

**Guía de comunicación para situaciones de riesgo  
sanitario/ambiental  
para la Municipalidad de Berisso**

**2011**

*Tesis de grado, de la Facultad de Periodismo y  
Comunicación Social*  
*“Guía de comunicación para situaciones de  
riesgo sanitario/ ambiental para la Municipali-  
dad de Berisso”*

**Autores :** *Ballester, María Nieves*  
*Giorgetti, Estefania*

**Director:** *Ferretti, Edmundo*  
**Codirectora:** *Inchaurrondo, Mariana*

**Diseñador:** *Ballester, Santiago*

**Agradecimientos:**  
*Municipalidad de Berisso y directivos de las Uni-  
dades Sanitarias.*

# *Indice*



Introducción	7
<i>Etapa 1: Componente Comunicacional</i>	11
1. <i>Gestión de la Comunicación del Riesgo</i>	11
<i>Etapa 2: Comunicación y prevención de desastres desde la instancia Local</i>	19
2. <i>Plan de Gestión de Comunicación de Riesgos</i>	19
3. <i>Paso 1: La búsqueda</i>	19
4. <i>Paso 2: A trabajar</i>	22
5. <i>Paso 3: La propuesta</i>	23
6. <i>Paso 4: ¿Qué podemos hacer?</i>	25
7. <i>Paso 5: ¿Cómo lo hacemos?</i>	25
8. <i>Planificación de la Comunicación para mitigar riesgos, con impronta local.</i>	30
9. <i>Paso 1: ¿Qué podemos hacer?</i>	30
10. <i>Paso 2: La Propuesta</i>	30
11. <i>Paso 3: ¿Cómo lo hacemos?</i>	31
12. <i>Cronograma de actividades y división de tareas</i>	40
13. <i>Cómo hacer un cronograma práctico y útil</i>	40
<i>Etapa 3: Glosario</i>	45
<i>Herramientas de manejo</i>	50
<i>Notas</i>	54
<i>Bibliografía</i>	55



## ***Introducción***

La siguiente guía está dirigida Autoridades Municipales de Berisso, Promotores de Salud, Directores de las Unidades Sanitarias y personal de las mismas. Esta compuesta por tres partes. En una primera instancia se brinda la información teórica necesaria para llevar a cabo herramientas de prevención y preparación de Riesgo Sanitarios/Ambiental para la Municipalidad de Berisso. La segunda parte será más práctica, dado que se podrán encontrar ejemplos de piezas comunicacionales junto a los tips para realizarlos y el tercer momento esta abocado al glosario técnico. Además brindará un boceto de cronograma de actividades y un cuadro de división de roles al momento de actuar. Al final de la guía se podrá encontrar una serie de planillas para los destinatarios. Estas tendrán diferentes usos: cuadros para armar su propia agenda de contactos, cuadros de autoevaluación con preguntas para realizarse y hasta hojas en blanco donde puedan escribir todo aquello que les es importante.

Es importante remarcar que si bien este producto fue pensado con y para la Municipalidad de Berisso, podrá ser utilizado por todo aquel a quien le interese poner en práctica acciones de comunicación referidos a situaciones Sanitario/Ambiental, además, de ninguna manera la guía pretende ser un producto cerrado y acabado a modo de receta a desarrollar por cada Municipio, sino que busca facilitar y de alguna manera ayudar a pensar estrategias y acciones de comunicación en momentos de riesgo Sanitario/Ambiental.



# *Etapa 1*



## *Etapa 1*

### *Componente Comunicacional*

En esta primera etapa encontrará dos conceptos que servirán de formación e información para situaciones de prevención y preparación de riesgo sanitario/ambiental. Luego se desarrollará material teórico que servirá para dar inicio al trabajo de campo.

#### *Gestión de la Comunicación del Riesgo*

Desde la Organización Panamericana de la Salud (OPS) y en relación a temas vinculados con el riesgo toxicológico, la comunicación de riesgos (Risk Communication) es definida como “Actividad para asegurar que los mensajes y las estrategias diseñadas para prevenir la exposición, efectos adversos para la salud humana y bajas en la calidad de vida, sean comunicados con eficacia al público. Como parte de una estrategia de prevención más amplia, la comunicación de riesgo respalda esfuerzos educativos mediante la promoción de conciencia pública, aumento de conocimientos y motivación a los individuos a tomar acción para reducir su exposición a las sustancias peligrosas”.

#### *Los desastres y la Salud Pública<sup>1</sup>*

El incremento constante del número de desastres y de sus víctimas hace que se constituya en un problema importante para el sistema sanitario siendo considerado, por varias razones, un problema de salud pública. Es posible identificar al menos cinco niveles de impacto:

- La producción de un exceso de mortalidad, morbilidad y afectación de la población, que excede lo habitual en la comunidad afectada.
- La modificación del patrón de enfermedades transmisibles y de riesgos medioambientales tradicionales de esa comunidad.
- El impacto sobre el sistema de servicios sanitarios, cuya capacidad de actuación es puesta a prueba en este tipo de circunstancias.
- Los efectos sobre la salud mental y el comportamiento humano.
- La afectación de las posibilidades de desarrollo del grupo afectado a medio y largo plazo, incluyendo los aspectos de reconstrucción y rehabilitación.”

#### *Trabajar desde la prevención*

Para prevenir y preparar hay que comunicar, es decir, ponerse en relación entre di-

<sup>1</sup> ARCÓS GONZÁLEZ, P., CASTRO DELGADO, R. Y DEL BUSTO PRADO, F.: “Desastres y Salud Pública: un abordaje desde el marco teórico de la Epidemiología” Pág. 126.

versos actores, transmitir mensajes que estimulen a la población, para que aprenda a protegerse y saber cómo actuar en momentos de emergencia.

A través de esta guía, se apunta a incluir la prevención en la cultura local sobre temáticas (cómo son las inundaciones, los vectores, los accidentes de tránsito) que están presentes de manera periódica en la sociedad. Se busca que los individuos se apropien de las herramientas de comunicación, para una adecuada prevención, preparación y respuesta.

### *Comunicación, no solo información*

Comunicación es un concepto y una práctica, más amplia que ‘información’. En ello coinciden las definiciones especializadas de ambos términos. Entendiendo a **COMUNICACIÓN**, como una construcción social de sentido surgida en el seno de las prácticas sociales. Alejándonos de las posturas que la consideran como un mero instrumento. Proponemos ver y entender a la comunicación como un proceso, como lugar en que se ponen en pugna los diferentes sentidos que circulan socialmente.

La idea de comunicación entendida como diálogo, como relación que necesariamente involucra la participación de múltiples actores implicados.

Si bien en el transcurso de la guía se va a encontrar con herramientas de información, anteriormente se debe trabajar en una construcción social de sentido, es decir, en el que se pueda a través de diagnóstico de la localidad obtener la información necesaria para saber cuales son las herramientas de comunicación que serán apropiadas.

Para lograr efectividad se debe saber comunicar y para esto es necesario entender y conocer el escenario en donde trabajamos, las posibilidades con la que nos manejamos y los hechos a los cual nos enfrentamos.

Por tal motivo es necesario Planificar para comunicar y así prevenir y preparar los efectos negativos de una situación de Riesgo Sanitario-Ambiental.

### *¿Cómo planificar una campaña de comunicación?*

#### *Objetivos*

Siempre es necesario para comenzar a trabajar tener delimitado el objetivo, tanto general como específico, de lo que quiero alcanzar. Los mismos nos ayudan a visualizar de forma sencilla lo que nos proponemos hacer como así también, al final del proceso saber si pudimos cumplir nuestras expectativas o no.

El general es la descripción objetiva (justa) y concisa que se pretende alcanzar con

la intervención que se está planeando o ejecutando.

**Ejemplo:** *Concientizar a la población de Berisso, en especial a los jóvenes, sobre la problemática por accidentes de tránsito que esta sufriendo la localidad.*

Los específicos detallan, desglosan y definen con mayor precisión las metas que se pretende alcanzar.

**Ejemplo:** *Realizar campañas de comunicación.*

Una vez delimitado los objetivos el siguiente paso es saber a quién dirigimos según la actividad a realizar. Para esto se debe armar un mapa de medios.

*Mapa de medios*

Es importante para una estrategia de comunicación tener en cuenta a los medios de comunicación. Para una campaña efectiva es necesario saber dónde dirigimos y tener en cuenta cuál es nuestro punto de llegada. Para esto debemos elaborar un mapa de medios de comunicación que consiste en:

**Mapa de medios**

*Es una herramienta que nos orienta a elegir los medios de comunicación a utilizar para cada estrategia, según su alcance y audiencia.*

- La cantidad de medios que tiene su localidad.
- Los tipos de medios (gráficos, radiales, audiovisuales) de la localidad.
- Las secciones de los medios (en gráfica) y los programas (radio y TV).
- Las características de los principales programas y secciones (periodístico, de entretenimiento, musical, etc.).
- La presencia o no de secciones o programas que aborden temas de salud. La perspectiva desde la que trabajan la salud.
- Los públicos a los que se dirigen esos programas y secciones.
- La cantidad de ejemplares que emiten esos medios o su alcance.
- Los programas más escuchados y vistos, y los diarios o revistas más leídos.
- Los principales periodistas y conductores de esos medios.
- A continuación el mapa de medios de Berisso. Es preciso aclarar que el mismo se compone de los medios vigentes hasta la fecha y debe ser actualizado teniendo en cuenta que pueden surgir modificaciones por cierre o creación de los mismos.

