

Resumen de conferencia del Profesor Carlos Oliveira Santos, Institute for Public and Social Policy (Lisbon University Institute), 09-03-2018

El tema de la conferencia, “Una política nacional de Marketing Social: El caso del Reino Unido”, hace referencia a la aplicación en el caso de dicho país de una herramienta tan poderosa como el Marketing Social, concretamente en el ámbito de la salud, y su evolución a lo largo del tiempo. De esta manera, se comienza introduciendo brevemente el Marketing Social, entre el amplio abanico de aproximaciones disponibles para promover un cambio de comportamientos a nivel social, así como un concepto de salud amplio más relacionado con la calidad de vida. En una segunda parte, se profundiza en una evolución cronológica del tratamiento de la cuestión en el Reino Unido por parte de las distintas administraciones políticas desde finales del siglo pasado, para centrarse en las actuaciones realizadas desde 2004 hasta la actualidad y el contexto en el que se desarrollaron, bajo el modelo de intervención política de Jobert y Muller (1987). Se finaliza con una serie de recomendaciones útiles para el desarrollo de una política nacional de Marketing Social, a la luz de lo expuesto en el caso de estudio.