius de cultura més escassa. La ràdio aconsegueix un públic molt nombrós, de totes les edats i estrats socioeconòmics.