

COMUNICACIÓN DE RIESGO Y DE CRISIS

PATRICIA ARÉVALO PIÑEROS



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
HUMANANA

COMUNICACIÓN DE RIESGOS, CRISIS y EMERGENCIAS

Proceso de toma de decisiones, que considera los factores políticos, sociales y económicos; que analiza el riesgo como un peligro potencial a fin de formular, estudiar y comparar opciones de control con miras a seleccionar la mejor respuesta para la seguridad de la población ante un peligro probable” (Brennan & Gutiérrez, 2011)

Surge como una de las herramientas más sensibles con que cuentan las autoridades y/o tomadores de decisión para responder a las necesidades de información de la población de eventos adversos sucedidos en cualquier ámbito.

Prevenir, mitigar y solucionar consecuencias adversas.



COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y DE CRISIS

Avances:

- La tecnología y la globalización.
- Evolución de las estrategias.
- Incremento de información hacia y desde quien emite el mensaje y quien lo recibe, con diversos enfoques.
- Aumento del desarrollo de las actitudes sociales y la percepción del riesgo.

Etapas de evolución de la comunicación de riesgos para la salud

- Etapa 1. Ignorar al público.
- Etapa 2. Explicar mejor la información sobre el riesgo.
- Etapa 3. Dialogar con la comunidad.
- Etapa 4. Incluir al público como colaborador.
- Etapa 5. Alianza con medios y líderes estratégicos.



CRISIS

Situación grave y decisiva que pone en peligro el desarrollo normal de un asunto o proceso, en un sitio o lugar.

Situación de crisis – caos e incertidumbre.

Situación de riesgo: conllevan una carga traumática para las personas que la afrontan – Es latente.

TIPOS DE CRISIS

1. Evitables: se pueden prever con información efectiva.

2. No evitables - surgen de improvisto:

- Desastres naturales.
- Atentados.
- Asonadas.
- Manifestaciones.

COMUNICACIÓN DE CRISIS

Interrogantes que se deben plantear en una crisis

- ¿Qué pasó?
 - ¿Qué se hizo mal?
 - ¿Por qué?
 - ¿Quién es el responsable?
 - ¿Qué medidas se están tomando?
 - ¿Qué se va a hacer para que no se repita?
-
- ¿Qué produjo la crisis? – Detonante.
 - ¿Cómo se atendió la crisis?

CARACTERÍSTICAS DE LA CRISIS

1. **Sorpresa** - hecho inesperado que es detonante de la crisis.
2. **Falta de información** – Niveles intra y extra. Incapacidad de resolver la crisis.
3. **Escalada de acontecimientos – efecto dominó**, desata otra serie de hechos secundarios que le dan fuerza al deterioro de la imagen y reputación de una Organización, Institución o Entidad.
4. **Foco de atención**: hay que resolver la crisis, sin descuidar lo que no esté relacionado con ella.
5. **Enfoque a corto plazo**: es necesario que se le dé una solución de fondo. Hay que buscar la causa; y desde allí tomar las acciones necesarias.



RIESGOS

Es la posibilidad de ocurrencia de un evento que ocasione daño a una población vulnerable.



Percepción del Riesgo: es analítica y afectiva.

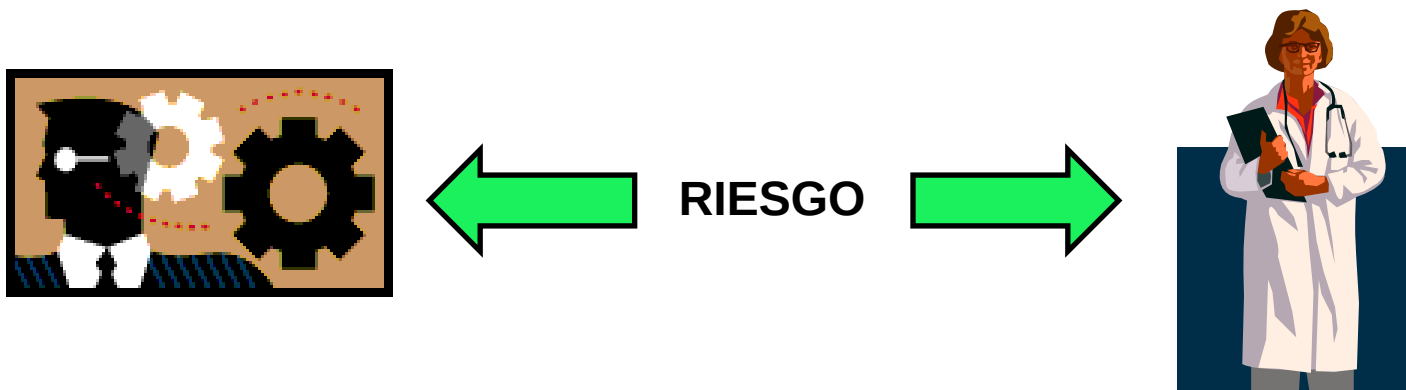
Los factores sociales, culturales y económicos son fundamentales para determinar la percepción que se tiene de los riesgos. Temporal – Caos.

