



Anexos
Glosario
Bibliografía

Anexo 1

Preguntas claves para formular el plan de comunicación

Análisis previo (contexto)

- De la situación actual frente al riesgo:
 - ¿Cómo asumen las instituciones y las comunidades el riesgo y sus consecuencias?
 - ¿Cómo queremos que lo asuman?
 - ¿Qué comportamientos y prácticas actuales se orientan hacia la prevención en caso de un evento volcánico?
 - ¿Quiénes son más vulnerables en caso de un evento volcánico?
 - ¿Qué recursos (técnicos, económicos, logísticos, sociales y cognitivos) hay disponibles para que las comunidades e instituciones involucradas enfrenten un evento volcánico?
- De la comunidad potencialmente afectada y otros posibles receptores de los productos comunicativos:
 - ¿Quiénes son? ¿Dónde están ubicados?
 - ¿Cuáles son sus condiciones de vida? (nivel socioeconómico, organización, necesidades y recursos básicos)
 - ¿Cuál es el nivel de vulnerabilidad o de participación durante un posible evento volcánico?

Recopile tanta información como le sea posible sobre los receptores de los mensajes que enviará. Cuanto más conozca las condiciones que los hacen vulnerables frente al evento o que les permiten participar del trabajo del sector salud, mejor podrá orientar los mensajes.
- De los comportamientos sociales vigentes:
 - ¿Cómo se comportan las comunidades e instituciones locales frente al volcán como una amenaza real?
 - ¿Cómo enfrentan el riesgo por otros fenómenos naturales o antrópicos?
- De los comportamientos que se esperan:
 - ¿Qué queremos lograr con los mensajes?
 - ¿Cuál es la conducta deseable frente al riesgo de un evento volcánico?

- De la organización para responder a la emergencia:
 - ¿La organización cuenta con personal capacitado en el tema de los volcanes y la comunicación?
 - ¿Qué espacios internos de información y comunicación tiene la organización?
 - ¿Qué factores internos podrían dificultar la comunicación durante una emergencia volcánica?
 - ¿Qué tipo de relación tiene la organización con cuáles instituciones?
 - ¿Con qué instituciones aún no existe relación directa pero es necesario establecerla?
 - ¿Qué canales de comunicación existen o son necesarios para la transmisión de información interinstitucional?
 - ¿Existen medios de comunicación locales, de carácter comercial o comunitario?
 - ¿De dónde obtendremos recursos para financiar el plan de comunicación antes y después del evento volcánico?
 - ¿Quiénes – dentro de la organización – tienen formación en prevención, en volcanes y en comunicación?
 - ¿Cuántas personas podrían apoyar la ejecución del plan de comunicación en las tres fases de la gestión del riesgo?
- De las limitaciones existentes:
 - ¿Qué factores podrían dificultar la planeación o la ejecución del plan de comunicación?
 - ¿Qué recursos hacen falta para poner en marcha el plan?
- De los planes de emergencia, programas de gestión del riesgo, acciones adelantadas en el campo de la salud con relación a los eventos volcánicos:
 - ¿Hay experiencias previas sobre prevención o sobre eventos volcánicos que puedan ser consultadas?
- Del conocimiento y acciones en torno a la actividad volcánica:
 - ¿Qué sabemos sobre eventos volcánicos, sus implicaciones y las medidas de protección de la salud?
 - ¿Existen experiencias de gestión del riesgo que sean aplicables al contexto propio?
 - ¿Cómo es la relación de la organización de salud con los órganos científicos?

Planeación

- Definir los objetivos y metas del plan de comunicación:
 - ¿Qué necesitamos lograr?
- Elaborar el plan de medios e identificar alianzas con ellos:
 - ¿Cuáles son los medios por los cuales podríamos informar sobre un posible evento volcánico?
 - ¿Qué periodistas y directores de medios estarían dispuestos a apoyar a la organización en la difusión de sus mensajes?
- Detallar los recursos necesarios y disponibles (materiales, humanos, logísticos y cognitivos)
- Asignar los roles y las funciones en los diferentes momentos de la gestión del riesgo:
 - ¿Quién está mejor capacitado y dispuesto para cumplir qué función?
- Capacitar a los miembros de la organización para la implementación de los planes de comunicación y de emergencia:
 - ¿Qué información poseen los responsables de cada función con respecto a los eventos volcánicos y la comunicación?
 - ¿Qué formación requieren los responsables de cada función dentro de los planes?

Diseño

- Definición de contenidos, lenguajes y herramientas:
 - ¿Qué queremos comunicar?
 - ¿Cómo lo queremos/podemos comunicar?
 - ¿Qué necesitamos para elaborar ese mensaje?
 - ¿Qué necesitan saber los diferentes públicos receptores?
 - ¿Cuál es la mejor forma de decir lo que queremos decir?
 - ¿Cuál es la respuesta que queremos de los receptores después de recibir el mensaje?
- Elaboración de productos y materiales generales cuyo contenido esté vigente en cualquier momento (radio, impresos, vídeos, material didáctico u otros)
- Diseño de esquemas, formatos, plantillas, matrices para agilizar los mensajes durante la crisis.

Implementación

- Aplicación de las estrategias planificadas con las personas involucradas y los medios establecidos previamente:
 - ¿En qué etapa de la gestión del riesgo se implementarán qué estrategias?
 - ¿Con quién vamos a implementar el plan de comunicación?
 - ¿Quiénes se beneficiarán con las estrategias en cada etapa?
 - ¿Qué cobertura tendrá el plan de comunicación?
- Elaboración de mensajes en base a la información y las necesidades del momento:
 - ¿Qué necesitan saber las organizaciones, los medios y la comunidad en cada etapa de la gestión del riesgo?
 - ¿Qué formatos y medios se podrían utilizar para dar la información a cada público?
 - ¿Qué información se requiere en cada etapa para elaborar los mensajes? ¿La información se puede recopilar previamente o debe ser inmediata?