<i>Medio de comunicación</i>	<i>Formato</i>	<i>Información</i>	<i>Alcance</i>	<i>Audiencia</i>	<i>Impacto en la localidad</i>
FM Difusión <b>98.1 Mhz</b>	Radial	Av. 7 (Génova) N° 3269 Tel: 464-3940 E-mail: fmdifusion@hotmail.com  <i>Interés público</i>	<b>Toda</b> la localidad de Berisso	Es una radio de interés general con un público variado.	<b>Alto</b>
FM Sur <b>105.1 Mhz</b>	Radial	Av. Montevideo y 2 (Polo Informático - 1° piso) Telefax: 464-0410 / 7004 E-mail: info@radiosurfm.com.ar	Cubre aproxima- damente 150.000 Habitantes la ciudad de Berisso y Ensenada. El área de cobertura estaría en los <b>40Km.-</b>	70% esta en el rango de 15 a 40	<b>Alto</b>
Radio FM Sintonía <b>B 96.1 Mhz</b>	Radial Musical con un estilo joven, dinámico y actual.	167 N° 1121 Tel: 461-7669 / 7790	A todo el Gran La Plata (La Plata, Berisso, Ensenada, Magdalena, Chascomús, Berazategui, Hudson y Florencio Varela.)	Mayoritariamente jóvenes de entre 16 y 24 años.	<b>Alto</b>
FM ST <b>106.1 Mhz</b>	Radial Música tropical	122 bis y 76	Todos los barrios <b>menos alto los talas.</b>	En un 80% personas de entre 15 a 35 años.	<b>Alto</b>
FM Berisso <b>88.5 Mhz</b>	Radial	Manzana 7 - Barrio Obrero Telefax: 464-2405 / 1636 / 5141	<b>Todo Berisso.</b>		<b>Alto</b>
FM Fénix <b>94.1 Mhz</b>	Radial	165 e/ 20 y 21 Telefax: 464-3914 E-mail: eduardo94.1@phoo.com.ar	<b>Zona de la Franja</b>	Sobre todo gente del interior.	<b>Alto</b>
Semanario <b>El Mundo de Berisso</b>	Gráfico	Av. Montevideo N° 1400 esq. 16 Telefax: 461-2621 E-mail: elmundodeberisso@sptcom.ar www.semanarioelmundo.com.ar	Toda la localidad de Berisso y La Plata. <b>Sale todos los viernes.</b>	Material de interés para un margen amplio de lectores.	<b>Muy Alto</b>
www.desdeberisso.com.ar	Multimedial	28 e/ 162 y 162 N E-mail: desdeberisso@fullzero.com.ar	Poco, debido a que Internet no llega a la zona, solo es vía telofica por lo que muy pocos ciudadanos pueden tenerlo.	Jovenes y adultos.	<b>Bajo</b>
<b>CABLEVISIÓN - Berisso Noticias</b>	Televisión	Tel: 422-9012 / 422-9013 / 422-9014 / 442-9083 Oficina Berisso: 461-3260 / 442-9056 E-mail: canal5@ciudad.com.ar	Cablevisión no llega a los Barrios : Alto los talas, el Carmen, Obreo, Villa Zula, Santa Teresita, Juan B Justo y trabajadores de la	Es un programa destinado a toda la comunidad Berisense.	<b>Bajo</b>

Una vez realizado el mapa de medios podrá comenzar a desarrollar su campaña de mensajes. Ya que sabrá a quién deberá dirigirse.

### *Campañas de mensaje*

Una campaña es por lo general puntual, se realiza con un objetivo específico, y para ello desarrolla una serie de actividades y mensajes en un período de tiempo determinado; desde este punto de vista, se debe planificar para lograr una estrategia acorde a la campaña.

Para garantizar la marcha adecuada de una campaña de comunicación, hay que seguir su proceso, es decir, mantener una constante observación sobre el desarrollo de las acciones, el cumplimiento del cronograma, la elaboración adecuada de las piezas de comunicación, el desenvolvimiento de las relaciones internas y externas de las instituciones.

### *Seguimiento y evaluación*

El seguimiento o *monitoreo* está destinado a ir detectando ciertas particularidades y falencias en el camino y hacer correcciones oportunas o reorientar las acciones para el mejor cumplimiento de lo deseado. Porque un plan de comunicación se elabora y se lleva a cabo para llegar a los objetivos trazados anteriormente.

Por esta misma razón, se hace la evaluación de un plan, generalmente al final del período fijado. Puede haber también evaluaciones parciales, cada trimestre o semestre, dependiendo de la extensión y la complejidad del mismo.



# *Etapa 2*



## Etapa 2

### *Planificación de la Comunicación para prevenir y preparar riesgos, con impronta local.*

#### *Plan de Gestión de Comunicación de Riesgos*

La gestión de riesgos, orientada a reducir los desa<sup>2</sup>stres o efectos desfavorables de fenómenos peligrosos, es, en primer lugar, un proceso de planificación, y en este, la comunicación es imprescindible. La misma esta pensada como un proceso que trasciende la mera difusión: es relacional, interactivo, participati<sup>3</sup>vo.

Desde esta perspectiva, la comunicación se convierte en parte fundamental de la planificación en la gestión de riesgos, la cual implica, además, coordinación entre diversos sectores sociales, como las autoridades municipales, los delegados zonales.

El diagnóstico, la planificación, la gestión y la evaluación corresponden a diferentes momentos del proceso para la construcción de una campaña de comunicación.

El **diagnóstico** es el momento en el que se conoce el campo a trabajar.

La **Planificación**, el proceso fundamental para identificar la situación deseada sobre la que queremos trabajar y mejorar. Mediante objetivos y líneas de acción encuadradas en un tiempo determinado. La planificación es una herramienta que nos posibilita pensar de una forma estratégica nuestras acciones.

La **gestión** es uno de los momentos mas importantes, aquí se lleva a cabo el trabajo propuesto en la etapa anterior.

Por ultimo la **evaluación** es el momento de análisis entre los actores que participan de la planificación, dando a conocer los obstáculos y los objetivos cumplidos.

A continuación se presentaran cuatro pasos que servirán de guía para realizar la campaña de comunicación.

#### *Paso 1: La búsqueda*

Es el momento de llevar a cabo el diagnostico y encontrar las vulnerabilidades de la localidad para luego poder trabajar desde la prevención y preparación. Esta búsqueda se puede llevar adelante a través de entrevistas, encuestas, observaciones, análisis de medios, entre otras.

<sup>2</sup> Ver definición en glosario

<sup>3</sup> Alexandra Ayala Marín, ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD/ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. ÁREA DE PREPARATIVOS PARA EMERGENCIAS Y DESASTRES. "Manual de comunicación para desastres". Quito, mayo 2004. Pag 34

## *Principales vulnerabilidades de la localidad.*

### *Accidentes de tránsito*

La falta de señales de tránsito, de lomas de burro o de semáforos, sumado al descuido del conductor o el peatón a la hora de manejar o cruzar la calle, lleva a que los accidentes de tránsito en Berisso, sea una de las principales causas de muerte.



### *Contaminación por petroquímicos*

En la entrada de la localidad de Berisso por calle 60 se encuentra la planta central de Repsol-YPF. La cercanía de la ciudad a Ensenada, territorio con distintas plantas industriales, trae consecuencias de salud y ambiente.



### *Inundaciones*

La crecida del río en la localidad y la falta de desagüe en las calles traen aparejados inundaciones que afectan a gran parte de los Berisenses.



### *Vectores*

A raíz del hacinamiento y la acumulación de residuos sólidos urbanos se generan criaderos de vectores que afectan a la población.



## *Paso 2: A trabajar*

Luego de detectar las vulnerabilidades locales lo ideal es realizar una campaña de prevención y preparación para cada temática. Como paso principal debemos ordenar la información y así saber para que lado abocarnos.

### **Vulnerabilidad**

*Las características y las circunstancias de una comunidad, sistema o bien que los hacen susceptibles a los efectos dañinos de una amenaza.*

*Seis Preguntas que no deben faltar para organizar la información y poder delimitar los objetivos de la campaña de comunicación.*

- **¿Qué?**

Realizar una Campaña de Comunicación para prevenir riesgos, con imprevista local.

- **¿Quiénes?**

Las autoridades municipales (secretaría de salud, secretario de promoción social, delegados zonales), directivos y personal de las unidades sanitarias y los promotores de salud.

- **¿Cuándo?**

Al ser campaña de prevención se pondrá en práctica todos los días, teniendo en cuenta la herramienta de comunicación que se utilice

- **¿Cómo?**

A través de herramientas comunicacionales de formato radial, multimedial, gráfico y audiovisual, entre otros.