Los temores del público no siempre están asociados con los hechos reales.. «El empoderamiento de este punto de vista permite a los gobiernos hacer un trabajo más efectivo de la comunicación de riesgos, a través de políticas y de opiniones que surgen como resultado de las mismas». OPS/OMS.

COMUNICACIÓN DE RIESGOS Y DE CRISIS

La percepción pública - la opinión pública

- Comprenda qué factores que influyen en el público y desarrolle las estrategias de comunicación.



- La gente responde únicamente ante los riesgos que percibe.

CRISIS EN SALUD



BOGOTÁ
HUMANANA

¿CÓMO EVITAR LAS CRISIS?

1. **Compromiso político** del más alto nivel
2. **Trabajo intersectorial:** social, medios, económico, comercio, turismo, transporte
3. Organización y planificación en **todos los niveles de gestión**
4. **Capacitación** de todo el personal del sector público y privado
5. Disponibilidad de **información actualizada** para diferentes audiencias: política, comunicadores, personal de salud y población general
6. **Acceso y respuesta oportuna a dudas** empleando diversos medios: folletos, Líneas 08000, páginas web, correo electrónico, contacto interpersonal, chats, teleconferencias, entre otros.

¿CÓMO EVITAR LAS CRISIS?

7. Alianzas con los **medios de comunicación** antes de que ocurra, durante y al concluir el evento
8. Participación de **sociedades científicas y profesionales** estableciendo lineamientos técnicos concertados y difundiendo la información a todos los niveles – Alianzas.
9. Concertación e involucramiento de **líderes de opinión:** iglesias de todos los credos religiosos, sindicatos, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales (ONG)
10. Conformación de **grupos de respuesta inmediata** para detectar potenciales situaciones de crisis y dar una respuesta inmediata e integrada

¡ANTICÍPESE!

- Planeación.
- Capacítese y capacite al personal de salud en todos los niveles.
- Verifique antecedentes – QUÉ SE TIENE.
- Compruebe lo sucedido – RESPUESTAS.

