

c a t á l o g o

CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DEL
MINISTERIO DE SANIDAD

1975 - 2025

Catálogo de campañas institucionales del Ministerio de Sanidad (1975-2025)
El Sistema Nacional de Salud como pilar de la democracia en España.



Catálogo de campañas institucionales del Ministerio de Sanidad (1975-2025)

El Sistema Nacional de Salud como pilar de la democracia en España.

Edita: Ministerio de Sanidad



© MINISTERIO DE SANIDAD
SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA
CENTRO DE PUBLICACIONES
Paseo del Prado, 18-20 (28071 Madrid)

NIPO en línea: 133-25-145-0

<https://cpage.mpr.gob.es/>

Este catálogo reúne una selección de campañas impulsadas por el Ministerio de Sanidad a lo largo de los últimos cincuenta años. No se trata de un compendio exhaustivo de todas las acciones de comunicación realizadas durante este periodo, sino de una muestra representativa de aquellas campañas institucionales cuyo uso divulgativo, e inclusión en este catálogo, ha sido autorizado por las distintas agencias que, en su día, fueron contratadas por este departamento ministerial para los trabajos de creatividad de esas campañas.

El objetivo de este trabajo es ofrecer una visión histórica y evolutiva de la comunicación en la salud de la ciudadanía, mostrando cómo han ido cambiando los mensajes, los formatos y las prioridades sociales a lo largo del tiempo.

Este catálogo pretende ser tanto un recurso documental como una herramienta para comprender el papel fundamental que desempeña la comunicación institucional en el ámbito de la salud.

* En algunos casos no ha sido posible recabar el permiso, dado que las empresas ejecutoras han cesado su actividad o ya no existen.

<https://www.sanidad.gob.es/campannas/portada/home.htm>

Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

El artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, establece la obligatoriedad de que el Gobierno, a través de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, elabore anualmente un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a ésta, y en el que se precisará su objetivo, coste previsible, período de ejecución, herramientas de comunicación utilizadas, sentido de los mensajes, destinatarios, organismos y entidades afectadas.

Asimismo, y de acuerdo con lo preceptuado en el artículo 11 del Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, por el que se regula la elaboración del Plan y la Comisión de publicidad y comunicación institucional, en el Plan deberán incluirse también las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

El artículo 14 de esta ley establece la obligatoriedad de la elaboración por parte del Gobierno de un informe anual de publicidad y comunicación en el que se incluyan todas las campañas institucionales llevadas a cabo previstas en la Ley, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

ÍNDICE



- 5 — Histórico de denominaciones.
- 6 — Evolución de los distintos medios y soportes de las campañas institucionales.
- 7 — Editorial de Javier Padilla.
- 8 - 25 VIH e ITS
- 26 - 31 Drogas y otras adicciones sin sustancia.
- 32 - 40 Tabaquismo.
- 41 - 44 Salud mental.
- 45 - 52 Medicamentos y evidencia científica.
- 53 - 58 Vacunación.
- 59 - 61 INSALUD e INGESA.
- 62 - 66 COVID-19
- 67 - 69 Donación y ONT.
- 70 - 73 SNS Cartera común de servicios.
- 74 - 77 Altas temperaturas.
- 78 - 86 Estilos de vida y entornos saludables
- 87 - 89 Salud y mujer
- 90 — Premios

MINISTERIO DE SANIDAD
**HISTÓRICO DE
DENOMINACIONES**



Ministerio de Sanidad
y Seguridad Social

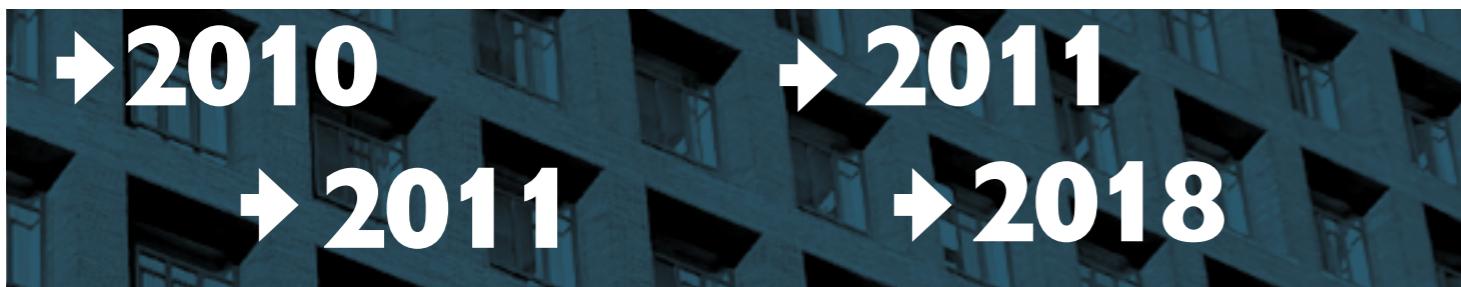
→ **1981**
→ **feb - dic**

Ministerio de Trabajo,
Sanidad y Seguridad Social



Ministerio de Sanidad
y Consumo

Ministerio de Sanidad
y Política Social



Ministerio de Sanidad,
Política Social e Igualdad

Ministerio de Sanidad,
Servicios Sociales e Igualdad



Ministerio de Sanidad,
Consumo y Bienestar Social

Ministerio de Sanidad

La evolución de los medios y soportes en las campañas institucionales

A lo largo de los últimos cincuenta años, las campañas institucionales del Ministerio de Sanidad han experimentado una profunda transformación en sus formatos, canales y formas de interacción con la ciudadanía. La evolución tecnológica, los cambios en los hábitos de consumo de información, el compromiso creciente con la accesibilidad, así como la evaluación del impacto han marcado la trayectoria de la comunicación pública en materia de salud.

De los materiales impresos a las redes sociales

En sus inicios, las campañas se apoyaban principalmente en materiales impresos: carteles, folletos, trípticos o anuncios en prensa, que se distribuían en centros sanitarios, educativos o espacios públicos. Con la expansión de los medios audiovisuales, la televisión y la radio se convirtieron en canales clave para amplificar los mensajes de prevención y promoción de la salud.



El auge de internet y, más recientemente, de las redes sociales ha supuesto un cambio de paradigma: los mensajes se adaptan ahora a formatos digitales dinámicos, con contenidos audiovisuales breves, infografías y narrativas interactivas que fomentan la participación y el diálogo con la ciudadanía. Plataformas como YouTube, X (antes Twitter), Instagram o TikTok han permitido diversificar los públicos y ampliar el alcance de las campañas, especialmente entre los más jóvenes.

En los últimos años, destaca la incorporación de personas influyentes o "influencers" como aliados estratégicos en la difusión de mensajes de salud pública. Su participación ha permitido llegar a públicos más jóvenes y diversos, dotando a las campañas de un tono más cercano y adaptado a los lenguajes digitales contemporáneos.

Accesibilidad y subtitulado

La accesibilidad constituye hoy un principio esencial de toda comunicación pública.

En esta línea, las campañas institucionales del ministerio incorporan de forma sistemática subtítulado, interpretación en lengua de signos, audiodescripción y formatos de lectura fácil, garantizando el acceso universal a la información sanitaria.

Este compromiso se ha visto reforzado con la reciente modificación del artículo 5 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

Esta actualización normativa consolida la accesibilidad como un derecho y un requisito indispensable en la comunicación institucional.



Merchandising: objetos que comunican

Junto a los soportes tradicionales y digitales, el *merchandising* ha sido una herramienta de refuerzo del mensaje institucional. Elementos como chapas, camisetas, pegatinas o abanicos han contribuido a hacer visibles las campañas y a generar identificación con sus lemas.

Un ejemplo recordado son las chapas "Sí da / No da", utilizadas en campañas de sensibilización sobre el VIH, que invitaban a la reflexión y al diálogo a través de un objeto sencillo pero cargado de significado. Estos materiales han evolucionado con el tiempo hacia soportes más sostenibles y versátiles, pero mantienen su valor simbólico como vehículos de participación ciudadana. Más recientemente, destacan los abanicos distribuidos en la campaña "Salud y Mujer" con motivo del 8 de marzo de 2025, Día de la Mujer, concebidos como un soporte útil y representativo que combinaba mensaje, diseño y funcionalidad, reforzando la presencia del ministerio en espacios públicos y actos conmemorativos.

La medición del impacto

Otro cambio significativo ha sido la creciente profesionalización en la evaluación de resultados. Frente a las mediciones tradicionales basadas en tiradas o audiencias estimadas, hoy se aplican herramientas analíticas avanzadas que permiten conocer el alcance real, la interacción y la percepción del público.

En las redes sociales, las métricas de visualización, participación y sentimiento ofrecen información valiosa para ajustar las estrategias de comunicación y mejorar la eficacia de las campañas futuras. La medición del impacto se ha consolidado, así como una fase esencial del proceso comunicativo, orientada a garantizar la transparencia y la mejora continua.

EDITORIAL

JAVIER PADILLA BERNÁLDEZ
SECRETARIO DE ESTADO DE SANIDAD

Son pocas las veces en las que una campaña de comunicación de un ministerio u organismo público deja una huella imborrable en el imaginario colectivo, pero cuando lo hace, logra un impacto muchísimo mayor que el que consiguen la mayoría de las políticas públicas.

Las campañas de comunicación de un ministerio, en general, buscan comunicar lo que hace dicho ministerio, pero también lo que es. En el caso del Ministerio de Sanidad, intentamos entrar en la vida de la gente un paso más allá, tratando de modificar sus hábitos de vida o sus actitudes frente a un problema de salud de la población.

Cuando en 1990 el Ministerio de Sanidad (en ese año era Ministerio de Sanidad y Consumo, la campaña se hizo con el Ministerio de Asuntos Sociales.) lanzó la campaña cuyo lema fue “Póntelo. Pónselo”, nadie era consciente de que eso se iba a convertir en el lema que resonaría en las cabezas de millones de personas durante varias décadas a la hora de pensar en el preservativo como medida de prevención de transmisión de infecciones de transmisión sexual. Esa campaña hablaba de infecciones sin mencionarlas expresamente, y a la vez hablaba de responsabilidades compartidas, de lo relacional y de cómo la protección de uno era la protección de otros.

Hoy no tenemos un “Póntelo. Pónselo” que resuene con tantísima fuerza en las campañas recientes que recordamos, pero sí tenemos la capacidad de abrir nuevos ámbitos donde la comunicación pública no ha estado tan presente: un gran ejemplo de esto es la campaña de comunicación sobre menopausia que realizamos desde el ministerio en torno al pasado 8M. Un sencillo “Hablemos de menopausia” puede ser, instantáneamente, una legitimación para un sufrimiento silenciado, una invitación a una conversación que podría ser incómoda para muchas mujeres o la normalización de un proceso natural (o no tan natural cuando es por otras causas sobrevenidas) que con el logotipo de un ministerio obtiene una validación que tal vez hay quien no sabía que necesitaba.

“Póntelo. Pónselo”.

Si bebes, no conduzcas.

Ni una más. Ni una menos....

En otras ocasiones, una campaña puede reflejar una mirada concreta a un problema muchas veces abordado. “¿Qué nos pasa?” es una forma de interpelar a un sentimiento de época como es el del malestar en nuestra sociedad, y convierte una campaña de comunicación sobre salud mental en una excusa para hablar del padecimiento compartido y de los determinantes sociales de salud en un tema que tiende a comunicarse poniendo el foco de manera exclusiva en el “yo” y no en el “nosotros”. Evidentemente, las campañas de comunicación tienen sus limitaciones.

Hay quien piensa que todo se arregla bien con más formación a todo el mundo o bien con más comunicación a la población; sin embargo, sabemos — y está muy documentado — que si tu objetivo es cambiar el comportamiento de la gente, las campañas tienen una efectividad limitada.

Por ello, en vez de pedirle a esas campañas que hagan algo que está fuera de su alcance, al menos debemos pedirles dos cosas: que nos hagan sentir orgullosos de la organización en la que trabajamos (siempre gusta que esa campaña amable, coherente y resultona sea de nuestro ministerio) y que tengan la capacidad para que nuestro trabajo de puertas adentro se vea plasmado de puertas afuera, sin que haya una disonancia entre lo que se trabaja y lo que se transmite.

El científico británico Mark Walport decía que “la ciencia no acaba hasta que no se comunica”. Podríamos decir lo mismo sobre las políticas públicas que se llevan a cabo en un ministerio. “Las políticas no acaban hasta que no se comunican”. Unas tendrán un nivel de comunicación mayor (con una campaña), y otras menor (en una escala más pequeña), pero sin duda, la comunicación forma parte consustancial de la puesta en marcha de todo lo que hacemos.

Javier Padilla Bernáldez

Secretario de Estado de Sanidad



CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN DEL VIRUS DE LA INMUNODEFICIENCIA HUMANA (VIH) Y DE LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS).

En 1981 se diagnosticó en España el primer caso de sida. En 1983 se identificó el VIH como su agente causal y la prensa nacional comenzó a hacerse eco de la aparición de una nueva enfermedad.

Inicialmente, en España el VIH se transmitía, sobre todo, por el uso compartido de material de inyección de drogas. Hoy, principalmente, a través de relaciones sexuales no protegidas.

La alarma social y sanitaria que se generó en los años ochenta del siglo pasado, requirió una respuesta energética por parte de las autoridades sanitarias. En este sentido, una de las estrategias desarrolladas fueron las campañas de comunicación institucional.

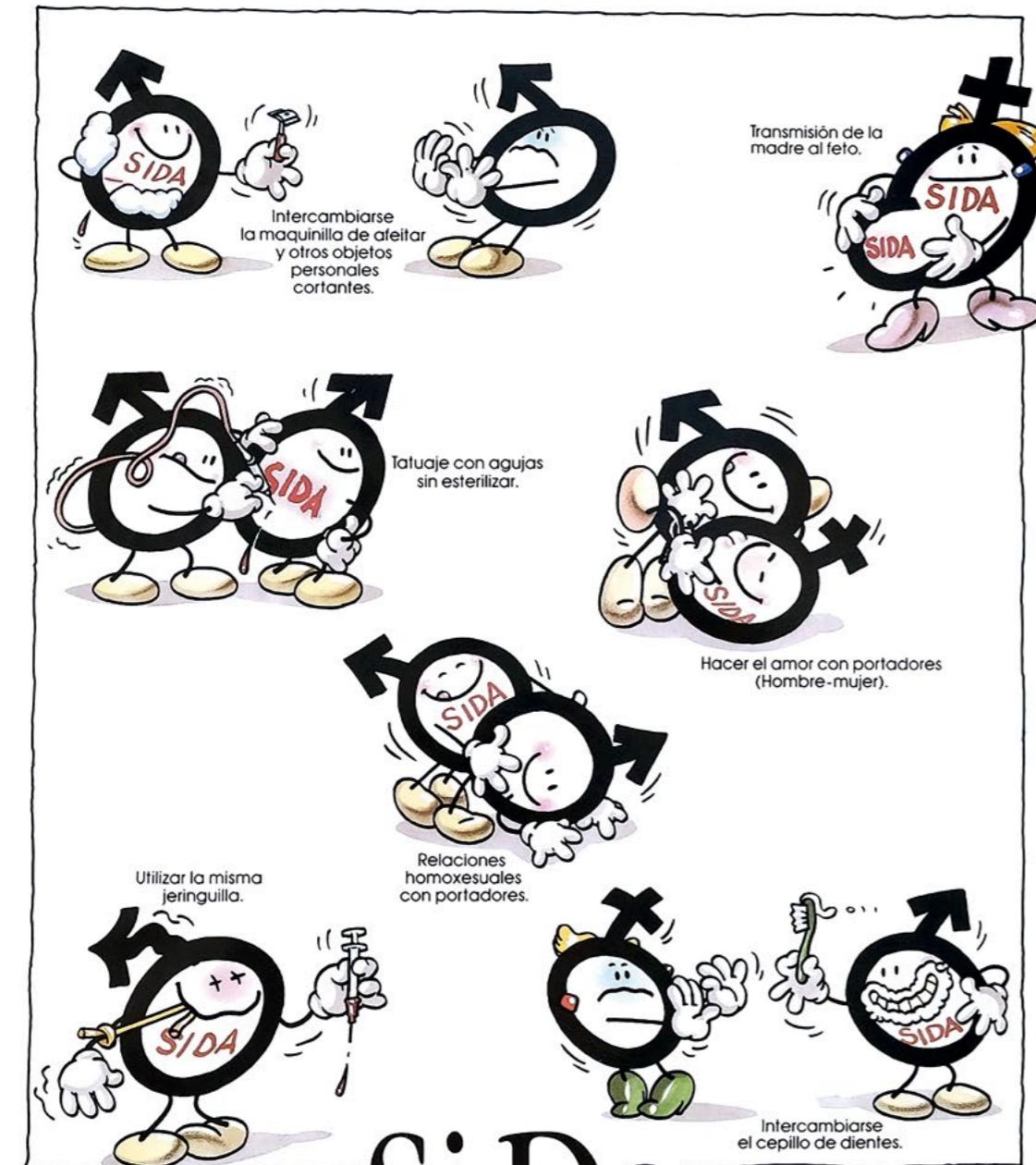
En 1987 el Gobierno de España impulsó las primeras medidas institucionales de prevención y, también, se creó la Comisión Nacional de Coordinación y Seguimiento de Programas de Prevención del Sida, dependiente del Ministerio de Sanidad. Asimismo, se lanzó la primera campaña dirigida a personas reclusas y usuarias de drogas bajo el lema “No te piques el sida. Haz sexo seguro”. También se difundió la campaña “Si da, no da”, destinada a informar a la población sobre las vías de transmisión.

En 1990 destacó la campaña “Póntelo. Pónselo”, que promovía el uso del preservativo entre adolescentes, y en 1991 nació el lazo rojo como símbolo mundial de la lucha contra el sida. En 1996 se produjo un punto de inflexión con la llegada del tratamiento antirretroviral de gran actividad (TARGA), que transformó el sida en una enfermedad de evolución crónica.

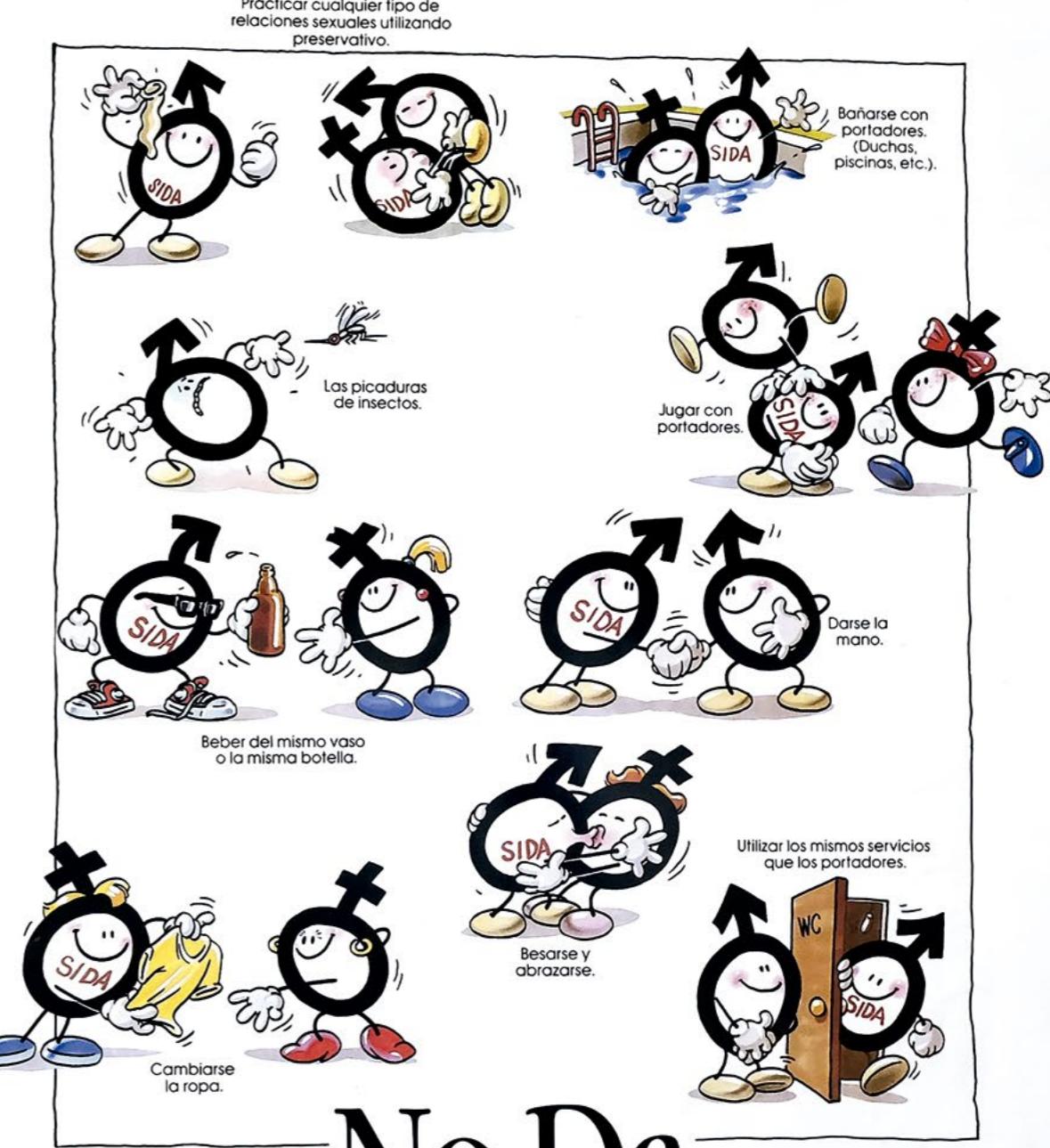
En 2006 se lanzó “Nosotros disfrutamos seguros. Tú decides”, primera campaña dirigida a hombres que tienen sexo con hombres, y en 2008 se intensificaron las acciones para fomentar el diagnóstico precoz.

