

COMUNICACIÓN FRENTE A UN BROTE DE AFTOSA

“Ha llegado el momento de reconocer que la pericia en la comunicación se ha vuelto tan esencial para el control de brotes epidémicos, como la capacitación en epidemiología y el análisis de laboratorio” (OMS).

Las epizootias traen el agravante de la urgencia con que las decisiones y acciones deben ser tomadas y el escenario generado durante la crisis, acrecienta la necesidad de que se deba considerar la relación entre los países y la actuación que juegan los distintos medios de comunicación tanto a nivel nacional como internacional.

La comunicación con los diferentes públicos objetivos de forma rápida, oportuna y precisa puede contribuir no sólo para construir y mantener la confianza en las acciones de las autoridades responsables en respuesta a la epizootia, sino también para influenciar la incorporación de comportamientos individuales y colectivos que ayuden en el control más rápido de la enfermedad.

La comunicación con la población debe ser realizada en tiempo y forma, todos los esfuerzos de comunicación con el público redundarán con el objetivo del control de la epizootia y la reducción de casos, atenuando los perjuicios económicos.

Los efectos de un brote de Fiebre Aftosa no son sólo una preocupación del sector agropecuario, sino que estos hechos requieren marco para su solución con la participación de toda la sociedad.

El gobierno tiene la responsabilidad de la conjunción de esfuerzos públicos y recursos públicos y privados, para minimizar los efectos negativos de la epizootia.

Significa también movilizar áreas de comunicación de los diversos organismos oficiales, contribuyendo para que el plan de las acciones a tomar en materia de difusión sea más eficiente y su puesta en práctica sea realizada en forma coordinada e integrando a la mayor cantidad de actores públicos, jerarquizando de esa forma los esfuerzos de comunicación del gobierno (SNE, SEPREDI, MGAP).

OBJETIVOS DEL EQUIPO DE COMUNICACIÓN

Implementar a nivel local planes operativos de comunicación ante la situación de emergencia.

¿Cómo nos comunicamos en tiempo de crisis?

- *La atención está centrada en el problema*

- *Hay que comunicar a la razón en momentos de mucha emoción*
- *Mediante mensajes claros y coherentes que generen confianza*

¿Cómo colabora la comunicación?

- *Evita rumores y prepara a la población para enfrentar la situación*
- *Brinda información para que la población tome decisiones*
- *Ayuda a reforzar hábitos saludables o realizar cambios conductuales en hábitos adquiridos*
- *Contribuye a evitar más contagios.*

CONDICION DE LA COMUNICACIÓN DEL RIESGO

La Comunicación del Riesgo se hace en condiciones extremas, con muy poco tiempo para prepararla, exigiendo la comprensión del público objetivo, generando confianza que contribuye a reducir los daños.

La meta es comunicarse con el público de forma tal que se cree, se mantenga o se restablezca la confianza.

¿Cómo nos organizamos frente a una crisis?

Debemos tener presente:

- *Alcance y penetración de los medios*
- *Perfiles de sus audiencias (lenguaje, códigos, etc.)*
- *La forma en cómo se maneja la información*
- *Capacidad de repetición*
- *Si los medios de información entienden lo que pasa serán nuestros socios (no olvidarse que son corporativos)*
- *Respetar los horarios pre-establecidos con los medios*

Establecer un plan de medios

- *Eso permite una rápida y efectiva respuesta, sobre todo al comienzo de la emergencia.*
- *Permite a los voceros asignados enfocarse en la calidad, exactitud y rapidez de la respuesta*
- *Tiene que ser actualizado regularmente a través de validaciones, revisiones, etc.*

- *Definir los voceros previamente (comunicadores en los equipos que conozcan el tema)*
- *Conocer de que recursos materiales se dispone, teléfonos, fax, celulares, página web, impresiones.*
- *Contactarse con los responsables de los medios y comunicadores.*
- *Identificar el público objetivo y los medios para llegar a ellos.*
- *Realizar un relevamiento institucional para saber quiénes pueden colaborar, y en qué aspectos.*