- **¿Dónde?**

En la localidad de Berisso, abarcando escuelas, unidades sanitarias y eventos sociales.

- **¿Por qué?**

Porque se debe tener una planificación adecuada para poder prevenir efectos negativos ante situaciones de accidentes de tránsito o invasión de vectores como

puede ser Gripe A o Dengue.

Porque es una buena forma de concientizar a los ciudadanos y así poder presentarles acciones para llevar adelante y prevenir estas cuestiones.

### *Paso tres: La propuesta*

Aquí se delimita el objetivo general y los específicos que nos guiarán a lo largo del recorrido. También se decidirá los destinatarios. Luego expondremos las distintas actividades a llevar a cabo para el cumplimiento de los mismos. Es necesario destacar que la guía propone ideas para la temática de accidentes de tránsito, pero estas pueden ser utilizadas en otras situaciones como epidemia de Gripe "A", entre otras.

#### *Ejemplo: Accidentes de Tránsito*

Como primera medida se deberá establecer un objetivo y sus respectivas líneas de acción.

#### *Objetivo General*

*Concientizar a la población de Berisso, en especial a los jóvenes, sobre la problemática por accidentes de tránsito que esta sufriendo la localidad.*

#### *Objetivo específico*

*Realizar campañas de comunicación*

#### *Líneas de acción*

- Llevar a cabo charlas dinámicas en los colegios de Berisso, para alumnos de la secundaria.
- Realizar videos sobre la temática correspondiente.
- Realizar spot radiales.
- Realizar fotonovelas y radio teatros.
- Realizar charlas de comunicación.

#### **Líneas de acción**

*Actividades a realizar para llevar a cabo los objetivos propuestos en las estrategias de comunicación*

### Destinatarios de la campaña

- Jóvenes de entre 17 y 25 años.

A continuación se presentan algunas ideas para llevar a cabo las estrategias que se delimitarán para la campaña de prevención.

- Llevar a cabo charlas informativas y dinámicas en el secundario sobre tránsito. A través de juegos dinámicos.

**Por ejemplo:** Se separan en dos o más grupos el aula, según la cantidad de chicos. Un integrante del equipo agarrará un mazo de cartas, con las señales de tránsito, tomará una y deberá dibujarla en el pizarrón, sus compañeros tendrán que adivinarla en un tiempo de 15 segundos.

### Estrategia

*La estrategia es el pilar fundamental. Son las acciones planificadas para llegar a nuestro fin. Nos ayuda a lograr nuestros objetivos.*

- Proponer realizar un video sobre accidentes de tránsito, protagonizado por los alumnos, donde la “voz en off”<sup>4</sup>

sean uno o más estudiantes, para que llegue con mayor impacto a la comunidad. El mismo se podrá pasar en los colectivos de la línea 202, teniendo en cuenta que poseen televisores. Como así también se podrá utilizar como propaganda para la televisión. Sin embargo se debe tener en cuenta, como lo nombramos anteriormente en el mapa de medios, la televisión no es el canal de comunicación que más se utiliza en Berisso. Por lo que sería conveniente llevar a cabo un spot radial que impacte a la comunidad.

- Otra estrategia de comunicación para utilizar es la realización de radios-teatros en eventos sociales como la fiesta de vendimia o de los inmigrantes teniendo en cuenta la cantidad de población que atraen.

- Pegar en las unidades sanitarias afiches, que podría ser tipo “foto novela”<sup>5</sup> sobre la prevención de accidentes de tránsito. Esto también se podría publicar en el semanal El mundo de Berisso, teniendo en cuenta la importancia que este tiene para la comunidad.

- Camioneta con altos parlantes que transmita por los distintos barrios las medias que deben tomar para poder prevenir dicha situación, posibilitando la llegada a más cantidad de vecinos. En el audio que se emitirá por un lado será para prevenir por ejemplo accidentes de tránsito “Sea prudente, cuide su salud y la de los demás. Respete las señales de tránsito, baje la velocidad, póngase el cinturón de

<sup>4</sup> voz. Técnica que se utiliza para contar o relatar una escena pero sin que la persona aparezca en pantalla, solo se escucha su

<sup>5</sup> Una fotonovela es una narración en fotografías

seguridad. La seguridad vial la hacemos entre todos”, “Para informarse sobre qué es lo que debe hacer llame al 0800 o acérquese a su Unidad Sanitaria más cercana que le brindarán toda la información que necesite. Estamos trabajando para vos”.

- Se pueden llevar adelante charlas informativas de cómo actuar frente a situaciones de crisis, para aquellas personas que deban informar en dichas circunstancias. Estos encuentros serán brindados por profesionales de la comunicación y se desarrollaran con actividades como por ejemplo que actitud tener frente a la cámara.

#### *Paso 4: ¿Cómo lo hacemos?*

Ahora se darán algunos tips a tener en cuenta para su producción, acompañado de ejemplos.

#### **¿Qué son los Spot Publicitarios para medios audiovisuales y radiofónicos?**

Es un anuncio publicitario que se difunde específicamente en la TV o en la radio, para comercializar cualquier producto o servicio (en este caso spot de preparación y prevención). Son historias breves donde se deben resaltar los beneficios de dichos productos en 20 o 40 segundos máximos. El mismo debe estar cargado de estrategias planeadas y lenguajes, imágenes y sonidos; de modo que al ser visto o escuchado (en el caso radial), acapare la atención de la audiencia

#### *Campaña Radial<sup>6</sup>*

##### *Cinco pasos importantes a tener en cuenta para una campaña eficiente*

*Presentar una idea. Cada anuncio radial debe tener un mensaje principal, que debe repetirse varias veces en el transcurso del material. Romper los moldes. Ensaye ideas y formatos originales.*

Tratar de dirigirse al corazón y a la cabeza del oyente. Trate de conseguir que el anuncio o el programa afecten de algún modo los sentimientos de la audiencia<sup>7</sup>. Ampliar la imaginación del oyente. Las voces, la música y los efectos especiales pueden y deben evocar cuadros y crear imágenes en la mente.

Pedir a los oyentes que actúen. Muéstrese explícito sobre las actividades que estos pueden poner en práctica para resolver el problema.

#### *Ahora sí, el ejemplo*

Medio: Radio

Formato: Anuncios de 30 segundos

Tema: Prevenir los accidentes de tránsito

Grupo de amigos viajando en auto por la calle central de Berisso

El conductor eleva la velocidad permitida hasta 60km por hora.

**Acompañante:** Martín, no aprietes tanto el acelerador, te estas excediendo 60km de lo permitido.

**Conductor:** Callate Joaquín, no pasa nada, siempre voy a esta velocidad y nunca termine mal.

**Acompañante:** Tinchoooooooooo cuidado la señora que cruza,

Se escucha una frenada brusca, el atropello, Y ruido de vidrio. Al mismo tiempo el grito del chico NOOOOOOOOOO!

“No juegues con tu vida, ni con la de los demás. Respeta las señales de tránsito.”

EVITA LOS ACCIDENTES DE Tránsito, JUNTOS PODEMOS HACERLO.

## *Campaña contra vectores*

### *Audiovisual*

*A la hora de llevar a cabo herramientas de dicho formato se deben tener en cuenta las siguientes cuestiones*

### *Spot audiovisuales*

- Deben durar entre 40 y 60 segundos.
- Se debe tener en claro lo que se quiere transmitir.
- Se deben hacer principalmente planos medios<sup>8</sup> y planos generales<sup>9</sup> para incentivar al receptor.
- Se debe acompañar con una voz en off que vaya relatando.
- Es conveniente terminar el mismo con alguna frase que impacte a la comunidad.

### *Documentales*

- Estos pueden durar entre 30 y 60 minutos
- Son mas informativos y explicativos
- Se puede terciarizar<sup>10</sup>
- Es conveniente que participen profesionales del tema para abordar la temática de mejor manera.
- Se debe mechar con imágenes y testimonios.

### *Un ejemplo*

Podemos realizar un spot audiovisual para pasar como propaganda utilizando imágenes que impacten en la mente del individuos, como puede ser hombres tira-

8 Planos que filman de la mitad del cuerpo para arriba.

9 Planos que filman la situación general que queremos mostrar, es decir son planos amplios.

10 Delegar dicha actividad a una empresa externa de la organización.

dos, autos destrozados. Para luego finalizar con la frase :

“No queremos que esto suceda, por eso te pedimos que colabores junto a nosotros”  
(Y acá se dan las instrucciones adecuadas)

PORQUE queremos NUESTRA CIUDAD, ENTRE TODOS HAGAMOS MAS POR BERISSO.