En 2018 se firmó el Pacto Social por la No Discriminación e Igualdad de Trato asociada al VIH, y en 2019 se incorpora la profilaxis preexposición (PrEP) a la Cartera Básica de Servicios del Sistema Nacional de Salud.

En 2021 se puso en marcha el Plan Estratégico para la Prevención y Control de la Infección por el VIH y otras ITS, que, por primera vez, además del VIH, aborda las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS).



Si Da.



No Da.

No cambies tu vida por el Sida.
Sc MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO



1989 Contrapunto

Gonorrea, SIDA, Hongos
Hepatitis B, Vaginitis
Tricomonas, Herpes Genital
Sífilis, Cándidas, Condilomatosis
Treponemas, Chancreo, Gonorrea
Uretritis, Infecciones Genitales
Molluscos, Trichomoniasis, etc.



Póntelo.
Pónselo.

MINISTERIO DE ASUNTOS SOCIALES
Instituto de la Mujer

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Dirección General de Planificación Sanitaria

MINISTERIO DE ASUNTOS SOCIALES
Instituto de la Juventud

1990 Contrapunto

YO TU

Cada día

son más los casos de hombres

y mujeres afectados por el SIDA.

Desgraciadamente, el SIDA existe.

Afortunadamente, formas de evitarlo,

también. Haz tu vida normal. Y si

tienes relaciones sexuales, utiliza un

preservativo.

YO TU

CAMPAÑA SIDA
PREVENCIÓN

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Plan Nacional sobre el SIDA

1994 ATT Global Information Solutions *

**Prevenir
el SIDA
está en
tus manos.**

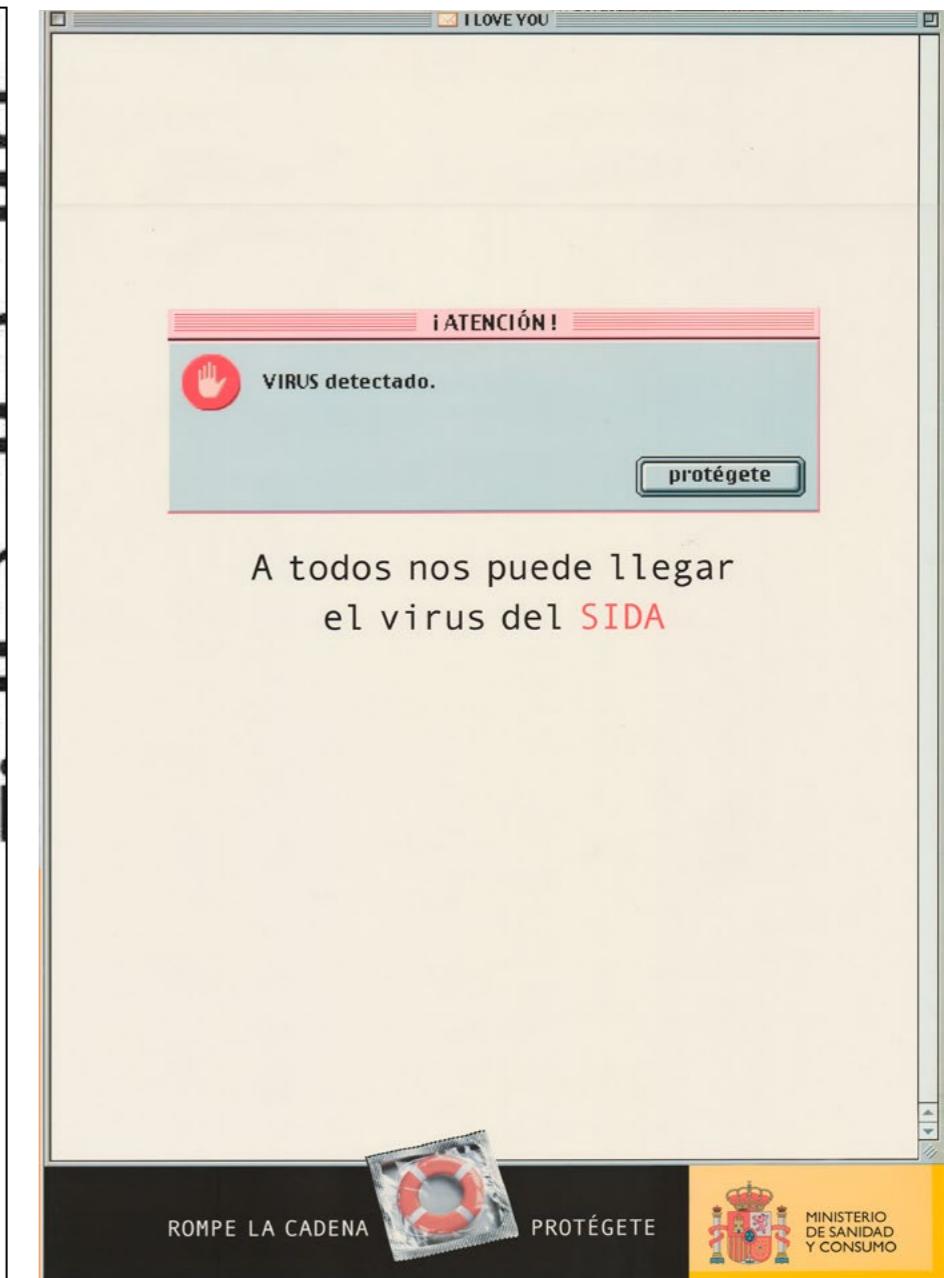


MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO
Plan Nacional sobre el SIDA

1997 PUBLIGRUPO *



1999 Eureka Advirtising *



2003 Ruiz Nicolis



**¿si no tomas precauciones
¿sabes quién actúa?**

HERPES & GENITAL
SÍFILIS
SIDA
HEPATITIS B
Clamidia
GONORREA
...y la posibilidad de que hoy toque
EMBARAZO NO DISEADO

**ESTE SÁBADO, DOMINGO
OCUÑO NENOS TE LO ESPERAN**

**En tus relaciones sexuales
UTILIZA EL PRESERVATIVO**

**Si no tomas precauciones
¿sabes quién actúa?**

Sí en tus relaciones sexuales no tomas precauciones, entran en escena las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS). Ya sabes: Herpes Genital, Sífilis, VIH/SIDA, Hepatitis B, Clamidiasis, Gonorrea... y, además, siempre cabe el riesgo de un embarazo no deseado. ¿Te suena?

El mejor medio de prevención sigue siendo el preservativo. Úsalos en tus relaciones sexuales, por tu salud y la salud de los demás.

informate www.msp.es

2006 GCP Grupo Comunicación Publicitaria *

EL SIDA NO ENTIENDE DE CULTURAS, FRONTERAS O COLORES.

PROTÉGETE USANDO PRESERVATIVO EN TUS RELACIONES SEXUALES.

www.msc.es

2007 Why Not Comunicación *



2007 Why Not Comunicación *

VIH/SIDA
la prueba es la respuesta

háztela

la réponse est dans le test faites-le

la prueba es la respuesta hazlo

a prueba es la respuesta faína

a test is the answer take one

анализ это необходимое сделайте его

analiza este respuesta hazlo

la prueba es la respuesta hazlo

VIH SIDA

INFORMACIÓN GRATUITA DESDE CUALQUIER PUNTO DE ESPAÑA: CRUZ ROJA 900 711 000 | 900 ROSA 900 001 601

2006 GCP Grupo Comunicación Publicitaria *



El diagnóstico tardío del VIH es un problema de primera magnitud. Se pone el foco en las campañas dedicadas a promocionar la prueba del VIH en población general y hombres que tienen sexo con hombres.



2009 Why Not Comunicación *

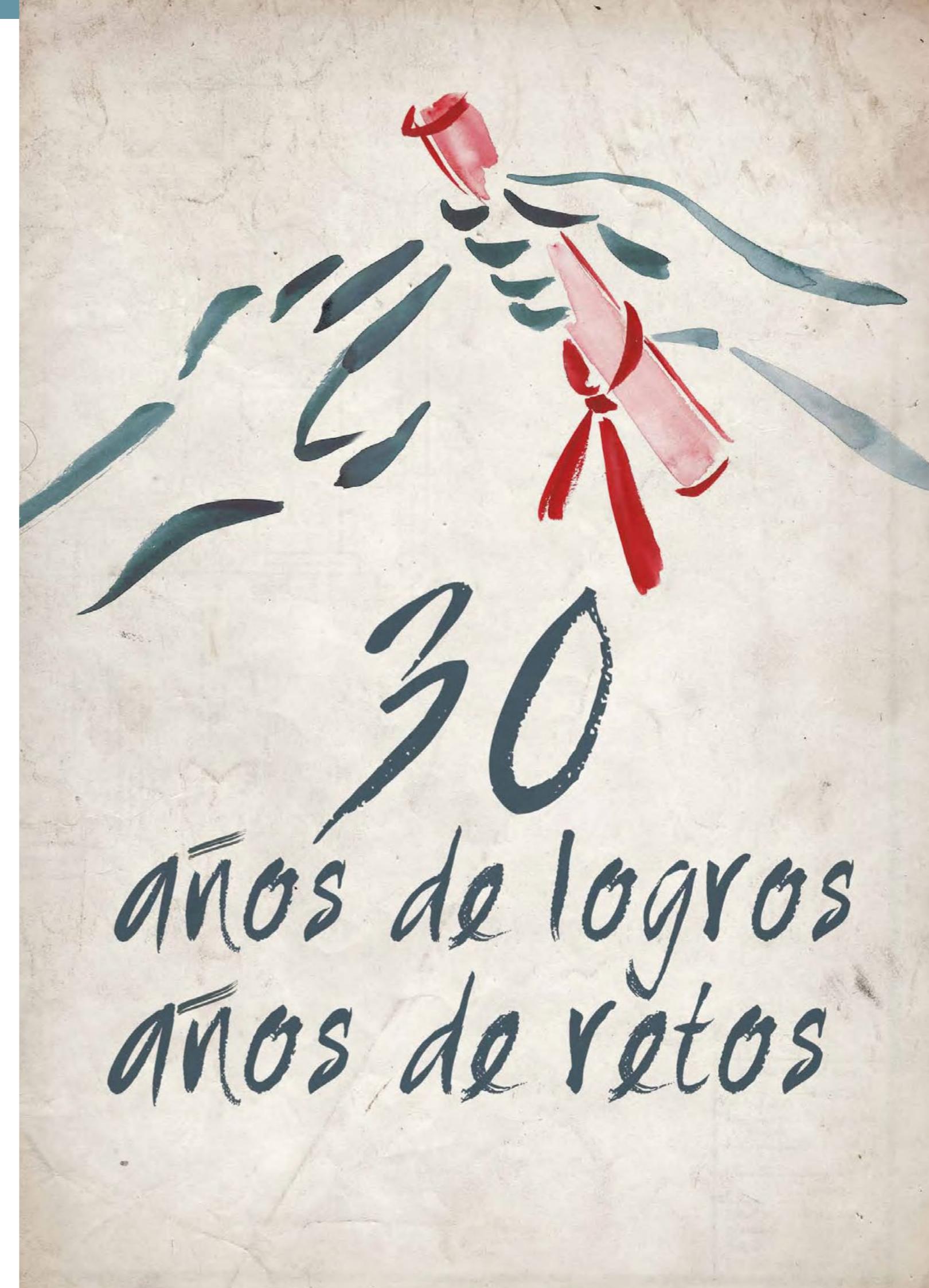


2010 Why Not Comunicación *

SITUACIÓN DE LA EPIDEMIA

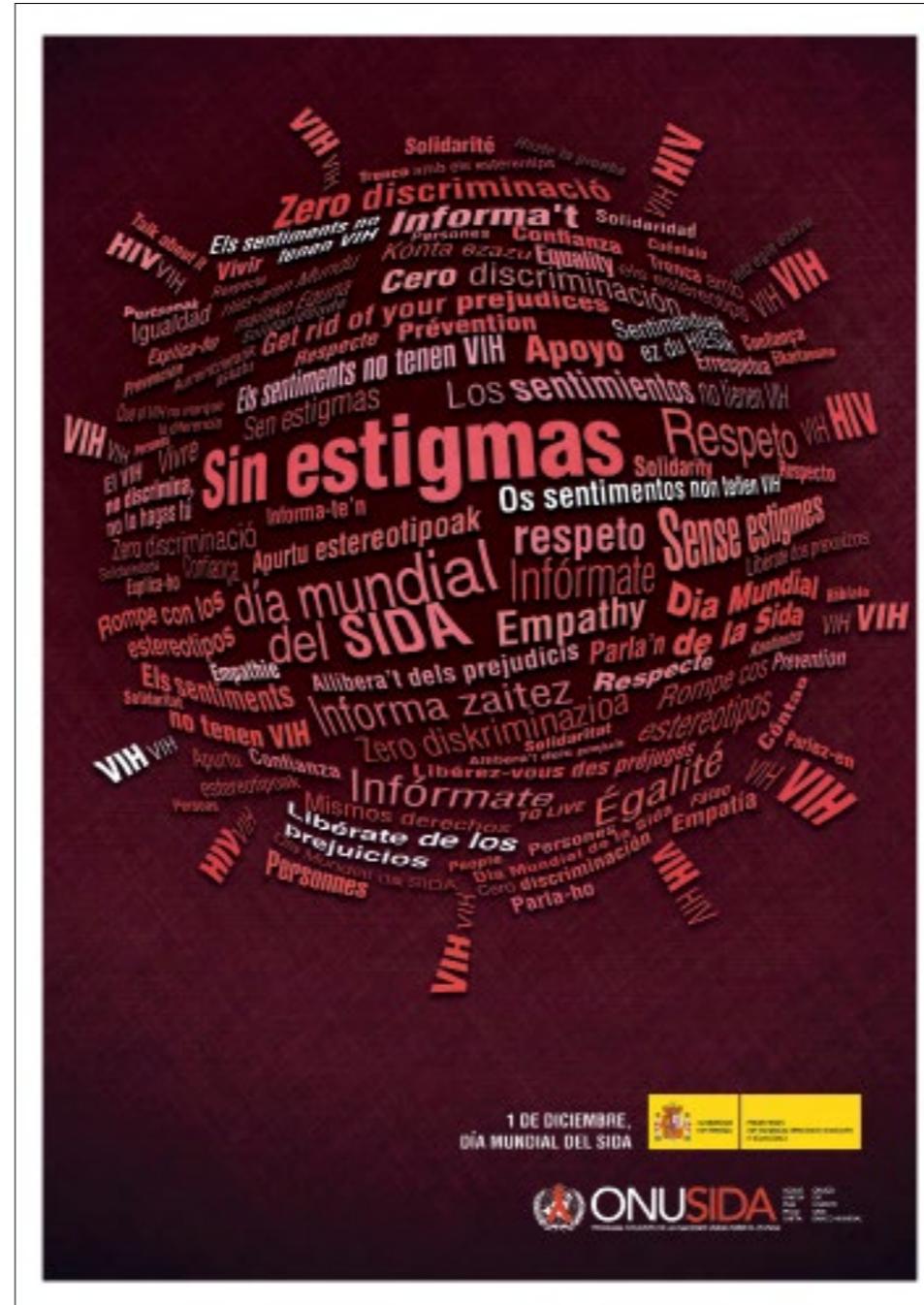
AL INICIO DE LA EPIDEMIA, EN ESPAÑA...	HOY, EN ESPAÑA...
El VIH se transmitía principalmente a través del uso compartido de material de inyección.	El VIH se transmite fundamentalmente a través de las relaciones sexuales no protegidas.
Se notificaban las tasas de sida más altas de Europa.	Las cifras de nuevos diagnósticos de infección por VIH son similares a las de la Unión Europea.
La esperanza de vida de las personas con VIH era corta. No más de 10 años tras la infección.	El VIH se ha convertido en una enfermedad de evolución crónica sin tratamiento curativo.
La principal preocupación clínica era la aparición de enfermedades oportunistas.	El envejecimiento de las personas con VIH y los efectos secundarios de los tratamientos ocupan un lugar central en la investigación y tratamiento.

Se han cumplido 30 años desde que se produjeron los primeros diagnósticos de sida. Durante este tiempo se han realizado grandes avances en el conocimiento de la infección y su tratamiento. Sin embargo, todavía existen importantes retos en relación a la prevención y el abordaje social y sanitario de esta enfermedad.