COMUNICACIÓN DE RIESGOS - PLANEACIÓN

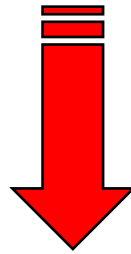


1. Amenazas.
2. Vulnerabilidad.
3. Capacidad
respuesta.
4. Fortaleza.
5. Acciones.

de



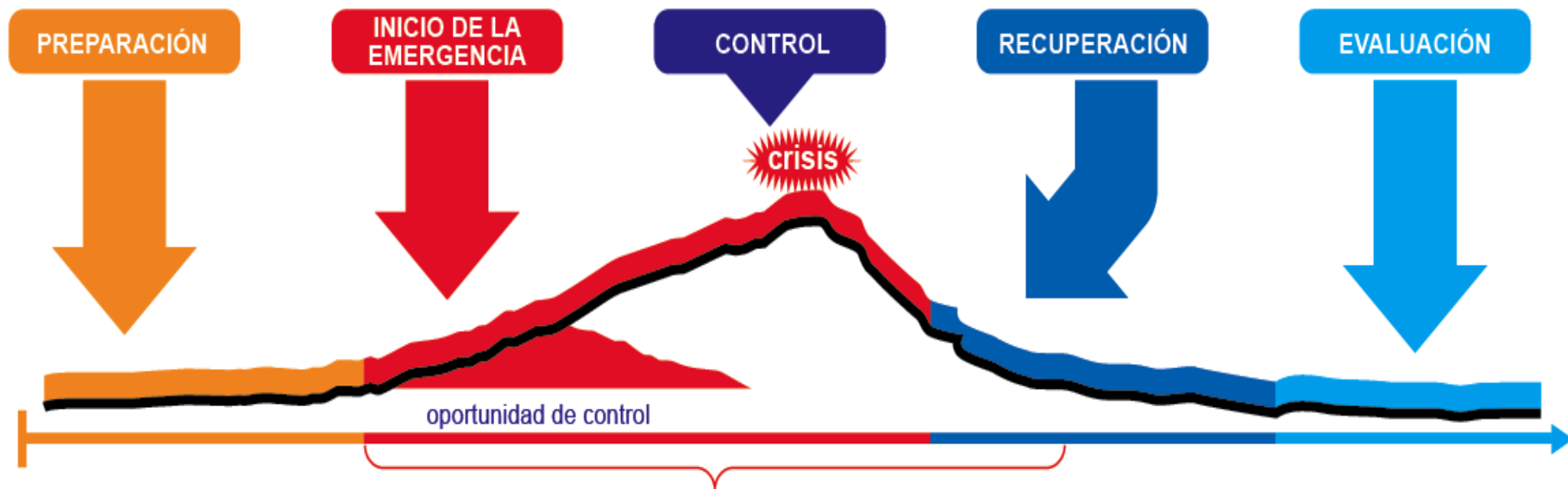
¿Ante la crisis?



¿Improvisación versus Planificación?



LO QUE DEBE TENER EN CUENTA EN CASO DE CRISIS



- Conformación del equipo de comunicación de riesgo
- Coordinación interna
- Coordinación interinstitucional, vínculos con socios y aliados
- Plan de comunicación de 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 del plan de crisis**
- **Evaluación y monitoreo**

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

CONCEPTOS EN COMUNICACIÓN DE RIESGOS



RUMOR

Especulaciones **no confirmadas** que se intentan dar por ciertas con un objetivo determinado, y que condicionan el comportamiento de los demás hacia él por encima de la información objetiva.

Al no ser **información contrastada**, rara vez se difunde de forma abierta aunque esto no impide que se extienda de forma rápida a través de los medios.

La forma tradicional y más usada de extender un rumor ha sido el **"boca a boca"**, pero con la aparición del internet, la sociedad ha aprovechado el anonimato que da este medio para diseminar todo tipo de rumores.



RUMORES

- Son informaciones **no confirmadas** que pueden propagarse rápidamente.
- Persiguen múltiples finalidades: ridiculizar, posicionamiento, económico o político.
- Los rumores, para el caso de salud, pueden producir crisis y generar desconfianza pública.
- Los rumores deben ser investigados.
- El plan de crisis es una respuesta activa a los rumores, porque soluciona de fondo el problema y se retoma la credibilidad.

CONCEPTOS EN COMUNICACIÓN DE RIESGOS



EFECTOS DEL RUMOR



Los rumores “venden”
más que las noticias...

MEDIOS...

- Buscan “responsables”.
- No encuentran “voceros”.
- No tienen versión oficial.
- Demandan, información “hoy”
- Acuden a fuentes informales.
- Cuestionan el sistema.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

BOGOTÁ
HUMANANA

ESCENARIOS DE CRISIS EN SALUD

Evitables:

- Inconformidad por parte de los usuarios.
- Demora en los tiempos de espera.
- Falta de orientación para acceder a los servicios de salud.
- Recepción de información equivocada.
- Respuesta tardía de los requerimientos. realizados por los usuarios a través de los mecanismos de escucha.
- **Medios de comunicación:** las publicaciones realizadas por éstos tienen una fuerte incidencia en la imagen y reputación en la población, por eso que es necesario tener disposición para atenderlos de manera eficaz y asegurar que la información sea veraz y se ajuste a lo que necesitan informar.

ESCENARIOS DE CRISIS EN SALUD

Crisis no evitables

Desastre natural, una asonada o una manifestación.