### *¿Cómo hacemos una fotonovela?*

La fotonovela es una combinación de imagen y texto, es decir, dos tipos de lenguajes: el verbal y el visual. El mismo esta dirigido al sentido de la vista ya que el sonido se sustituye por códigos visuales específicos como pueden ser las onomatopeyas. Una fotonovela es un proyecto complejo, que es mejor realizar en grupo. De esta forma se pueden repartir las tareas, coordinándose entre los diferentes miembros del grupo. Cada persona del grupo elegirá aquello que se le dé mejor, o lo que se sienta más capaz de realizar

### *Cuestiones importantes:*

- El mensaje verbal se realiza en forma de textos que pueden aparecer de dos maneras: carteles y bocadillos o globos.
- El texto conserva en la imagen secuenciada el mismo tipo de relación que tenía en la imagen fija y aislada: sirve para enlazar la historia y, de ese modo, orientar al lector.
- Acordar un tema concreto en torno al que girará todo el guión;
- Elegir el número de personajes, los escenarios, el vestuario y la evolución temporal;
- Inventar un título atractivo para el proyecto;
- Escribir el desarrollo de la idea original en forma de relato para que luego sea mas fácil fotografiar y saber que imágenes tomar.
- Redactar los pies de foto a partir del relato ya elaborado;
- Pensaren la presentación final del proyecto: colores de las cartulinas, portada, tipos de letra, disposición de los bocadillos, recortes de la fotos, etcétera;
- Componer la fotonovela con los materiales acumulados: fotos, textos y cartulinas.

### *Opciones para hacer un radio-teatro.*

Los radioteatros dependen del *diálogo*, la *música* y los *efectos de sonido* para ayudar al oyente a *imaginar* la historia.

Es importante la tarea del relator dado que es el quien comienza a contar la histo-

ria y presenta a los personajes.

Otra cuestión importante es el sonido y la musicalización. Esta marca el principio y el final de cada escena y además pone énfasis en situaciones deseadas.

Ejemplo: se puede tomar el ejemplo del spot radial y ampliarlo para desarrollar el radioteatro en algún evento social.

### *Charlas de Comunicación<sup>11</sup>*

Las mismas serán brindadas por profesionales de la comunicación o personas relacionadas a la temática.

A la hora de organizar el evento tener en cuenta los siguientes aspectos:

Defina fecha, hora y lugar del encuentro.

Llame y reúname con los disertantes.

Invite formalmente a los destinatarios que desee que concurren.

Ambiente el salón con los recursos materiales adecuados: sillas, computadoras, mesas, entre otras.

Compruebe el funcionamiento de los enchufes.

A continuación se presenta un ejemplo para desarrollar la charla.

#### **•9:00-9:15:**

Inicio del seminario

Palabras de bienvenida

Presentación de los formadores y del equipo

Objetivos de la sesión

Intercambio de pareceres entre los directores y los formadores

#### **•9:15-9:30**

Introducción

Que se pretende conseguir en la sesión

Repaso de las actividades de la jornada

Normas básicas para aprovechar la jornada

Test de actualidad

#### **•9:30-10:30**

Los aspectos fundamentales para comunicar con eficacia

Las formas: Igual de importante que el fondo

El antes, durante y después de una situación de Riesgo. Que se debe tener en cuenta y como.

¿Cómo funcionan los medios de comunicación?

¿Cómo trabaja un periodista?

Recomendaciones ante la crisis

<sup>11</sup> Alca t Enrique. Y ahora ¿Qué? Claves para gestionar una crisis y salir fortalecido. Apéndice 1 Pag 95,96 y 97. Empresa activa 2005

**•10:30-11:00**

Declaración a cámara de sorpresa

Los asistentes realizan la primera toma de contacto con una cámara de TV sin preparación alguna y sobre algún tema de máximo interés relacionado a la crisis sanitario/ambiental

**•11:00-11:15**

Pausa

**•11:15-11:45**

Revisión y análisis del ejercicio anterior

**•11:45-12:30**

Mensajes claves. Revisión, actualización y discusión

**•12:30-12:50**

Círculo radiofónico

Debate de actualidad relacionado con la crisis a tratar.

**•12:50-13:00**

Revisión y análisis del ejercicio anterior

**•13:00-13:30**

Entrevista de TV, cara a cara de cada directivo con un profesional de televisión durante un programa en “directo” sobre algún aspecto relacionado a la crisis

**•13:30-14:00**

Revisión y análisis del ejercicio

**•14:15:30**

Pausa

**•15:30-16:15**

Rueda de prensa, los portavoces darán a conocer a la comunidad una serie de novedades sobre la crisis delante un grupo de periodistas.

**•16:15-16:30**

Revisión y análisis

•16:30-17

Videos de situaciones reales  
Ejemplos  
Comentarios y análisis

•17:00-17:15

Entrevista o prueba sorpresa

•17:15-18

Conclusiones  
Recordatorios  
Ejes básicos de la comunicación en situaciones de crisis  
Entrega de documentos  
Preguntas  
Test de evaluación

*Planificación de la Comunicación para prepararse ante riesgos con impronta local.*

*Ejemplo: INUNDACIONES*

*Paso 1: La búsqueda*

Es el momento de llevar a cabo el diagnóstico y encontrar las vulnerabilidades de la localidad para luego poder trabajar desde la preparación. Esta búsqueda se puede llevar adelante a través de entrevistas, encuestas, observaciones, análisis de medios, entre otras.

*Paso 2: A trabajar*

Luego de detectar las vulnerabilidades locales lo ideal es realizar una campaña de prevención y preparación para cada temática. Como paso principal debemos ordenar la información y así saber para que lado abocarnos.

Seis Preguntas que no deben faltar para organizar la información y poder delimitar los objetivos de la campaña de comunicación.

- ¿Qué?
- Realizar una Campaña de Comunicación para prepararse ante riesgos, con impronta local.
- ¿Quiénes?
- Las autoridades municipales (secretaría de salud, secretario de promoción social, delegados barriales) y los directivos de las unidades sanitarias.

- ¿Cuándo?
- En momentos de inundaciones o contaminación por petroquímicos. Donde la población se encuentra en situación de riesgo y se debe realizar una campaña para mitigar dicha situación.
- ¿Cómo?
- A través de herramientas comunicacionales
- ¿Dónde?
- Se realizarán las distintas herramientas comunicacionales en los sectores implicados y cercanos a los mismos. Cómo ser Unidades Sanitarias, ONGs, parroquias, palacio municipal, vía pública, entre otros.
- ¿Por qué?
- Porque se debe tener una planificación adecuada ante tal eventualidad cómo es una inundación o alguna contaminación por petroquímico que pueda ocasionar la empresa Petroquímica de YPF que se encuentra en cercanías a Berisso.
- Porque se debe saber estar preparados y en donde el caos y la incertidumbre está en cada uno de los ciudadanos implicados.
- Porque es una herramienta muy importante que deben poseer todos aquellos que llevan tranquilidad a los hogares. Qué decir y cómo, son fundamentales para forjar en los vecinos tranquilidad y principalmente confianza en las autoridades municipales y directivos de las unidades sanitarias.

### *Paso 3: La propuesta*

Aquí se delimita el objetivo general y los específicos que nos guiaran a lo largo del recorrido. También se decidirá los destinatarios. Luego expondremos las distintas actividades a llevar a cabo para el cumplimiento de los mismos.

#### **Objetivo general**

*Trabajar en la disminución de los impactos que pueden ocasionar una inundación en la localidad de Berisso.*

## Objetivo Específico

*Realizar herramientas comunicacionales.*

### *Líneas de acción*

Realizar conferencia de prensa, elegir y preparar a los portavoces.  
Realizar Comunicados de prensa y gacetillas.  
Diseñar folletos.  
Generar una línea 0-800.

### *Destinatarios:*

Adultos de 25 a 45 años. De clase media/baja.

## *Paso 4: ¿Cómo lo hacemos?*

Ahora daremos algunos tips a tener en cuenta para su producción, acompañado de ejemplos.

Herramientas Comunicacionales para prepararse frente riesgos sanitarios/ambientales

### *Conferencia de prensa<sup>12</sup>:*

#### *¿Por qué realizar una conferencia de prensa?*

- Para proporcionar más información que en un comunicado de prensa<sup>13</sup>.
- Para interactuar: responder preguntas
- Para defenderse ante publicidad negativa.

### **Conferencia de prensa**

*Las conferencias de prensa sirven para hacer anuncios importantes o para ofrecer alguna explicación sobre un hecho destacado.*

#### *Ocasiones en las cuales realizar una conferencia de prensa*

- Cuando se tienen importantes avisos por hacer
- Cuando hay una emergencia o crisis

#### *Antes de la conferencia de prensa:*

- Programar la fecha y la hora
- Seleccionar el sitio
- Escoger y capacitar al moderador y participantes

<sup>12</sup> Fuente: Grupo de Trabajo para la Salud y Desarrollo Comunitario de la Universidad de Kansas. Caja de Herramientas Comunitarias "Organizando una conferencia de prensa" <http://ctb.ku.edu/> abril 2011.

<sup>13</sup> definición en la pagina 23 subtítulo Comunicado de prensa.