2014 Alcandora



2015 Alcandora



2015 Alcandora



CON LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL
#túdecidesloquecompartes



2017 Brain Keys



2018 Grow

**ES NORMAL
QUE TE ENTREN
GANAS
DE HACERLO
EN LA DE TUS
PADRES**



Lo que no es normal es que te entren
ganas de complicarte la vida

CERCA DE 4.000 NUEVOS DIAGNÓSTICOS DE VIH
+ DE 17.000 DE OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

NO TE COMPLIQUES
#SiemprePreservativo

Prevenir las Infecciones de Transmisión
Sexual está en tu mano



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL

**ES NORMAL
QUE TE ENTREN
GANAS
DE PROBAR
LOS ASIENTOS
TRASEROS**



Lo que no es normal es que te entren
ganas de complicarte la vida

CERCA DE 4.000 NUEVOS DIAGNÓSTICOS DE VIH
+ DE 17.000 DE OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

NO TE COMPLIQUES
#SiemprePreservativo

Prevenir las Infecciones de Transmisión
Sexual está en tu mano



GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL

**ES NORMAL
QUE TE ENTREN
GANAS DE
MONTÁRTELO
EN UN
FESTIVAL**



Lo que no es normal es que te entren
ganas de complicarte la vida

CERCA DE 4.000 NUEVOS DIAGNÓSTICOS DE VIH
+ DE 17.000 DE OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

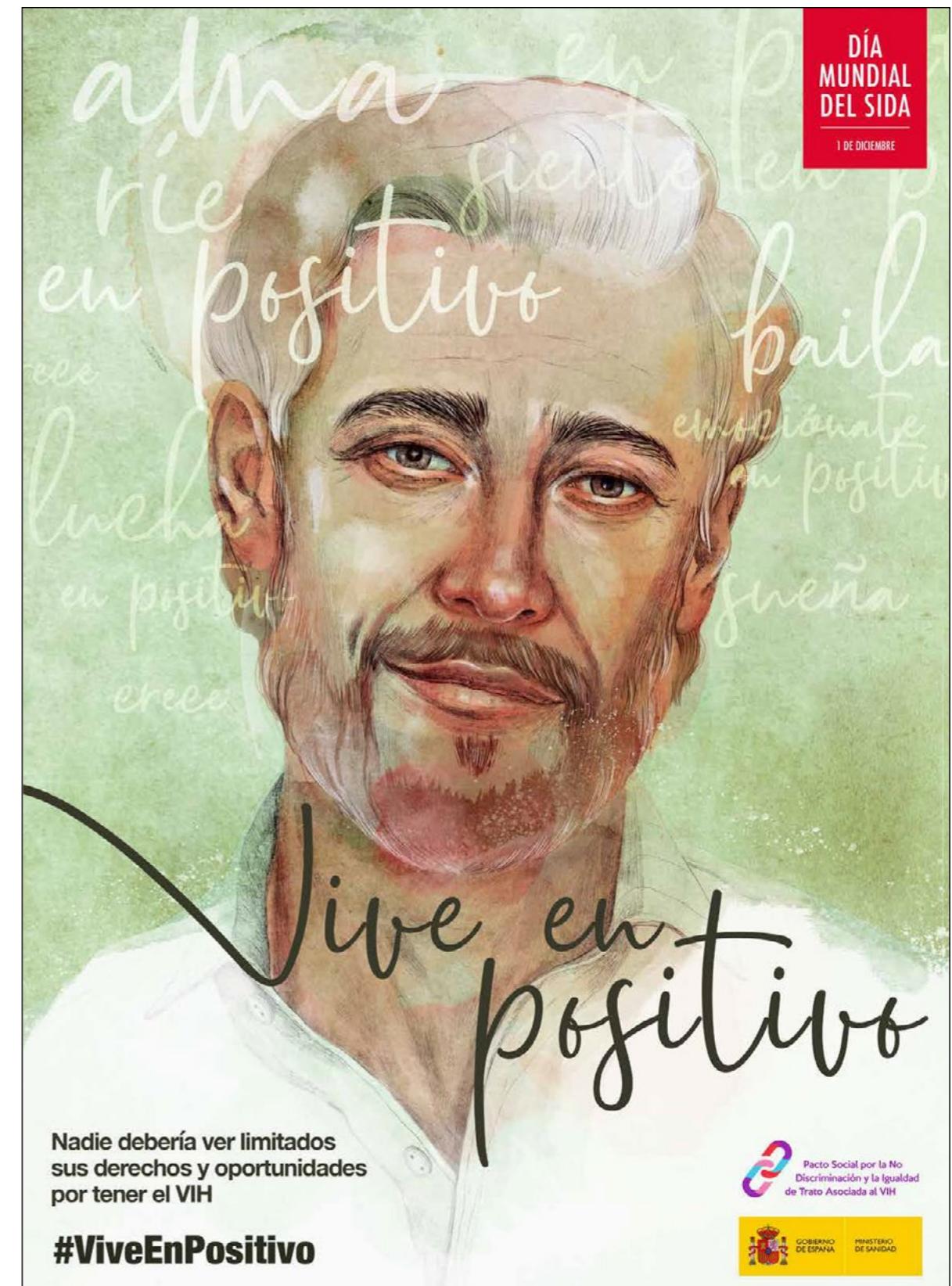
NO TE COMPLIQUES
#SiemprePreservativo

Prevenir las Infecciones de Transmisión
Sexual está en tu mano

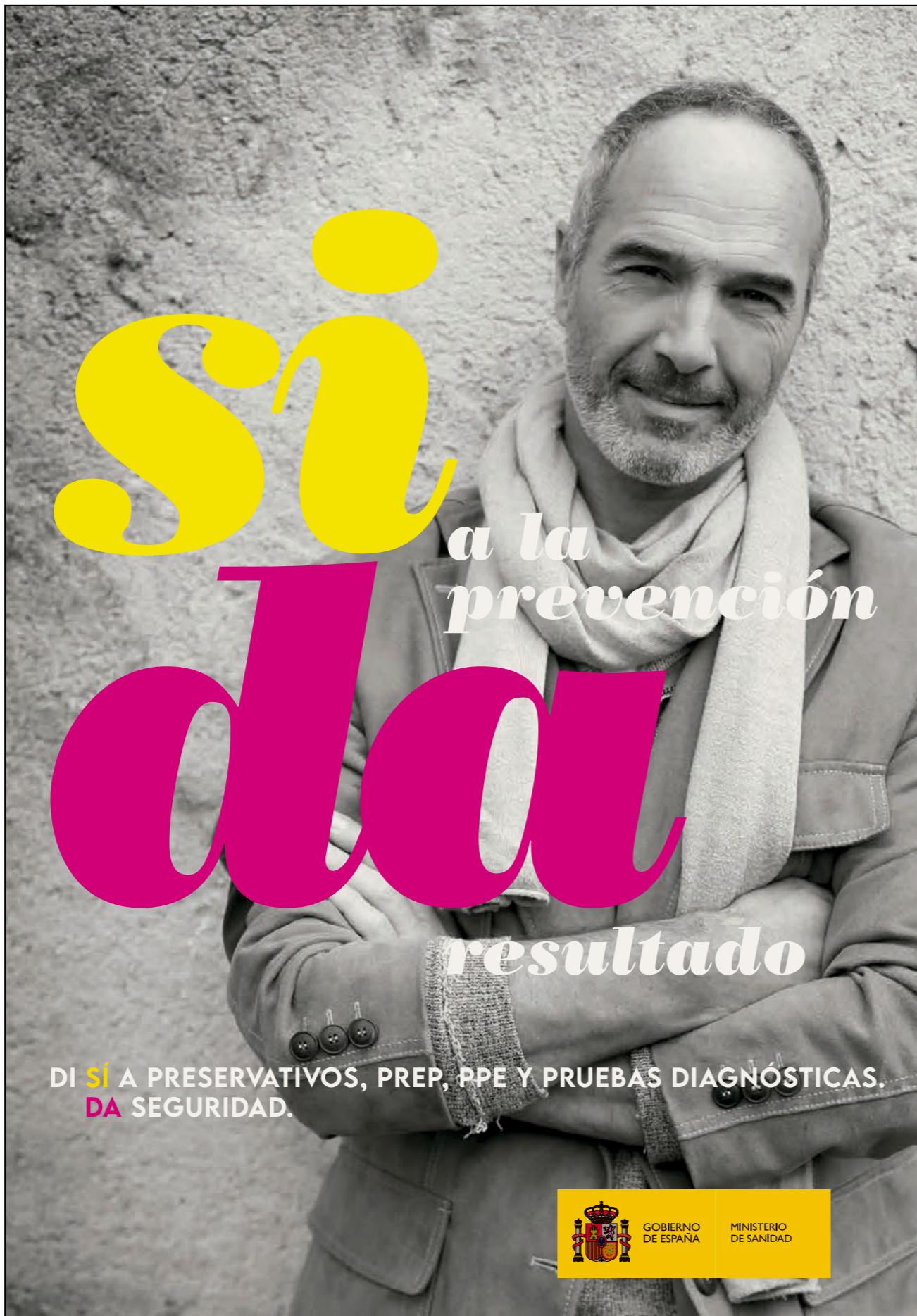


GOBIERNO
DE ESPAÑA
MINISTERIO
DE SANIDAD, CONSUMO
Y BIENESTAR SOCIAL

2019 Indira Comunicación



2021 Grow



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD



Preservativo más lubricante

El preservativo es una forma eficaz de protección frente al VIH y otras infecciones de transmisión sexual.

Es importante respetar la fecha de caducidad, que esté homologado, no guardarlo en sitios que tengan temperaturas elevadas y vigilar no romperlo al abrir el envoltorio.

[MÁS INFORMACIÓN](#)



Profilaxis Preexposición (PrEP)

Es una estrategia preventiva que se basa en la toma planificada y habitual de fármacos antirretrovirales para prevenir la infección por el VIH.

Esta medida se recomienda en personas cuyo riesgo de infección por este virus sea elevado, y ha demostrado ser una medida útil y segura de prevención si se toma de forma correcta.

[MÁS INFORMACIÓN](#)



Profilaxis Postexposición (PPE)

Es una medida de prevención secundaria dirigida a evitar el desarrollo de la infección por el VIH tras una exposición de riesgo, por vía sexual o parenteral.

La PPE es efectiva si se inicia dentro de las 72 horas y preferiblemente antes de las 6 horas, tras la exposición de riesgo.

[MÁS INFORMACIÓN](#)



El tratamiento Antirretroviral si tienes el VIH

La toma correcta del tratamiento antirretroviral en las personas que tienen el VIH hace que, pasados unos meses, su carga viral sea indetectable.

[MÁS INFORMACIÓN](#)

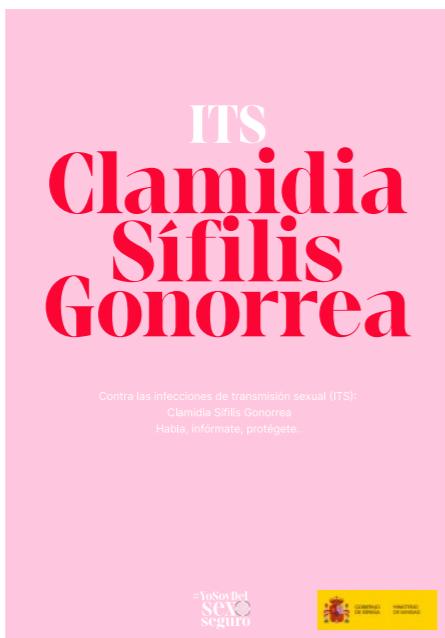
2022 Diluvia



2022 Dame Nassau



2023 Cúrcuma Estudio



2024 Bum Blasi Urgell Morales



**5 AÑOS
SIRVIENDO**

prep

Gracias al sistema sanitario y a las personas que utilizáis este método de prevención.

Hacerlo bien es hacerlo seguro

#HazloSegurosinVIH

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

informe sobre esta y otras medidas de prevención del VIH en hacerloseguro.es

2024 Siberia

Las mejores relaciones se viven sin prejuicios

Aún hoy, a un 19% de la población le resultaría incómodo compartir espacio de trabajo con una persona con VIH.



1 de diciembre
Día Mundial del Sida



Las mejores relaciones se viven sin prejuicios

Aún hoy, dos tercios de la población desconoce que una persona con el VIH indetectable por tratamiento no transmite el VIH en sus relaciones sexuales.



1 de diciembre
Día Mundial del Sida



Las mejores relaciones se viven sin prejuicios

Aún hoy, un 36% de la población sentiría incomodidad si su hijo/a estuviera en un colegio con un/a estudiante con el VIH.

1 de diciembre
Día Mundial del Sida



2024 Romualdo Manuel Faura Bernabé



2025 F33

**GONZALO
Y YO NO
LO USAMOS, MUY
RARO, SERÍA...**

**CON
GOMA
NO QUE
ME CORTA
EL ROLLO, LITERAL.**

**CLARA
ES MI
AMIGA DE
SIEMPRE, HAY
CONFIANZA.**

**PUES
YO
SIENTO
QUE,
FLUÍMOS,
LUISA.**

**SI AL
FINAL
LO PIDEN,
PUES
ME LO
PONGO.**

**YA,
TENDRÍA
QUE
TENER
MALA
SUERTE...**

2025 F33



2025 Cachete Jack

DROGAS Y OTRAS ADICCIONES SIN SUSTANCIA

CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS Y OTRAS ADICCIONES SIN SUSTANCIA

La Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas (DGPNSD) se creó en 1985 como consecuencia de la aprobación del primer Plan Nacional sobre Drogas (PNSD), en el contexto del fuerte impacto de la heroína en España. Desde el principio se trabajó en la coordinación del trabajo en red, constituyendo la Conferencia Sectorial sobre Drogas, y en octubre de ese mismo año se regularon los tratamientos de deshabituación con metadona, en lo que representó todo un hito en el ámbito de la prevención. Los primeros 90 marcaron un pico de mortalidad por consumo de drogas ilícitas. Desde entonces, el número de admisiones a tratamiento por consumo de heroína se ha reducido un 84%, desbancada por la cocaína y el cannabis como sustancias mayoritarias tras los inicios de terapia por abuso de drogas ilegales.

Desde los inicios del PNSD, algunos de los acontecimientos más relevantes han sido la constitución en 1986 del Centro de Documentación del PNSD, el nacimiento la revista “Comunidad y Drogas”, el lanzamiento de la primera campaña para la prevención del consumo: “Para que no mires atrás” (1990), la puesta en marcha del Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (1996) o la llegada de las primeras ediciones de las encuestas ESTUDES (1994) y EDADES (1995). Más tarde, sería el turno de las primeras encuestas sobre consumos en instituciones penitenciarias (2006), en el ámbito laboral (2007) y en población mayor de 64 años (2019).

En 1995 tienen lugar otras tres circunstancias relevantes: la despenalización por el Código Penal del consumo y la tenencia para uso propio; la creación del Fondo de Bienes Decomisados por tráfico de drogas y la creación de la Orden al Mérito del PNSD.

En 1997 se desarrolla el primer Plan de medidas para luchar contra las drogas, seguido de la primera Estrategia Nacional de Adicciones ENA (2000), fruto del consenso de diferentes instituciones y organismos.

En 2015, se crea el Consejo Español de Drogodependencias y otras Adicciones (CEDOA), clave en la mejora técnica y en la participación en las políticas públicas sobre drogas y adicciones.

Ese mismo año se amplían los módulos de las encuestas nacionales incluyendo las adicciones comportamentales, aunque será la ENA 2017-2024 la que integre de modo explícito las adicciones sin sustancia, reemplazando en su título el término “drogas” por “adicciones”.

La ENA 2017-2024 también marca un punto de inflexión importante al reconocer la comunicación no solo como un medio para transmitir mensajes, sino como un componente central que atraviesa todas las áreas de acción: prevención, reducción de daños, tratamiento, y reinserción social. Se enfatiza en la comunicación participativa, inclusiva con perspectiva de género y diversidad, adaptada a públicos diversos, y en la importancia de la comunicación positiva y basada en evidencias.

En 2025 han visto la luz el Proyecto de Ley de prevención del consumo de alcohol en menores y el Real Decreto 903/2025, de 7 de octubre, por el que se establecen las condiciones para la elaboración y dispensación de fórmulas magistrales tipificadas de preparados estandarizados de cannabis.

En el año 2022, la DGPNSD puso en marcha su primera campaña dirigida a sensibilizar a la población general, haciendo visibles aspectos problemáticos del juego de apuestas.

Ese mismo año desde la Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud con la financiación de los Fondos Next Generation se lanzó una campaña para promover la reducción del consumo del alcohol en el entorno social.



1988 Enfasis *

¿Éste es el tren de vida que quieras llevar?

Subirte a algunos trenes conlleva más riesgos de los que al principio te imaginas.

El consumo de cocaína y cannabis produce diversas alteraciones físicas y psíquicas que no son las que se buscan cuando uno se acerca por primera vez a estas drogas.

COCAÍNA

- Irritabilidad
- Pérdida de apetito
- Insomnio
- Perforación del tabique nasal
- Enfermedades respiratorias: sinusitis e irritación de la mucosa nasal
- Riesgo de infartos y hemorragias cerebrales
- Cardiopatía isquémica
- Ideas paranoides
- Depresión
- Dependencia psíquica intensa

CANNABIS

- Problemas respiratorios: tos crónica y bronquitis
- Problemas cardiovasculares
- Alteraciones de las hormonas responsables del sistema reproductor y de la maduración sexual
- Disminución del número y movilidad de los espermatozoides
- Pérdida de lucidez mental y coordinación psicomotora
- Reacciones agudas de pánico y ansiedad
- Trastornos psiquiátricos de tipo esquizofrénico



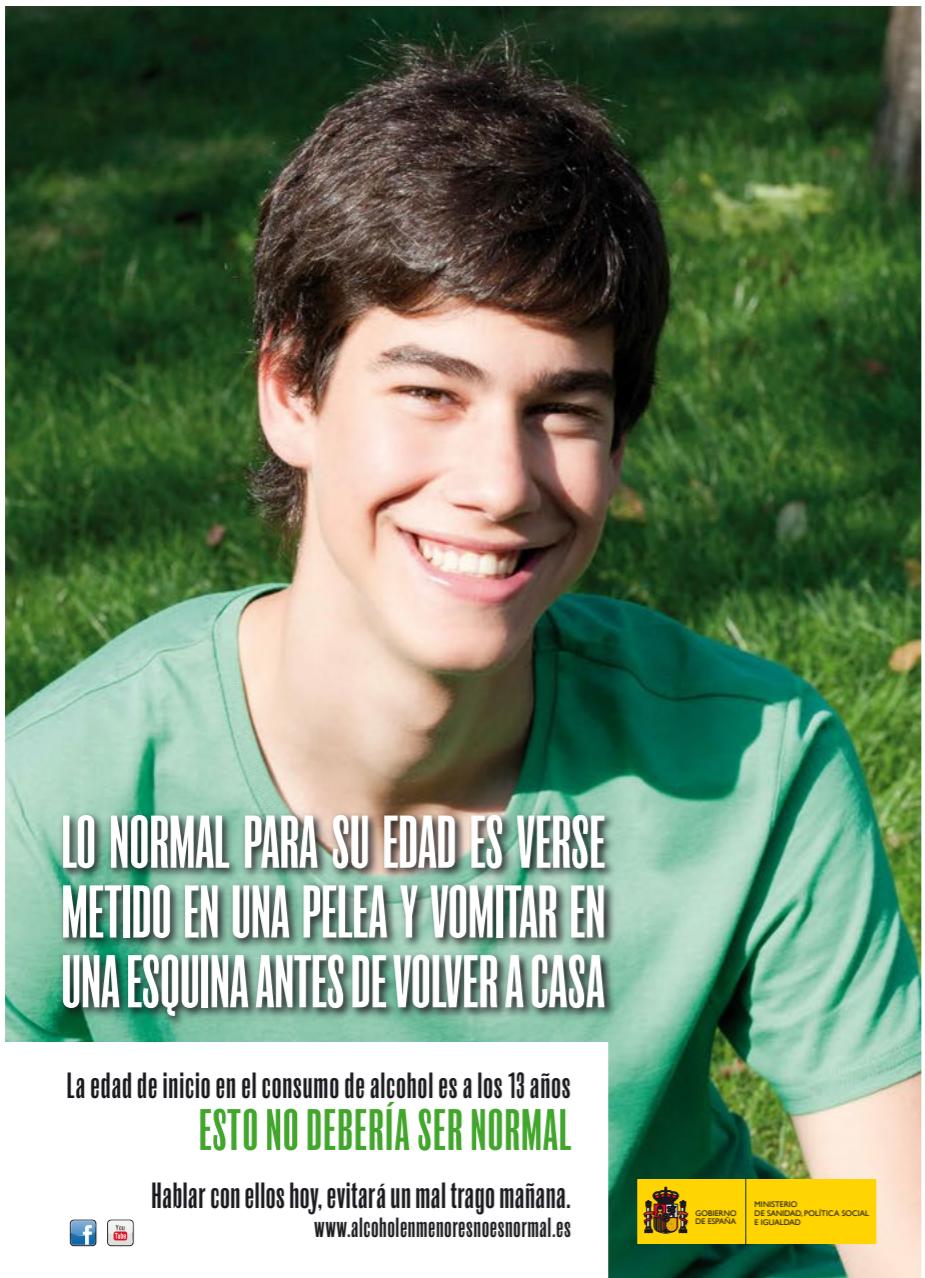
www.pnsd.msc.es



**Drogas. Hay trenes
que es mejor NO coger**



2006 Pharmaconsult *



2011 Alcandora



El 68,2% de los menores de edad ha consumido alcohol en el último mes.

Su consumo continuado ocasiona daños físicos y genera conflictos familiares.

