

## 4. Estrategia de Comunicación

La mayoría de los países cuentan con planes nacionales de preparación para una pandemia de influenza donde se establece una estrategia de comunicación que, al iniciar un brote epidémico o una pandemia:

- Define cuándo se harán y cuáles serán los primeros anuncios
- Establece cuáles serán los límites de la transparencia
- Define quién será el vocero oficial
- Define los canales de comunicación
- Obtiene respaldo para las actividades de capacitación, elaboración de mensajes, definición de públicos y selección de canales de comunicación.

La estrategia de comunicación debe estar escrita, aprobada y alineada con el Plan Nacional de Preparación para una Pandemia de Influenza.

### **A. Planes de comunicación de los establecimientos de salud**

Las estrategias nacionales de comunicación deben servir de guía para el desarrollo de los planes de comunicación de los establecimientos de salud. Las actividades delineadas en dichos planes tienden a dividirse en aquellas acciones que se llevaran a cabo antes de la pandemia, las primeras acciones al inicio de una pandemia y las acciones a ser llevadas a cabo una vez que la pandemia ha sido declarada y se propaga internacionalmente. Las actividades preparatorias son críticas para las fases posteriores y es necesario asignarle a cada una de ellas tiempo suficiente.

Actividades previas a la pandemia

- Definir quién(es) se integran al equipo de comunicaciones (incluir a promotores y voluntarios de salud).
- Crear o activar cadenas de mando y asignar responsables por área.
- Establecer cual sería el flujo de información durante una pandemia y asignar responsables por área.
- Dar a conocer la estrategia nacional de comunicaciones.
- Seleccionar a un(a) vocero(a) y un subrogante, considerando los criterios de credibilidad, capacidad para generar confianza, claridad en el habla, disponibilidad de tiempo. Preferentemente seleccionar a una persona con un cargo alto en el servicio, por ejemplo, un(a) director(a) de hospital.
- Preparar y mantener actualizada y visible toda la información de contacto del equipo de comunicaciones (direcciones, teléfonos de trabajo y domicilio, correos electrónicos, mensajería, radio).
- Estimar y asignar los recursos financieros necesarios.
- Preparar al personal de salud para comunicarse con el público, estudiantes, autoridades locales y otros durante sus visitas de rutina.
- Identificar los públicos objetivo (por ejemplo: personal de salud, directores de escuelas, actividades económicas, sindicatos, organizaciones religiosas, comunidad (segmentar por barrios u otra unidad relevante y manejable territorialmente) y medios de comunicación relevantes.
- Escribir todo lo que el equipo sabe de los distintos públicos: por ejemplo: cómo han reaccionado frente a crisis anteriores, averiguar si hablan otros idiomas o dialectos, caracterizar sus recursos (por ejemplo, recursos de salud ocupacional), etc. Para los medios de comunicación precisar cuán afines o no son respecto al actual sistema de salud.
- Discutir sobre las emociones que genera una crisis y cómo se han enfrentado anteriormente (temor, rabia, victimización, desconfianza, duelo, etc.).

- Diseñar un conjunto básico de mensajes: verificar su consistencia técnica y redactarlos en forma simple, concisa. Verificar su comprensión con personas que no formen parte del sistema de salud.
- Elaborar los planes de acción considerando: fase de la epidemia, tiempos de acción, responsables, formas de retroalimentación y evaluación.
- Verificar la consistencia del plan de acción del servicio con los planes generales del Ministerio de Salud, enviar el plan de acción a las oficinas de comunicación del Ministerio de Salud y obtener su retroalimentación.
- Revisar el plan periódicamente y actualizarlo según corresponda.

## **B. Aparición de la pandemia: anuncios tempranos**

Al inicio de una pandemia El público demandará saber asuntos como los siguientes:

- ¿Estoy (estamos) seguros?
- ¿Cómo me afectará a mí (o a mi familia)?
- ¿Quién (qué) fue la causa de esto?
- ¿Puede arreglarlo? Si no puede usted ¿quién o qué puede?
- ¿Cómo puedo protegerme (a mi familia) en el futuro?

Es importante que los TS se familiaricen con la estrategia de comunicación dentro de su plan nacional de preparación pandémica, teniendo en cuenta que:

- La gente tiene derecho a la información que influye en su vida.
- Si espera, es posible que de todas maneras se sepa la noticia. Si esto sucede, es posible que usted pierda confianza y credibilidad.
- Usted podrá controlar mejor la exactitud y el marco de la información si es el primero en presentarla.
- Hay más probabilidades de que haya tiempo para una participación significativa del público en la toma de decisiones si la información se divulga pronto.

- La pronta divulgación de la información acerca de una situación tal vez evite situaciones similares en otros sitios.
- Se necesita menos trabajo para divulgar pronto la información que para responder a preguntas, ataques, y desconfianza que pueden resultar de una divulgación tardía.
- Usted está mejor preparado para ganarse la confianza del público si divulga la información con prontitud.
- Si espera, es posible que la gente se sienta furiosa y resentida.
- Hay más probabilidades de que la gente sobreestime el riesgo si usted retiene la información.

Finalmente, las siguientes son algunas sugerencias para orientar las actividades comunicacionales, en particular, para los voceros, y actividades cara a cara tanto con los medios de comunicación como con la comunidad:

Medidas generales:

- No estar demasiado seguro.
- Errar por el lado alarmante.
- Reconocer la incertidumbre.
- Compartir los dilemas.
- Reconocer la diversidad de opiniones.

Enfrentar la parte emocional de la crisis:

- No diagnosticar o planear en exceso para el pánico.
- No centrar la atención en el temor cero.
- No olvidar las emociones diferentes del temor.
- No ridiculizar las emociones del público.
- Legitimar los temores del público.

- Tolerar sobrerreacciones tempranas.
- Reconocer su propia humanidad.

Incluir al público:

- Decirles a las personas qué es lo que se espera y cuáles son las medidas a tomar.
- Ofrecer a las personas actividades a realizar.
- Permitir que las personas elijan sus propias acciones.
- Preguntar más acerca de las personas.

Errores, malas impresiones y verdades a medias:

- Reconocer los errores, deficiencias o mal comportamiento.
- A menudo, pedir disculpas por los errores, deficiencias y mal comportamiento.
- Ser explícito acerca de cambios en la opinión oficial, la predicción o política.
- No mentir ni decir las verdades a medias.
- Centrar la atención en la franqueza y transparencia.

## Referencias

1. Normas de comunicación de brotes epidémicos de la OMS, 2006
2. HHS, Administración de Servicios de Salud Mental y Abuso de Sustancias
3. Crisis Communication I: How Bad Is It? How Sure Are You?", por Peter M. Sandman y Jody Lanard, en línea en <http://psandman.com/handouts/sand12a.pdf>.