Seguimiento y evaluación

- Observación continua del plan, impacto, efectividad, necesidades, recursos.
 - ¿Cómo se hará el seguimiento y el registro del plan de comunicación en cada etapa de la gestión del riesgo?
 - ¿A través de qué mecanismos o instrumentos se evaluará el proceso?
 - ¿Cuáles son los indicadores para determinar si el plan es o no efectivo?
- Adaptación del plan a las características del contexto en el cual se aplicará:
 - ¿Es flexible el plan de comunicación? ¿Permite adaptaciones sobre la marcha?
 - ¿El plan responde a las necesidades de información identificadas antes de formularlo?
 - ¿Los mensajes prediseñados son adaptables a varias situaciones y contextos?
 - ¿Es proporcional el impacto del plan de comunicación con la inversión que requiere?
 - ¿Es posible implementar el plan de comunicación con la capacidad actual de la organización? (recursos humanos, técnicos, logísticos, materiales, económicos).

Anexo 2

Principales formas de comunicación¹⁰

Comunicación interpersonal

Es uno de los medios más efectivos para promover comportamientos saludables. Se desarrolla entre un número reducido de personas. Por ser una comunicación cara a cara permite discutir temas delicados y posibilita la revisión inmediata de ideas, mensajes y prácticas. La comunicación interpersonal debe ser orientada fundamentalmente por aquellos que tengan respeto y credibilidad entre la comunidad.

La comunicación interpersonal puede desarrollarse a través de:

- (I) Reuniones y talleres con los grupos comunitarios orientados por maestros, personal de salud y líderes locales..
- (II) Conversatorios con personas especializadas.

Medios tradicionales o alternativos

Son entretenidos, atraen y mantienen la atención del auditorio. Entre ellos están el teatro, los títeres, las canciones, los cuentos. Estos medios colocan los mensajes y situaciones en un contexto conocido por el público, utilizan expresiones y el talento local, y logran la participación de la comunidad; tienen además un potencial de autosostenimiento. Pueden utilizarse para proporcionar nueva información y para estimular un mejor conocimiento de la emergencia volcánica entre las familias, amigos y vecinos de la comunidad.

A diferencia de los medios masivos, los medios tradicionales llegan solamente a un grupo reducido de personas y es difícil monitorear y garantizar la exactitud y consistencia de los mensajes.

Medios de comunicación masivos

Tienen un gran poder para difundir información porque llegan rápidamente a un mayor número de personas con mensajes que pueden repetirse con frecuencia. Algunos medios de comunicación (como la radio) no requieren la habilidad de leer, lo cual es de importancia obvia en las comunidades rurales, en donde los índices de alfabetismo suelen ser muy bajos.

10. Tomado y adaptado de: *Mejorando la comunicación en los programas de sensibilización contra las minas*. Centro Internacional de Desminado Humanitario. Ginebra, octubre de 2002.

Hay que recordar que el acceso a los medios de comunicación puede verse limitado durante la emergencia volcánica. En general, sus posibilidades de retroalimentación son reducidas, pues los medios masivos no ofrecen muchas oportunidades para que el público pueda pedir aclaraciones inmediatas sobre algo que no haya sido comprendido. Sin embargo, existen algunos mecanismos para que los medios de comunicación sean más interactivos y promuevan diálogos entre el medio y el público:

- a. Concursos (en los que podrían entregarse premios como por ejemplo camisetas alusivas al tema de los volcanes).
- b. Programas de radio con uso del teléfono que promueve la discusión.
- c. Invitación al público para que envíen cartas a los medios para exponer sus preguntas e inquietudes, solicitar aclaraciones, etc.

Si los recursos son limitados, tenga en cuenta que es mucho más probable que la gente oiga unos pocos anuncios cortos, que un programa de análisis de 30 o 60 minutos sobre los volcanes.

Los medios de comunicación se dividen, por su estructura física, en radiofónicos, audiovisuales, impresos y digitales:

Radiofónicos

Tienen mayor cobertura que cualquier otro medio y difunden la información con más rapidez, pues pueden emitirla desde el lugar de los hechos o en cabina de sonido. A diferencia de la televisión, la radio puede ser transportada con más facilidad, pues tan solo necesita un radio de transistores, una grabadora o un equipo de sonido para hacerse operativa. Debido a que algunos volcanes se encuentran en zonas remotas, asegúrese de verificar el alcance de la radio o la existencia de emisoras locales.

En la radio los programas son poco costosos, rápidos y fáciles de hacer. Por la radio se pueden llevar adelante actividades de grupo que promueven la discusión de asuntos educativos después de la transmisión.

Medios audiovisuales

Estos medios se basan en imágenes y sonidos para difundir la información. La televisión permite que el público observe los hechos y sus protagonistas sin necesidad de estar presente. Tiene una varie-

dad de formatos como noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, de diversión, científicos, etc.

Impresos

Los medios impresos están conformados por los periódicos, revistas, folletos y, en general, las publicaciones impresas en papel que tengan como objetivo informar. No llegan fácilmente a los grupos con un bajo nivel de alfabetización. Pero los periódicos y las revistas tienen la ventaja de ser más permanentes, incluir más información y con frecuencia tener más credibilidad que otros medios. Además, los otros medios tienden a alimentarse de lo que leen en los medios escritos.