Pero tranquila,
tu hijo
seguro que no
bebe
¿verdad?



MENORES SIN ALCOHOL
EDUCAR - INFORMAR - PREVENIR



Gobierno
de España

MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

2017 Portavoz



El 68,2% de los menores de edad ha consumido alcohol en el último mes.

Su consumo continuado afecta a órganos que están en desarrollo, como el hígado, el páncreas y especialmente el cerebro.

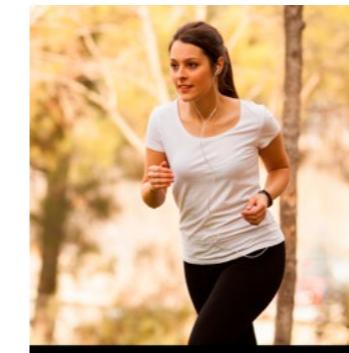
Pero tranquilo,
tu hija
seguro que no
bebe
¿verdad?



Gobierno
de España

MINISTERIO
DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES
E IGUALDAD

2017 Portavoz



**Si apostar forma parte
de tu rutina, puedes descuidar
lo que más importa.
A veces, lo importante es
no participar.**



2022 Xatélite

TABA QUIS MO

CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO

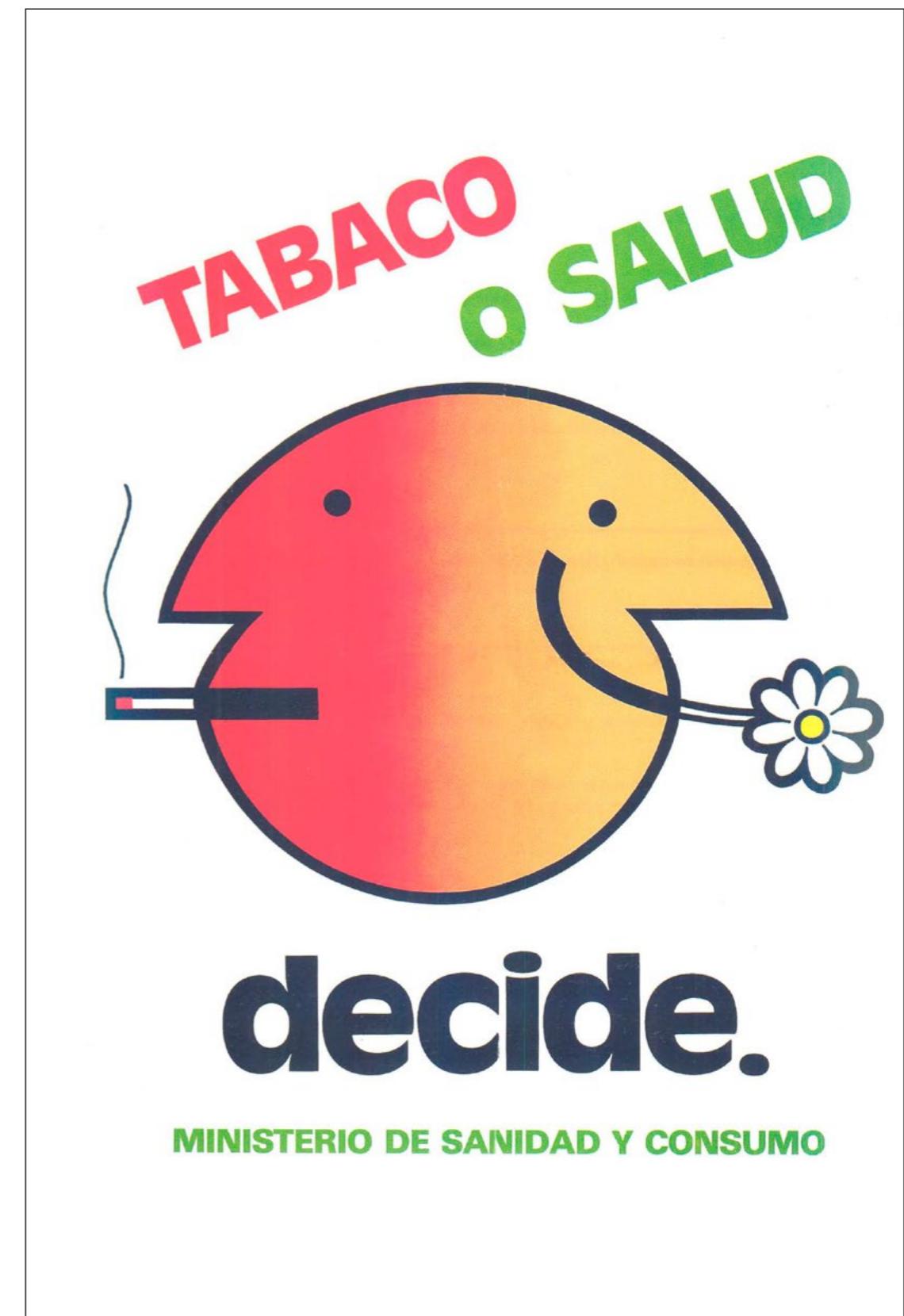
En España, la prevención del tabaquismo ha experimentado en las últimas décadas una profunda transformación, fruto de políticas sanitarias, normativas y sociales que han contribuido a reducir significativamente la prevalencia del consumo y la exposición al humo de tabaco. Entre los principales logros cabe destacar la consolidación de una conciencia social sobre los riesgos asociados al tabaquismo, el descenso progresivo de la población fumadora, especialmente en jóvenes, y la ampliación de espacios libres de humo. Estas transformaciones también han sido posible gracias a la alianza con sociedades científicas y sociedad civil.

La Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco, supuso un hito al prohibir fumar en los espacios públicos cerrados y lugares de trabajo, y en regular la venta, suministro, consumo y publicidad del tabaco. La Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, reforzó estas medidas, ampliando los espacios sin humo. Posteriormente, el Real Decreto 579/2017, de 9 de junio, reguló determinados aspectos relativos a la fabricación, presentación y comercialización de los productos del tabaco y los productos relacionados.

Estas normas nos situaron como referente internacional en políticas de control del tabaco, en línea con el Convenio Marco de la OMS (2003), ratificado por nuestro país en 2005. En 2024 el Ministerio de Sanidad publicó el Plan Integral de Prevención y Control del Tabaquismo 2024-2027, que busca reducir la prevalencia del consumo de tabaco y productos relacionados en coordinación con las Comunidades Autónomas.

Los avances han ido acompañados de cambios sustanciales en la comunicación institucional. Desde las primeras campañas televisivas en los años 80, centradas en advertir de los efectos nocivos del tabaco en la salud, centrado en la responsabilidad individual, se ha evolucionado hacia mensajes más directos, gráficos y basados en la evidencia, como el uso de advertencias sanitarias e imágenes en los envases (2016). En la última década, la estrategia comunicativa ha incorporado las redes sociales y canales digitales, con especial atención a la juventud y a la prevención del inicio del consumo y a consumo de productos relacionados como los “vapers”. Además, se ha ampliado el enfoque de las campañas buscando sensibilizar a la población sobre el impacto ambiental del tabaco.

Para seguir estando a la vanguardia de la prevención y control del tabaquismo en España, en 2025 se va a publicar la modificación del Real Decreto 579/2017, de 9 de junio, y se está actualizando también de forma ambiciosa la ley de 2005. Todos estos avances han logrado la reducción de la prevalencia del tabaquismo hasta un mínimo histórico del 25.8%.

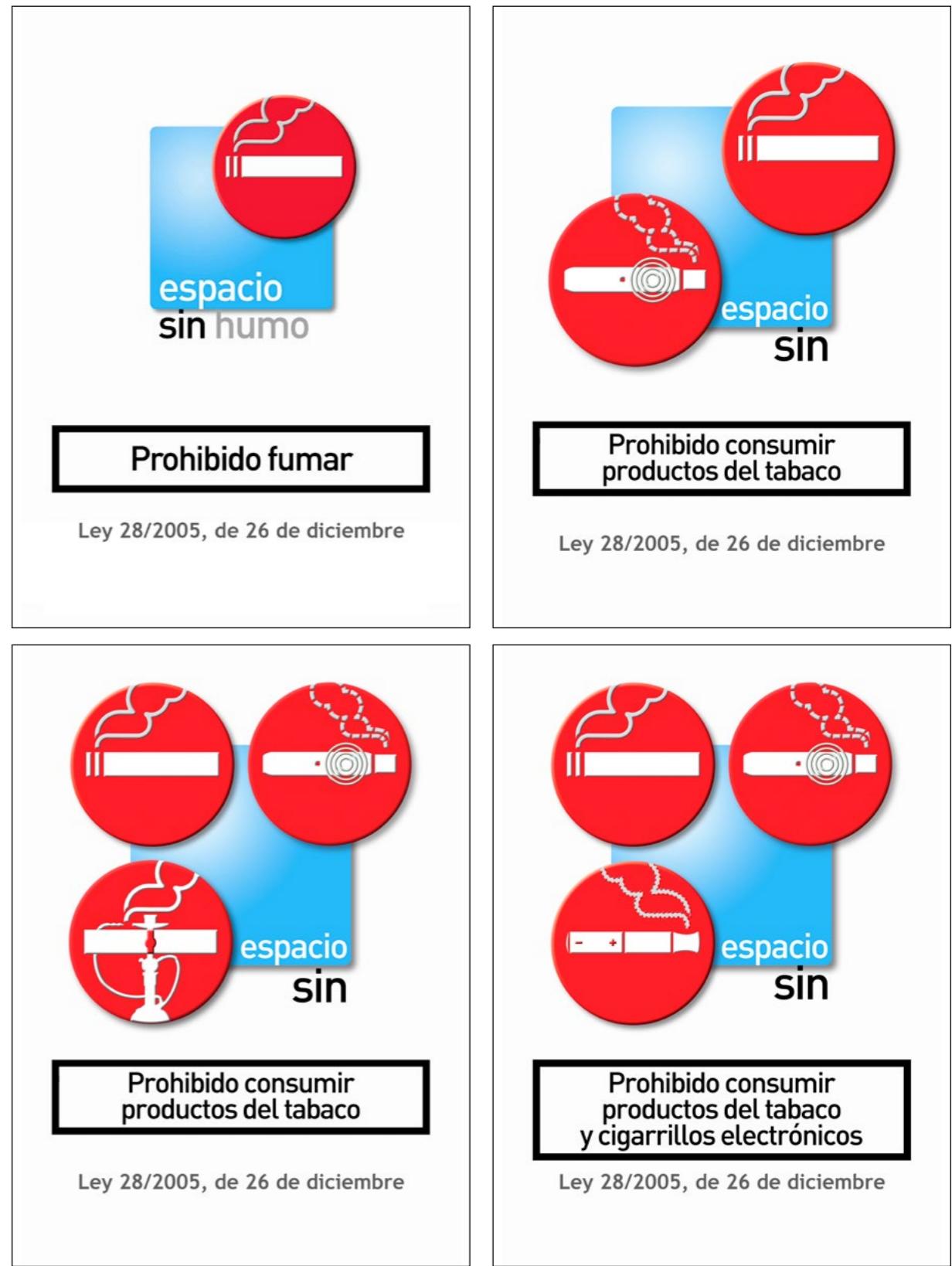


1980 Huérfana *





1998 Contrapunto



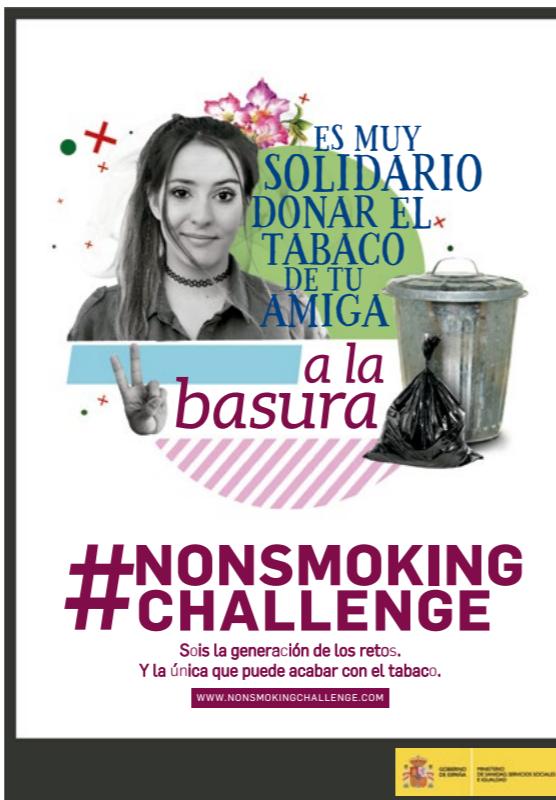
2005 GPC Grupo de comunicación



2006 Starcom Worldwide Media *



2011 Producción interna



2022 Kines Producciones

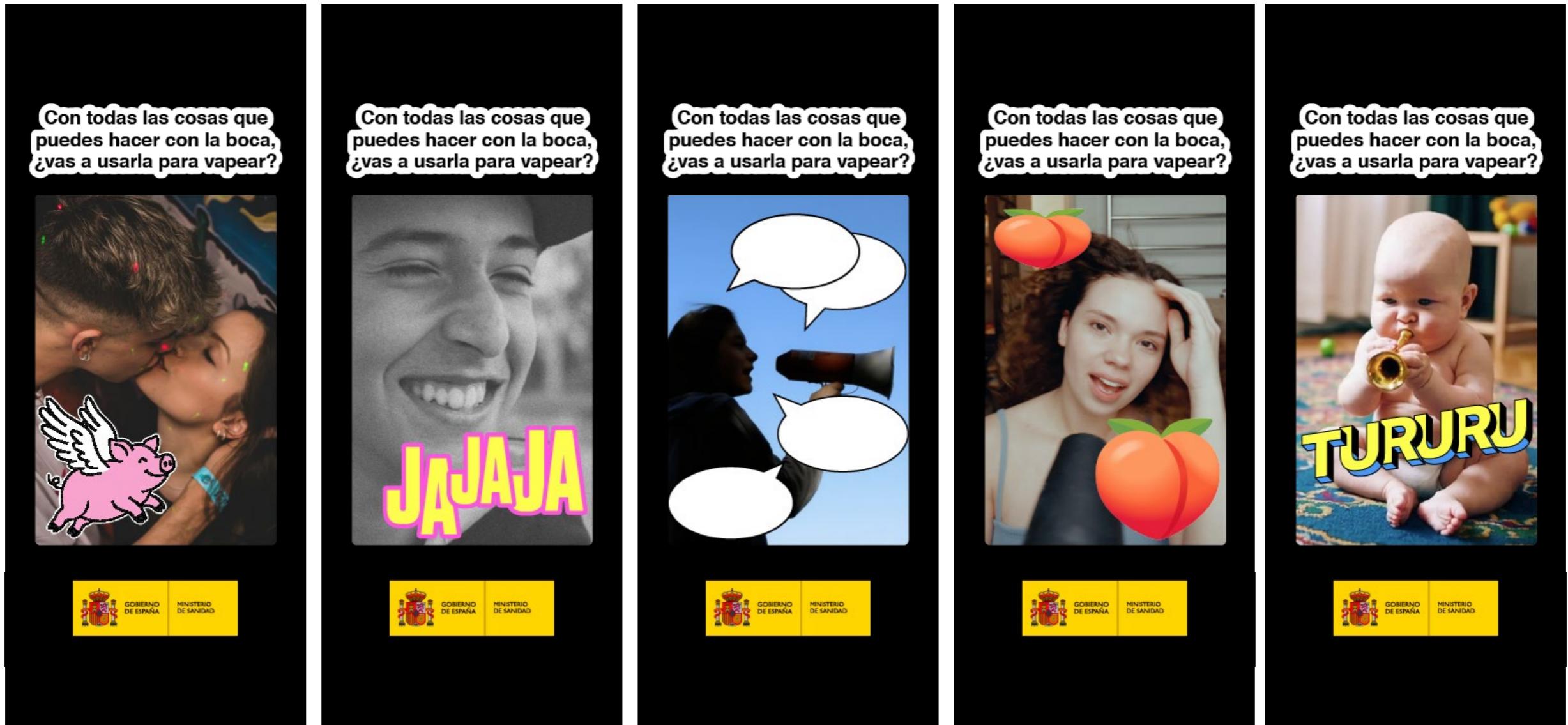
2017 Tactis Europea



2023 La máquina de humo



2024 La máquina de humo



2025 Tropical

SALUD MENTAL

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL

En España, la comunicación institucional en el ámbito de la salud mental ha experimentado, en los últimos 50 años (1975-2025), una evolución muy significativa hacia mensajes cada vez más humanos, inclusivos y participativos. Las campañas actuales apuestan por visibilizar testimonios reales, fomentar la empatía social y promover un lenguaje respetuoso y libre de estigmas.

Esta evolución refleja la profunda transformación del modelo de atención a la salud mental en España, que ha avanzado con éxito desde un sistema centrado en la institucionalización hacia un enfoque comunitario, basado en los derechos, la dignidad y la integración de las personas en la sociedad.

El primer hito en la evolución experimentada en estos cincuenta años tiene lugar con la aprobación de la Constitución Española de 1978, que reconoce en su artículo 43 el derecho a la protección de la salud, y en su artículo 49 la protección especial de las personas con discapacidad.

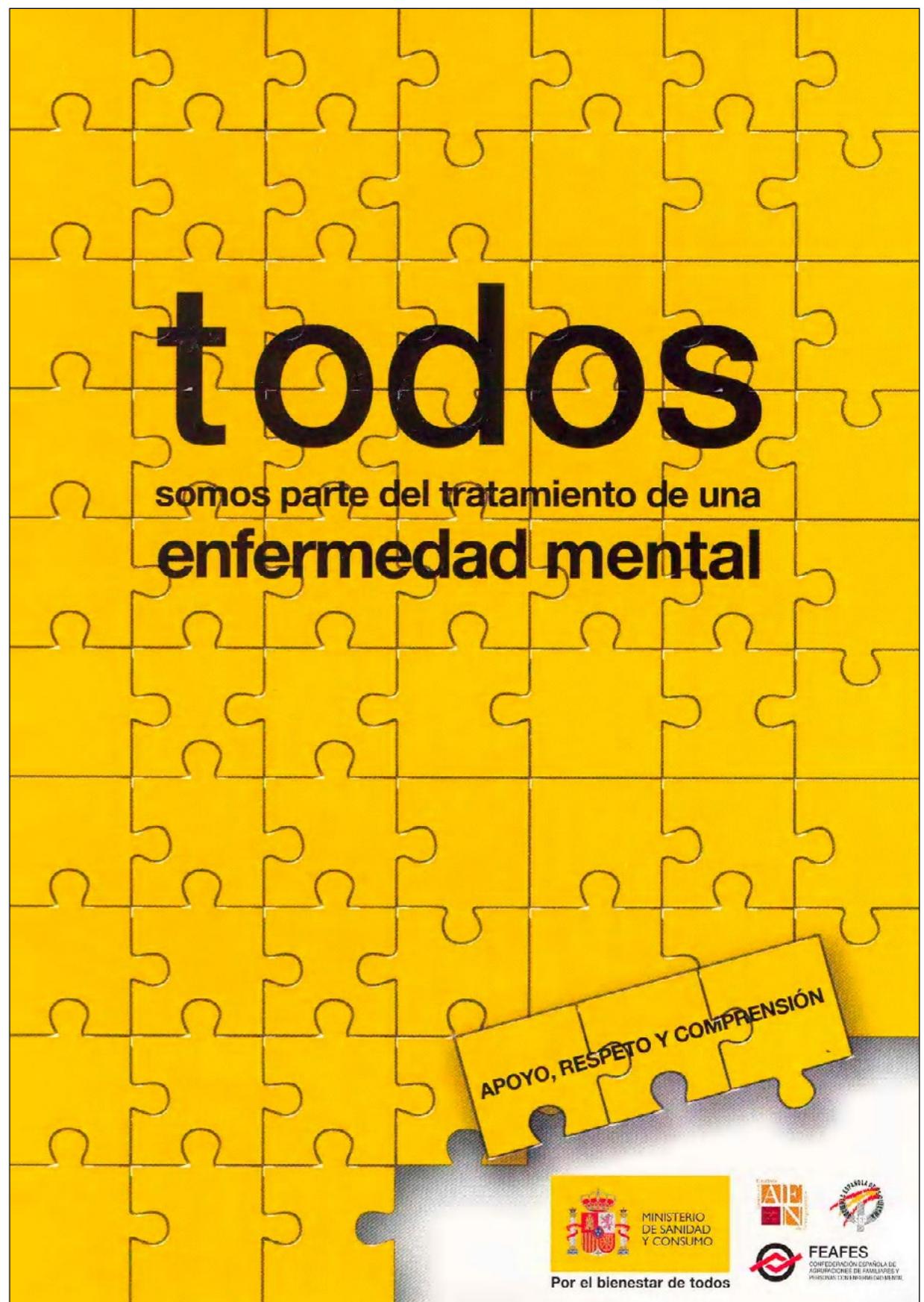
A partir de este momento se inicia una importante reforma psiquiátrica, a través de la cual se impulsó la integración de los hospitales psiquiátricos en el sistema sanitario, y la creación de una red de recursos alternativos recursos alternativos, que incluiría: centros de salud mental, la reordenación de la urgencia psiquiátrica y la atención en crisis.

