



Introducción a la Comunicación de Riesgo

Taller y Reunión de Consulta a Especialistas para la elaboración de
la Estrategia de Comunicación de Riesgos

Bolivia: Santa Cruz y Cochabamba, 25 al 29 de Julio 2011

Lic. Vilma Gutiérrez - OPS



En los últimos cinco años hemos tenido grandes éxitos en el control de los brotes epidémicos, sin embargo, apenas recientemente hemos comprendido que la comunicación es un elemento tan necesario para el control de las epidemias como lo son los análisis de laboratorio o la epidemiología.

Dr. Jong-wook Lee, (qedp) Director General de la OMS, 21 septiembre 2004



Contenidos

- Contexto de las emergencias en salud pública.
- ¿Qué es la comunicación de riesgo?
- Propósito de la comunicación de riesgo.
- Percepción del riesgo y comunicación.-
Sandman: los 4 modelos relacionados con la percepción del riesgo.
- Normas de la OMS para Comunciación ante Brotes Epidémicos



Las emergencias de salud pública

Pueden crear: Incertidumbre, sensación de urgencia, alarma, confusión



Photo/Associated Press





Mezcla de mensajes= ALARMA

Nos vamos a morir?

Si hay gripe aviar
interviene el ejército

Nos evacuarán de
nuestro pueblo???

Hay que
usar mascarillas?
Cómo
las compro?



Van a cerrar la
escuela?

Y las vacunas???

Quién nos ayudará?
Qué hacemos?



En Síntesis

- Alto impacto social y económico.
- Alta alarma de la población = incertidumbre, tristeza, miedo, enojo y ansiedad en la población que demanda información oportuna, clara y útil.
- Percepciones diferentes entre las versiones oficiales y el temor del público





En Síntesis

- Creciente interés de los medios masivos de comunicación = sensacionalismo.
- Vacíos de información - fuentes no oficiales.
- Importante dimensión política





¿Qué necesita la población?

Información:

- ¿Qué sucedió y/o qué puede pasar?
- ¿Qué otros riesgos se pueden presentar?
- ¿Qué debo hacer para proteger mi salud y la de mi familia?





¿Qué necesita el Gobierno?

1. Tomar decisiones para dar una respuesta adecuada (con escasa información).
2. Coordinar con otras instituciones y sectores.
3. Comunicarse con la comunidad para:
 - Dar a conocer la situación y las principales acciones emprendidas.
 - Generar información sobre las principales medidas que debe emprender la población.
 - Involucrar a la población en la respuesta!!!!.