- Contactar a los medios
- Elaborar una carpeta de prensa
- Preparar la sala

*La carpeta de prensa debe contener lo siguiente:*

- Una lista de los participantes de la conferencia de prensa.
- Un comunicado de prensa y antecedentes sobre el tema.
- Fotografías brillantes en blanco y negro.
- Biografías resumidas de los participantes.
- Reportajes/artículos relacionados.

*Consejos para los participantes:*

- Ser claro y preciso
- Vista correctamente
- Diga siempre la verdad

*Preparación de la sala:*

- Verificar la ubicación de los enchufes eléctricos.
- Colocar una mesa para sentar a sus oradores.
- Proporcionar asientos para los reporteros y su equipo.
- Desplegar materiales visuales como fondo para el panel.
- Tener una hoja de registro de asistencia.

*En la conferencia de prensa:*

- Dar la bienvenida a la prensa.
- Hacer que se registren y proporcionar a cada uno una carpeta de prensa.
- Revisar la hoja de registro para saber qué medios están representados.
- No comenzar más tarde de 5 minutos después del tiempo programado.
- Grabar el evento.
- El moderador dará la bienvenida a la prensa y presentará el tema y a los participantes.
- Cada participante deberá hacer una presentación de 3-5 minutos, destacando 3-5 puntos clave.
- Después de las presentaciones, el moderador dará lugar a las preguntas de la prensa.
- Después de aproximadamente 45 minutos, finaliza la conferencia. Se

agradece a los participantes y a los medios.

### *Después de la conferencia de prensa:*

- Revisar la hoja de registro para determinar qué medios importantes no asistieron.
- A los que no asistieron, entregarles un comunicado de prensa y una carpeta de prensa

## **PORTAVOCES**

*El portavoz es la cara visible de nuestro problema. Es el encargado de comunicar aquellos que deseamos.*

### *Elegir y preparar a los portavoces*

Es muy importante que sepa informar correctamente cuáles son las causas, las consecuencias y qué indicaciones deben seguir principalmente los perjudicados y toda la comunidad en general. Para esto es trascendental que tenga en cuenta al momento de realizar cualquier tipo de comunicado las siguientes reflexiones:

Como expresa Enrique Alcat en su libro “Y ahora ¿Qué?”, los portavoces deberían reflexionar sobre estas diez puntos fundamentales antes de aparecer en público por un tema de crisis sanitario/ambiental:

- ¿Dispongo de datos reales, objetivos y constatados?
- ¿He pensado cual es el eje de mi discurso?
- ¿Qué tres o cuatro mensajes puedo destacar?
- ¿Puedo transmitir alguno de estos ejemplos en forma de titular periodístico?
- ¿He pensado algunos ejemplos que ayuden a comprender estos mensajes?
- ¿Utilizaré el lenguaje adecuado para la audiencia a la que me dirijo?
- ¿He repasado estos mensajes y los he actualizado en función del acontecimiento?
- ¿Improvisaré ante alguna pregunta desprovista o me limitaré a responder lo consensuado?
- ¿Además de contestar a las preguntas podré añadir respuestas previamente preparadas que ayuden a entender mi mensaje?
- ¿Estoy preparado para afrontar situaciones de tensión motivadas por la agresividad, la desinformación o la manipulación ajena?

## Comunicado de prensa

### Lineamientos a tener en cuenta cuando da a conocer el comunicado de prensa:

- Utilice un lenguaje sencillo y no técnico. Sea sensible a las normas locales, como las formas de hablar y vestirse. Use imágenes concretas y conocidas que permitan la comunicación en un nivel personal. Utilice ejemplos y anécdotas para hacer que los datos técnicos sobre el riesgo sean vivos.
- Evite el lenguaje distante, abstracto y sin sentimiento cuando se refiera a muertes, daños y enfermedades. Como parte importante de la evaluación de riesgos, muestre conocimiento y responda (con palabras y acciones) a las emociones que la gente expresa –ansiedad, miedo, coraje, lágrimas, necesidad de ayuda– así como a los distintos puntos de vista del público, por ejemplo, voluntad, posibilidad de control, familiaridad, origen (natural o antropogénico), beneficios, honestidad y peligro catastrófico potencial.
- Siempre trate de incluir una discusión sobre las actividades que se están llevando a cabo o que pueden efectuarse. Diga a la gente lo que usted no puede hacer. Prometa solamente lo realizable y asegúrese de cumplirlo.

### **Comunicado de prensa**

*Herramienta fundamental para la adecuada difusión. Nos ayuda a llegar a todos los medios deseados.*

### Puntos a considerar:

- No importa qué tan bien maneje usted la información para comunicar los riesgos, algunas personas pueden no estar satisfechas.
- Nunca escatime esfuerzos para informar al público sobre los riesgos. No deje de reconocer que cualquier enfermedad, daño o muerte es una tragedia.
- Si la gente está bastante motivada será capaz de entender la información sobre los riesgos complejos, aun si los individuos no están de acuerdo con usted.

- Estos puntos deben ser guía para armar su comunicado de prensa, como por ejemplo en situaciones de inundación, usted debe tratar de principalmente llevar tranquilidad a los damnificados.

### *Gacetillas diarias*

Tiene un estilo muy parecido al comunicado de prensa, dicha herramienta debe estar redactada de forma clara y concisa, ya que los medios que son los que van a difundir la información siempre prefieren textos cortos con lo fundamental. A continuación se desarrolla otro tipo de estructura para realizar una gacetilla de prensa.

- Membrete de la organización, asamblea, grupo de vecinos autoconvocados, etc.
- Especificar que se trata de una Gacetilla de Prensa, Nota de Prensa o Comunicado de Prensa (es lo mismo).
- Título (Debe ser impactante, pero estrictamente informativo)
- Copete (un párrafo que resuma lo que queremos decir)
- Texto (antes que nada hay que consignar la ciudad y la fecha. Las primeras cuarenta palabras deben decir lo que interesa que se conozca. El texto debe contar con datos precisos. Es conveniente que alguien de confianza y ajeno al tema lea el comunicado para evaluar si es comprensible).
- Referencia de una o dos personas que pueden brindar mayor información, indicando sus números de teléfono.

### *Extensión y estilo*

En lo posible debe ocupar como máximo dos páginas. Las gacetillas largas no se leen. En los medios radiales cuánto más corta, más probabilidades de que sea comentada o leída.

Las oraciones deben ser cortas y simples (sujeto-verbo-predicado). Los párrafos no deberían exceder las cuatro o cinco líneas. Si se considera necesario, resaltar con **negrita** lo que se desea destacar. Tratar de contar todo con la menor cantidad de palabras posible (ejemplo: en vez de escribir “que comience a emprender un camino diferente en materia de residuos”... decir “comience un camino diferente en materia de residuos”. Los periodistas aprecian la redacción breve y puntual. La gacetilla de prensa es “informativa” y no “publicitaria”. Hay que evitar, en la medida de lo posible, adjetivos calificativos<sup>14</sup> o superlativos.<sup>15</sup> Hay que contar los

<sup>14</sup>

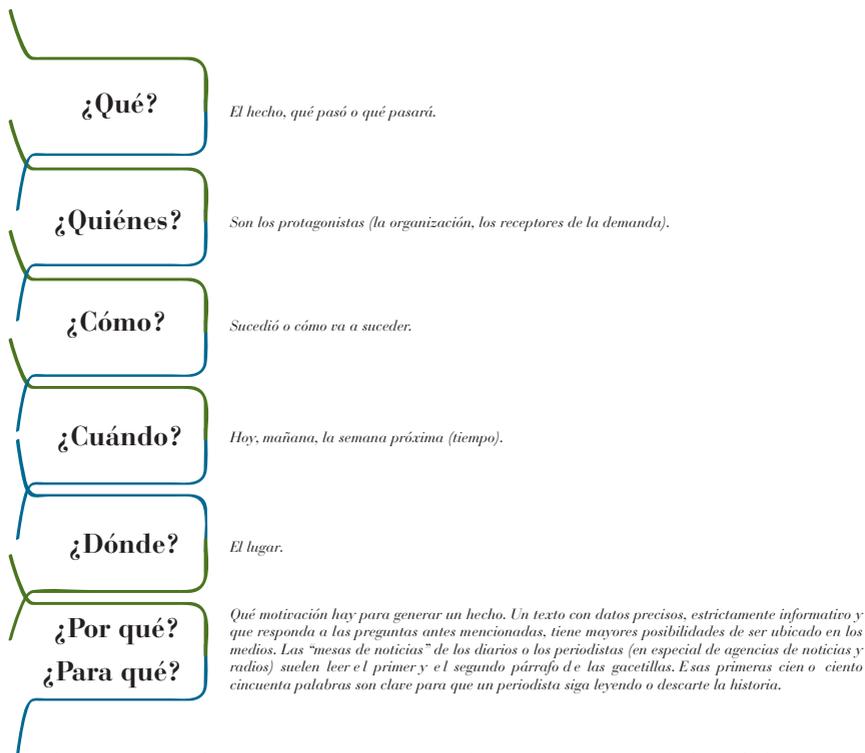
Aquellos que califican a las cosas y personas como puede ser lindo, alto, bajo.