Medios electrónicos: internet

Es un medio valioso de comunicación para llegar a la gente a través de correo electrónico o un sitio web; pero está limitado para aquellas personas u organizaciones que tengan acceso a redes telefónicas y computadores. Es una buena alternativa para mantener las alianzas interinstitucionales.

Materiales de difusión, divulgación y promoción

Proporcionan información precisa y estandarizada de una forma práctica y reutilizable. Pueden emplearse como apoyo visual en talleres, campañas y procesos educativos. Atraen la atención y pueden distribuirse en zonas donde no llegan los medios masivos; sin embargo, los carteles, folletos y cartillas tienen un uso limitado, su producción y distribución son costosas y tienen un corto ciclo de vida.

Los carteles pueden verse bien, pero son el medio menos efectivo de comunicación, específicamente entre aquellos sectores con bajo nivel de alfabetización. Pueden diseñarse como apoyo para respaldar un mensaje clave y servir como un recordatorio permanente. También son útiles para una comprensión más fácil de los mensajes durante la comunicación interpersonal.

Como el costo de producción es alto, se tiende a desarrollar formatos que se utilizan para varias comunidades y diversas situaciones.

Anexo 3

Géneros periodísticos

Los géneros determinan estilos y formatos para la presentación de la información. Cada uno ofrece ventajas sobre los demás en relación con las posibilidades de tiempo, capacidad y recursos de quien informa. Así, por ejemplo, la noticia proporciona información actual, concisa y objetiva. La crónica profundiza la información a partir del contexto, los personajes y el tiempo en el cual ocurrió.

La noticia

“Es la redacción objetiva, veraz, completa y oportuna de un acontecimiento de interés general. Esta definición excluye, de hecho, cualquier opinión personal. Solamente admite opiniones de terceras personas en relación con el asunto que se narra, siempre que tales opiniones sean pertinentes y contribuyan de alguna manera a que el lector adquiera una idea más completa de lo acontecido”.¹¹

Los elementos más importantes para definir el valor de una noticia son: la novedad, la improbabilidad, el interés general, proximidad en tiempo y espacio, atracción, empatía con el público.

La noticia es utilizada por las instituciones para la elaboración de boletines de prensa.

Comprender su estructura permite hablar el mismo lenguaje de los medios de comunicación y aumentar las posibilidades de que la información que se les envía sea publicada correctamente.

Toda noticia tiene tres partes: titular, entrada (o lead) y cuerpo. A continuación se presentan las características de cada una.

Titular: proporciona la idea central de la noticia. Se desarrolla en una sola línea y siempre debe contener un verbo activo o conjugado. Debe evitarse el uso de mayúsculas sostenidas. En los boletines de prensa se ubica en la parte superior con letra de mayor tamaño y negrita. Todo lo que se diga en el titular debe desarrollarse en el texto.

Entrada: es el párrafo inicial de la noticia. Aquí se presenta la esencia de la información, se constituye entonces en la puerta de la noticia.

Cuerpo: “consiste en el desarrollo racional, coherente y metódico de lo que se propuso en el lead (entrada), generalmente siguiendo el orden de importancia de los datos, primero lo más relevante y

11. El Tiempo, Casa Editorial. *Manual de redacción*. Colombia, 1995.

luego lo de menor interés. Este sistema de redacción es lo que se conoce en el lenguaje periodístico como “la pirámide invertida”.¹²

Ejemplo de noticia:¹³

Alerta Naranja

El Galeras no deja dormir a Pasto

Ayer se presentó un leve sismo en la zona de influencia del volcán, cuya actividad viene creciendo desde hace un mes. Tema.

Los pastusos lo llaman “El guardián” de su ciudad. Por generaciones, se han acostumbrado a verlo como un importante motor del turismo y el sitio ideal para practicar deportes de riesgo.

Titular (antetítulo, título y sumario)

Entrada o lead

La crónica

“La crónica es un texto que desarrolla el aspecto secundario, o de color, de un acontecimiento importante, que generalmente ya ha sido objeto de tratamiento noticioso. Es una visión más profunda sobre un detalle que quizás no parecía muy notorio sino cuando la crónica lo reveló”.¹⁴

Si bien este género tiene matices literarios, la información presentada debe ser igualmente objetiva, como en el caso de la noticia. Las crónicas requieren de habilidad literaria, tiempo e información amplia sobre los detalles de lo ocurrido, personajes, escenarios y resultados.

Esta estructura es adecuada, por ejemplo, para resaltar la labor de una persona, una comunidad o una institución; así como para incentivar la participación de sectores sociales en tareas de recuperación después de una erupción volcánica.

12. El Tiempo, Casa Editorial. *Manual de redacción*. Colombia, 1995.

13. Fragmento del artículo completo publicado por el diario La Patria. Manizales, Colombia, agosto 13 de 2004.

14. El Tiempo, Casa Editorial. *Manual de redacción*. Colombia, 1995.

Notas informativas

Son “la exposición simple de la noticia, de manera clara, objetiva y directa. Es la noticia que presenta el hecho tal y como sucedió”.¹⁵

Las notas informativas son utilizadas por los periodistas cuando la información es importante (pero no prioritaria) y no hay suficiente tiempo o espacio en el medio para su publicación. Exige mayor precisión en el lenguaje pues debe quedar completo el mensaje con menos palabras.