Un hito importante en este sentido fue la constitución, en 1983, de la Comisión Ministerial para la Reforma Psiquiátrica que vinculó la reforma psiquiátrica a la reforma sanitaria y propuso un modelo de atención en salud mental integrado en el sistema sanitario, con una orientación comunitaria e incluyendo la participación de las personas usuarias.

Otro hito de gran relevancia fue la adopción de la Ley 14/1986, de 25 de abril, General de Sanidad, que estableció el derecho a la atención sanitaria integral, incluyendo la salud mental, y evitó la adopción de una legislación específica para personas con trastornos mentales, integrando sus derechos en el marco legal general mediante reformas del Código Civil, Penal y de la normativa aplicable en materia de sanidad penitenciaria.

Más adelante, en 2006, se aprueba la primera Estrategia de Salud Mental del Sistema Nacional de Salud, actualizándose la misma en 2022 con la aprobación de la vigente Estrategia 2022-2026, que profundiza en la línea de la mejora de la calidad asistencial, estando presidida por el respeto y promoción de la salud y los derechos humanos de las personas con problemas de salud mental.

En 2023 se creó el Comisionado de Salud Mental como órgano directivo del Ministerio de Sanidad, encargado de reforzar las acciones encaminadas a la mejora de la salud mental de la población desde el reconocimiento de los derechos humanos de las personas afectadas y buscando la equidad, sostenibilidad y calidad en la atención sanitaria a la salud mental. Bajo su liderazgo se han aprobado el Plan de Acción de Salud Mental 2025-2027 y el primer Plan de Prevención del Suicidio 2025-2027, ambos aprobados por el Consejo Interterritorial del Sistema Nacional de Salud (CISNS) y con el consenso de las Comunidades Autónomas, expertos, sociedades científicas y asociaciones de pacientes.



2005 Ruiz Nicoli

En la inclusión de las personas con problemas de salud mental

La actitud marca la diferencia

Campaña por la inclusión social de las personas con problemas de Salud Mental

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL

2018 Brain Keys

LLAMA A LA VIDA
LÍNEA DE ATENCIÓN A LA CONDUCTA SUICIDA

024

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD

TR Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU

2020 Dosis videomarketing



¿Qué te pasa, tienes ansiedad?



¿O tal vez te pasa que somos incapaces de conciliar vida y trabajo, y eso te provoca ansiedad?

Hay problemas que no son solo tuyos, son de todo un país. Por eso, desde el Comisionado de Salud mental trabajamos para minimizar los factores sociales que afectan a la salud mental.

Y a ti, ¿qué te pasa?



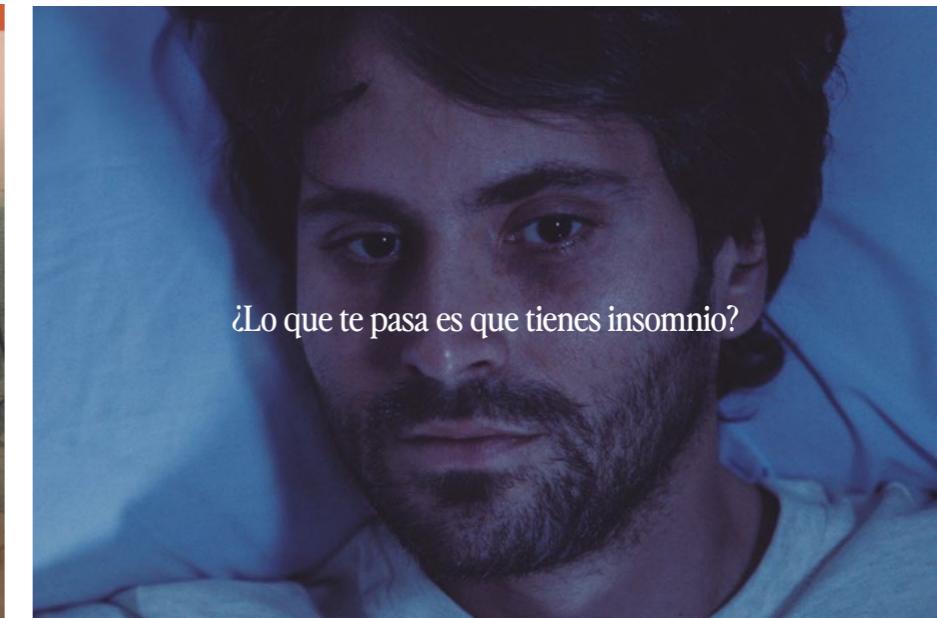
¿Lo que te pasa es que estás deprimida?



¿O lo que te pasa es que estás deprimida porque cada vez que compartes contenido en tus redes, se inundan de comentarios machistas?

Hay problemas que no son solo tuyos, son de todo un país. Por eso, desde el Comisionado de Salud mental trabajamos para minimizar los factores sociales que afectan a la salud mental.

Y a ti, ¿qué te pasa



¿Lo que te pasa es que tienes insomnio?



¿O, tal vez, lo que te pasa es que no encuentras donde vivir en esta ciudad, y por eso tienes insomnio?

Hay problemas que no son solo tuyos, son de todo un país. Por eso, desde el Comisionado de Salud mental trabajamos para minimizar los factores sociales que afectan a la salud mental.



2025 La máquina de humo

MEDICAMENTOS Y EVIDENCIA CIENTÍFICA

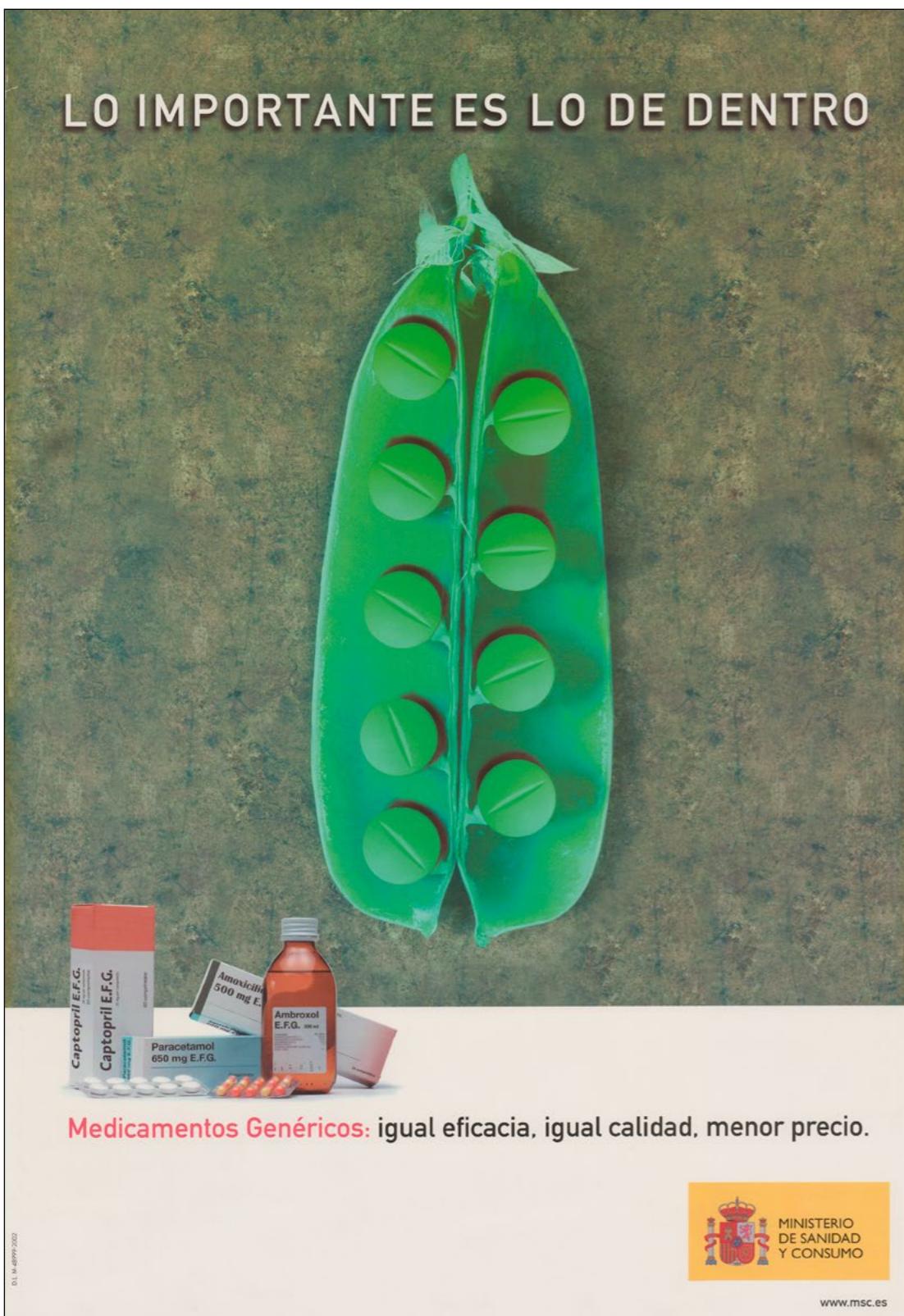
CAMPAÑAS SOBRE EL USO ADECUADO DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTORES SANITARIOS

En materia de comunicación sobre el uso adecuado de medicamentos, el Ministerio de Sanidad ha centrado sus esfuerzos en dos líneas principales: la información sobre el uso de medicamentos genéricos y biosimilares, y la promoción del uso prudente de antibióticos. Ambas han sido desarrolladas tanto por la Dirección General de Cartera Común de Servicios del Sistema Nacional de Salud y Farmacia como por la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios (AEMPS), a través del Plan Nacional frente a las Resistencias a los Antibióticos (PRAN). En los últimos años, además, se ha impulsado una línea estratégica dirigida a poner en valor la importancia de la evidencia científica en salud para combatir la desinformación y los bulos sanitarios.

Desde su creación en 1999, la Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios desempeña un papel esencial en la protección de la salud pública y ha evolucionado como organismo de referencia, a través de una actividad científico-técnica basada en el rigor y, en paralelo, con actividades y campañas de comunicación a través de medios digitales, redes sociales y colaboraciones con profesionales sanitarios, para potenciar una mayor sensibilización y empoderamiento de pacientes y ciudadanía.

Entre ellas destacan las campañas sobre medicamentos genéricos (2010), la prevención de la venta ilegal de medicamentos por internet (2016) y diversas acciones digitales sobre el uso adecuado del protector solar. Con el Plan Nacional frente a las Resistencias a los Antibióticos, la Agencia impulsa cada año campañas para promover el uso adecuado de estos fármacos. Durante la pandemia de la COVID-19, lideró la comunicación sobre la seguridad y eficacia de las vacunas con la campaña “Vacunas con garantías”. Además, en 2024 y 2025 ha desarrollado iniciativas para fomentar los tratamientos basados en evidencia científica y frenar la desinformación, reunidas en un portal específico.

En el ámbito internacional, participa en campañas globales como #MedSafetyWeek y, desde 2025, coordina iniciativas conjuntas con las agencias europeas de medicamentos.



2002 Huerfana *



2006 Concepto Staff *

Medicamentos genéricos Mejoras tú. Mejoramos todos y todas.



Tienen la misma eficacia, calidad y seguridad

que los medicamentos originales de marca, pero cuestan menos.

Los medicamentos genéricos cuentan con una amplia experiencia de uso en la práctica clínica y su utilización reporta un doble ahorro: al Sistema Nacional de Salud, que lo puede emplear en otros recursos sanitarios, y a la propia ciudadanía, que tiene que abonar un menor precio.

Infórmate en
www.medicamentosgenericosefg.es



2010 G.C.P. Grupo de comunicación publicitaria

**Los medicamentos
NO LOS TOMES A LA LIGERA**

El uso adecuado de los medicamentos es de vital importancia. Los medicamentos son útiles cuando se necesitan, si no se pueden convertir en un riesgo para tu salud, provocando reacciones adversas inesperadas que podrían acabar haciendo mucho daño. Consulta siempre a tu médico o farmacéutico cuál es el medicamento indicado para ti.

Cúidate.

www.medicamentosenunjuego.es

2011 Monday Advertising *

**MEDICAMENTOS
GENÉRICOS Y BIOSIMILARES**

Medicamento Genérico
Equivalent Farmacéutico Genérico
Comprimidos EFG 80mg

**EFICACES PARA TI.
EFICACES PARA LA SANIDAD.**

Financiado por la Unión Europea Next GenerationEU

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

Gobierno de España

2022 101RPM



2021 - 2022 Pan Publicidad

TOMAR ANTIBIÓTICOS SIN RECETA PONE EN PELIGRO LA SALUD DE TODOS

Los antibióticos nos ayudan a tratar infecciones causadas por bacterias, pero no curan infecciones por virus como la gripe o el resfriado. Si los tomas sin receta, las bacterias se hacen resistentes y los antibióticos dejan de funcionar, poniendo en riesgo la salud de todos.

Pon de tu parte para que sigan curando.

ANTIBIÓTICOS
Tómatelos en serio

Plan Nacional Resistencia Antibióticos

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL
agencia española de medicamentos y productos sanitarios
AGENDA 2030

2018 Kelsing Comunicación

no

**los antibióticos
NO valen para todo**

Plan Nacional Resistencia Antibióticos

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE SANIDAD
agencia española de medicamentos y productos sanitarios
AGENDA 2030

2019 Pool

Lo mejor contra la gripe
es mirar a los ojos a un husky
siberiano durante 4 segundos



¿Absurdo?

Tan absurdo como usar antibióticos
contra la gripe, la fiebre o el dolor.

Si los utilizas mal o sin receta, en personas o
animales, las bacterias se hacen resistentes y
los antibióticos dejan de funcionar cuando
realmente los necesitas.



ANTIBIÓTICOS
TÓMATELOS EN SERIO



Lo mejor contra la gripe
es echarse la siesta
abrazado a un tronco



¿Absurdo?

Tan absurdo como usar antibióticos
contra la gripe, la fiebre o el dolor.

Si los utilizas mal o sin receta, en personas o
animales, las bacterias se hacen resistentes y
los antibióticos dejan de funcionar cuando
realmente los necesitas.



ANTIBIÓTICOS
TÓMATELOS EN SERIO



Lo mejor contra la gripe
es cantar rancheras con
una cabeza de unicornio



¿Absurdo?

Tan absurdo como usar antibióticos
contra la gripe, la fiebre o el dolor.

Si los utilizas mal o sin receta, en personas o
animales, las bacterias se hacen resistentes y
los antibióticos dejan de funcionar cuando
realmente los necesitas.



ANTIBIÓTICOS
TÓMATELOS EN SERIO



2021- 2022 Pan Publicidad

ANTIBIÓTICOS

PROTEGERNOS ES SU TRABAJO.



ANTIBIÓTICOS
PROTEGERNOS ES SU TRABAJO.
EL TUYO, USARLOS BIEN.

Plan Nacional
Resistencia
Antibióticos

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

agencia española de medicamentos y productos sanitarios

AGENDA 2030



ANTIBIÓTICOS
PROTEGERNOS ES SU TRABAJO.
EL TUYO, USARLOS BIEN.

Plan Nacional
Resistencia
Antibióticos

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

agencia española de medicamentos y productos sanitarios

AGENDA 2030

2023-2024 Making Known



EL TUYO, USARLOS BIEN.

Los antibióticos no curan la gripe, ni los resfriados, ni alivian el dolor. Sólo son eficaces contra las bacterias. Y cada vez que los usamos mal o sin receta, los estamos debilitando frente a ellas. Dejan de protegernos cuando los necesitamos y ponemos en peligro la salud: la de personas, animales y medioambiente.



Plan Nacional
Resistencia
Antibióticos







2025 Madresanta



2025 STV Comunicación

VACUNACIÓN

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN DE LA VACUNACIÓN

La trayectoria del calendario vacunal en España se ha definido por hitos cronológicos esenciales: la adopción del calendario común del Sistema Nacional de Salud en 1995; su homogeneización en 2012; el impulso del modelo de vacunación a lo largo de la vida en 2019; y las incorporaciones más recientes en 2024, con la inclusión de vacunas frente al meningococo B, rotavirus, VPH en varones y gripe infantil. España ha alcanzado coberturas superiores al 95% en población infantil.

El calendario vacunal español se caracteriza por su universalidad y gratuitad, ofreciendo protección frente a 18 enfermedades para toda la población, independientemente de su lugar de residencia. La integración homogénea de nuevas vacunas se basa en la evidencia científica y el consenso entre Comunidades Autónomas.

En este marco, la campaña de prevención frente a la gripe A se desarrolló en tres fases complementarias: una primera etapa centrada en la difusión de medidas generales de prevención; una segunda enfocada en la vacunación de los grupos esenciales y poblaciones vulnerables; y una tercera fase dirigida a la población general, con recomendaciones de autocuidado para reducir riesgos y evitar la propagación del virus.

El desarrollo e integración del calendario vacunal en España ha supuesto avances de gran impacto en materia de salud pública: la erradicación de enfermedades como la viruela y la poliomielitis mediante campañas pioneras; la reducción histórica de casos de sarampión, difteria, rubéola, tétanos y meningitis; y la capacidad de respuesta rápida en emergencias como la COVID-19, que contribuyó a salvar más de 127.000 vidas en nuestro país. Asimismo, destaca la universalización de vacunas de última generación, como la vacunación frente al VPH en ambos性es y la inmunización frente al VRS en la primera infancia.

Las estrategias de comunicación institucional en materia de vacunación han pasado de mensajes centrados en la erradicación de enfermedades a campañas fundamentadas en evidencia científica, equidad y justicia social. En los últimos años, se han reforzado enfoques empáticos y transparentes para combatir la desinformación y generar confianza, contando con la participación de los profesionales sanitarios.

La prevención es la mejor medida



Gripe A

¿Ya sabes cómo actuar para prevenir la Gripe A? Antes de empezar con síntomas gripeales como tos, fiebre o malestar general, toma medidas frente a la Gripe A. Sigue estas sencillas recomendaciones.



Al estornudar o toser tápate la boca y la nariz con un pañuelo de papel y tíralo a la basura.



Lávate las manos frecuentemente con agua y jabón.



Usa los servicios de salud con responsabilidad.

Si quiere saber más www.informaciongripea.es



Gripe A

Si formas parte de los grupos prioritarios **ya puedes vacunarte**



La vacuna contra la gripe A, de probada efectividad, ya está disponible.

A partir del **16 de noviembre** podrán vacunarse, inicialmente, los siguientes grupos de población:

- Personal sanitario
- Trabajadores de Servicios Públicos esenciales
- Embarazadas
- Personas mayores de 6 meses de edad con mayor riesgo de complicaciones

Si tienes cualquier duda, consulta a tu médico.