<sup>15</sup>

Un adjetivo está en grado superlativo cuando expresa una cualidad del nombre en su grado máximo. Ejemplo: el agua sube rapidísimo.

hechos. Al contrario de lo que se dice, los periodistas desconfían de las técnicas de persuasión, sólo quieren saber “de qué se trata”. Quieren información veraz. Aprecian los comunicados con contenidos concretos.

Una gacetilla de prensa con “poder noticioso” tiene que tener formato periodístico. Debe estar armada como una noticia. Y debe responder seis preguntas básicas, sin importar el orden (lo que importa es el hecho, y después la forma en que se lo cuenta):



Antes de imprimir el comunicado conviene hacerle un control de calidad:

- Chequear la redacción: el texto debe tener una buena redacción (tono, estilo, errores de tipeo, lógica, gramática y ortografía).

Audiencia: ¿a quién se quiere llegar?, ¿qué es lo que buscan los lectores y qué les

está dando el comunicado?

Ejemplo de título, copete y primer párrafo

=====

## GACETILLA DE PRENSA

=====

MÁS DE 300 EVACUADOS EN BERISSO (Título)

Por la inundación [**qué-asunto**], **ayer por la noche**, (**cuando**) la Municipalidad de Berisso [**quién-objetivo**] fue a los barrios más damnificados de la última tormenta de más de 210ml por hora [**cómo-forma**] en los barrios de Villa Arguello, El Carmen [**dónde-lugar**]. [*Copete*]

Buenos Aires, 3 de mayo de 2011. El grupo de autoridades de la Municipalidad de Berisso [**quién-protagonista**] realizó un reconocimiento por todos los barrios más perjudicados por las últimas inundaciones [**qué**] para tener la mayor información del número de personas que debían ser evacuados [**quién-objetivo**]. Por lo que constataron que hasta el momento unos 300 vecinos deberán instalarse en centros de evacuación y parroquias de la zona [**cuándo**] a partir de la fecha quedan estos centros a disposición de quién lo necesite (calle 67 e/ 168 y 169) [**dónde**], lo podrá hacer llamando por teléfono a un 0800- o directamente a dicha dirección [**cómo**]. [*Primer párrafo*]

Se agradece su difusión (al finalizar la gacetilla)

### *Folletos*

Debe ser claro y conciso con las indicaciones que se detallarán en este medio. Si es posible que de acciones prácticas ante determinados hechos (por ejemplo una inundación).

### *Ejemplo: Durante la inundación;*

- Conserve la calma e infórmese constantemente a través de un radio portátil.
- Atienda las indicaciones de las autoridades.
- Evite caminar y cruzar por sectores o calles inundadas, sobre todo si observa que la corriente del agua es muy rápida. Aunque el nivel del agua sea bajo, puede aumentar rápidamente y desarrollar velocidades peligrosas.

- No salga ni trate de manejar a través de caminos inundados.
- Si el vehículo se atasca al intentar cruzar una corriente, debe abandonarlo inmediatamente y buscar la parte más alta en los alrededores.
- Identifique los lugares más altos de la región, que no puedan ser inundados, así como las rutas de acceso a los refugios temporales. (Iglesia, ONG)
- Tenga a la mano un botiquín de primeros auxilios, lámpara de mano, radio portátil y las baterías respectivas.

Dichos tips deben estar acompañados de fotografías que ayuden a entender la gravedad del asunto (en este punto cabe aclarar que esta herramienta comunicacional se debe realizar de forma previa para así una vez ocurrido el hecho no tener que estar armando un folleto en tal situación caótica.

De no estar diseñado en el momento de la inundación sólo ponga lo necesario para que los ciudadanos sepan que es lo que deben hacer en ese momento y cómo deben continuar).

Los folletos pueden si bien ser hechos a computadora, luego impresos o bien realizarlos a mano con la letra lo más clara y legible posible (ya que por ejemplo en un momento de crisis no tiene el tiempo o los recursos para realizarlo en la computadora) luego de realizar un boceto sáquele copias y proceda a repartirlos.

### *Línea de atención permanente 0800*

El sistema está orientado a captar y resolver los pedidos de información y/o servicios de los vecinos derivándolos para su atención a las áreas operativas correspondientes.

#### *Modalidad del Servicio*

- Atención telefónica personalizada de lunes a lunes las 24 horas
- Objetivos
- Optimizar el proceso de contacto y servicios al vecino, transformando cada pedido en una orden de servicio.
- Facilitar el seguimiento del estado y evolución de cualquier reclamo.
- Estandarizar tiempos y tareas necesarias para resolver un reclamo.
- Dar a conocer las funciones relevantes de la administración municipal.
- Fortalecer los derechos de los vecinos.
- Dar a conocer las vías para formular pedidos, quejas, reclamos y sugerencias.
- Poner a la tecnología al servicio de los vecinos de la localidad.

## *Cronograma y división de tareas*

### *¿Cómo lo hacemos?*

Existen distintos pasos para realizar un cronograma de actividades para que se pueda trabajar de la mejor manera y transmitir de forma ordenada, las cuestiones relacionadas a lo eventual del momento (ya sea una inundación o una gran cantidad de infectados por algún vector). En todos los casos se debe tener siempre a mano, un cronograma en donde se plasmen, aquellas líneas de acción que deberán seguir adelante para así cubrir cualquier circunstancia.

Ítems a tener en cuenta al momento de su realización:<sup>16</sup>

1. Organizar jerárquicamente por medio de un listado las actividades que deben realizarse para no olvidarse de nada (cómo ser armar gacetillas de prensa, convocar a los medios a una conferencia de prensa, tener a mano todas las posibles preguntas con sus respectivas respuestas, organizar en distintos puntos principales alojamientos para los afectados) ,aquellas que son prioritarias y cómo las que no lo son tanto.
2. Una vez determinadas las actividades, se deberán buscar algunas herramientas que le faciliten organizar dicho listado. Por ejemplo se puede usar Excel para hacer un diagrama de barras, luego agregar las tareas accesorias a las principales y marcar los inmediatos. La cantidad de actividades deberá tener relación con el nivel de control que necesitemos ejercer luego.
3. Establezca la secuencia de las actividades sin olvidar cuales son obligatorias y cuales son optativas, ya que al momento de tener que reducir plazos esta información será vital. Las restricciones de recursos no aparecen aún en esta etapa.
4. Estimar el esfuerzo de cada actividad (horas-hombre), definir los recursos a disponer y con esto calcular la duración de las tareas. Es decir, en este paso lo que se debe tener en cuenta es quien por ejemplo es él que será el portavoz o quien se encargara de realizar la gacetilla. Debemos tener bien delimitados cada actividad con su período y responsable para así estar seguros de que no se escape nada. El tiempo estimado deberá ser aquel que nos brinde probabilidades de terminar el proyecto a tiempo. Para algunos la probabilidad puede ser de 80%, para otros el 95% y habrá

<sup>16</sup> Adrián Muíño. Pág. Web <http://manuelgross.blogoo.com/content/view/310497/Como-hacer-un-cronograma-practico-y-util-nueva-actualizacion.html>

quienes se conformen con el 75%, depende de la situación y su entorno.

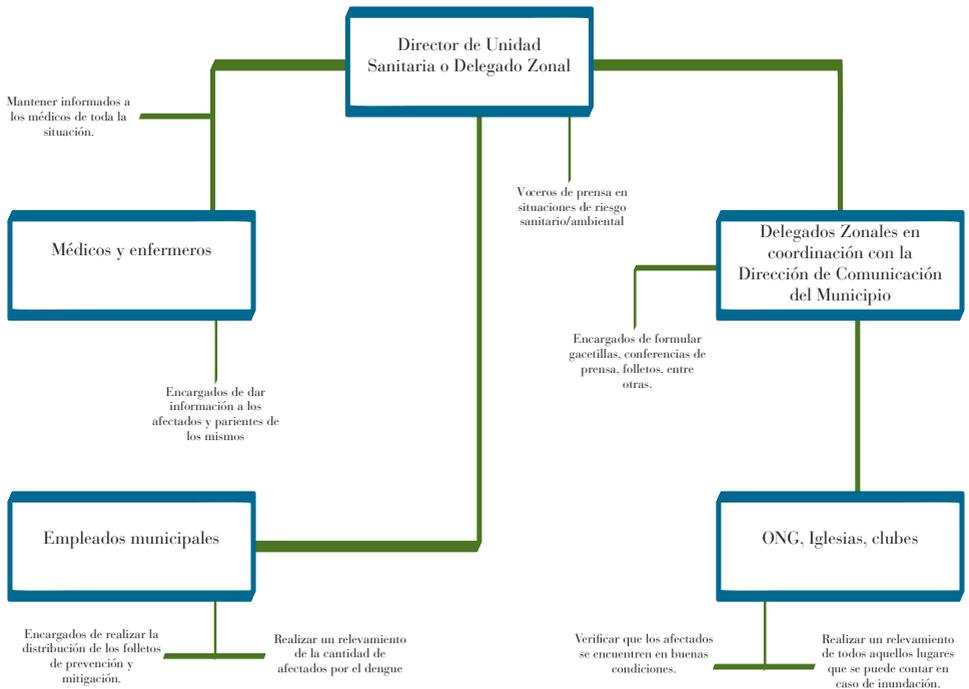
5. Finalmente hay que rever el cronograma a fin de: bajarlo a un calendario, nivelar recursos, es decir modificar las duraciones y comienzos de las tareas para que puedan ser ejecutadas por las personas designadas; optimizar el camino crítico, en otras palabras reducir el cronograma poniendo atención a las tareas que determinan la duración de las actividades; y por último mitigar el riesgo en las actividades con probabilidad de atrasarse. Ahora le brindaremos distintos ejemplos de cómo realizar un cronograma de actividades.