“Equivalen al lead de una noticia y por eso debe procurarse que incluyan los datos más importantes y útiles para el lector, pues aquí no caben los detalles”.¹⁶

15. Figueroa, Romeo. *¡Qué onda con la radio!* Alhambra Mexicana. México, 1997.

16. El Tiempo, Casa Editorial. *Manual de redacción*. Colombia, 1995.

Anexo 4

Boletín de prensa

Los boletines de prensa se caracterizan por la presentación escrita, periódica y breve de información de interés público en el tema de la preparación, atención y recuperación frente a las erupciones volcánicas. La información contenida debe ser concreta y responder a las necesidades reales de información para mantener la credibilidad.

El boletín debe elaborarse siguiendo las normas para redacción de las noticias. “En los medios periodísticos se acostumbra utilizar el boletín directamente como texto de la nota informativa; en consecuencia, el redactor del boletín de prensa debe evitar el uso de formas como nosotros... el boletín debe ser impersonal y su lectura equivalente a cualquier nota informativa de un periódico”.¹⁷

Para la elaboración de boletines de prensa tenga en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Defina el formato que va a utilizar para los boletines de prensa de su institución o del sector salud. Seleccione el tamaño del papel, el tipo de letra, la distribución interna de la información (secciones o apartados) y los medios de transmisión normales y alternativos (fax, internet, correo ordinario). Puede utilizar papelería con membretes institucionales o bien diseñar una plantilla sobre la cual trabajar, esto dependerá de las posibilidades de cada institución. En cualquier caso, mantenga el archivo (o el papel institucional) disponibles para enviar boletines en cualquier momento.
2. Elabore un directorio de medios de comunicación y otros destinatarios de sus boletines de prensa. Incluya a los responsables de cada uno, teléfono, fax, dirección, web, e-mail y otros datos de contacto.
3. Incluya la información suficiente, clara y concisa para que los periodistas tengan una idea completa de lo que ocurre. Evite poner todos los detalles y presente datos de contacto (teléfono, oficina, e-mail) donde los periodistas puedan remitirse para ampliar la información.
4. Los boletines de prensa nunca deben ser más extensos que una cuartilla (página) y media de papel, siendo el ideal una sola cuartilla.
5. La frecuencia con la cual se transmiten los boletines de prensa depende del ritmo de los hechos. Por ejemplo, cuando no hay peligro inminente de erupción volcánica, los boletines del sector salud pueden enviarse cada dos semanas, cada mes o esporádicamente, (por ejemplo, presentan-

17. Galindo, Carmen; Galindo, Magdalena; y Torres - Michúa, Armando. *Manual de redacción e investigación*. Grijalbo. México, 1997.

do las acciones de prevención y preparación del sector salud o las recomendaciones para la población potencialmente afectada). Cuando se ha dado la alerta, los boletines deben ser más frecuentes y dar cuenta del desarrollo de la emergencia desde el punto de vista del sector salud (¿Qué están haciendo? ¿con quiénes lo están haciendo?, censos, estadísticas, etc.); en este caso es posible que el sector salud y las instituciones requieran enviar boletines cada hora, o incluso con mayor frecuencia, a los medios de comunicación.

6. Cuando se trate de información inmediata y de vital importancia para el público (por ejemplo, comunicar a la población que permanezca en sus casas porque aumentó la caída de cenizas), resalte el encabezado del boletín¹⁸ para que los responsables de los medios de comunicación puedan darle prioridad. En estos casos, es recomendable reforzar el envío del boletín con llamadas telefónicas a los medios de comunicación.
7. Además de los medios de comunicación, transmita los boletines de prensa al personal de su institución, al sector salud y a otras instituciones con las cuales haya generado alianzas, a las oficinas de gobierno, a organizaciones sociales interesadas en el tema de las erupciones volcánicas o involucradas en las acciones que presenta.
8. Siempre guarde una copia de los boletines enviados, le servirán para confrontar las versiones publicadas por los medios de comunicación y para registrar las acciones del sector salud en cada momento de la gestión del riesgo por erupciones volcánicas.
9. La estructura de la página siguiente le ayudará a organizar su boletín de prensa.

18. Podría utilizar un tamaño de letra más grande en el título, o bien, incluir palabras como “URGENTE” o “INMEDIATO” para llamar la atención de quien lo recibe. Solo utilice estos recursos cuando sea estrictamente necesario.

Modelo de boletín de prensa¹⁹

Contacto: _____ Nombre de la organización _____

Teléfono: _____ Fax: _____

Email: _____

Boletín de prensa

Título (por ejemplo, nombre y lugar del volcán).

Declaración del encabezado (corto y conciso).

Su localización y fecha del mensaje (Aquí se describe el problema. Explique los eventos y dónde y cuándo ocurrieron. Describa lo que ocurrió y quiénes son los que toman decisiones. Dé instrucciones sobre lo que se debe hacer).

Recuerde:

- Mencione a la persona de la organización que hace de contacto para mayor información.
- Incluya la fecha de cada boletín de prensa.
- Ofrezca otras fuentes de información (páginas web o publicaciones de la institución).

Declaración hecha en (fecha y lugar).

19. Department for International Development. *Communication during volcanic emergencies: an operations manual for the caribbean*. DFID project R7406.

Anexo 5

Documento base para la lectura de boletines vulcanológicos²⁰

1. Nombre de la entidad científica que emite el comunicado

2. Información geográfica

Se relacionan los datos correspondientes a la ubicación del escenario geológico en el cual se desarrolla el evento volcánico. Localización del volcán y datos geográficos generales.

