

Guía para la Elaboración de la Estrategia de Comunicación de Riesgo

Lima, Perú 14 de abril 2011

Vilma Gutiérrez

Pocket width =
6 inches.

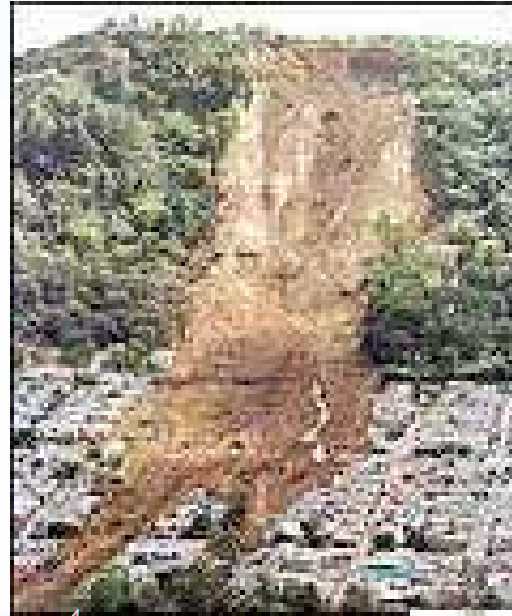


CD slit @ 2.625 inches
from bottom.



Foto: AFP





Preparación para los peores escenarios posibles





Discutamos

- Qué podemos prevenir?
- Podemos planificar la respuesta?.

Terremoto en Chile

- Economía entre las más sólidas del continente (FMI).
 - “Círculo de fuego”.
 - Sismos destructores magnitud 8 cada 10 años, diez pequeños temblores diarios, 3.500 movimientos sísmicos anuales.
 - Una de las regiones más sísmicas: se produce el 80% de los terremotos.
- Terremoto en Chile. Crónicas y Lecciones Aprendidas en el Sector Salud. OPS 2010 www.paho.org.chi

Terremoto en Chile

- Total de muertes por terremotos en Chile aprox. 50.000 en toda su historia.
- Heridos centuplican esta cifra,
- Años 1960, 1971 y 1985 daños por más de mil millones de dólares



La Tragedia

- 27 de febrero: 03:34 horas, terremoto magnitud 8,8 grados, aprox. tres minutos
- Segundo más fuerte de la historia de Chile, y uno de los cinco más potentes registrados en el mundo.

La Tragedia

- Alerta de tsunami en el Pacífico en 53 países
- Fuerte tsunami posterior al terremoto asoló la costa chilena
- Destruyó varios pueblos: El archipiélago Juan Fernández, a pesar de no haber sufrido el terremoto, fue impactado por los tsunamis que devastaron su única población, San Juan Bautista.

La Tragedia

- 512 muertos, la mayor cantidad debido al tsunami
- 800 mil personas damnificadas.
- Presidente Piñera: daño US\$ 30 mil millones, **18% del PIB.** (Discurso del Presidente de la República al Congreso, 21 de mayo 2010).

La Respuesta-Lecciones Aprendidas

- Principales factores críticos:
 - ausencia de comunicación e información afectó la respuesta. Red Inst. sin medios alternativos.
 - Limitada coordinación y de canales claros de recolección de datos
 - Primeras 24 a 48 horas, “fue tierra de nadie”
 - Falta de claridad sobre el lugar de reunión de los Comités Regionales Operativos de Emergencias;

La Respuesta-Lecciones Aprendidas

- Principales factores críticos:
 - desconocimiento de los planes de emergencia
 - de los roles y funciones a desempeñar,
 - Escenario de falta de comunicación con las autoridades centrales y dentro de la propia región.

La Respuesta-Lecciones Aprendidas

- Principales factores críticos
 - Medios de Comunicación: alarma injustificada, aumento de sensación de indefensión en la población.
 - Falta de orientación sobre el adecuado manejo de la información.
 - Falta de trabajo previo de creación de capacidades entre los y las comunicadores sociales sobre cómo comunicar en situaciones de catástrofe, en la perspectiva de mitigar los daños.



© 2014 ZIPAS



Estrategia de Comunicación

- Es planificación.
- Es pensar en lo que puede ocurrir.
- Se basa en escenarios probables.
- Depende de los riesgos de cada comunidad.