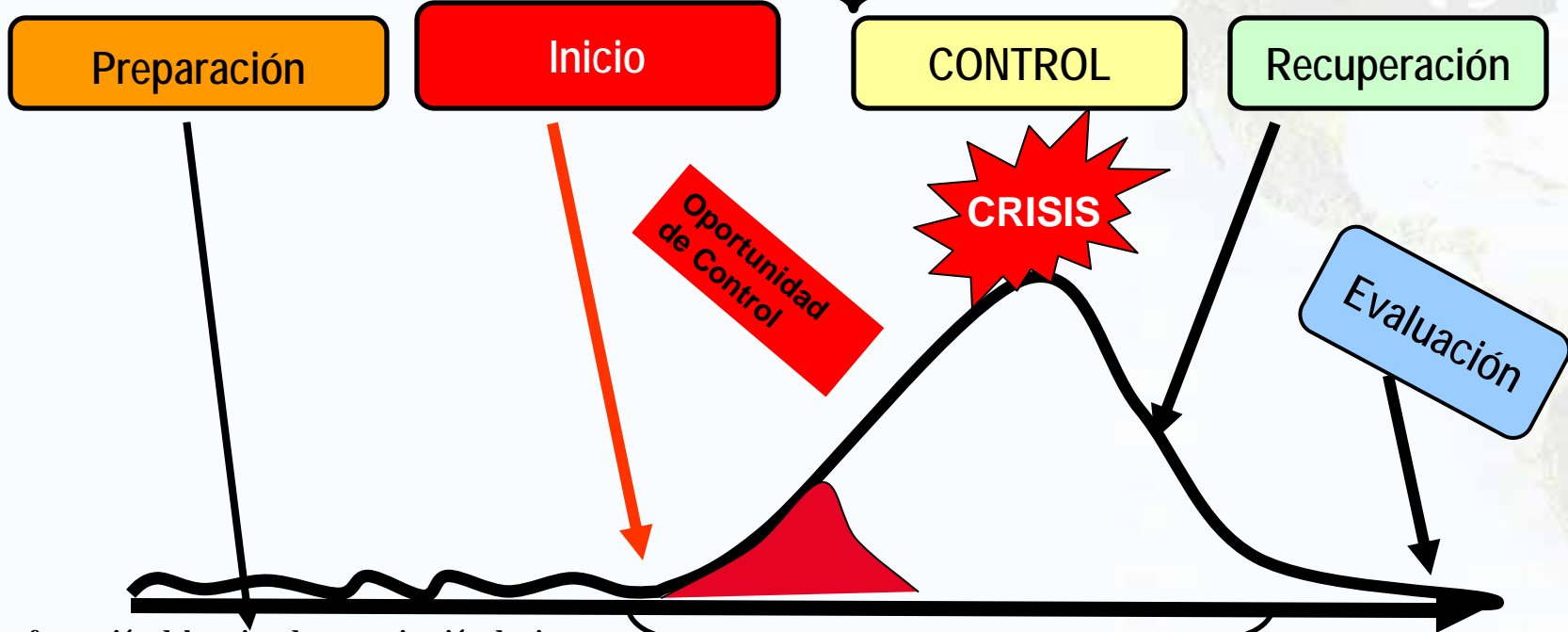


¿Qué es Comunicación de Riesgo?

- Componente integral de la gestión de riesgos.
- Diálogo con afectados e interesados.
- Bajo el RSI: incluye una variedad de capacidades requeridas para responder a las fases de PREPARACION, RESPUESTA Y RECUPERACION de un evento de salud y promover la toma de decisiones fundamentada, el cambio de comportamientos positivo y el mantenimiento de la confianza.



Estrategia de Comunicación de Riesgo



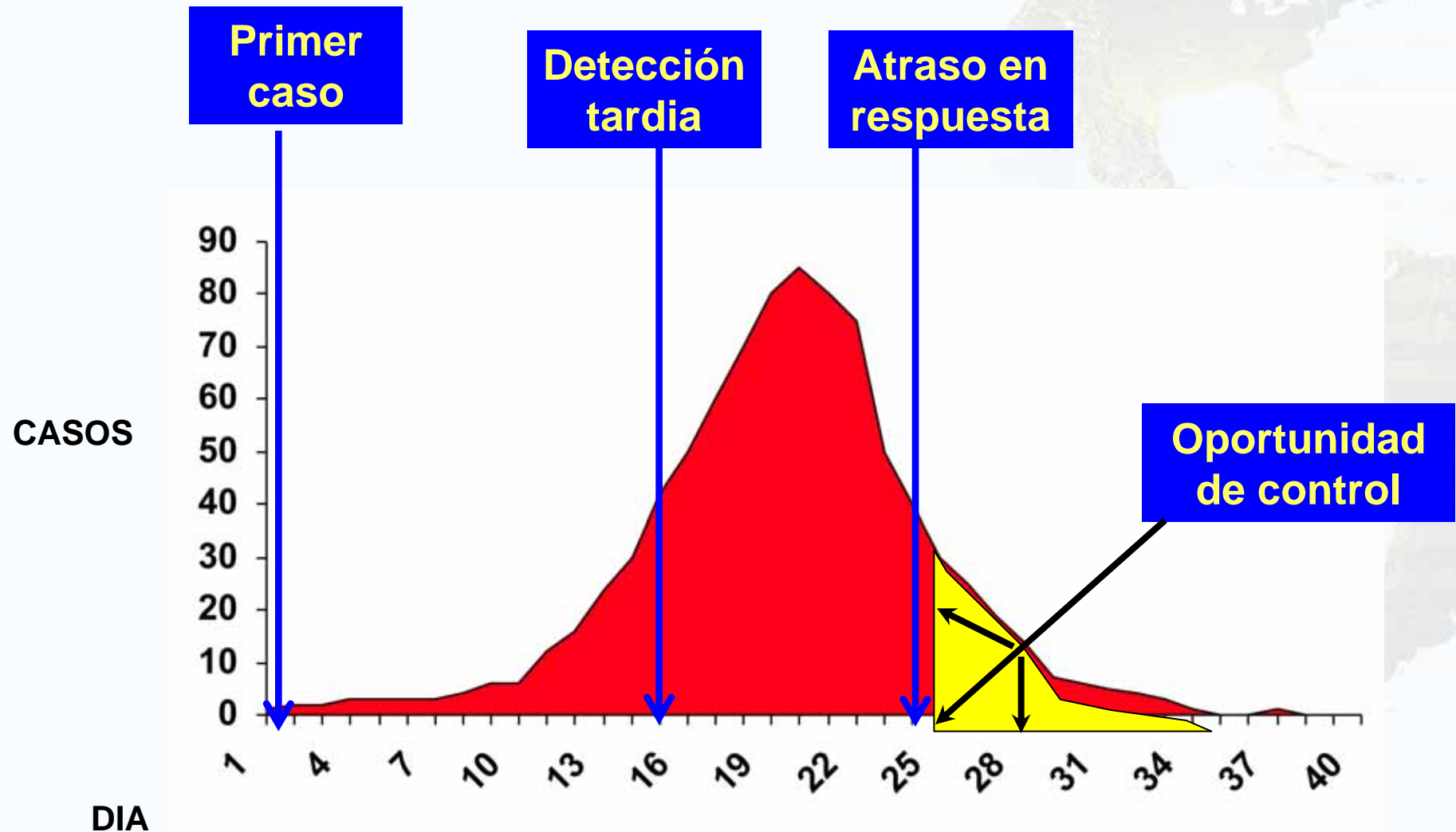
- Conformación del equipo de comunicación de riesgo
- Coordinación interna
- Coordinación interinstitucional, vínculos con socios y aliados
- Plan de comunicación crisis
- Capacitación interna y externa a los diversos públicos
- Elaboración de mensajes, canales y formatos de difusión para la preparación, respuesta y recuperación
- Vigilancia de la comunicación
- Plan de medios
- Gestión de recursos