3. Información del evento volcánico

- Ciclo de actividad: corresponde a la identificación del evento dentro del proceso volcánico que se viene presentando con anterioridad; esto significa la descripción del fenómeno que ha ocurrido en el contexto de la actividad volcánica general.
- Tipo de evento: corresponde al producto volcánico que se ha manifestado como lluvia piroclástica, lahar, flujo piroclástico, flujo de lava.
- Características particulares: descripción del evento en términos de magnitud, altura, dirección, volumen y datos relacionados con su dinámica.
- Alcance del fenómeno: delimitación de las áreas de influencia del evento, extensión territorial y distancia de desplazamiento.
- Hora del evento: hora exacta en la que se ha manifestado el fenómeno.
- Duración: relación cronológica del tiempo en el que persiste la manifestación del fenómeno.

4. Información de efectos

Afectación sobre poblaciones, estructuras, redes de servicios, sistemas productivos. Corresponde a la descripción cualitativa de los espacios geográficos o territoriales sobre los que tiene alcance el fenómeno volcánico en relación con aspectos poblacionales y de infraestructura. Se definen las áreas de influencia, dependiendo del evento y de la posibilidad de manifestación de efectos importantes sobre los sistemas urbanos y rurales en dicho contexto.

20. Giraldo Rincón, Marco Antonio. Universidad de Caldas. Septiembre de 2004.

5. Información interpretativa

- Explicación técnica: corresponde a la lectura científica del fenómeno, a través de la cual se suministran datos e informaciones de carácter técnico, en el lenguaje propio de los expertos en el tema.
- Comportamiento del volcán: corresponde a un análisis de mayor profundidad sobre el evento que se ha presentado y su relación contextual con la acción volcánica. El análisis toma en cuenta que los procesos de esta naturaleza obedecen a ciclos de actividad acompañados de diferentes manifestaciones de carácter interno o externo, que se identifican claramente a través del monitoreo y estudio de los diferentes aspectos que determinan la actividad volcánica.
- Previsión: cuando la información y monitoreo del volcán permiten establecer, con cierto nivel de certeza, el comportamiento del volcán en un periodo definido, de conformidad con las observaciones y los análisis realizados por el equipo técnico – científico.

6. Información de monitoreo

- Instrumentación y análisis: es la información relacionada con la disposición de herramientas tecnológicas utilizadas para la vigilancia permanente del volcán.
- Seguimiento de la actividad: es el resultado del monitoreo y seguimiento continuo de las manifestaciones del volcán, realizadas a través de instrumentos de observación, mediciones o registro.

7. Información pública

- Recomendaciones: son las medidas y conductas que se deben adoptar ya sea por parte de las comunidades o los organismos relacionados con el tema.
- Acciones emprendidas: en relación con los efectos presentados o los impactos esperados; son las acciones concretas que, en torno al proceso, han adelantado los organismos y entidades encargadas del monitoreo del fenómeno volcánico.

Ejemplo de un boletín vulcanológico:

Instituto Geofísico Escuela Politécnica Nacional - Ecuador

Informe del estado del volcán Tungurahua

Lunes 13 de septiembre de 2004.

La actividad del volcán en las últimas 24 horas se resume a continuación:

Estado del volcán

En las últimas 24 horas, el volcán continúa disminuyendo su actividad, notándose un comportamiento similar al que ha observado en los últimos días (baja tasa de actividad sísmica y emisiones principalmente de gases y vapor).

Sismicidad

Se han registrado 22 eventos de largo período, 2 eventos volcano-tectónicos, 1 explosión de tamaño moderado y varios episodios de temblor asociados con emisiones de vapor y gases.

Observaciones

No se pudo efectuar observaciones en el sector del volcán debido a las malas condiciones climáticas. Mediante el satélite GOES-8, se pudo observar una pluma en dirección al W producida por la explosión ocurrida a las 13h00 TL.

La resolución N°2-2000 de la Dirección Nacional de Defensa Civil del 5 de septiembre del año 2000 declaró Alerta Amarilla en el cantón Baños y Alerta Naranja para el resto de poblaciones y sectores ubicados dentro de la zona de riesgo.

15h00 TL

www.igepon.edu.ec

¿Cómo organizar una conferencia de prensa?

La conferencia de prensa “permite dar detalles sobre los hechos, aclarar asuntos confusos y responder las inquietudes de los periodistas”.²¹ Para conservar la credibilidad del sector salud o de la institución que convoca es importante que estos foros se utilicen únicamente cuando la noticia lo amerita. A continuación se presentan algunas pautas para organizar una rueda o conferencia de prensa efectiva.

Defina con los representantes del sector salud o de su organización las necesidades principales de información (¿qué necesitan informar?), teniendo en cuenta también los intereses del público objetivo (¿qué necesitan saber sobre este tema?). Tenga en cuenta que los destinatarios finales de su mensaje no son los periodistas sino las audiencias, los lectores y los televidentes.

- Establezca el programa a seguir, conservando un espacio inicial para la presentación de la información, un intermedio de preguntas de los periodistas y tiempo suficiente para responder claramente las interrogantes planteadas.
- Elabore un listado de los medios de comunicación y sus representantes, a quienes convocará para la conferencia de prensa.
- Ubique un espacio de fácil acceso, central, amplio. Debe tener buena iluminación y acústica para favorecer la grabación de información televisiva y radial.
- Seleccione una hora adecuada que beneficie a los representantes de la organización y de los medios de comunicación. Es mejor a mitad de la mañana, cuando los medios han hecho sus agendas diarias y aún no hay cierre de emisión cercano. Sin embargo, es importante que conozca la disponibilidad de los periodistas antes de programar la conferencia. No debe coincidir con otros actos o fechas importantes que requieran la presencia de los medios.
- Nunca programe una conferencia de prensa como desayuno o almuerzo de trabajo. Es posible que no asistan todos los periodistas que ha invitado y además no prestarán la atención requerida a su información. Tampoco es buen momento el final del día, pues están próximos los cierres editoriales, sobre todo en el caso de prensa y televisión.