Se pregunta:

- ¿Quiénes pueden ser los afectados?
- ¿Quiénes deben actuar?
- ¿Qué se debe hacer?
- ¿Con quiénes coordinar?
- ¿Rol de la gente?
- ¿Rol de las autoridades?

RSI

- 2007: RSI (2012): minimizar las consecuencias económicas y sociales de riesgos potenciales para la salud pública.
- Fortalecer capacidades básicas para la elaboración de estrategias de comunicación de riesgo.
- Autoridades y poblaciones en riesgo tomen decisiones fundamentadas
- Fomentar comportamientos protectores.
- Complementar sistemas de vigilancia existentes.
- Coordinarse con socios y aliados.
- Reducir la perturbación social y económica.
- Confianza necesaria para la preparación ante amenazas a la salud pública.
- Responder con prontitud y transparencia.

¿Porqué preparar una estrategia de comunicación de riesgo?

- Informar no es comunicar
- Informar sobre el riesgo no es comunicación de riesgo.
- Evolución de la comunicación de riesgo:
- Antes: una sola dirección de la comunicación: “Decide-Announce-Defend”
- Ahora: comunicación efectiva resulta de una serie de acciones significativas, internas como externas.

Planificamos los Procesos!

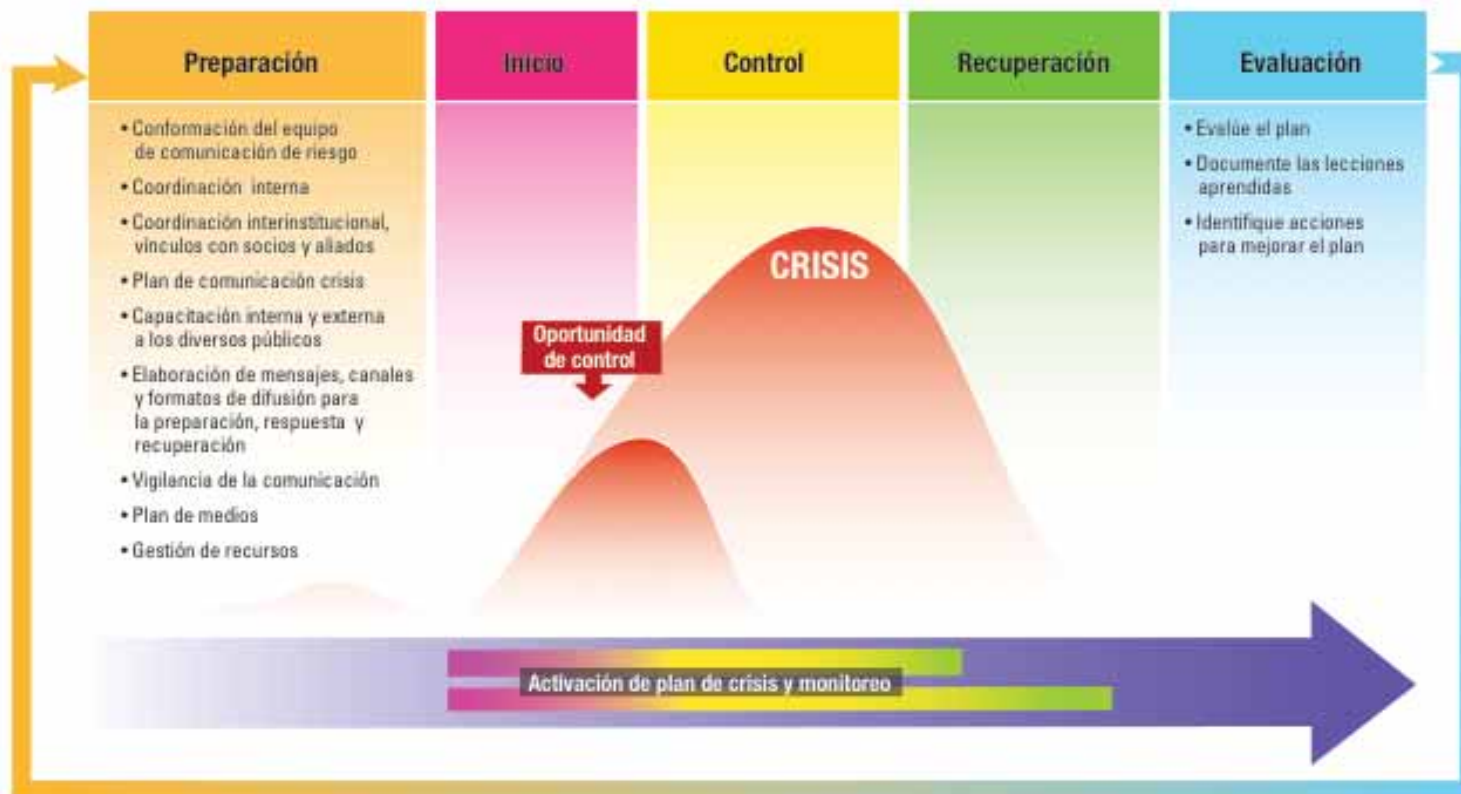
- Ir del punto A al punto B requiere de habilidades, tacto, recursos, planificación y asesoría técnica. Este es el objetivo de la Guía de elaboración de la estrategia de comunicación de riesgo de OPS.