Activación de plan de crisis y monitoreo

- Evalúe el plan
- Documente las lecciones aprendidas
- Identifique acciones para mejorar el plan



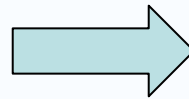
Papel de la Comunicación de Riesgo en un Brote de Enfermedad Infecciosa





Detección temprana

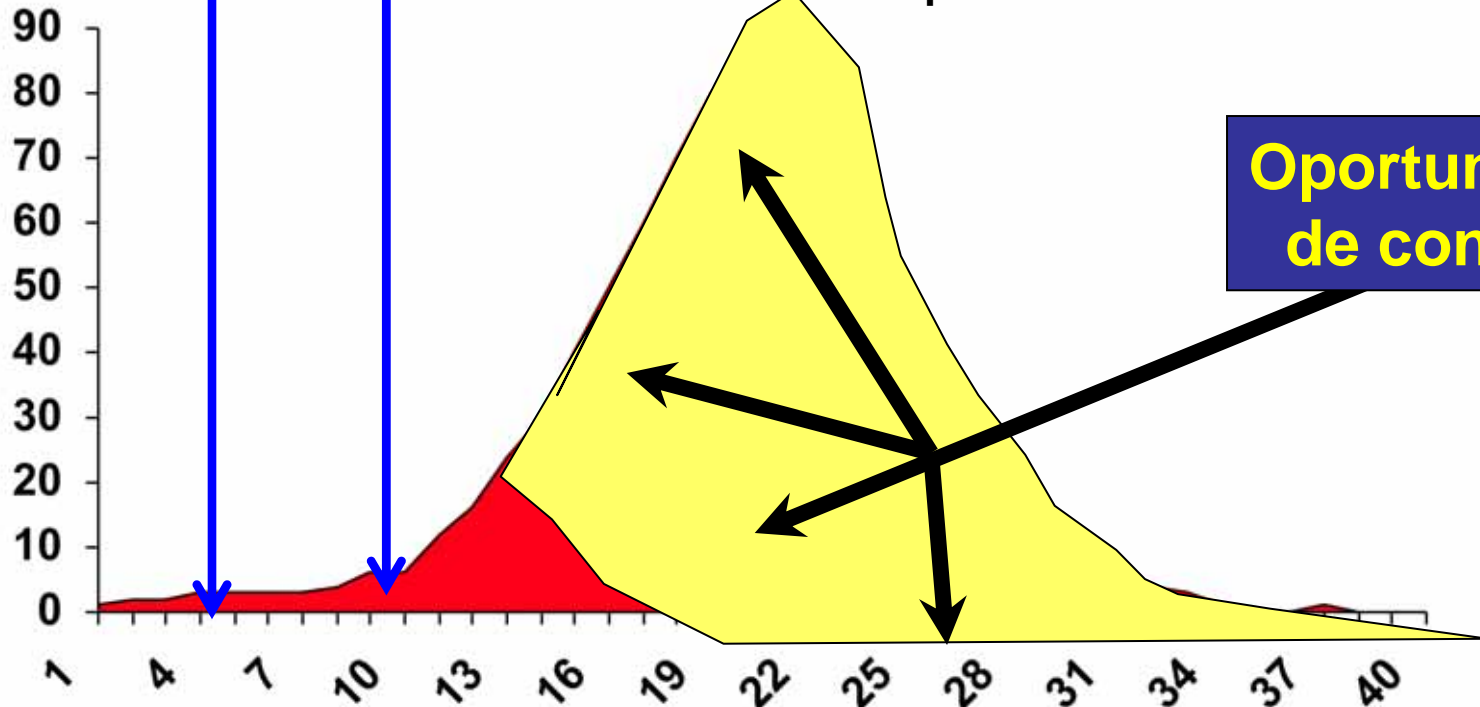
Respuesta rápida



Anuncio proactivo de riesgo real o potencial:

- Aumenta la vigilancia
- Favorece comportamientos protectores
- Reduce la confusión
- Aprovecha los recursos escasos

CASOS

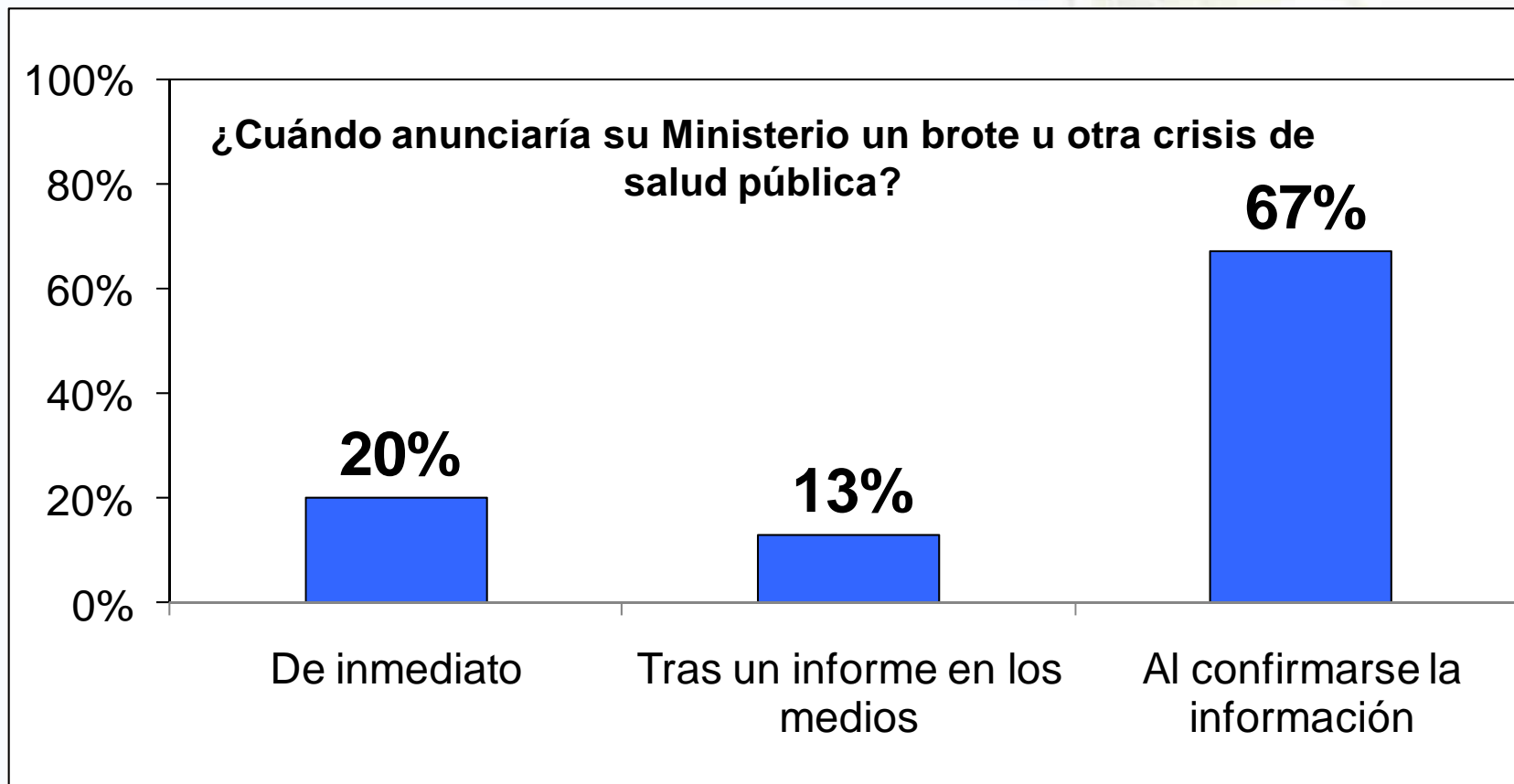


Oportunidad de control

DIA

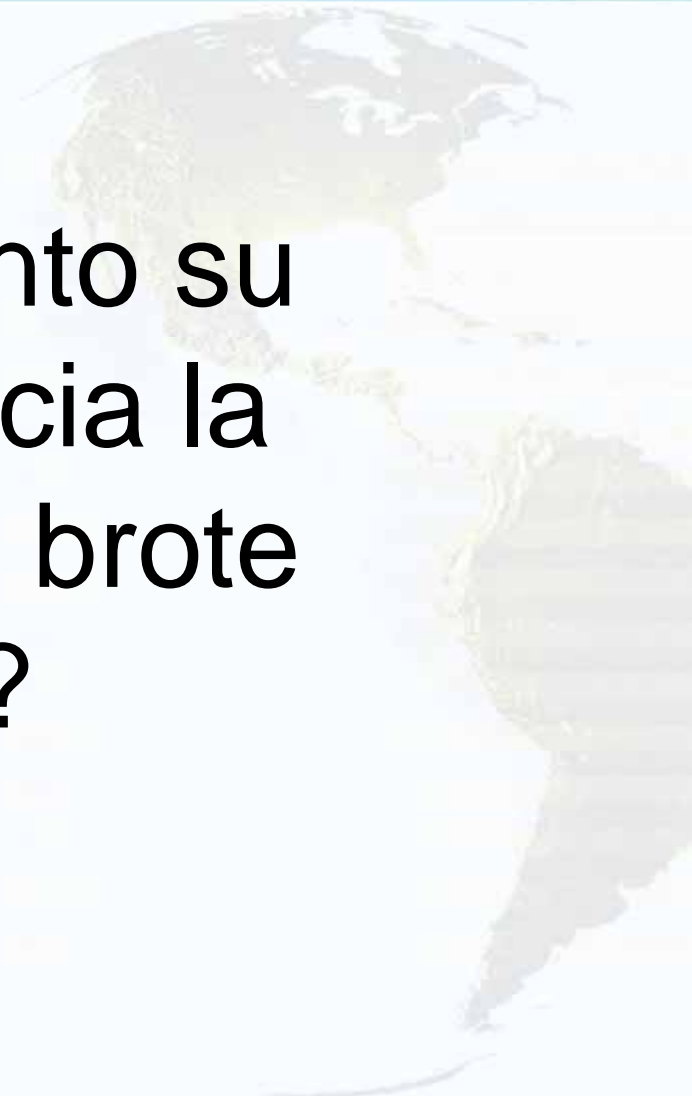


Primer anuncio la comunicación más importante