	<b>Lunes</b>	<b>Martes</b>	<b>Miércoles</b>	<b>Jueves</b>	<b>Viernes</b>	<b>Sábado</b>	<b>Domingo</b>
<b>Semana 1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Realizar un relevamiento de todos los afectados por la inundación</li> <li>•Llamar a los medios de prensa para una conferencia de prensa para dos días (miércoles o jueves a más tardar)</li> <li>•Disponer de lugares para poder hospedar a los implicados (ya sea clubes, colegios, iglesias, OXC(S)).</li> <li>•Crear un 0800 para cualquier consulta o reclamo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Tener un portavoz en cada unidad sanitaria que pueda transmitir en que situaciones se encuentran los afectados.(el portavoz se recomienda que sea el director de cada US)</li> <li>•Tener todos los datos a disposición de la prensa.</li> <li>•Realizar una gacetta de prensa para dar a conocer el número y situación de los afectados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Enviar la gacetta a los medios locales (ver mapa de medios).</li> <li>•Realizar el folleto con las indicaciones a seguir (donde poder llamar para cualquier consulta, que es lo que debe hacer para cuidar sus pertenencias, etc.).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Realizar la conferencia de prensa (no es necesario mucho despliegue, lo más importante es poder comunicar de forma correcta en que situación se encuentran aquellos que perdieron sus casas o familiares)</li> <li>•El portavoz-director debe estar bien informado para así poder transmitir de la mejor manera.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Realizar un nuevo relevamiento de los afectados (por si en el transcurso de los días no surgieron nuevos)</li> <li>•Repartir los folletos a los afectados y también a los que no fueron tan perjudicados. De esta manera se está trabajando también en la prevención.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Verificar que los afectados se encuentren en buenas condiciones en sus lugares de alojamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Efectuar un relevamiento de en que condiciones se encuentran los hogares de los inundados.</li> </ul>
<b>Semana 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Volver a comunicarse con los medios de comunicación para transmitir la situación y llevar tranquilidad a los vecinos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar la distribución de los folletos incluyendo información de prevención para futuras inundaciones).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Mantener el 0800 para los vecinos y comenzar a dar respuestas si se pueden concretas (cómo ser falta de abrigo, colchones, leche). Existen cuestiones que se pueden resolver en el primer llamado y otras que deben ser tratadas con más tiempo..</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•El portavoz-director debe tratar de estar informado y actualizado de todo lo que sucede tanto en su unidad sanitaria como en su barrio para así poder brindar la mejor información posible a los medios de comunicación.</li> </ul>			
<b>Semana 3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Continuar con las actividades de prevención y mitigación.</li> </ul>
<b>Semana 4</b>							

## Cronograma de Mitigación (en este ejemplo se debe detallar las actividades que se realizan día a día)

Actividades	Meses											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Charlas informativas y dinámicas en El secundario sobre tránsito. A través de juegos dinámicos.												
Realizar Videos sobre accidentes de tránsito, protagonizado por los estudiantes												
Spot radial												
Pegar en las unidades sanitarias afiches simulacros de cómo actuar frente a situaciones de crisis.												
En días festivos presentar los trabajos realizados por los alumnos de las escuelas.												
Llevar a cabo imanes con el número telefónico del OSO												

Cronograma de responsabilidades para prevención y la preparación de riesgos Sanitario/Ambiental. Es necesario destacar que si bien en dicho cuadro la autoridad máxima son los directos de las Unidades Sanitarias y los delegados zonales ( como representantes de la Municipalidad ), en el caso de que la situación sea mayor o tome el rotulo de desastre o catástrofe el vocero principal será el intendente o la ministra de salud.



# *Etapa 3*



## Etapa 3

### Glosario

El mismo tiene como objetivo plasmar aquellas definiciones que pueden servirnos a la hora de realizar una gacetilla de prensa o comunicado . Para que cada actor pueda enunciarse y expresarse correctamente pero además para la comprensión de la información circulante.

#### Definiciones Operativas

##### Glosario

(FUENTE: Glosario de la ONU Anexo I)

- **Catástrofe**

Su definición se emparenta con la de desastre. Hay quienes suponen que implica un mayor grado destructivo que un desastre. La acepción verdadera se entiende mejor si se considera la catástrofe como el “hecho” y el desastre como la consecuencia. Las Naciones Unidas definen una catástrofe como una “ruptura grave en el funcionamiento de una sociedad, con pérdidas de vidas humanas, materiales y medio ambientales, y de una tal amplitud que excede las capacidades de la mencionada sociedad para enfrentarla”. La OMS la define como un fenómeno ecológico brusco de suficiente magnitud, como para requerir la asistencia externa. Las catástrofes pueden ser naturales o causadas por el hombre.

<sup>17</sup>Nota:

La OMS ha propuesto otra clasificación en función de la velocidad de aparición:

· *Catástrofes de aparición rápida:*

- naturales, extremadas o violentas
- artificiales

- atentados o conflictos armados

· *Catástrofes de instalación prolongada*

- Enfermedades epidémicas
- Hambrunas, desnutrición
- Intoxicaciones por contaminación de alimentos o agua

Según la repercusión sobre la comunidad se han clasificado en:

· *Catástrofe simple:*

- Caracterizadas por la integridad de la estructura comunitaria a nivel de viviendas, asistencia, comunicaciones, etc.

· *Catástrofe compleja:*

- Aquellas en las que la estructura comunitaria se desarticula, en grado y niveles variables. Se incluyen aquí conflictos bélicos, cataclismos naturales, algunos tipos de accidentes tecnológicos y epidemias de

*grandes proporciones.*

- **Concientización / sensibilización pública**

El grado de conocimiento común sobre el riesgo de desastres los factores que conducen a éstos y las acciones que pueden tomarse individual y colectivamente para reducir la exposición y la vulnerabilidad frente a las amenazas.

- **Desastre**

Una seria interrupción en el funcionamiento de una comunidad o sociedad que ocasiona una gran cantidad de muertes al igual que pérdidas e impactos materiales, económicos y ambientales que exceden la capacidad de comunidad o la sociedad afectada para hacer frente a la situación mediante el uso de sus propios recursos.

Se trata de alteraciones intensas en las personas, los bienes, los servicios y el ambiente, causadas por un suceso natural (de origen natural) o generado por el hombre (de origen antrópico), que exceden la capacidad de respuesta de la comunidad afectada. El hecho de que en un desastre, los daños superan la capacidad de respuesta de la comunidad afectada, hace imprescindible la ayuda de otras comunidades o países para atenderlo debidamente.

- **Desastres naturales**

Son producidos por fenómenos de la naturaleza y tienen enormes consecuencias para las personas que los sufren, ya que además de cobrar vidas generan pérdidas materiales, de medios de producción e infraestructura. Esto impacta directamente en la capacidad de subsistencia y recuperación de los sobrevivientes. Un desastre se mide por el impacto socio-económico que tiene sobre determinada población (un terremoto entra en la categoría de desastre en la medida que haya personas o bienes afectados).

- **Emergencia<sup>18</sup>**

Situación adversa, a veces repentina e imprevista, que amerita tomar decisiones inmediatas y acertadas, para superarla.

Cualquier suceso capaz de afectar el funcionamiento cotidiano de una comunidad, pudiendo generar víctimas o daños materiales, afectando la estructura social y económica de la comunidad involucrada y que puede ser atendido eficazmente con los recursos propios de los organismos de atención primaria o de emergencias de la localidad.

- **Evaluación del riesgo**

Una metodología para determinar la naturaleza y el grado de riesgo a través del análisis de posibles amenazas y la evaluación de las condiciones existentes de vulnerabilidad que conjuntamente podrían dañar potencialmente a la población, la propiedad, los servicios y los medios de sustento expuestos, al igual que el entorno del cual dependen.

- **Gestión de emergencias**

La organización y la gestión de los recursos y las responsabilidades para abordar todos los aspectos de las emergencias, especialmente la preparación, la respuesta y los pasos iniciales de la rehabilitación.

- **Gestión del riesgo**

El enfoque y la práctica sistemática de gestionar la incertidumbre para minimizar los daños y las pérdidas potenciales.