21. Cruz Roja Colombiana. *Manual del comunicador*. Programa de Identidad. 1998.

- Convoque con anterioridad a los periodistas. En la medida de lo posible una o dos semanas antes. Si los invita con más tiempo, deberá recordarles el compromiso una semana antes. Procure que la invitación esté dirigida al encargado de cubrir el tema de salud en cada medio de comunicación, esto garantiza un mayor compromiso.
- Prepare un documento para entregar a los periodistas en el cual incluya un breve resumen de la presentación e información complementaria (por ejemplo: cifras, estadísticas, datos contables, información de contexto). Este documento debe ser conciso y claro, recuerde que no se trata de dar nuevamente toda la información de la conferencia.
- Trabaje con el vocero de la organización unos días antes. La versión que proporcione ante los medios debe ser coherente con las políticas institucionales. La actitud del vocero debe ser optimista pero nunca ir en contravía del sentimiento común que genera la ocasión (por ejemplo, si se trata de hacer un balance de personas atendidas y de víctimas, el vocero debe mantener una actitud moderada y de respeto con quien recibe el mensaje).
- Prepare con anticipación las banderas, carteles, logos que identifiquen a la organización (o sector salud) y al programa o actividad puntual objeto de esta conferencia de prensa.
- Presente la información en lenguaje positivo, aún cuando se trate de un desastre. Permita ver que se avanza en la preparación del sector salud para una erupción volcánica, en la atención o en la recuperación según el momento específico en el cual se genera la información.
- Siempre agradezca a los periodistas por su asistencia.
- Una conferencia de prensa no debe durar más de 45 minutos.

Anexo 7

Recomendaciones para el vocero

Presentamos algunas pautas y recomendaciones para mejorar la intervención del vocero ante los medios de comunicación.

En la radio

- Mantenga una distancia de aproximadamente 15 cm entre su boca y el micrófono.
- Hable con calma y pronuncie claramente las palabras. Mantenga un tono de voz normal, recuerde que no necesita gritar.
- Evite el movimiento de las hojas de papel o algún otro objeto.
- Hasta que le indiquen lo contrario, actúe como si todos los micrófonos estuviesen encendidos. Guarde los comentarios y opiniones personales para otro lugar.
- Pida un ensayo breve o pruebas de nivel antes de comenzar.

En la televisión

- Si la situación lo permite, llegue temprano para familiarizarse con las luces y las cámaras.
- Vístase apropiadamente. En lo posible utilice colores diferentes al blanco.
- Mire, escuche y hable directamente a la persona que le está haciendo la entrevista.
- Mire a la cámara de acuerdo con las instrucciones que le den.
- Una vez que se haya iniciado el programa, actúe como si los micrófonos estuviesen encendidos hasta que le avisen lo contrario. Esto impedirá que se filtren comentarios no previstos.
- Manténgase en un solo lugar, evite movimientos rápidos y desplazamientos.

En general

Recomendaciones para una entrevista²²

- a. Prepare con antelación el mensaje. Práctiquelo en voz alta si es necesario, para que sea dicho de manera segura y con confianza en sí mismo.

22. Departement for International Development. *Communication during volcanic emergencies: an operations manual for the caribbean*. DFID project R7406.

- b. El mensaje debe ser corto e interesante, usando palabras que demuestren confianza y control sobre la situación (tales como “definitivamente”, “absolutamente”, “con toda seguridad”)
- c. Ante lo que le pregunten, trate de mover la respuesta hacia su mensaje básico. Repítalo si es necesario, de tal manera que se asegure ser entendido.
- d. Si la entrevista es pregrabada, el mensaje puede ser editado más adelante en un mensaje más corto. Entonces, intente mantener las respuestas cortas y concisas.
- e. Emplee un lenguaje claro y fácil de entender.
- f. Sea positivo. Dé la bienvenida al periodista y a sus preguntas.
- g. Prepárese cuidadosamente. Maneje datos actualizados y concretos. Nunca especule.
- h. Proporcione en primer lugar la información más importante; sea conciso, evite comentarios muy largos, o cadenas de razonamiento innecesarias.
- i. Anticipe las preguntas que podrían formularle y prepare las respuestas. Responda directamente, sin rodeos, y solo una pregunta a la vez.
- j. Hable desde el interés público.
- k. No repita las preguntas que le hagan, mucho menos si éstas contienen información incorrecta o lenguaje inapropiado. Podrían citarlo como fuente de ella.
- l. No hable sobre algo que pueda crear confusión en el público. No exagere ni afirme lo que no puede comprobar.
- m. Mantenga un tono formal: no haga chistes.
- n. Absténgase de dar opiniones personales.
- o. Evite atacar o dar cabida a que el periodista ataque a otras organizaciones.
- p. No hable en nombre de otras organizaciones o en nombre de las comunidades. No generalice.
- q. Haga un seguimiento a la entrevista. Verifique que la información suministrada se haya publicado de manera correcta y sin tergiversaciones.

Glosario

Alarma: sistema sonoro o visual que permite notificar a la comunidad la presencia de un riesgo que pone en grave peligro sus vidas. Al activarse la alarma, las personas involucradas toman las medidas preventivas necesarias de acuerdo a una preparación preestablecida.

Albergue: vivienda o alojamiento temporal para las víctimas de un desastre.