¿En que momento su
Ministerio anuncia la
sospecha de un brote
epidémico?



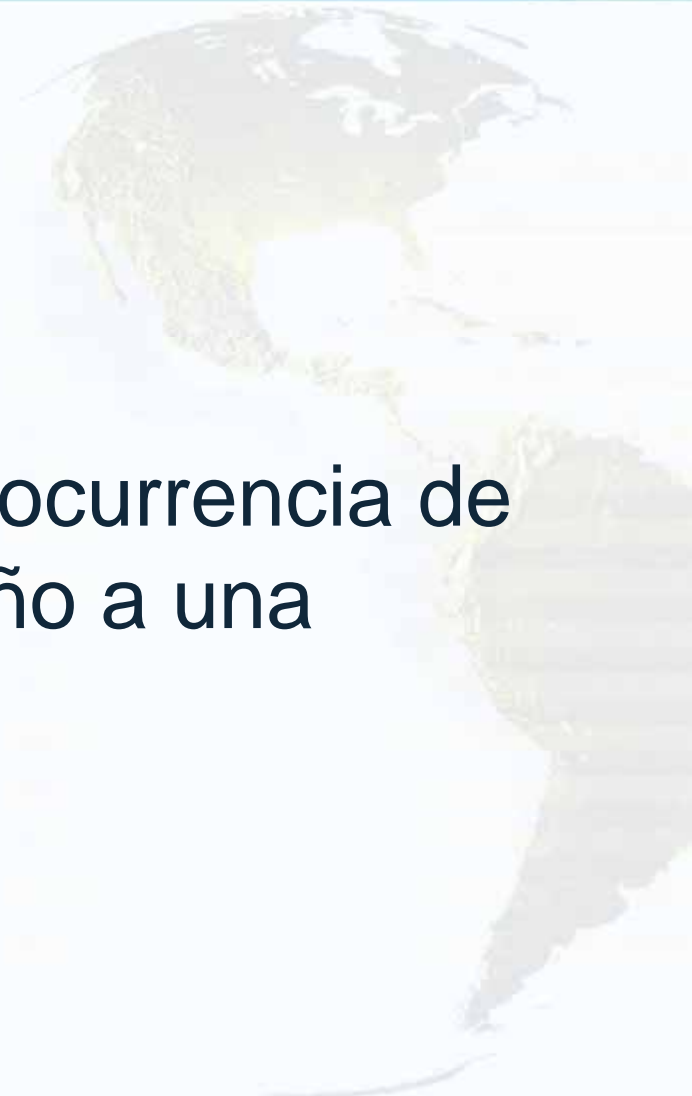


PERCEPCION DE RIESGO





- Riesgo es la posibilidad de ocurrencia de un evento que ocasione daño a una población vulnerable.





