

# Una contra-epidemia de comportamientos para luchar contra la pandemia de Covid-19

## **El Doctor Leandro Herrero adapta su metodología de gestión del cambio comportamental a gran escala para luchar contra la COVID-19**

El prestigioso experto mundial en cambio cultural y CEO de The Chalfont Project, afincado en Londres, Leandro Herrero, ha publicado recientemente "LAS 12 REGLAS PARA UNA CONTRA-EPIDEMIA DE COMPORTAMIENTO PARA TRATAR LA COVID-19" (12 RULES FOR A BEHAVIOURAL COUNTER-EPIDEMIC TO DEAL WITH COVID-19). Este manifiesto explica cómo se puede aplicar ciertas reglas de cambio cultural a la batalla no medica contra el COVID-19.

El Dr Herrero publicó en 2006 el libro *Viral Change™* (Cambio viral: la alternativa a la gestión lenta, dolorosa y sin éxito del cambio en las organizaciones). Desde entonces, esta metodología, que combina un sistema de comunicación 'de arriba para abajo' muy segmentado, con un movimiento de base 'de abajo para arriba' que amplifica los comportamientos, se ha utilizado en programas de cambio comportamental y cultural a gran escala en organizaciones en todo el mundo, incluido el sistema de salud en Irlanda. El manifiesto es una aplicación de esta metodología al problema urgente de los cambios de comportamiento en la población que son necesarios para ganar la batalla contra Covid-19

Entre otras cosas, el manifiesto señala los posible fallos de comunicación que se están produciendo desde las autoridades de Salud, la necesidad de orquestar un cambio de comportamiento a nivel social 'de abajo para arriba', y la necesidad de abordar esos cambios desde el punto de vista del grupo y no el individuo.

"Las personas respondemos extraordinariamente a lo que vemos y oímos alrededor nuestro, particularmente si viene de personas en las que confiamos por ser iguales a nosotros ('uno de nosotros'). Respondemos más a ese mecanismo que a las llamadas de la autoridad, sea política, religiosa o de Salud". Por ejemplo, los jóvenes se vacunaran más – dice Herrero - "si ven a otros jóvenes haciéndolo, no necesariamente si ven a los mayores, y de la misma forma las personas mayores harán lo mismo, se preguntaran, cuanta gente de nuestra edad está de acuerdo en vacunarse?". Del mismo modo profesores sobre profesores o miembros de un gimnasio, por dar algunos ejemplos concretos.

La comunicación 'de mensaje único', para todo el mundo, no funciona. Sin embargo, es la más frecuente. Tampoco es efectivo el uso indiscriminado de datos estadísticas sin tener en cuenta el impacto que se pretende producir. Por ejemplo, que "el 20% de la población es escéptico sobre las vacunas" puede ser cierto, un dato, pero no hace sino reforzar la idea de escepticismo. Sin embargo, "hasta un increíble 80% de la población tiene una visión muy positiva de las vacunas", invita a comportamientos totalmente diferentes. Los datos son los mismos.

Las 12 reglas del Manifiesto pueden leerse en: <https://thechalfontproject.com/12-rules-for-a-behavioural-counter-epidemic-to-deal-with-covid-19/>

**Datos de contacto:**

Marlene Smith  
+34620847312

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Medicina](#) [Educación](#) [Literatura](#) [Comunicación](#) [Sociedad](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>