Alerta: es el estado generado por la declaración formal de la presentación cercana o inminente de un evento. No solo se divulga la proximidad del desastre, sino que se determinan las acciones que deben realizar, tanto las instituciones como la población.

Alianza estratégica: relación entre sujetos u organizaciones que permite coordinar acciones orientadas a un objetivo común.

Amenaza: peligro latente asociado con un fenómeno de origen natural, tecnológico o provocado por el hombre, que puede manifestarse en un sitio específico y en un tiempo determinado, produciendo efectos adversos en las personas, los bienes, servicios y el medio ambiente. La amenaza se refiere a la probabilidad de ocurrencia de un evento con una cierta intensidad, en un sitio específico y en un periodo de tiempo determinado.

Atención prehospitalaria (APH): comprende todas las acciones de rescate, salvamento y atención médica que se brinda a una persona o grupo de personas, en el sitio de la emergencia y durante su transporte hacia el centro asistencial de recepción, o cuando es remitido de un centro asistencial a otro.

Comunicación: proceso transversal en la vida cotidiana que supone “poner en común”, interactuar e intercambiar información con diversos actores sociales. Diferente a la información, la comunicación implica una respuesta e interrelación por parte de quien recibe el mensaje.

Comunicación interna: se refiere a la capacidad de interpretar y procesar internamente la información como recurso estratégico. Está relacionada directamente con los objetivos, la misión, la visión y los procedimientos de la institución.

Comunicación organizacional: proceso de transferencia, comprensión y respuesta de información que permite orientar las conductas individuales y establecer relaciones interpersonales funcionales que ayuden a trabajar juntos para alcanzar una meta.

Contingencia: evento que puede suceder o no suceder para el cual debemos estar preparados.

Damnificado: persona afectada que ha sufrido pérdidas de sus propiedades o bienes, incluso su vivienda; requiere asistencia social, económica y trabajo temporal para garantizar su bienestar y subsistencia.

Desastre: alteración intensa en las personas, el medio ambiente que las rodea o sus bienes, generado por causas naturales, tecnológicas o por el hombre y que ocasiona un incremento en la demanda de atención médica de emergencia, excediendo su capacidad de respuesta.

Los desastres son la materialización de unas condiciones de riesgo existentes, las cuales dependen no solo de la posibilidad de que se presenten eventos o fenómenos intensos, sino también de que existan condiciones de vulnerabilidad que son los agentes que favorecen o facilitan la manifestación del desastre ante la presencia de los fenómenos.

Emergencia: toda situación generada por la ocurrencia real o inminente de un evento adverso, que requiere de una movilización de recursos, sin exceder la capacidad de respuesta de la comunidad afectada.

Evacuación: es el conjunto integral de acciones tendientes a desplazar personas de una zona de mayor amenaza a otra de menor peligro.

Impacto: acción directa de una amenaza o riesgo en un grupo de personas.

Información: proceso de transmisión de datos. No implica una retroalimentación.

Logística: actividades operacionales relacionadas con provisiones, manejo, transporte y la distribución de materiales; también aplicable al transporte de personas.

Mapa de amenaza: descripción topográfica de escala variable, al cual se le agrega la señalización de un tipo específico de peligro, diferenciando las probabilidades alta, media y baja de ocurrencia de un desastre.

Medios masivos de comunicación: mecanismos de transmisión de información que permiten difundir un mismo mensaje de manera instantánea y simultánea a un gran número de personas.

Medios alternativos de comunicación: a diferencia de los masivos, los medios alternativos de comunicación son aquellos que llegan a una comunidad reducida. Estos se originan en la comunidad con un alto grado de participación comunitaria.

Mensaje: información que se transmite a través de los medios y con ciertos signos comunes para los receptores.

Mitigación: es el conjunto de acciones dirigidas a reducir los efectos generados por la presentación de un evento. Busca implementar acciones que disminuyan la magnitud del evento y, por ende, disminuir al máximo los daños.

Monitoreo: sistema que permite la observación, medición y evaluación continua del progreso de un proceso o fenómeno a la vista, para tomar medidas correctivas. El monitoreo puede ser sismológico, vulcanológico, hidrometeorológico, radiológico, etc.

Niveles de atención: clasificación de las instituciones de salud en virtud de la complejidad de la institución (tipo de servicios prestados).

Plan de comunicación: guía de acciones de comunicación de la institución que permite articular los objetivos y los procedimientos orientados hacia la gestión del riesgo.

Plan de contingencia: componente del plan hospitalario de desastres que contiene los procedimientos para la pronta respuesta en caso de presentarse un evento específico.

Plan de emergencia: definición de políticas, organización y métodos, que indican la manera de enfrentar una situación de emergencia o desastre, en lo general y en lo particular, en sus distintas fases.

Plan hospitalario de desastres (PHD): conjunto de políticas, estrategias, métodos e instrumentos, que orientan la preparación de una institución prestadora de servicios de salud para enfrentar una situación de emergencia o desastre en sus distintas etapas.

Preparación: es el conjunto de medidas y acciones encaminadas a reducir al mínimo la pérdida de vidas humanas y otros daños. Comprende actividades tales como la elaboración de planes para la búsqueda, el rescate, el socorro y la asistencia de las víctimas, así como el desarrollo de planes de contingencia o de procedimientos según la naturaleza del riesgo y su grado de afectación.

Prevención: comprende las acciones dirigidas a eliminar el riesgo, ya sea evitando la presentación del evento o impidiendo los daños.

Público objetivo: grupo de personas a quienes están dirigidas las estrategias y acciones de comunicación.