RECUERDA QUE LA PREVENCIÓN ES LA MEJOR MEDIDA

Si quieres saber más www.informaciongripea.es



¿Gripe A?
"la pasé como una gripe normal"



Como Manuel, muchas personas ya han pasado la gripe A sin problemas.

Recuerda vacunarte si eres grupo de riesgo



Si tienes gripe, cuídate en casa:

- Guarda reposo
- Bebe abundantes líquidos (agua, zumos...)
- Controla la fiebre con antitérmicos

Si quiere saber más www.informaciongripea.es



2009 G.C.P. Grupo de comunicación publicitaria

SI ERES PERSONAL SANITARIO

LA PREVENCIÓN EMPIEZA EN TI



VACÚNATE
POR TI, POR TODOS



2017 Brain Keys

SI ERES SANITARIO

LA PREVENCIÓN EMPIEZA EN TI

1. Conciéntate

El personal sanitario tiene más riesgo de contraer y transmitir ciertas enfermedades inmunoprevenibles.



2. Actúa

Vacunándote, proteges tu salud evitando algunas infecciones.



3. Vacúnate

Como trabajador sanitario estarás evitando ser una fuente de transmisión para los pacientes, tus compañeros y otras personas de tu entorno.



4. Recuerda

No solo los profesionales sanitarios deben vacunarse. También voluntarios y estudiantes, personal de mantenimiento, administrativos y cualquier otro trabajador del centro sanitario.



SI ERES PERSONAL SANITARIO

LA PREVENCIÓN EMPIEZA EN TI



VACÚNATE
POR TI, POR TODOS



2017 Brain Keys



Si eres **mayor**, preferentemente a partir de los 65 años, o si perteneces a un **grupo de riesgo**, tienes muchos motivos para vacunarte frente a la gripe.

FRENTE A LA GRIPE
[VACÚNATE]
SOBRAN MOTIVOS



2017 Grow

La vacunación es muy importante A LO LARGO DE TODA LA VIDA.
Previene, controla y vence las enfermedades.
Es segura y protege tu salud y la de todos.
Por eso, infórmate en tu centro de salud y COMPRUEBA que tú y los tuyos estás bien vacunados.



“V”de vacuna “V”de vida

Las vacunas salvan vidas

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, CONSUMO Y BIENESTAR SOCIAL AGENDA 2030

www.mscbs.gob.es

2019 On the Beach

CAMPAÑA FRENTE A LA GRIPE

GRI | **P**

Yo me vacuno. Este año marco la diferencia.

✓ Para protegerme.
✓ Para proteger a los demás.
✓ Para no sobrecargar el sistema sanitario.

#GripeYoMeVacuno

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD



2020 Alcandora



2022 Madre Contendios Creativos

las vacunas son seguras

recomendarlas es nuestra responsabilidad

Importancia de la vacunación

Las enfermedades inmunoprevenibles son un problema de salud pública. Conocer los beneficios de las vacunas y recomendarlas según el calendario de vacunación es importante para prevenir enfermedades, sus complicaciones y salvar vidas.

Vacunarse es un acto de solidaridad. Los profesionales y trabajadores sanitarios y sociosanitarios que se vacunan se protegen ellos mismos y a quienes les rodean.

¿Cuándo vacunarse?

Consulta el calendario de vacunación a lo largo de toda la vida

Beneficios de la vacunación

Está demostrado que las vacunas son seguras y que sus posibles efectos secundarios son leves en comparación con padecer la enfermedad.

Algunos de sus beneficios son:

- Proteger de las complicaciones de la enfermedad, incluso de algunos tipos de cáncer y/o la muerte.
- Ayudar a controlar, eliminar e incluso erradicar enfermedades.
- Proteger a la población más vulnerable.
- Disminuir las resistencias antimicrobianas.

Cada vacuna a su tiempo

¿Quién debe vacunarse?

Las vacunas no son sólo necesarias en la etapa infantil, sino también en la etapa adulta debido a la pérdida de inmunidad con la edad.

Los profesionales sanitarios informarán de las vacunas recomendadas según el riesgo de enfermedad a cada edad.

La población confía en el personal sanitario y sociosanitario, por eso vacunarse y recomendar las vacunas es fundamental.

FEBRERO // MARZO // ABRIL // MAYO // JUNIO // JULIO // AGOSTO // SEPTIEMBRE // OCTUBRE // NOVIEMBRE // DICIEMBRE // ENERO // FEBRERO // MARZO // ABRIL // MAYO // JUNIO // JULIO // AGOSTO // SEPTIEMBRE // OCTUBRE

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD

2023 Publicidad Grupo Tafalla



2024 Portavoz Comunicaciones

del INSALUD al INGESA

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DEL ANTIGUO INSALUD Y ACTUALES DE INGESA. *Del INSALUD al INGESA: un compromiso que perdura.*

Con la llegada de la democracia, la atención sanitaria en España experimentó una profunda transformación. La Constitución Española de 1978 reconoció el derecho de todos los ciudadanos a la protección de la salud y estableció un nuevo modelo territorial basado en las Comunidades Autónomas, que podrían asumir progresivamente las competencias sanitarias de la Seguridad Social.

En este contexto, el Real Decreto-Ley 36/1978, de 16 de noviembre, reformó la gestión institucional de la Seguridad Social, la Salud y el Empleo. Como resultado, se suprimió el Instituto Nacional de Previsión (INP) y se creó el Instituto Nacional de la Salud (INSALUD), encargado de gestionar y administrar los servicios sanitarios del sistema.

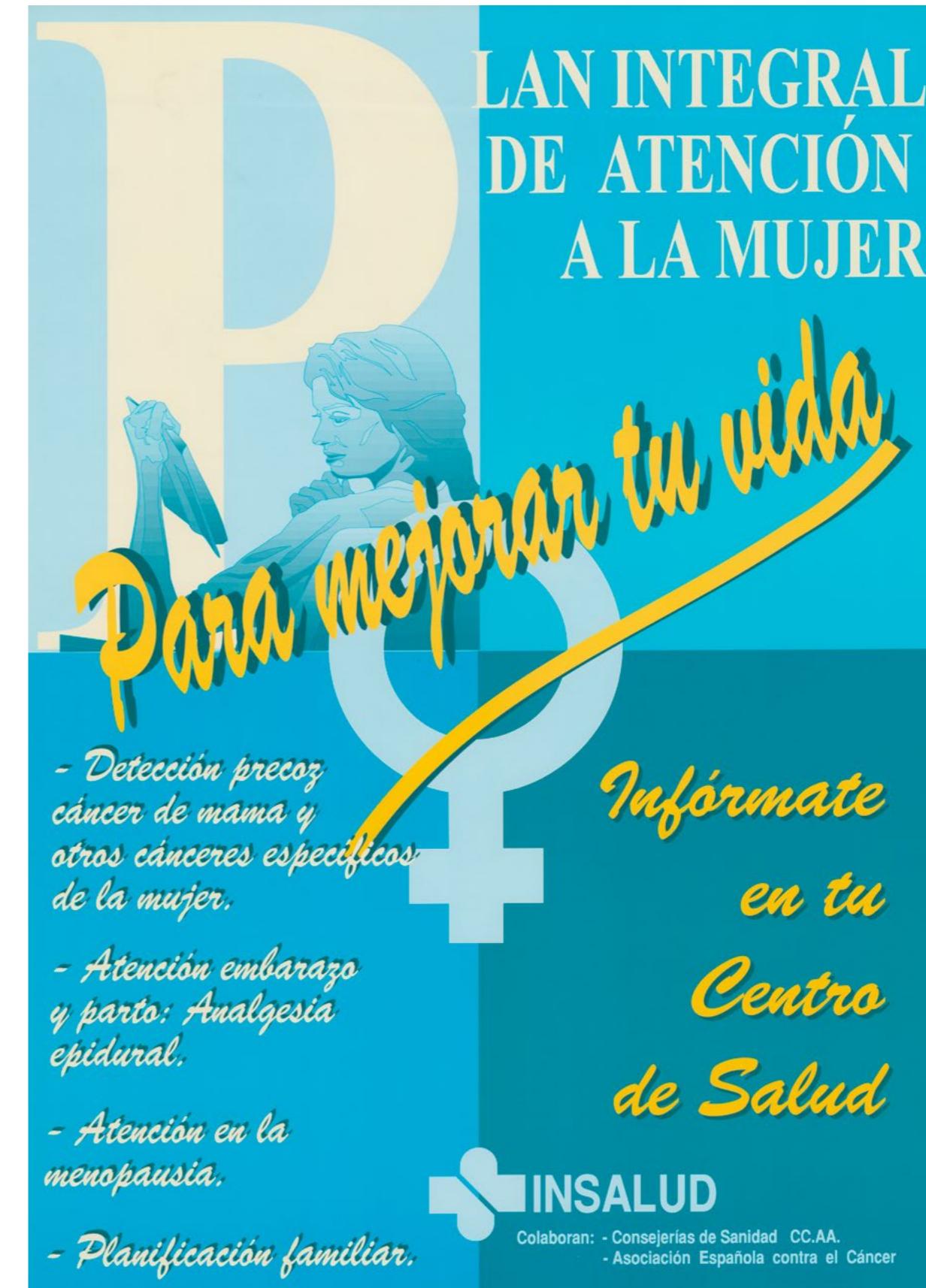
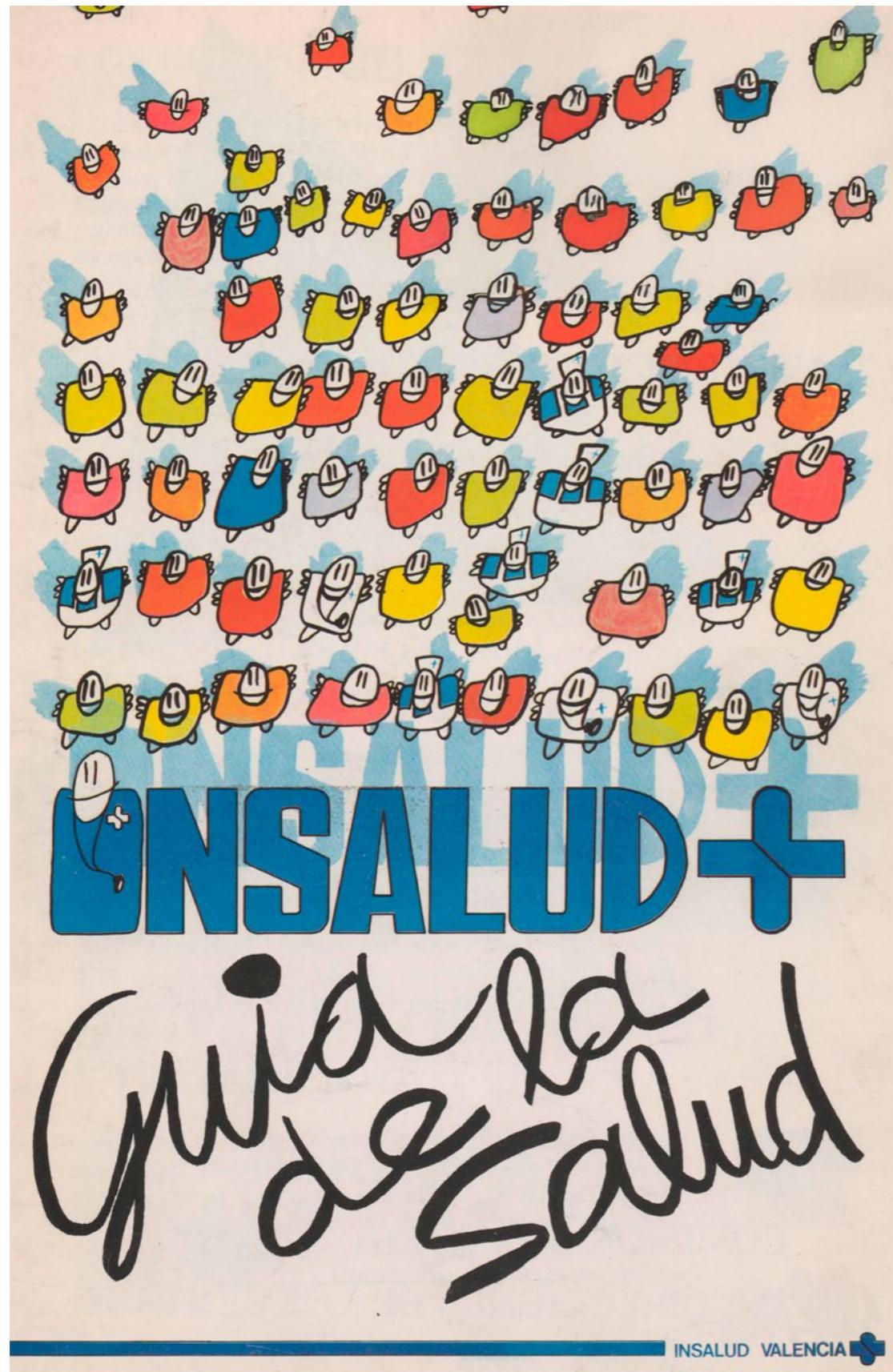
Siguiendo el principio de descentralización, en 1981 comenzó el traspaso de competencias sanitarias a las Comunidades Autónomas, un proceso que culminó en el año 2001.

Un año después, el Real Decreto 840/2002, de 2 de agosto, transformó el INSALUD en el Instituto Nacional de Gestión Sanitaria (INGESA), una entidad más reducida en tamaño, pero con un papel esencial:

- Gestionar los derechos y obligaciones del antiguo INSALUD.
- Prestar asistencia sanitaria en las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.
- Coordinar y desarrollar todas las actividades para el correcto funcionamiento de sus servicios;
- La contratación centralizada para el Sistema Nacional de Salud y la administración y gestión de la reserva estratégica nacional de medicamentos.

En ese real decreto se adscribe a INGESA el Centro Nacional de Dosimetría, responsable del servicio de dosimetría personal externa y poseedor del laboratorio de metrología de radiaciones ionizantes, para el uso seguro de radiaciones en el ámbito sanitario.

El recorrido del INSALUD al INGESA refleja la evolución del sistema sanitario español hacia un modelo más descentralizado, eficiente y orientado al ciudadano, en el que la protección de la salud sigue siendo un compromiso esencial del Estado.



INFORMACIÓN SOBRE EL TESTAMENTO VITAL

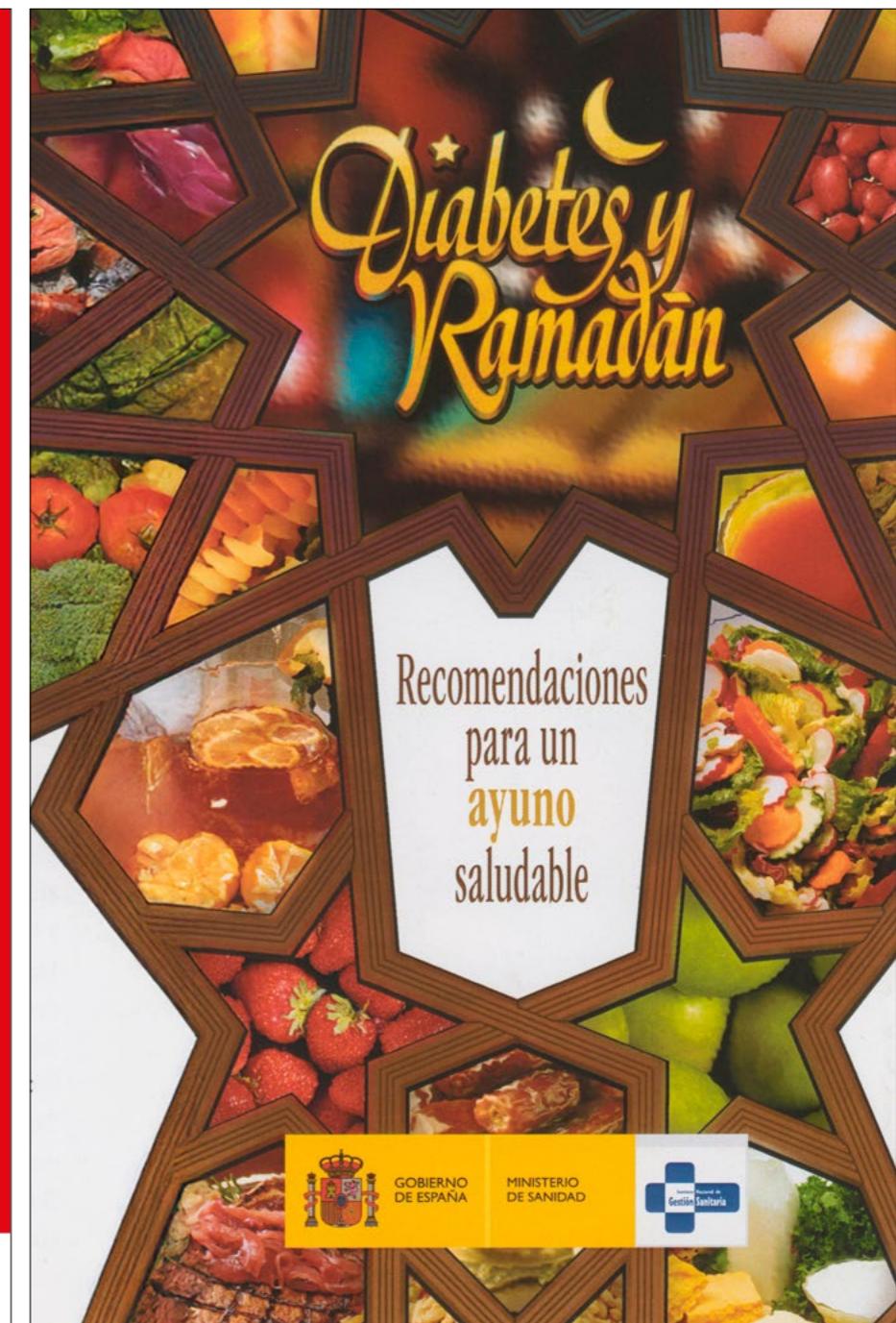
GUÍA DIVULGATIVA SOBRE CUMPLIMENTACIÓN
DE INSTRUCCIONES PREVIAS

GUÍA FARMACOLÓGICA DEL SERVICIO DE



GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD Hospital Comarcal Melilla

Cesión Ingresa



Cesión Ingresa



CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN FRENTE A LA COVID - 19

La publicidad institucional es una herramienta fundamental para alcanzar a la población y difundir de manera rápida y efectiva mensajes de prevención y recomendaciones en el área de la salud pública. En esa línea la pandemia supuso todo un reto en la comunicación en general y en la puesta en marcha de diversas campañas de publicidad institucional durante 2020 y 2021.

Las campañas de publicidad institucional fueron adaptando su mensaje a las diversas situaciones epidemiológicas de la pandemia: en el confinamiento con la campaña bajo el lema “#Este virus lo paramos unidos”, en la fase de la desescalada con la campaña “#Salimos más fuertes”, “#Esto no es un juego. Sigue las recomendaciones” en la campaña dirigida a los jóvenes, y por último la campaña “Cuidarnos. El mejor regalo para esta navidad” cuyo objetivo era recordar las recomendaciones de prevención durante las fiestas navideñas del año 2020.

A partir de enero de 2021 las campañas se dirigieron a promover la vacunación frente a la COVID -19 bajo el paraguas “#Yo Me Vacuno Seguro”. Esta campaña se dirigió en primer lugar a personas vulnerables y profesional sanitario, pero también a jóvenes. En el año 2022, el mensaje de la campaña se centraba en recordar la importancia de la revacunación con la campaña “Necesitamos dosis de recuerdos”.

El gran reto de todas estas actuaciones fue el ajustar los mensajes a la fase epidemiológica de la enfermedad, y que la difusión y cobertura de las campañas alcanzase de manera masiva a la población.