Modelo Peter Sandman

- Comunicación de riesgo
 - Depende de 2 cosas
 - **Hazard** (in) - hasard (fr) - azar (esp) - az-zahr (arb) - zãr (per) - zar (tur)
 - **Outrage** (in: out + rage) - outrage (fr) - ultraticum (lat)

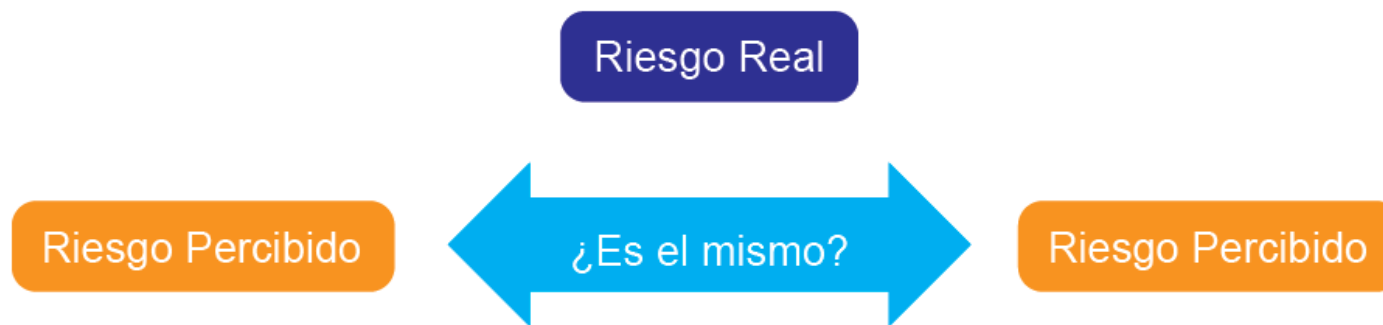


Comunicación de riesgo

- Depende de 2 cosas:
 - Peligro: Componente técnico del riesgo, producto de la probabilidad y la magnitud.
 - Ultraje: No técnico, voluntariedad, control, capacidad de respuesta, confianza, terror.



Riesgo real y riesgo percibido



Los riesgos que matan a las personas y los riesgos que las alarman son diferentes.

Sandman, 2001

*La gente responde **únicamente** ante los riesgos que percibe.*

Slovic P. Fischhoff B., Lichtenstein S.
Facts and Fears: Understanding Perceived Risk. 1980



Percepción del riesgo y comunicación

- Para diseñar estrategia de comunicación de riesgo es fundamental conocer cual es la percepción de riesgo:





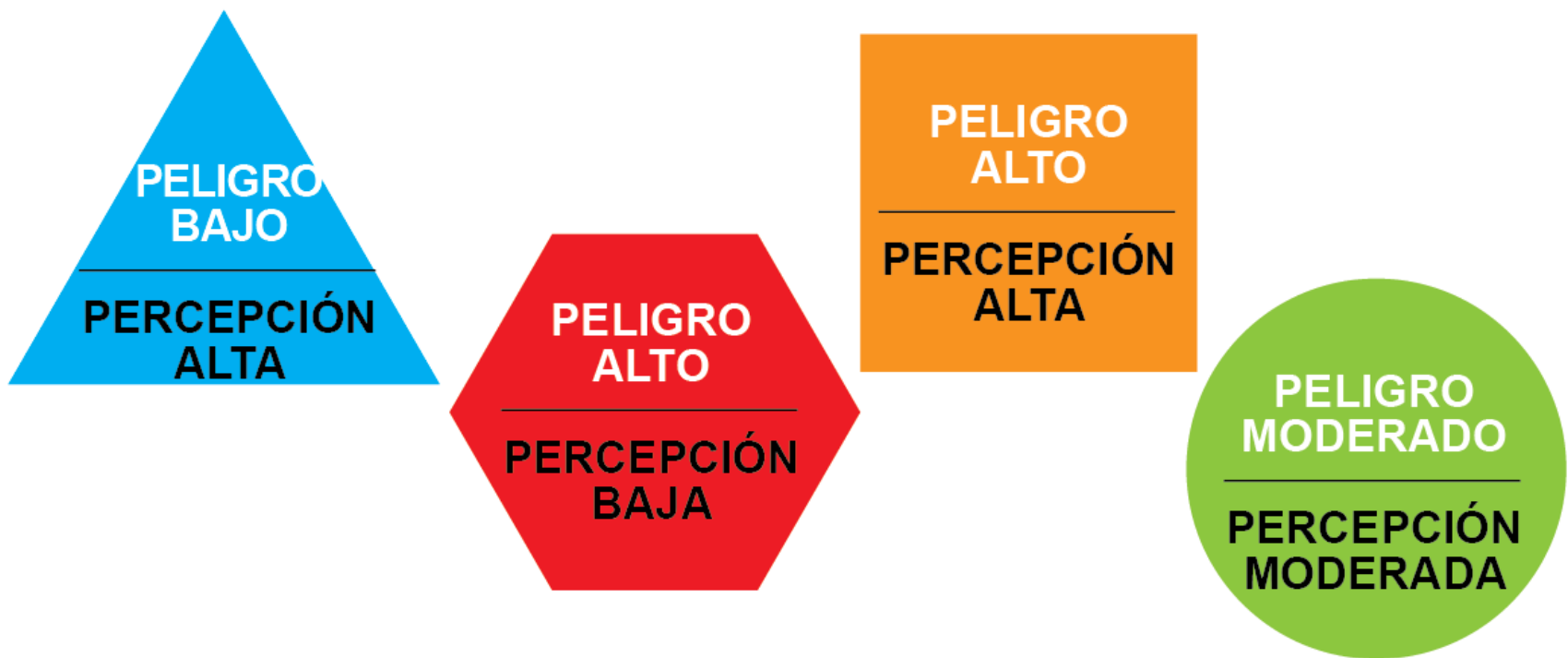






Modelos relacionados con la percepción de riesgo

Peter Sandman





Peligro alto / percepción de riesgo baja





¿Qué hacer?

- Aumentar la percepción del riesgo en la población, con mensajes claves:
 - **Medios de comunicación masivos**
 - Educación sanitaria
 - Web





Peligro bajo y percepción de riesgo alta





¿Qué hacer?

Reducir la percepción del riesgo:

- **Escuchar = mantener diálogo.**
- Explicar y analizar el problema y sus características.
- **Reconocer errores.**
- Compartir el control que la institución tiene sobre el evento adverso.



Peligro y percepción de riesgo moderados





¿Qué hacer?

- Responder a preguntas e inquietudes del público y explicar detalles técnicos de la situación mediante:
 - Medios especializados (no masivos)
 - Boletines informativos
 - Diálogo interpersonal





Peligro alto y percepción de riesgo alta





¿Qué hacer?

- Ayudar al público a enfrentar su temor, preocupación y sufrimiento.
- Reconocer la incertidumbre.
- Evitar la confianza en exceso.
- Compartir los dilemas.
- Mostrar humanidad y empatía.
- Lograr la participación activa de la población.

Medios: medios de comunicación masivos y diálogo interpersonal.



- Para cada uno de los modelos discutir y brindar un ejemplo por grupo
 - Peligro alto-percepción de riesgo bajo
 - Peligro bajo-percepción de riesgo alto
 - Peligro y percepción de riesgos moderados
 - Peligro alto-percepción de riesgo alto



NORMAS DE BROTES EPIDEMICOS OMS

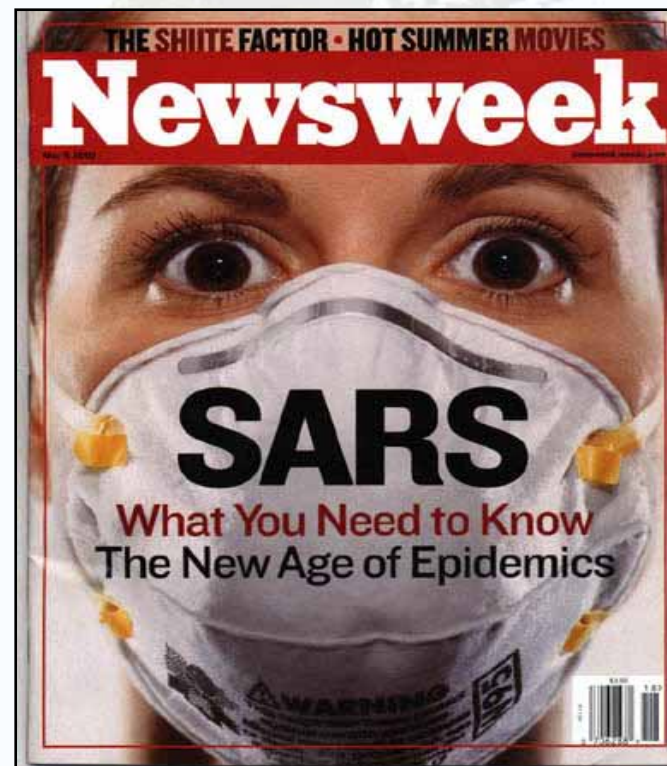


**Organización
Panamericana
de la Salud**

Oficina Regional de la
Organización Mundial de la Salud

Comunicación y brotes

- SARS: el primer brote mundial en el siglo XXI resultó en la creación de "comunicación de brotes" como herramienta principal en la respuesta de salud pública.
- Preparación para una pandemia





5 Normas de la OMS

1. Confianza
2. Anuncio temprano
3. Transparencia
4. Vigilancia de la Comunicación (escuchar las preocupaciones y opiniones del público)
5. Planificación de una estrategia de comunicación de riesgo



1. Mantener o restaurar la confianza

- Población que no confía es más temerosa. Menos probable que adopte medidas recomendadas.
- La confianza en las autoridades reduce la ansiedad pública.
- La confianza tiene que crearse ANTES de que surja una emergencia de salud pública