Balance

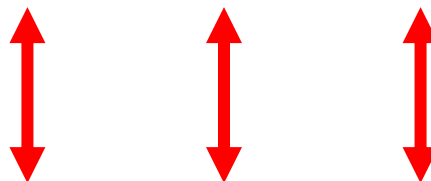
- Analiza la situación.
- Realizar reporte sobre el número de personas afectadas y su estado de salud, `para atender sus requerimientos.
- Vocero - acompañamiento
- Rueda de prensa para que todos manejen los misma información.



Forme equipo de respuesta

COMITÉ DE CRISIS

Tomar la decisión



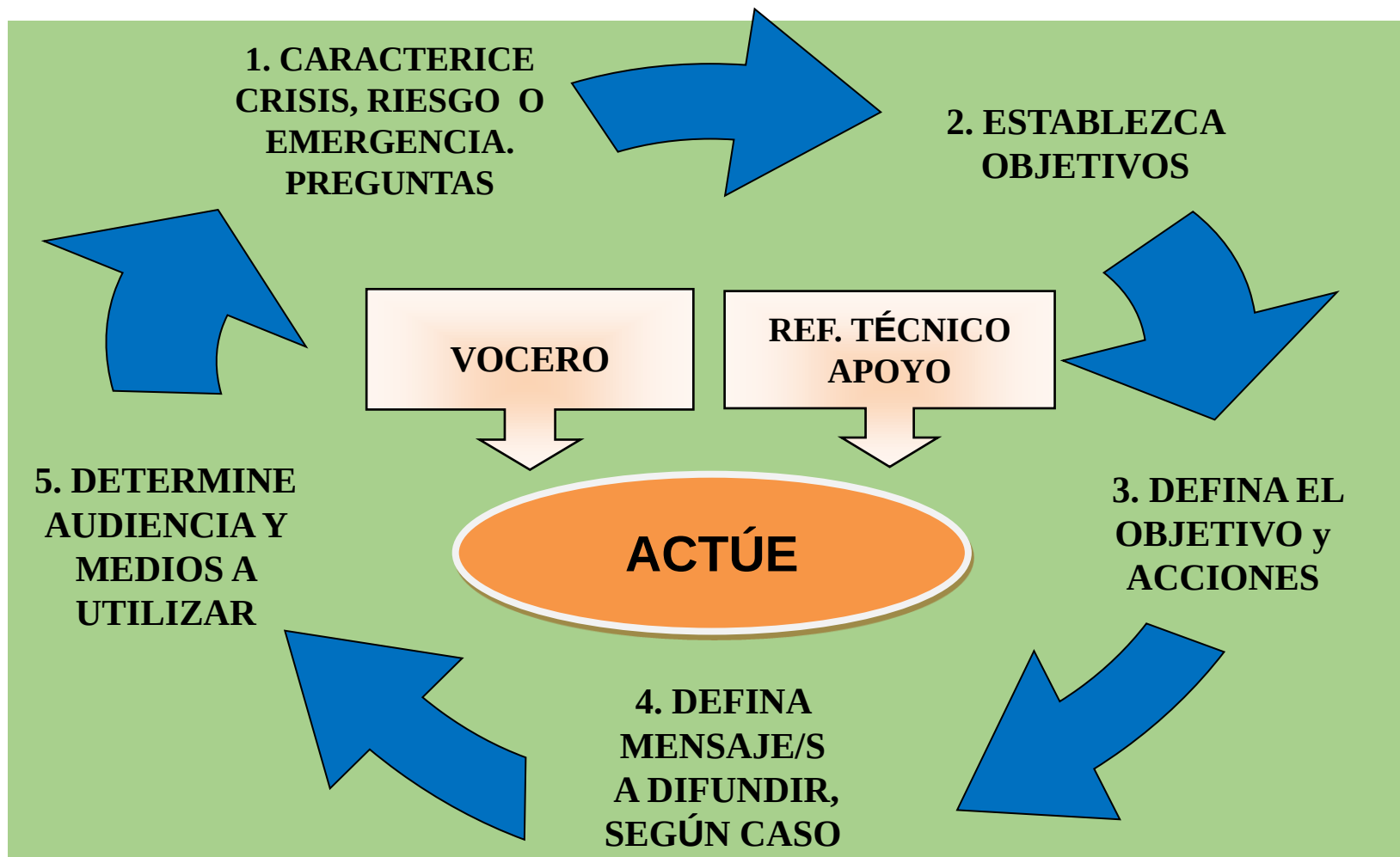
Comités técnico y asesor.