Lo paramos si no te confías. **Lo paramos** si te mentalizas de que no va a ser fácil. **Lo paramos** cada vez que te lavas las manos. **Lo paramos** cuando te reúnes por videoconferencia. **Lo paramos** si te quedas en casa. **Lo paramos** si viajas solo cuando es imprescindible. **Lo paramos** si evitas lugares concurridos. **Lo paramos** cuando no compartes información falsa. **Lo paramos** si ayudas y haces caso a nuestros profesionales sanitarios. **Lo paramos** cuando confías en que vamos a superar esto.

#ESTE VIRUS LO PARAMOS UNIDOS

**DETENER EL CORONAVIRUS ES RESPONSABILIDAD DE TODOS Y TODAS.
SI TE PROTEGES TÚ, PROTEGES A LOS DEMÁS.**

WWW.MSCBS.GOB.ES



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD

#SALIMOS MÁS FUERTES

**GRACIAS A LA
RESPONSABILIDAD Y
AL ESFUERZO DE TODOS,
HEMOS LLEGADO
HASTA AQUÍ.**

**ESA ES NUESTRA FUERZA.
LA FUERZA CON LA QUE
VAMOS A SALIR.**

WWW.MSCBS.GOB.ES



GOBIERNO
DE ESPAÑA



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE SANIDAD

A partir de hoy, las comunidades autónomas estarán en Fase I o Fase 2 de la desescalada.

FASE 1

ESTO ES LO QUE PUEDES HACER:

- Estar en grupos de hasta 10 personas.
- Estar en una terraza con un grupo máximo de 10 personas.
- Comprar en tiendas con superficie de hasta 400m² o en mercados al aire libre.
- Acudir a tu centro de terapia o rehabilitación si eres una persona con discapacidad o en situación de dependencia.
- Alquilar en un hotel o alojamiento turístico sin usar las zonas comunes.
- Sacar un libro en una biblioteca.
- Acudir a un espectáculo cultural en un lugar cerrado y al aire libre y visitar un museo.
- Pasear y hacer deporte al aire libre sin contacto físico.
- Acudir a un congreso científico.
- Realizar actividades de turismo activo y de naturaleza en grupos reducidos y actividades organizadas por empresas en grupos de 10 personas.
- Asistir a lugares de culto.

Además de lo incluido en Fase I:

FASE 2

ESTO ES LO QUE PUEDES HACER:

- Salir en cualquier franja horaria, a excepción de la reservada a mayores de 70 años.
- Estar en grupos de hasta 15 personas.
- Realizar visitas concertadas a residencias de personas mayores o personas con discapacidad.
- Celebrar tu boda.
- Ir a la piscina o a la playa.
- Realizar actividades de turismo activo y de naturaleza en un grupo máximo de 20 personas y actividades organizadas por empresas en grupos de 10 personas.
- Ir a restaurantes y cafeterías, para estar tanto en la terraza como dentro del local.
- Estar en una terraza con un grupo máximo de 15 personas.

- RECUERDA**
- Mantén la distancia física y la higiene de manos y tápate la cara con el code cuando toses o estornudes.
 - Reserva tu turna horaria de salud.
 - Usa obligatoriamente la mascarilla en espacios abiertos al público y al aire libre cuando no puedas mantener una distancia mínima interpersonal de 2 metros.
 - Algunas de estas actividades tienen limitaciones de aforo o se tendrán que realizar con cita previa.
 - Estas actividades podrán realizarlas, con carácter general, en tu provincia.
 - Si vives en un municipio pequeño que todavía está en fase I, podrás disfrutar de algunas olivas adicionales.

#SALIMOS MÁS FUERTES

2020 Ogilvy & Mather

COVID -19





2021 Brain Keys Producciones

#YOME VACUNO SEGURO



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU

2021 Brain Keys Producciones



2022 101RPM TED *



2022 La máquina de humo

COVID -19

DONACIÓN Y ONT

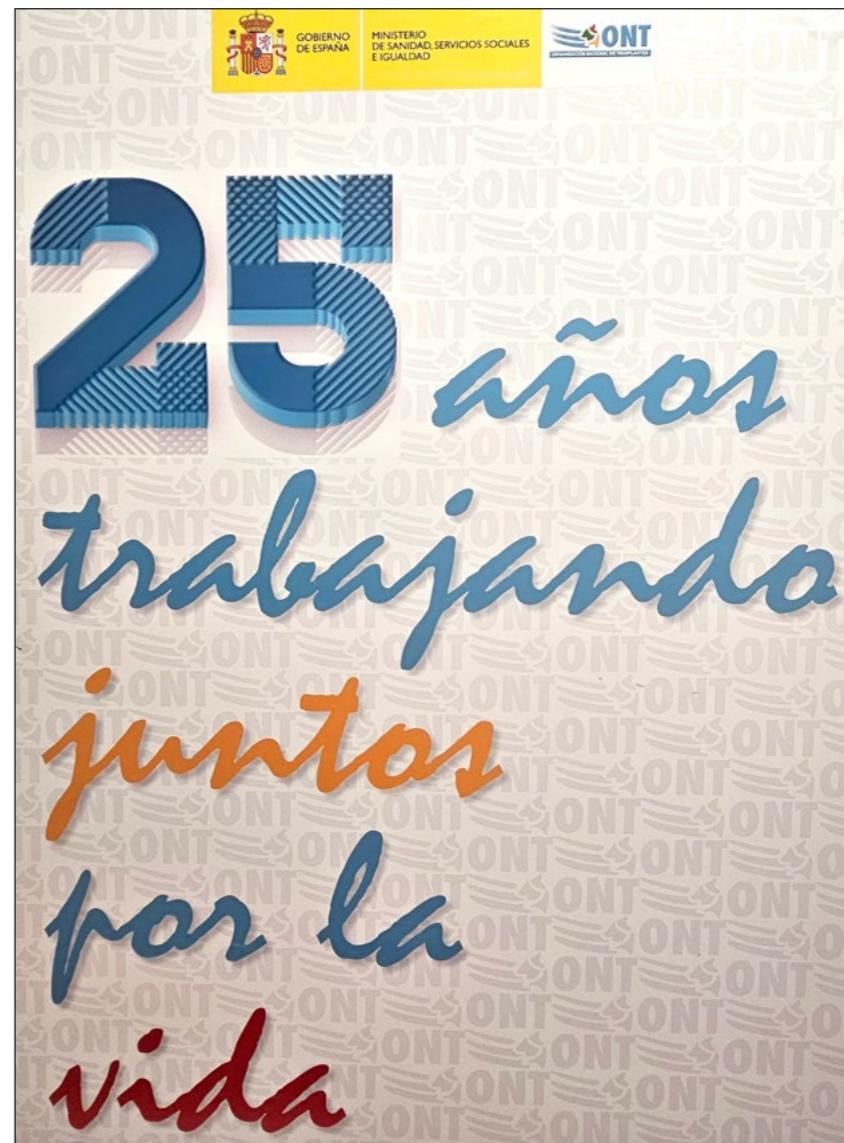
CAMPAÑAS SOBRE DONACIÓN

El trasplante de órganos es la mejor y, con frecuencia, la terapia disponible para pacientes con insuficiencia orgánica terminal. Sin embargo, la creciente demanda de trasplantes de la población no siempre puede ser atendida por la escasez de órganos. En 1989, el Ministerio de Sanidad creó la Organización Nacional de Trasplantes (ONT), como organismo técnico responsable de la supervisión clínica, organización y coordinación de las actividades de donación y trasplante de órganos, tejidos y células en nuestro país. La ONT, de acuerdo con las Comunidades Autónomas, diseñó e implantó un modelo organizativo y de gestión de un proceso de alta complejidad como es la donación de órganos de personas fallecidas. El denominado 'Modelo Español' permitió que España duplicara su tasa de donación de órganos, pasando de 14 donantes por millón de población (pmp) a más de 30 donantes pmp en menos de una década. Tras una etapa de estabilización aparente de la actividad, las tasas de donación volvieron a aumentar en coincidencia con la puesta en marcha de un conjunto de medidas innovadoras que permitieron que el país haya alcanzado los 52,6 donantes pmp en el año 2024. La evolución experimentada a lo largo de los años ha permitido que España sea líder en donación de órganos desde hace más de tres décadas.

El modelo se sustenta en un marco legislativo adecuado y en el pilar básico que representa el Sistema Nacional de Salud, público y de cobertura universal. El sistema se ha construido en torno a la figura del coordinador de trasplantes, cuya función principal es identificar posibles donantes y asegurar el desarrollo exitoso del proceso de donación. Esta red de profesionales cuenta con el soporte de la ONT y de las Coordinaciones Autonómicas de Trasplante. El Sistema español de trasplantes ha conseguido implantar en la sociedad española la cultura de la donación y el trasplante de órganos mediante la generación de confianza en el Sistema, que es transparente y equitativo, y la alianza con los medios de comunicación; sin realizar campañas de publicidad. El ciudadano español sabe que, igual que tiene la posibilidad de recibir un trasplante si lo necesita, tiene también el derecho a ser donante o a facilitar que lo sea un familiar.

Igualmente, y fuera del ámbito de los órganos, la labor clínica coordinadora de la ONT O.A. en donación y trasplante de progenitores hematopoyéticos (TPH) ha permitido a nuestro país situarse entre los países europeos con una mayor actividad de TPH y convertir al Registro Español de Donantes de Médula Ósea (REDMO) en un modelo de referencia por el volumen de donantes inscritos y la calidad de su composición. España es, además, el segundo país del mundo en número de unidades de sangre de cordón umbilical (SCU) almacenadas para uso clínico. La labor de la ONT ha sido esencial para la optimización del inventario de unidades de SCU y el desarrollo de proyectos pioneros para facilitar la liberación de unidades de SCU de alta calidad para trasplante y fomentar nuevos usos (ej. medicamentos de terapia avanzada). El crecimiento experimentado es extensivo al ámbito de los tejidos (osteotendinoso, ocular, vascular, cardíaco, cutáneo, placentario y de otro tipo) con sus muy diversas y numerosas aplicaciones clínicas.

Finalmente, en el marco de las campañas de comunicación, cabe destacar la donación de plasma, promovida desde la Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud (DGSPES). Estas acciones han buscado sensibilizar a la población sobre la importancia de este tipo de donación, esencial para la elaboración de medicamentos derivados del plasma y para garantizar la autosuficiencia en tratamientos que salvan vidas.



Cesión ONT

**SI
TIENES
SANGRE
EN LAS
VENAS,
DONALA**



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

AIPO 301-88-01-04. Declaración legal M. 11.200-1988. Impresión: S. L. Santiago Esteban, S. 2003 Madrid

1988 Contrapunto



DONACIÓN



CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOBRE LA CARTERA COMÚN DE SERVICIOS

Las campañas institucionales vinculadas a la Cartera común de servicios del Sistema Nacional de Salud reflejan el compromiso permanente de garantizar una atención sanitaria adecuada, integral y continuada para toda la ciudadanía. La Cartera común constituye el marco que asegura el acceso en condiciones de igualdad a técnicas, tecnologías y procedimientos basados en el conocimiento científico, independientemente del lugar de residencia y del nivel asistencial en el que se atienda a cada persona.

En este contexto, la publicidad institucional ha desempeñado un papel importante para informar, sensibilizar y promover el uso responsable de los servicios de salud, contribuyendo a reforzar la confianza en el sistema y a difundir los avances en materia de prevención, diagnóstico y atención.

A lo largo de las últimas décadas, se han impulsado iniciativas como la campaña para la prevención de la caries dental en 1980, el Plan de Salud Bucodental de 2008, la campaña de información sobre la Red Española de Agencias de Evaluación de Tecnologías y Prestaciones del Sistema Nacional de Salud en 2023 y la campaña sobre el valor de la Atención Primaria en 2024, todas ellas orientadas a acercar la Cartera común de servicios a la ciudadanía y a garantizar que la información sobre sus derechos y prestaciones llegue de manera clara, accesible y efectiva.

Campaña para la Prevención de la Caries Dental

PIEZAS UNICAS



Cuidalas



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

APOD 201-BB-0105.0. Diseñado por: M. T. Huérnfana, S. L. Santiago Estévez. © 2001 Madrid

1980 Huérnfana *



2008 Grupo Bad & Conde

**CONTRIBUYENDO A UNA
SANIDAD INNOVADORA,
DE CALIDAD Y SOSTENIBLE**

RED ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE EVALUACIÓN
DE TECNOLOGÍAS Y PRESTACIONES DEL SISTEMA NACIONAL DE SALUD

Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

Plan de
Recuperación,
Transformación
y Resiliencia

Gobierno de España
Ministerio de Sanidad

2023 Quality Media Producciones

**ATENCIÓN
PRIMARIA**

EL CENTRO DE



TU SALUD

**Impulsamos una atención más ágil,
más capaz, más coordinada, más cercana.**

**ATENCIÓN
PRIMARIA**
**DE TODA LA VIDA,
PARA TODA LA VIDA**



**ATENCIÓN PRIMARIA
EL CENTRO DE**



SALUD

**Impulsamos una atención más ágil,
más capaz, más coordinada, más cercana.**

**AP DE TODA LA VIDA,
PARA TODA LA VIDA**



2024 Entretanto Hago UTE

ALTAS TEMPERATURAS

CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN FRENTE A LAS ALTAS TEMPERATURAS

En el verano de 2003 una intensa ola de calor en Europa provocó un aumento significativo de la morbilidad, especialmente en Francia (14.800 fallecidos) y en España (6.500, sobre todo mayores de 65 años).

Las temperaturas excesivamente elevadas son un riesgo para la salud pública de primer orden, pues a ellas se asocian importantes incrementos de morbilidad, cuyo impacto es más importante entre las personas mayores de 65 años.

Para reducir estos efectos, en 2004 se puso en marcha el Plan Nacional de actuaciones preventivas frente al exceso de temperatura, coordinado por una Comisión Interministerial. En él colaboran el Ministerio de Sanidad, la Escuela Nacional de Sanidad del Instituto de Salud Carlos III, la Agencia Estatal de Meteorología, Protección Civil y el Instituto de Mayores y Servicios Sociales, entre otros, estableciendo medidas y protocolos conjuntos en los distintos niveles territoriales.

Inicialmente se definieron temperaturas umbral y un algoritmo que determinaba niveles de aviso (verde, amarillo, naranja y rojo) y las acciones correspondientes. La experiencia acumulada permitió mejorar el Plan: en 2015 se actualizaron los umbrales en función del impacto en la mortalidad; en 2018 se probó una desagregación subprovincial; en 2023 se revisó el algoritmo de alerta y en 2024 se implantaron definitivamente las zonas Meteosalud en todo el país.

Desde 2005 se han realizado diversas campañas informativas, como “Actúa contra el calor”, “Combatir el calor está en tus manos” (2008) y “Un verano de cuidado” (2024), difundidas también en redes sociales y mediante un servicio de suscripción diaria sobre temperaturas y niveles de riesgo. Además, dado que los extremos térmicos también afectan a la salud, en 2022 se creó el Plan Nacional de actuaciones preventivas por bajas temperaturas.



2005 Strategias Creativas *



2008 Global Healthcare

El aumento de las temperaturas puede afectar a la salud de la población, produciendo efectos no deseables: **deshidratación, calambres, agotamiento y golpes de calor** que pueden causar incluso la muerte. No obstante **se puede prevenir** la aparición de estos problemas, siguiendo unas sencillas recomendaciones.

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LOS EFECTOS DE LAS ALTAS TEMPERATURAS

Para más información
900 22 22 99
Centro de Atención de la Cruz Roja Española


www.msc.es

**Combatir el calor
está en tus manos**

Ponte manos a la obra contra el calor

- Bebe **frecuentemente agua o líquidos** sin esperar a tener sed, salvo si hay contraindicación médica. Evita las bebidas alcohólicas, las muy azucaradas, el café y el té.
- Refréscate** con una ducha o, simplemente, mójate.
- Haz comidas ligeras** que te ayuden a reponer las sales perdidas por el sudor (ensaladas, frutas, verduras, zumos...).
- En el exterior protégete del sol:** Busca la sombra, cúbete la cabeza, usa ropa ligera de color claro y un calzado fresco, cómodo y que transpire. Cuida tu piel con protectores solares adecuados y utiliza gafas con filtros ultravioleta.
- Reduce las actividades físicas intensas** al aire libre durante las horas más calurosas y en su caso extrema las precauciones.
- En casa, baja las persianas** cuando el sol incide directamente sobre las ventanas y no las abras cuando la temperatura exterior sea alta. Refresca el ambiente con ventiladores y sistemas de refrigeración, siempre con un uso racional de los mismos.

¿Quiénes requieren una especial atención?

Algunos grupos de población son más sensibles a las altas temperaturas y requieren un mayor seguimiento de las medidas de protección:

Niños menores de 4 años: Cuida que beban mucho líquido, refrescates con frecuencia y vísítale con ropa clara y ligera. No los dejes nunca solos en vehículos al sol.

Ancianos, sobre todo los que viven solos o son dependientes: Pueden tener dificultades en adoptar medidas protectoras, por lo que deberían ser visitados, al menos, una vez al día por un miembro de la familia, amigo, vecino y, en su caso solicitar la colaboración de los servicios sociales.

Personas con enfermedades crónicas o que toman medicación: Es importante que sigan con su medicación habitual, no se automediquen y que consulten a su médico sobre las medidas complementarias a adoptar en su caso.

Personas que realizan esfuerzos físicos en el exterior (tanto trabajo como deporte): Deberían reducir la intensidad de su actividad en las horas más calurosas, beber frecuentemente (agua, zumos...) y protegerse del sol.

calambres
Los calambres musculares (en piernas, abdomen o brazos), pueden producirse, sobre todo, si se sudá mucho durante una actividad física intensa.

Qué se debe hacer?

- Parar toda la actividad y descansar en un sitio fresco.
- Beber zumos ligeros y bebidas deportivas diluidas en agua.
- Consultar a su médico si los calambres duran más de una hora.

Agotamiento por calor
Puede aparecer después de varios días de calor. La sudoración excesiva reduce los fluidos corporales y la restauración de sales. Principales síntomas: debilidad, fatiga, mareos, náuseas, desmayo...

Qué se debe hacer?

- Descansar en un lugar fresco.
- Beber zumos o bebidas deportivas diluidas en agua.
- Consultar a su médico si los síntomas empeoran o duran más de una hora.

golpe de calor
Es un problema grave: el cuerpo es incapaz de controlar la temperatura, que se va incrementando rápidamente. Los síntomas principales son: piel encogida, caliente y seca, pulso rápido, dolor intenso de cabeza, confusión y pérdida de conocimiento.

Qué se debe hacer?

- Llamar a urgencias.
- Mientras se espera, enfriar el cuerpo, permanecer en una habitación oscura, poner paños de agua fría sobre el cuerpo o darse un baño o ducha fría. Sin ayuda médica urgente, un golpe de calor puede ser fatal.

"Toma medidas contra el calor"

2008 Global Healthcare



2024 Tropical



2025 Tropical

ESTILOS DE VIDA Y ENTORNOS SALUDABLES

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE ESTILOS DE VIDA Y ENTORNOS SALUDABLES

La promoción de estilos de vida y entornos saludables es uno de los ejes esenciales de la salud pública. Las condiciones en las que las personas viven, aprenden y se relacionan influyen de manera determinante en su bienestar y en la aparición de enfermedades, especialmente en un contexto en el que las enfermedades no transmisibles continúan siendo la principal causa de mortalidad y morbilidad prevenibles. Estos factores, junto con los hábitos individuales, varían según la edad, el territorio y la situación socioeconómica, lo que exige intervenciones equitativas, adaptadas a las necesidades de cada población.