Objetivo

- Ayudar a las instituciones del sector salud y otros aliados a elaborar y conducir una estrategia de comunicación de riesgo sistemática y efectiva para proveer información a socios y aliados, al público meta que les ayuden a tomar decisiones informadas relacionadas a su salud y bienestar, ante una emergencia sanitaria

Estructura de la Guía

- Capítulo 1: contenidos teóricos básicos
 - Definiciones, conceptos, prácticas óptimas OMS, comunicación eficaz con el público y los medios de comunicación
- Capítulo 2: Etapas a planificar
 - Preparación, inicio, control, recuperación, evaluación
- Anexos: Lista de verificación



Este cuadro grafica el proceso de vida de la estrategia de comunicación de riesgo que incluye: La Preparación, Prevención, Respuesta y Recuperación.

Podemos apreciar el momento de la aparición de un brote y el momento de oportunidad que disponemos para controlarlo al poner en acción los planes de comunicación de crisis.

El momento de la evaluación posterior a la crisis es una etapa vital en la planificación pues determina las debilidades del plan y documenta las lecciones aprendidas, con el objeto de hacer cambios en el plan de crisis para próximos eventos adversos.

Elaboración de la estrategia

- Proceso de arriba hacia abajo, pero también de abajo hacia arriba.
- En la medida que se recibe información del público, socios y aliados se tiene que estar preparados para manejarla efectivamente, y elaborar una comunicación coherente, creíble y competente para un público que busca un líder en su institución.

Elaboración de la estrategia

- Proceso apoyado por acciones planificadas .
- Se debe trabajar en equipo.
- Inicia desde identificación de vulnerabilidades, el desarrollo de capacidades básicas para el equipo, planes específicos de acuerdo a vulnerabilidades, monitoreo y evaluación de procesos y resultados.

Los interesados directos

- Son los que están, o piensan que están afectados por riesgos y por las decisiones que tomen otros.
- Son diferentes a la “audiencia”.
- Quieren participar, comentar, ...a veces tienen más información que los mismos técnicos (VIH).

Desafío de la Comunicación de Riesgo

- Que es lo mejor que debemos HACER y cómo hacerlo?
- ¿Qué es lo mejor que debemos DECIR y como decirlo?

Comunicación de
Riesgo

Comunicación de Riesgo

- Sinergia entre la ciencia, lo técnico, la gerencia y los profesionales de la comunicación
- Construir sobre conocimientos e información basados en evidencia sobre lo que piensan y sienten los grupos vulnerables
- Diseñar los mensajes que los voceros deben utilizar
- Garantizar un continuo aprendizaje para mejorar el proceso de la comunicación de riesgo y sus resultados.

Voluntad Política

Un equipo

Marco legal/
Jurídico

Mapa de Riesgos

Socios y Aliados

Poblaciones en
riesgos y sus
espacios de
comunicación

Organización de
la notificación de
la informacion

Vigilancia de la
Comunicación

Capacitación del
equipo

Relación con los
medios

Simulaciones

Canales de
comunicación

Formar un equipo

¿Porqué formar el equipo?