Conformación del Equipo

- *Un comando operativo con capacidad técnica y responsabilidad política.*
- *Un equipo de coordinación con participación de los actores locales.*
- *Presencia en todas las reuniones de los responsables del área de comunicación.*
- *Inclusión desde el origen de educadores sanitarios y otros técnicos.*
- *Selección de un vocero que represente por su cargo, profesión o inserción en la comunidad, credibilidad ante los medios y población general.*

Este vocero deberá:

- *Calmar, pero no demasiado.*
- *Reconocer las deficiencias y/o errores.*
- *Evitar decir las cosas a medias.*
- *Centrar la atención en la franqueza y transparencia.*
- *Ser cuidadoso al hacer comparaciones de riesgos.*
- *Reconocer la diversidad de opiniones.*
- *Enfrentar la parte emocional de la crisis.*
- *Incluir siempre al público.*

Para eso, el vocero deberá estar capacitado:

- *Ya que representa la cara pública de la situación de emergencia, ayudando a establecer la credibilidad en las autoridades públicas.*
- *Representa además la autoridad política.*
- *Debe conocer los procedimientos y políticas de la organización.*
- *Debe mostrar empatía y claridad.*
- *Ser competente y con experiencia profesional.*

- *Honesto, abierto y comprometido.*
- *Entrenado para relacionarse con los medios de comunicación y con el público.*
- *Preparado con anticipación para responder preguntas obvias.*
- *Entrenado en comunicación no-verbal.*

Capacitación del equipo de comunicación de medios

- *Desarrollo de mensajes efectivos durante emergencias (mensajes claves).*
- *Errores cometidos al comenzar y cómo solucionarlos.*
- *Métodos y significados de la comunicación efectiva (selección de canales apropiados y alternativas, desarrollo de materiales, contemplar la diversidad cultural, etc.)*
- *Habilidades verbales y no-verbales de comunicación.*
- *Trabajar con los medios, durante la emergencia.*

Acciones e instrumentos del equipo

- *Fijar lugar de coordinación del equipo, que permita trabajar con reserva y contiguo a una sala con sistema de comunicación.*
- *Establecer el horario de contacto con los medios, permite desarrollar el trabajo ordenado, acceder a la información al mismo tiempo por parte de los medios, evitando un contacto mano a mano con los periodistas, que puede generar falsas contradicciones y aumentar las incertidumbres. Desalentar la circulación de rumores o informaciones mal intencionadas.*
- *Unificar la información a transmitir.*
- *Los especialistas deberán usar un lenguaje de fácil comprensión*
- *No polemizar con noticias de dudosa fuente.*
- *Evaluar la penetración de los medios locales.*
- *Actitud de firmeza, mantener la calma frente a los medios, ante alteraciones o preguntas no pertinentes.*

La comunicación con la población realizada en tiempo y en forma, redundarán en un mejor control de las crisis, reducirán los inconvenientes y atenuarán las pérdidas económicas.

Cómo presentar la información al público

- *Convocar con acceso democrático y al mismo tiempo a los medios.*
- *Si es por comunicado, asegurarse la más amplia base de contactos.*
- *Tener presente las preguntas que vayan a surgir.*
- **Preparar su presentación con:**
 1. *Introducción fuerte.*
 2. *Máximo tres mensajes. (los tres problemas más importantes)*
 3. *Reúna datos para apoyarse.*
 4. *Prepare ayudas visuales*
 5. *Termine con una conclusión que resuma.*
 6. *Practique, practique.*

Comunicación con el público

- *Mitigar la preocupación del público*
- *Si el riesgo es bajo, dígalo:*

Se contrae fácilmente y Ud. debería.....

Los principales síntomas se reconocen en el animal como.....

- *Utilice el espacio en los medios siempre para aconsejar :*

Los siguientes síntomas....., son para consultar.