Respuesta: comprende las acciones llevadas a cabo ante un evento adverso y que tienen por objeto salvar vidas, reducir el sufrimiento humano y disminuir las pérdidas en la propiedad.

Recuperación: proceso de restablecimiento de las condiciones de vida normales de una comunidad afectada por un desastre.

Reducción del riesgo: actividades dirigidas a eliminar el riesgo o a disminuirlo, en un esfuerzo claro y explícito por evitar la presentación de desastres.

Rehabilitación: comprende el período de transición que se inicia al final de la respuesta, en el que se restablecen, a corto plazo, los servicios básicos indispensables.

Reconstrucción: es el proceso mediante el cual se repara la infraestructura, se restaura el sistema de producción y se recupera el patrón de vida de los pobladores.

Red hospitalaria: sistema compuesto por centros asistenciales de diferente nivel de complejidad de atención, con mecanismos de interacción definidos, donde el principio de complementariedad regula las relaciones.

Riesgo: es la probabilidad de exceder un valor específico de consecuencias económicas, sociales o ambientales en un sitio particular y durante un tiempo de exposición determinado. Se obtiene de relacionar la amenaza con la vulnerabilidad de los elementos expuestos.

Salud pública: ciencia y arte de prevenir, prolongar la vida, fomentar la salud y la eficiencia física y mental, mediante esfuerzos organizados de la comunidad para sanear el medio ambiente, controlar las enfermedades, las lesiones, educar al individuo, organizar los servicios para el diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, así como desarrollar la maquinaria social que le asegura a cada miembro de la comunidad un nivel de vida adecuado para el mantenimiento de la salud.

Sistemas de referencia y contrarreferencia: conjunto de normas, protocolos y procedimientos ordenados a fin de orientar la atención y remisión de pacientes entre los diferentes niveles de atención.

Este aspecto pretende racionalizar al máximo los recursos disponibles bajo parámetros de eficiencia, efectividad y oportuna atención de la salud

Víctima: persona afectada que ha sufrido daño en su salud e integridad física o mental ante los efectos directos e indirectos del evento.

Vocero: es el responsable de las declaraciones ante los medios de comunicación y ante la comunidad.

Vulnerabilidad: es la susceptibilidad o la predisposición intrínseca de un elemento o de un sistema de ser afectado gravemente. Es el factor interno del riesgo, debido a que esta situación depende de la actividad humana. La vulnerabilidad no es general, sino que debe entenderse en función de cada tipo de amenaza.

Las condiciones de vulnerabilidad son los agentes que favorecen o facilitan la manifestación del desastre ante la presencia de los fenómenos.

Bibliografía

- Bartoli, Annie. *Comunicación y organización*. Editorial Paidós. Barcelona, 1991.
- Centro Internacional de Desminado Humanitario de Ginebra. *Mejorando la comunicación en los programas de sensibilización contra las minas*. CIDHG. Ginebra, 2002.
- Churchill, R. Elliot. "Relaciones efectivas con los medios". En: Noji, Eric K. *Impacto de los desastres en la salud pública*. Organización Panamericana de la Salud. 2000.
- Cruz Roja Colombiana. *Manual del comunicador*. División de Desarrollo y Divulgación. Bogotá, 1998.
- Del Valle Roja, Carlos. *Comunicar la salud entre la equidad y la diferencia*. Chile, 2002.
- Departement for International Development. *Communication during volcanic emergencies: an operations manual for the Caribbean*. DFID project R7406.
- Giraldo Rincón, Marco Antonio. *Manual de comunicación estratégica*. Alcaldía de Armenia, Secretaria de Gobierno y Desarrollo Institucional, Prevención de desastres. Armenia, Colombia, 2003.
- Luca Marín, Antonio. *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Dosch comunicación. Barcelona, 1997.
- Luca Marín, Antonio; García, Carmen; y Ruiz San Román, José Antonio. *Sociología de la comunicación*. Editorial Trotta. Madrid, 1999.
- Múnera Uribe, Pablo Antonio; y Sánchez Zuluaga, Uriel Hernando. *Comunicación empresarial: una mirada corporativa*. Asociación Iberoamericana de Comunicación Estratégica. Colección Hermes. Medellín, 2003.
- Organización Panamericana de la Salud. *Los volcanes y la protección de la salud*. Guía del video. Washington D.C., 2002.
- Organización Panamericana de la Salud. *Manual de comunicación en desastres*. Área de Preparativos para Emergencias y Desastres. En preparación.
- Organización Panamericana de la Salud. *Manual de comunicación social para programas de promoción de la salud de los adolescentes*. División de promoción y protección de la salud. Washington D.C., 2001.
- Organización Panamericana de la Salud. *Manual de evaluación de daños y necesidades en salud para casos de desastres*. 2004.
- Organización Panamericana de la Salud. *Preparativos de salud para situaciones de desastre*. Serie manuales y guías sobre desastres N°3. Quito, 2003.

- Organización Panamericana de la Salud. *Vigilancia epidemiológica sanitaria en situaciones de desastre*. Guía para el nivel local. Washington D.C., 2002.
- Restrepo, Javier Darío. "Periodismo en caso de desastres". En: *Cultura de la prevención: elementos para mitigar los efectos de los desastres*. Separata Senanoticias, cuaderno N°6. Manizales, 1989.
- Rodríguez, Clemencia; Obregón, Rafael; Vega, M. Jair. *Estrategias de comunicación para el cambio social*. Friedrich Eber Stiftung. Quito, 2002.
- Seaman, John; Leivesley, Sally; Hogg, Christine. *Epidemiología de desastres naturales*. Editorial Harla, México, 1989.