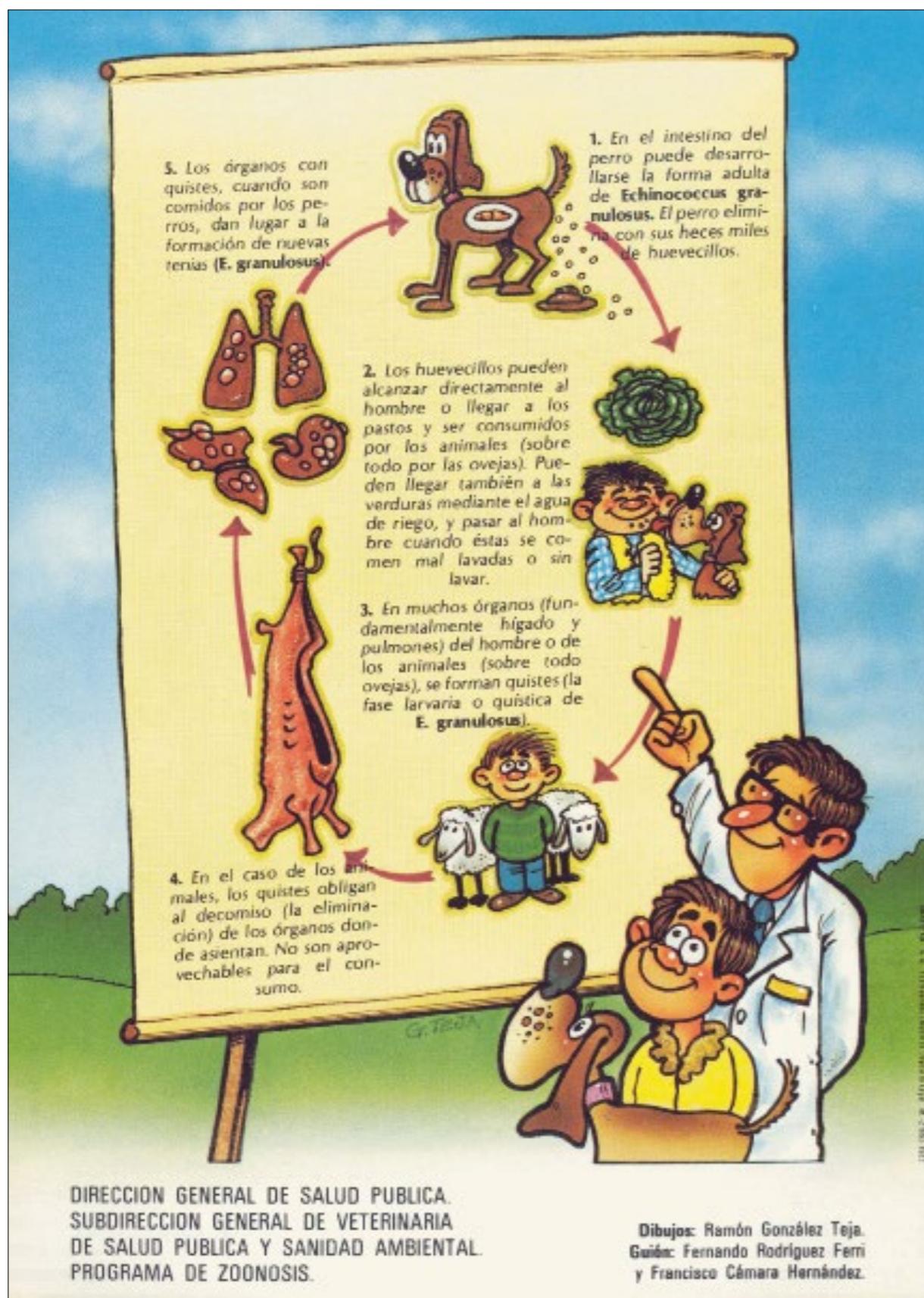
En este marco, el Ministerio de Sanidad impulsa, a través de la Estrategia de Promoción de la Salud y Prevención en el Sistema Nacional de Salud, acciones integradas que abordan la actividad física, la alimentación saludable, la prevención del consumo de alcohol y tabaco, la reducción de lesiones no intencionales y el bienestar emocional. La evidencia muestra que incrementar la actividad física, reducir el sedentarismo y adoptar patrones alimentarios equilibrados tiene un impacto directo en la mejora de la salud y en la calidad de vida.

Los estilos de vida, sin embargo, no dependen únicamente de decisiones individuales. Están profundamente condicionados por los entornos cotidianos y por la influencia de múltiples actores: las familias, los centros educativos, la industria alimentaria, la publicidad, las redes sociales, los comercios o los propios entornos urbanos. Este entramado conforma contextos que pueden facilitar o dificultar las elecciones saludables y da lugar a dinámicas complejas que requieren intervenciones estructurales, accesibles y sostenidas en el tiempo. Factores como la disponibilidad de tiempo y recursos en los hogares, la calidad de la oferta alimentaria y el espacio para el movimiento en las escuelas, la accesibilidad a actividades de ocio saludable o la presencia de opciones no saludables en el entorno inmediato influyen directamente en la adopción de hábitos saludables.

Desde esta perspectiva, promover estilos de vida saludables implica avanzar hacia una visión comunitaria que facilite la mejora de rutinas cotidianas de manera progresiva y no estigmatizante. Este enfoque apuesta por reforzar la información clara y fiable, acompañar a las familias y a los entornos educativos, favorecer la actividad física equitativa y accesible, y mejorar los espacios de convivencia y ocio activo, de modo que las decisiones saludables sean también las opciones más fáciles y atractivas.

A lo largo de las últimas décadas, el Ministerio de Sanidad ha desarrollado campañas que reflejan esta evolución en la comprensión y el abordaje de los estilos de vida, y que forman parte de este catálogo: desde las primeras acciones sobre prevención de riesgos específicos como la hidatidosis (1983) o los efectos del ruido (1984) hasta campañas centradas en la adopción de hábitos saludables como Alimenta tus buenos hábitos (2007), Promoción de estilos de vida saludables (2017 y 2022) o la promoción de hábitos saludables en la infancia (2025), pasando por iniciativas dirigidas a la prevención de embarazos no deseados, la prevención del consumo de alcohol durante el embarazo, o la higiene de manos.

Este recorrido refleja cómo la comunicación institucional contribuye a crear entornos más saludables y a impulsar cambios que protegen y mejoran la salud de la población a lo largo de toda la vida, desde la infancia hasta la edad adulta, consolidando un enfoque más positivo, equitativo y sostenible del bienestar poblacional.



DIRECCION GENERAL DE SALUD PUBLICA.
SUBDIRECCION GENERAL DE VETERINARIA
DE SALUD PUBLICA Y SANIDAD AMBIENTAL
PROGRAMA DE ZOONOSIS.

Dibujos: Ramón González Teja.
Guion: Fernando Rodríguez Fernández y Francisco Cámpara Hernández.

1983 Ramón Teja



DIRECCION GENERAL DE SALUD PUBLICA

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

1984 Huérfana*

POR LA MAÑANA, ¡UN BUEN DESAYUNO!
Procura desayunar todas las mañanas con tus hijos. Rendirán mejor durante el día y les ayudarás a prevenir la obesidad. Un buen desayuno debe incluir un lácteo (leche, yogur, queso), un cereal (pan, galletas...), un poco de aceite, mermelada o miel, frutas o zumo y, en ocasiones, jamón o fiambre.

¡HAZ QUE SE MUEVAN!
Fomenta en ellos la actividad física dentro de sus hábitos como un juego más y participa con ellos en actividades al aire libre.

CON UN BUEN DESAYUNO ¡DA EL PRIMER PASO PARA LA ALIMENTACIÓN SALUDABLE DE TUS HIJOS!

Prevención de la obesidad infantil

estrategia naus
iCome sano y muévete!

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

agencia española de seguridad alimentaria

www.msc.es

2006 Strategies Creativas

alimenta tus buenos hábitos

Comida sana

No pasarse con las grasas ni la sal

Algo de ejercicio diario

No fumar

Controlar la tensión arterial
y los niveles de colesterol y glucosa

Evitar el sobrepeso



Cuidarte es el hábito más saludable.

Estrategias en salud.



www.msc.es

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES CARDIO Y CEREBROVASCULARES

2007 Extinguida

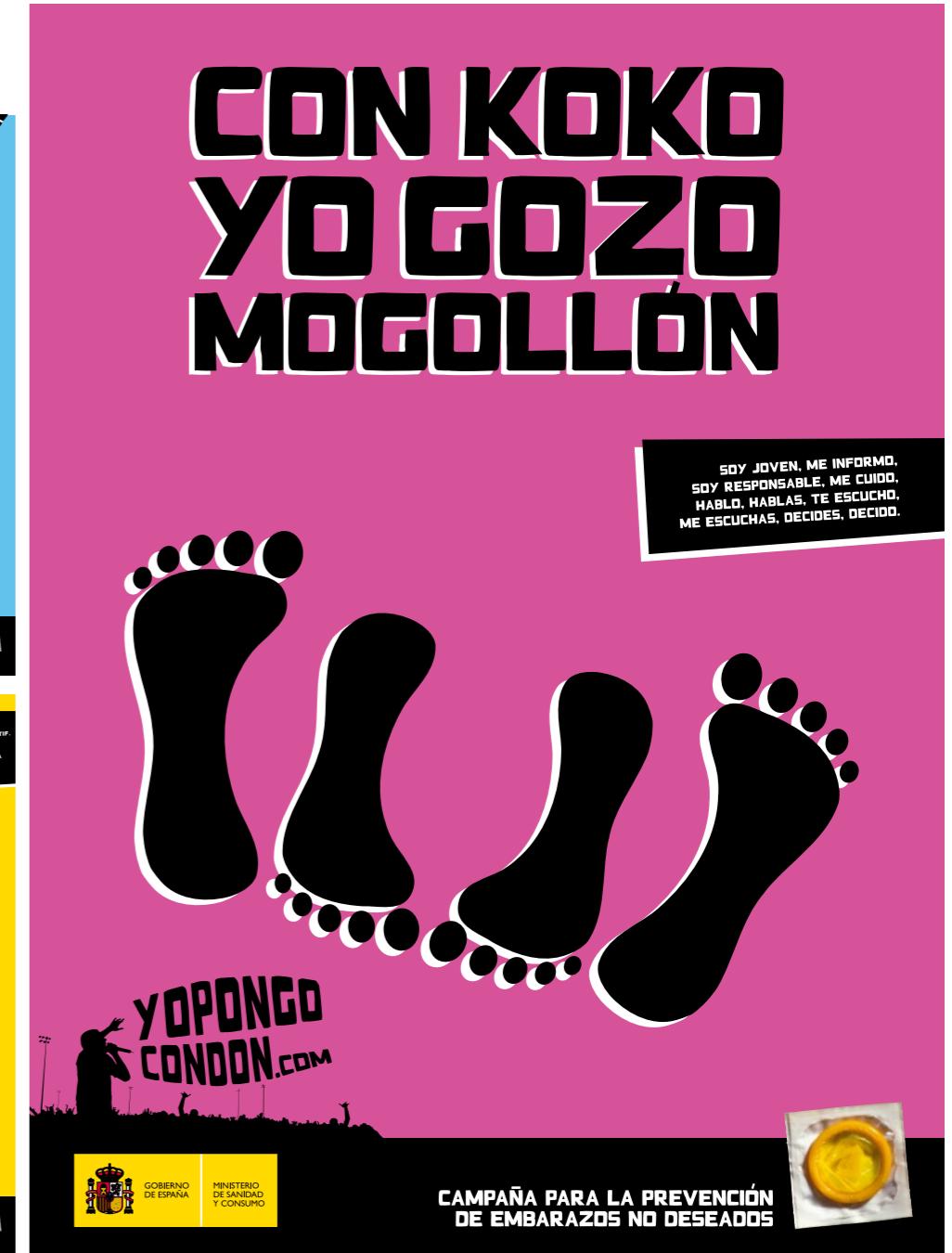


HABLAR
es otra forma de prevenir
EMBARAZOS NO DESEADOS

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN
DE EMBARAZOS NO DESEADOS



2003 Ruiz Nicoli



2008 Grupo Bap & Conde

ESTILOS DE VIDA



Por tu cumple.
Porque un día es un día.
Por vuestro aniversario.
Porque es la costumbre.
Por la despedida de tu amiga.
Por ese ascenso en el trabajo.
Por no quedar mal.
Por la familia.

**SI ESTÁS
EMBARAZADA,
CON EL ALCOHOL
NO HAY EXCUSA
QUE VALGA**

infórmate en:
www.embarazadasceroalcohol.es

Si estás embarazada, piensas estarlo pronto o te encuentras en periodo de lactancia, la más pequeña cantidad de alcohol es demasiado para él.

**EL ÚNICO CONSUMO SEGURO DE ALCOHOL
ES EL CONSUMO CERO**

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD
www.mspsi.es

2010 Monday

CAMPAÑA PARA LA PREVENCIÓN
DE EMBARAZOS NO DESEADOS

EVA HUGO

Si quieres, puedes.
 Evitar embarazos
 no deseados es
 cosa de dos.
 Usa preservativo.

www.embarazoescosade2.es

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD, POLÍTICA SOCIAL E IGUALDAD

2010 EURO RSCG WORLDWIDE*

ESTILOS DE VIDA

5
de
Mayo

Jornada mundial de higiene de las manos en los centros sanitarios



**SALVAR VIDAS
ESTÁ EN TUS MANOS**

PROGRAMA DE HIGIENE DE MANOS PARA PREVENIR LAS
INFECCIONES RELACIONADAS CON LA ATENCIÓN SANITARIA



Más información: www.mspsi.es // www.seguridaddelpaciente.es

2011 Jiménez Godoy

Gobierno de España Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social

SALUD PARA TODOS

**ATENCIÓN LIMPIA
PARA TODOS
ESTÁ EN TUS
MANOS**

SALVA VIDAS
LÍMPIATE LAS MANOS

www.seguridaddelpaciente.es

#HandHygiene #InfectionPrevention #HealthForAll

2022 Huértna

Gobierno de España Ministerio de Sanidad

ÚNETE
A LA SEGURIDAD DE LA ATENCIÓN SANITARIA

**LÍMPIATE — LAS —
MANOS**

**SALVA VIDAS,
LÍMPIATE LAS MANOS
#HandHygiene**

2022 Báltico Comunicación



2017 Alcandora Publicidad

**Estilos de vida
saludable**

Lo agradece tu cuerpo,

lo agradece tu mente.

Llevar un estilo de vida saludable te ayudará a sentirte mejor.
Come sano y variado.
Muévete todo lo que puedas. Camina, sube escaleras, ve en bici...
Busca entornos saludables como parques, vías verdes, lugares de encuentro o la playa.
Tu estilo de vida puede inspirar a las personas de tu entorno.

estilosdevidasaludable.sanidad.gob.es

Financiado por la Unión Europea NextGenerationEU

GOBIERNO DE ESPAÑA MINISTERIO DE SANIDAD Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

2022 Grupo Tafalla



maneras de prevenir el cáncer

#CaptaElMensaje ✎

CÓDIGO EUROPEO CONTRA EL CÁNCER



Financiado por la Unión Europea
NextGenerationEU

Mantén un estilo de vida saludable

#CaptaElMensaje



CÓDIGO EUROPEO CONTRA EL CÁNCER

Participa en los programas preventivos

#CaptaElMensaje



CÓDIGO EUROPEO CONTRA EL CÁNCER

Protégete de los riesgos ambientales

#CaptaElMensaje



CÓDIGO EUROPEO CONTRA EL CÁNCER

2021 Prodigioso Volcán



2025 Siberia



SALUD y MUJER

CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN SOBRE LA SALUD DE LA MUJER

La relación entre salud y género ha sido históricamente compleja y, en muchos casos, marcada por desigualdades que han condicionado tanto la investigación científica como la práctica clínica y el acceso al sistema sanitario. La evidencia demuestra que el género interviene de manera decisiva en múltiples fases de los procesos que configuran las políticas de salud pública y los tratamientos médicos, generando brechas que afectan directamente al bienestar de las mujeres.

En investigación, durante décadas, se ha producido una clara subrepresentación de mujeres en los ensayos clínicos. Muchas investigaciones médicas se desarrollaron fundamentalmente con población masculina, lo que ha limitado la comprensión de cómo determinadas enfermedades, síntomas o tratamientos actúan en el cuerpo de las mujeres. Esta situación ha contribuido también a la falta de estudio de procesos biológicos propios, como la menopausia, o de patologías que las afectan de manera específica, como la endometriosis.

Estas desigualdades también se reflejan en el diagnóstico. Las mujeres suelen ser infradiagnosticadas en enfermedades cardiovasculares, ya que los síntomas pueden manifestarse de forma distinta a los de los hombres y no siempre son reconocidos o interpretados correctamente. En otros casos sucede lo contrario: ciertos trastornos psicológicos o condiciones han sido sobrediagnosticados en mujeres, generando procesos de medicalización excesivos.

El acceso y la atención sanitaria tampoco están libres de sesgos. Los prejuicios de género pueden condicionar la percepción y el trato de las pacientes, influyendo en la calidad de la atención recibida y reforzando desigualdades ya existentes.

A lo largo de los últimos 50 años, las campañas realizadas desde este ministerio han abordado diferentes dimensiones de la salud de las mujeres: desde el cuidado en el embarazo, la promoción de la lactancia materna o la prevención de embarazos no deseados, hasta iniciativas centradas en riesgos específicos como el consumo de alcohol durante la gestación o procesos vitales tradicionalmente invisibilizados como la menopausia. Estas campañas reflejan la evolución social, sanitaria y comunicativa en torno a la salud de las mujeres y la progresiva toma de conciencia sobre la importancia de incorporar la perspectiva de género en la salud pública.

No esperes nueve meses para empezar a cuidarlo.



*Estás llena de vida.
Cuidate*



MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

MAPO 501-BB-015. Duplicado legal 14-11-2000. Imprenta, S.L. Santiago Estiu, S.A. 2000 Madrid

1987 Huerfana*

LA IMPORTANCIA DE LA LACTANCIA



El mejor recibimiento:
la teta es un buen comienzo.



Hay que aceptar este hecho,
la mejor leche está en el pecho.



En el momento de dar de mamar,
busca paz en cualquier lugar.



Dale el pecho según su elección.
Sin duda es justa su petición.



En contadas ocasiones,
chupetes y biberones.



Colócate bien en toda ocasión,
la espalda merece prevención.



Si te alimentas normalmente,
tendrás leche buena y suficiente.



Para asegurarle la salud y el crecimiento,
te ayudarán personas de conocimiento.



El padre es el mejor ayudante
para que todo siga adelante.



Los avances de la ciencia
han facilitado tu independencia.



La cuchara es una ayuda
para quien a la madre sustituya.



Si el bebé gana peso adecuadamente,
hasta los 6 meses puede tomar el pecho solamente.



Si tienes que dar de mamar,
de la gente que mira debes pasar.



Cuando vuelvas a trabajar,
la lactancia puedes continuar.



Mira en la naturaleza
un ejemplo que no cesa.

Autores: Idea y texto: Palmira Rius (enfermera, profesora de enfermería comunitaria), Ilustraciones: Ermengol, Color: E. Molinas.



Universitat de Lleida



UNICEF



2001 Ermengol

**ESTAMOS EN ESA
EDAD EN LA QUE NOS
VOLVEMOS INVISIBLES,**
pero nos van a escuchar.

Estamos en esa edad de notar cambios
y de cambiar las cosas.

Hablemos de la [menopausia](#).



**ESTAMOS EN ESA
EDAD EN QUE LOS
SOFOCOS NO PARAN**
y nosotras tampoco.

Estamos en esa edad de notar cambios
y de cambiar las cosas.

Hablemos de la [menopausia](#).



**ESTAMOS EN ESA
EDAD DE QUEDARNOS
TAN ANCHAS**
y ponernos lo que nos apetezca.

Estamos en esa edad de notar cambios
y de cambiar las cosas.

Hablemos de la [menopausia](#).



**ESTAMOS EN ESA
EDAD DE TENER
MÁS DESVELOS,**
pero cumplir más sueños.

Estamos en esa edad de notar cambios
y de cambiar las cosas.

Hablemos de la [menopausia](#).



**ESTAMOS EN ESA
EDAD DE NO TENER
REGLAS**
para sentirnos más libres que nunca.

Estamos en esa edad de notar cambios
y de cambiar las cosas.

Hablemos de la [menopausia](#).



2025 Sapristi

NUESTROS PREMIOS