Equipo de comunicaciones.

Equipo multidisciplinario de atención.

Asesores legales.

COMUNICACIÓN DE RIESGOS - PLANEACIÓN



VOCEROS

Tienen un rol vital. Son la fuente principal, autorizada y oficial de información oportuna, clara y transparente sobre la naturaleza del riesgo, las acciones que se realizan para su control o mitigación y las tareas de la población para integrarse activamente en la respuesta.

Una de las **características de los eventos adversos a la salud** es la dimensión política, social o económica en que suelen presentarse, por lo que la función de *vocería* es una de las más importantes y delicadas a desempeñar.

Al anunciar algunas medidas, de control o contingencia, los voceros pueden crear controversias y verse sometidos a cuestionamientos que no están directamente relacionados con temas de salud (Abraham, 2011).



LO QUE NUNCA DEBE HACER EN CASO DE CRISIS

- Informar sin el conocimiento previo – Vocero -
- Permitir que los voceros designados hagan declaraciones públicas sin preparar sus intervenciones.
- Mentir sobre la información, o reservarse datos importantes.
- Mostrar falta de control o arrogancia.
- Dar información “Off the record” (fuera de los micrófonos) a los periodistas.
- No considerar todos los aspectos o sucesos que se relacionan con la crisis.
- Asumir las veces de vocero, sin serlo.

ACCIONES COMUNICACIÓN DE RIESGOS

1. Marco Legal o base jurídica por la cual se sustenta.
2. Objetivo - Cómo afrontar la emergencia, riesgo y/o crisis.
3. Contexto y caracterización del Riesgo – ubicación en espacio, grado, tiempo y/o lugar, requerimientos y presupuesto.
4. Estructura – Cadena de llamadas.
5. Inventario de recursos.
6. Acciones.
7. Seguimiento y evaluación

CRISIS GENERALIZADA

- Población atemorizada.
- Demanda excesiva en los servicios de salud.
- Acoso de los medios.
- Crisis sectorial /política.
- Reducción de cobertura.
- Reducción de asistencia a servicios de salud.
- Agudización de la crisis.
- Dificultad a nivel local, nacional e Internacional.

LO QUE DEBE TENER EN CUENTA EN CASO DE CRISIS

- Acudir a los expertos en los temas.
- Tener soportes técnicos y legales que lo respalden.
- Reunir toda la información posible.
- Preparar a los voceros y comunicadores.
- Brindar información con la mayor prontitud.
- Suministrar información exacta, oportuna, coherente e integral acerca de las actividades de contención.
- Determinar la secuencia y la coherencia de la información.

LO QUE DEBE TENER EN CUENTA EN CASO DE CRISIS

- Capacitar al Sector Salud.
- Reconocer y abordar rápidamente los rumores, las inexactitudes y las concepciones erróneas; y prevenir la estigmatización de los grupos afectados.
- Informar y escuchar a la población. Utilizar un canal directo.

- **TENER A LOS MEDIOS COMO ALIADOS.**



RESOLUCIÓN DE CRISIS

- Emita boletín de prensa – rueda de prensa.
- La comunicación debe ser veraz, oportuna, adecuada.
- Sea claro, concreto y conciso. Resuelva inquietudes.
- Diga la verdad: es mejor hablar con honestidad. Decir mentiras genera desconfianza y acentuará la crisis.
- Nunca diga “sin comentarios”, pero tampoco invente: tenga siempre una respuesta a las preguntas que le plantean. Si no la tiene, no invente y explique que no tiene conocimiento sobre el tema que le preguntan, pero que va a investigar y que apenas tenga respuesta se lo hará saber a los interesados.
- Utilice cifras.
- Restablezca confianza y situación normal.

CONCLUSIÓN

- ▶ La comunicación sobre los riesgos ha pasado del suministro de información de los mensajes, a la educación sanitaria.
- ▶ Se admite QUE HAY QUE MANTENER EL DIÁLOGO Y LA CONFIANZA entre todas las partes.