1.- Mantener o restaurar la confianza

- Mensajes valorados por el contenidos y por la fuente.
- Mecanismos de participación del público son claves para establecer y mantener la confianza





2.- Anuncio temprano

- La oportunidad del primer anuncio establece la confianza, evita rumores e información errónea y **PUEDE SALVAR VIDAS.**
- Reconocer que pueden darse cambios a medida que se obtiene más información.
- Establece un patrón para la confianza y el liderazgo.
- Mundo globalizado = dificultad de mantener información oculta





Reglas del Anuncio temprano

- Establecer mecanismos de coordinación con socios y aliados.
- La falta de información no es un argumento para retrasar el anuncio.
- Informar lo que se sabe, lo que no se sabe y lo que se está haciendo para averiguarlo.
- No subestimar las preocupaciones de la población. Mostrar empatía.
- Brindar a la población orientaciones y medidas para enfrentar el impacto en la salud.



3.- Transparencia

- Muestra el “proceso” de toma de decisiones (a pesar de la incertidumbre se está trabajando en respuestas y soluciones).
- La transparencia es fundamental para mantener la confianza; está relacionada con la calidad, veracidad y claridad de la información difundida.
- La transparencia tiene límites. La clave es balancear los derechos individuales contra la información pública.
- Evitar secretismos innecesarios



Barreras que bloquean la transparencia (errores fatales)

- Argumentos económicos y políticos
- Voceros no preparados.
- Miedo a admitir errores.
- Falta de entendimiento y coordinación entre tomadores de decisión y personal técnico.





Argumentos a favor de la transparencia

- Los rumores llenarán el vacío de información
- El público acepta la incertidumbre y la evaluación cambiante de los riesgos
- Promueve comportamientos protectores y la vigilancia
- Describir la situación antes de que otros lo hagan
- Las emergencias no pueden esconderse



TRANSPARENCIA en acción

¿Cómo decide si la información debe o no debe darse a conocer públicamente?

- La divulgación de esta información:
 - ¿ayuda a la comunidad afectada a protegerse a sí misma?
 - ¿tiene repercusiones en un sector económico?
 - ¿estigmatiza a una población?



4. Escuchar al Público

- “If you do something for me and you do it without me, then you do it against me”.
Mr J. Nehru India PM
- “Si usted hace algo por mi, y lo hace sin mi, entonces lo hace contra mí”



4.- Escuchar las preocupaciones y necesidades de la población

- Imposible diseñar mensajes exitosos sin conocer lo que el población piensa y siente, y lo que preocupa a los diferentes públicos (percepción de riesgo).



5. Planificar con anticipación

- Debe incorporarse en la planificación de las estrategias nacionales de gestión del riesgo.
- No es accesorio de última hora para anunciar decisiones de las autoridades y/o tomadores de decisión.
- Elaborar una Estrategia Nacional de Comunicación de Riesgo: incluir un Plan de Comunicación de Crisis listo (guía política y operativa), que contenga:
 - Primer anuncio.
 - Límites de transparencia.
 - Asignación de responsabilidades y coordinación.
 - Designación del vocero.
 - Respuesta a preguntas claves.
 - Cronograma para las diferentes fases de la epidemia.





ALGUNOS TITULARES SOBRE CASO PARAGUAY



Paraguay intenta aplacar crisis de pánico por brote de fiebre amarilla 7/2/08

"Queremos terminar con esta crisis de pánico que se desató. Pedimos a la prensa que tranquilice a la población", dijo el viceministro de Salud, Antonio Barrios.



Aumenta temor con aparición de más casos de fiebre amarilla 8/2/08

Mientras el Ministerio de Salud Pública trata de calmar a la población sobre un posible brote epidemiológico de fiebre amarilla, la preocupación de la ciudadanía aumenta.



Clarín.comX

En Paraguay, el pánico por la fiebre amarilla hizo colapsar los centros de vacunación

Diario El País

“BBC pregunta si Paraguay tiene epidemia o "psicosis" 21/2/08

¿se trata realmente de una epidemia, o más bien de una "psicosis colectiva", como muchos la califican?



CONCLUSIONES

Una buena estrategia de comunicación no reemplaza una mala estrategia sanitaria

Una mala comunicación puede hacer fracasar una buena estrategia sanitaria



Conclusiones

La comunicación para enfrentar emergencias de salud pública:

- No es un comunicado de prensa, un póster, o relaciones públicas.
- Es una estrategia planificada que demanda conocimientos básicos de comunicación en crisis.



Conclusiones

- Conocer y analizar los riesgos reales y los riesgos percibidos por la población es fundamental. Si la población no percibe un riesgo, no responderá adecuadamente para prevenirlo.
- Es trabajo articulado
- La comunicación es exitosa cuando incluye a la comunidad.



GRACIAS