- *Utilice un lenguaje sencillo y de fácil comprensión.*
- *Términos positivos o neutros.*
- *Nunca pierda la calma.*
- *No descuide nunca su lenguaje corporal :*

Mirar el reloj, arreglarse la ropa, etc.

- *Pregunte siempre si le entendieron.*
- *Prometa sólo lo que puede dar.*
- *Suponga que todo lo que dice queda registrado.*

Pautas para la presentación personal

- *La intensidad de su voz es muy importante ya que refleja confianza, observe al público.*

- *Hable con claridad y corrección.*
- *Varíe el ritmo de su charla, hable para enfatizar puntos, evite expresiones como OK, uhh, ahh.*
- *Mantenga contacto visual.*
- *Controle los gestos, pueden perjudicarlo.*
- *Vístase correctamente de acuerdo al lugar donde se encuentre.*
- *Evite distracciones, como arreglarse su ropa, aclarar su garganta, mirar el reloj.*

Cómo responder a las preguntas

1. *Enfatice mensajes clave.*
2. *Mantenga sus respuestas cortas y vaya al grano.*
3. *Escuche, responda con confianza.*
4. *Diga la verdad y si no lo sabe, dígallo.*
5. *No entre en tensión, puede confundir.*
6. *Establezca sesiones regulares para los medios a una hora conveniente.*
7. *De estadísticas en sus contextos.*
8. *Explique cómo se recabó la información.*

Cómo trabajar con los medios

- *Ellos informarán y explicarán.*
- *Lo que Ud. dice es importante y también lo es la forma de decirlo.*
- *Los reporteros no son amigos, ni enemigos, espere sólo cortesía y justicia.*
- *Nunca deje que los desacuerdos profesionales se conviertan en peleas personales.*
- *Consulte las notas sobre capacitación sobre medios.*

Cómo hacer para que colaboren los medios?

- *En cada oportunidad informe sobre la situación y si hay logros.*
- *Involúcrelos en la solución.*
- *Comprométalos en la salida y señale que ese es el momento.*

Algunas recomendaciones básicas

- *Nunca les mienta a los medios.*
- *Ayude a los comunicadores a entender la situación.*

- *Si no lo sabe, dígalo, pero a continuación deje claro que se les va a informar.*
- *Las preguntas son altamente predecibles, prepárese.*
- *Si se compromete a convocarlos nuevamente, hágalo.*
- *Los medios son un canal para llegar a sus públicos objetivos.*

Qué hacer durante la entrevista

- *Sea franco, sincero y preciso.*
- *Transmita una y otra vez los mensajes claves.*
- *Enuncie conclusiones con datos de apoyo.*
- *Reconozca que no sabe todo.*
- *Ofrezca conseguir más información.*
- *Remarque los hechos.*
- *Para no discutir algún tema, exprese el objeto del llamado.*
- *Corrija los errores, diciendo que le gustaría aclarar.*
- *Suponga que los micrófonos están siempre abiertos.*

Siempre tienda puentes con el público

- *Maniobra verbal para reformular la pregunta en los términos más favorables para Ud.*
- *Frases para empezar:*
 - *“Esa es una perspectiva.....*
 - *“Lo que me preocupa más todavía.....*
 - *“Sí, pero.....*
 - *“Es cierto, sin embargo.....*
- *Siempre vuelva a los mensajes clave (tres más importantes)*

No dejar crecer rumores

- *Responda rápidamente a los periodistas.*
- *No reaccione exageradamente.*
- *Si se trata de algo importante, convoque una rueda de prensa, emita una declaración.*
- *A calle los rumores en público, mediante frases enfáticas.*
- *Formule respuestas completas de forma que no se creen rumores.*

Material de consulta utilizado para la redacción del presente documento

1. *Comunicación sobre brotes epidémicos-Pandemia de gripe: Manual de la OMS para periodistas- Diciembre 2005.*
2. *Manual de Comunicación Nacional ante una Pandemia de Influenza SNE,SEPREDI, MSP,MGAP, OPS/OMS.*