- Situaciones complejas que requieren de la experiencia de diferentes especialistas.
- Pensamiento colectivo y creativo: trabajo en equipo
- Involucra personas e instituciones que tienen que ver con los resultados
- Consenso de los lideres de diversas instituciones
- Trabajo más allá de los esfuerzos de una sola persona

Primeras tareas del equipo

- Definir vulnerabilidades, los peores escenarios
- Qué dicen los datos: qué sabemos y que no sabemos.
- Entender el riesgo desde la perspectiva científica y desde la percepción de la población
- Cuál es la situación, cómo podemos hacer para describirla como una oportunidad?
- Cuáles son las incertidumbres?
- Cuáles serían las decisiones críticas a tomar
- Quién está a cargo de estas decisiones?

- Cuál sería el impacto de las decisiones en: lo social, lo económico, lo político, el medioambiente, lo cultural etc.
- Quienes son los aliados internos, externos?
- El riesgo generaría controversia, discusión?
- Cómo se ha comportado los medios en relación a este riesgo?
- Cuánto tiempo tendríamos para reaccionar?
- Qué tanto están preparados los voceros?

11 Capacidades Básicas en Comunicación (RSI)

1. Identificar socios y aliados para apoyar y difundir mensajes.
2. Conformar un equipo responsable de la comunicación de riesgo con roles y funciones definidas claramente.
3. Cuontar con voceros oficiales identificados y entrenados.

Capacidades Básicas Requeridas por el RSI (cont.2)

4. Elaborar una estrategia de comunicación (que incluye planes de los medios de comunicación y de movilización social).
5. Implementar planes de comunicación de riesgo en eventos de salud pública.
6. Informar a la población y sus sobre riesgos reales o potenciales de eventos de salud pública, dentro de las primeras 24 horas después de su confirmación.

Capacidades Básicas Requeridas por el RSI (cont.3)

7. Elaborar y aprobar una política de apoyo a intervenciones de comunicación de riesgos, basadas en la comunidad, durante eventos de salud pública.
8. Elaborar y aprobar una política de autorización para la divulgación de información relacionada a eventos de salud pública.

Capacidades Básicas Requeridas por el RSI (cont.4)

9. Establecer mecanismos para actualizar regularmente las fuentes de información para los medios de comunicación y el público.
10. Contar con materiales accesibles y relevantes de IEC de acuerdo a las necesidades de la población.
11. Establecer mecanismos para compartir las lecciones aprendidas de comunicación de riesgo, durante eventos de salud pública, con la comunidad internacional.

Mensajes

Los Mensajes

- Mismo mensaje una sola voz
- Aumentan la probabilidad de ganar el apoyo en la implementación de medidas o recomendaciones
- Son inevitables

CONTENIDOS DE MENSAJES

- La información que la gente necesita saber de parte de las autoridades
- La información que los especialistas necesitan hacer saber a la gente

Mensajes

- Identificar públicos metas (internas y externas), definir lenguajes apropiados.
- Tomar en cuenta la percepción de los públicos metas
- Desarrollar mensajes claros, fáciles de entender.
- “Mensaje claves” con dos mensajes de apoyo.
- El mensaje debe sonar como dicho por gente real, como una conversación entre la gente

Estructura de un mensaje

- Tema
- Mensaje clave
- Evidencia 1
- Evidencia 2
- Desafíos/incertidumbres
- Recomendaciones a seguir

Desafío:

No contar con toda la información para construir mensajes útiles, exactos, completos por la falta de tiempo o la falta de acceso a los expertos en el tema

Capacitaciones

- Al equipo
- A los voceros
- A socios y aliados (incluye medios)
- Simulaciones, simulacros como parte de la capacitación!!

- **ETAPA DE PREPARACION**

- Plataforma de planificación y acción
- Garantía de éxito en rapidez, transparencia y control
- La etapa de preparación incluye la planificación para las etapas de **INICIO, CONTROL, RECUPERACION Y EVALUACION!**

Comunicación de Riesgo

Siete Reglas Cardinales

1. Aceptar e involucrar al público como aliado.
2. Escuchar las preocupaciones del público (vigilancia de la comunicación).
3. Sea honesto, franco y abierto.
4. Trabaje con otras fuentes confiables
5. Conozca y tome en cuenta las necesidades de los medios.
6. Hable claro y tenga compasión
7. Planificar con cuidado y evaluar los esfuerzos

(Covello and Allen '88)