- **Inundaciones**

Las inundaciones son una de las catástrofes naturales que mayor número de víctimas producen en el mundo. Más de la mitad de los fallecidos por las consecuencias de desastres naturales durante el siglo XX fueron producidos por las inundaciones cuyo número asciende a 3.200.000 personas. Pueden presentarse en forma súbita o lenta. Las principales causas son las precipitaciones excesivas, fusión de las nieves, rotura de presas y distintas actividades humanas, como desmonte y tala indiscriminada de bosques, urbanización y asfaltado de grandes superficies impermeabilizan el suelo, ocupación de cauces por construcciones reduce la sección útil para evacuar el agua, etc.

- **Mitigación**

La disminución o la limitación de los impactos adversos de las amenazas y los desastres afines.

- **Plan para la reducción del riesgo de desastres**

Un documento que elabora una autoridad, un sector, una organización o una empresa para establecer metas y objetivos específicos para la reducción del riesgo de desastres, conjuntamente con las acciones afines para la consecución de los objetivos trazados.

- **Preparación**

El conocimiento y las capacidades que desarrollan los gobiernos, los profesiona-

les, las organizaciones de respuesta y recuperación, las comunidades y las personas para prever, responder, y recuperarse de forma efectiva de los impactos de los eventos o las condiciones probables, inminentes o actuales que se relacionan con una amenaza.

- **Prevención**

La evasión absoluta de los impactos adversos de las amenazas y de los desastres conexos.

- **Reducción del riesgo de desastres**

El concepto y la práctica de reducir el riesgo de desastres mediante esfuerzos sistemáticos dirigidos al análisis y a la gestión de los factores causales de los desastres, lo que incluye la reducción del grado de exposición a las amenazas, la disminución de la vulnerabilidad de la población y la propiedad, una gestión sensata de los suelos y del medio ambiente, y el mejoramiento de la preparación ante los eventos adversos.

- **Respuesta**

El suministro de servicios de emergencia y de asistencia pública durante o inmediatamente después de la ocurrencia de un desastre, con el propósito de salvar vidas, reducir los impactos a la salud, velar por la seguridad pública y satisfacer las necesidades básicas de subsistencia de la población afectada.

- **Resiliencia**

La capacidad de un sistema, comunidad o sociedad expuestos a una amenaza para resistir, absorber, adaptarse y recuperarse de sus efectos de manera oportuna y eficaz, lo que incluye la preservación y la restauración de sus estructuras y funciones básicas.

- **Riesgo**

La combinación de la probabilidad de que se produzca un evento y sus consecuencias negativas.

Comentario: Esta definición es muy similar a la de la Guía 73 de la ISO/IEC. La palabra “riesgo” tiene dos connotaciones distintas: en el lenguaje popular, por lo general se hace énfasis en el concepto de la probabilidad o la posibilidad de algo, tal como el “riesgo de un accidente”, mientras que en un contexto técnico, con frecuencia se hace más énfasis en las consecuencias, en términos de “pérdidas posibles” relativas a cierta causa, lugar y momento en partícula.

Se puede observar que la gente no necesariamente comparte las mismas percep-

ciones sobre el significado y las causas subyacentes de los diferentes riesgos. Véase otros términos relacionados con el riesgo en esta terminología: evaluación del riesgo, gestión correctiva del riesgo de desastres, gestión del riesgo, gestión del riesgo de desastres, gestión prospectiva del riesgo de desastres, planes para la reducción del riesgo de desastres, reducción del riesgo de desastres, riesgo aceptable, riesgo de desastres, riesgo extensivo, riesgo intensivo, riesgo residual, transferencia del riesgo.

- **Riesgo de desastres**

Las posibles pérdidas que ocasionaría un desastre en términos de vidas, las condiciones de salud, los medios de sustento, los bienes y los servicios, y que podrían ocurrir en una comunidad o sociedad particular en un período específico de tiempo en el futuro.

- **Vector**

Todo objeto animado, capaz de transmitir un agente infeccioso desde su reservorio a otro ser vivo, en forma activa, imprimiendo un determinado sentido a la transmisión de acuerdo a sus características.

- **Vector biológico**

Es aquel en el cual el agente se multiplica y/o se transforma, que asegura una transmisión efectiva y prolongada. Este vector forma parte del sistema biológico de la gente,

- **Vulnerabilidad**

Las características y las circunstancias de una comunidad, sistema o bien que los hacen susceptibles a los efectos dañinos de una amenaza.

A continuación se encontraran una serie de planillas para el uso diario de la guía, dado que contiene herramientas que pretenden facilitar el trabajo y de alguna manera hacer de la guía un instrumento de uso práctico. Se encontrarán con una agenda de contactos, cuadros de autoevaluación con preguntas para realizarse y algunas hojas en blanco donde puedan tomar nota, usar como ayuda memoria, etc.

<i>Manejo de Riesgo Sanito/Ambiental</i>	
<i>Lista de "las 10 peores cosas que podrían ocurrir"</i>	
Utilice esta herramienta para elaborar su propia lista con aquellas cosas que podrían ocurrir y qué es lo que harán para abordarlo.	
<b>Situación</b>	<b>Lo que haría(mos) para abordarla</b>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	
10.	

## ***Manejo de Riesgo Sanitario/Ambienta***

### ***Planificación de Recursos***

¿Qué puede hacer ahora para mque la situación sea más fácil en el futuro? Use esta lista de verificación para serie de lluvia de ideas respecto de los recursos que podría requerir en caso de un posible riesgo sanitario/ambiental

**Describa el Riesgo**  
*(Inundación Accidente de tránsito etc.)*

#### **Recursos Requeridos**

Dinero

¿Cuánto dinero se requeriría?

¿De qué manera?

¿Cómo lo obtendremos?

¿Persona a cargo?

¿Qué se puede hacer ahora?

¿Tipo de transporte?

¿Con qué propósito?

¿Para cuántas personas?

¿Para quién?

¿De dónde hacia dónde?

¿Bajo que condiciones posibles?

¿Persona a cargo?

¿Qué se puede hacer ahora?

#### **Apoyo gubernamental**

¿Nombre del organismo?

¿Nombre y datos del contacto?

¿Persona a cargo?

¿Qué se puede hacer ahora?

#### **Apoyo de los medios**

¿Vocero designado?

¿Contacto en los medios?

¿Persona a cargo?

¿Qué se puede hacer ahora?

#### **Otros Recursos requeridos**

*Manejo de Riesgo Samito/Ambiental*

*Lista de contactos de medios de comunicación*

Asegúrese de incluir a todos los medios de comunicación de Berisso y de zonas aledañas (La Plata- Ensenada) para poder comunicar de la manera más eficaz su mensaje

**Nombre**

**Domicilio**

Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	Teléfono Celular	E-mail	Nº Fax
<b>Nombre</b>				
<b>Domicilio</b>				
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	eléfono Celular	-mail	º Fax
<b>Nombre</b>				
<b>Domicilio</b>				
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	eléfono Celular	-mail	º Fax

<b>Nombre</b>						
<b>Domicilio</b>						
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	Teléfono Celular		- mail		° Fax
<b>Nombre</b>						
<b>Domicilio</b>						
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	Teléfono Celular		E-mail		N° Fax
<b>Nombre</b>						
<b>Domicilio</b>						
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	Teléfono Celular		- mail		° Fax
<b>Nombre</b>						
<b>Domicilio</b>						
Teléfono del trabajo	Teléfono de la casa	Teléfono Celular		- mail		° Fax

## *Bibliografía:*

- Alcat Enrique. Y ahora ¿Qué? Claves para gestionar una crisis y salir fortalecido. Apéndice 1. Empresa activa 2005
- Arcos Gonzalez, P., Castro Delgado, R. y Del Busto Prado, F. “Desastres y Salud Pública: un abordaje desde el marco teórico de la Epidemiología”
- Área de Comunicación Comunitaria del Centro de Producción y Educación de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad e Entre Ríos. (Año 2009) “Construyendo Comunidades” Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria. Argentina.
- Ayala Marín, Alexandra. Organización Panamericana de la Salud / Organización Mundial de la Salud Área de preparativos para emergencias y desastres.”Manual de comunicación para desastres”. Quito, mayo 2004.
- Confederación Mundial sobre la Reducción de Desastres (Año 2005) “Marco de acción de Hyogo para el 2005 – 2015” Aumento de la resiliencia de la naciones y las comunidades ante los desastres. Pág. Web [www.unisdr.org](http://www.unisdr.org)
- Fuente: Grupo de Trabajo para la Salud y Desarrollo Comunitario de la Universidad de Kansas. Caja de Herramientas Comunitarias “Organizando una conferencia de prensa” <http://ctb.ku.edu/> abril 2011.
- Muiño, Adrián. Pág. Web <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/310497/Como-hacer-un-cronograma-practico-y-util-nueva-actualizacion.html>
- Organización Panamericana de la Salud. Comunicación de riesgos: Curso de autoaprendizaje. En: <http://www.bvsd.ops-oms.org>.
- UNICEF. Manual sobre comunicación en materia de agua, medio ambiente y saneamiento. 1999.

**NOTAS:**





**NOTAS:**

**NOTAS:**

