

## Ficha Técnica

# Elementos para una comunicación efectiva en contextos de crisis y emergencias. *Enfoque de Salud Mental.*

*Esta ficha no intenta ser un manual de comunicación ante una emergencia. Es un trabajo de síntesis de los procesos mentales que acompañan a una crisis y que pretende ofrecer un panorama breve de las necesidades de comunicación en contextos de crisis y las buenas prácticas a adoptar. Parte del material procede de traducciones y adaptaciones de obras de referencia en inglés, adaptadas por personal experto en salud mental de la Secretaría de Salud.*

### Glosario

**Crisis:** Situación grave y decisiva que pone en peligro el desarrollo de un asunto o un proceso.

**Equipo de Respuesta en Emergencia en Salud:** Equipo central por Estado y Federal que planea, atiende e implementa el Plan de Emergencia en Salud

**Emergencia en Salud:** Condición crítica que de no recibir una respuesta inmediata y/o priorizada que puede complicarse y llevar a pérdida de vida humanas

**Impotencia:** Es el sentimiento que tienen las personas de que ellas, por sí mismas, no tienen el poder de mejorar su situación, protegerse a sí mismas, o ayudar a otras personas.

**Incertidumbre:** Falta de seguridad, de confianza o de certeza sobre algo, especialmente cuando crea inquietud.

**Ley General de Protección de Datos Personales:** Ley General de Protección de Datos Personales a cargo de sujetos obligados.

**Miedo:** Emoción básica que genera la reacción impulsiva de fuga, lucha o parálisis.

**Negación:** Acto psicológico de rechazar reconocer un daño inminente o un daño que ya ha sucedido.

**Vocera/Vocero:** Persona del Equipo de Respuesta encargada de difundir la información oficial sobre los procesos.

### Introducción

Durante una situación de crisis o emergencia, las personas pueden experimentar una amplia variedad de emociones que pueden interferir o ayudar con la cooperación y la respuesta de parte de la población. Las comunicaciones durante una crisis deben realizarse sabiendo que es muy posible la aparición de ciertos patrones, que se describen a continuación, y entendiendo cómo estos patrones afectan a la comunicación.

**Una comunicación eficaz en contextos de crisis puede ayudar a reducir o mitigar muchas de las reacciones que afectan la respuesta eficaz de la población** para cuidarse y para cooperar con las autoridades a salvaguardar su vida e integridad.

Para ello es necesario comprender cuales son los factores psicológicos que se presentan en una emergencia y adaptar los mensajes de las autoridades oficiales y del equipo de respuesta de emergencia en salud, para generar confianza y seguridad y asegurar la mejor conducción de la población durante la crisis.

La presente guía está dividida en cuatro partes: 1) las recomendaciones que debe haber para una estrategia eficaz de información en salud ante emergencias; 2) el proceso psicológico a los que se enfrenta una persona en crisis; 3) cómo se procesa la información

durante una crisis o emergencia y 4) Fases de una crisis y su relación con las necesidades de comunicación.

## 1. Estrategia eficaz de información en salud ante emergencia.

Existe una tendencia a presentar reacciones psicológicas o emocionales más fuertes si la crisis se percibe como causada por la acción humana o impuesta. Este tipo de crisis además tienden a tener una mayor cobertura mediática.

Además de las consecuencias sobre las personas afectadas, existen efectos sobre la población en general. Incluso las personas que no han sufrido directamente las consecuencias del desastre, pero que están expuestas a la cobertura mediática pueden personalizar los hechos e identificarse como potenciales víctimas, llegando a causar trastorno por estrés postraumático (TEPT).

Al planear la estrategia de comunicación para un contexto de crisis, se debe tener presente que incluso las personas que no han sido directamente afectadas por los hechos, las y los damnificados, pueden enfrentar importantes impactos psicológicos. Las comunicaciones dirigidas hacia esa población también deben ser coherente con los principios de comunicación en crisis y emergencias para reducir el daño y ayudar a su manejo.

### 1.1. Normas de comunicación de brotes epidémicos de la OMS\*

Las acciones y prácticas de trabajo del **Equipo de Respuestas en Emergencias en Salud** en general, y de sus especialistas de comunicación en particular, deben tener como referencia estas normas establecidas por la OMS:

1. **Confianza.** Una de las metas esenciales para las autoridades que manejan la emergencia es **fomentar, mantener o recuperar** la **confianza** del público (ciudadanos).

a. Cuanto menos confíen las personas en las autoridades que manejan las emergencias más temerosas estarán y será menos probable que sigan las recomendaciones o pautas ofrecidas.

2. **Anuncio temprano.** Actualmente es casi imposible ocultar al público la información sobre el impacto de la emergencia; tarde o temprano, esta saldrá a la luz y por tanto *para impedir que circulen rumores e información errónea y para enmarcar el suceso, es mejor hacerla pública lo antes posible.*

a. Los anuncios tempranos a menudo se basan en información incompleta y a veces errónea.

b. Es fundamental *reconocer públicamente que la información inicial puede cambiar a medida que se comprueba o se obtiene más información.*

3. **Transparencia.** El mantenimiento de la confianza del público durante toda la etapa de la emergencia requiere *transparencia*, es decir, **veraz, se comprenda fácilmente, sea completa y se atenga exactamente a los hechos.**

a. La transparencia, por sí misma, no garantiza la confianza; el público debe ver que se están tomando decisiones competentes. Pero en general, a mayor transparencia mayor será la confianza.

**4. Comprender al público.** Generalmente resulta difícil cambiar creencias preexistentes a menos que se aborden explícitamente.

Si no se conoce lo que la gente piensa, es casi imposible comunicar mensajes satisfactorios que superen la barrera que se levanta entre el experto y el público.

**La comunicación de los riesgos debe ser un diálogo con el público.**

El comunicador debe comprender las creencias, cultura, opiniones y los conocimientos de la gente sobre riesgos específicos.

**5. Planificación.** Las decisiones y los actos de los funcionarios de salud pública tienen más efecto que la comunicación en lo que respecta a la confianza y la percepción pública del riesgo.

a. La comunicación de riesgos repercute en todo lo que hacen los gestores de la emergencia y no sólo en lo que se dice.

**1.1. Consejos para evitar problemas en la gestión de la información con los medios y la población**

- Establezca y socialice pasos y responsabilidades claras y ágiles para su recopilación, procesamiento, verificación y aprobación, tanto a lo interno del equipo de respuesta, como entre las autoridades.
- Trate de responder: ¿Quién produce qué, cuándo y con qué contenidos? ¿Quién informa a quién, cuándo y con que información? ¿Quién aprueba la información antes de hacerse pública?
- Los mecanismos de recolección y de análisis de información deben ser compartidos por todas las personas del equipo que participen en esas funciones.
- Tener información excesiva y confusa puede ser tan delicado como no tenerla.
- Busque siempre el *equilibrio entre la oportunidad (rapidez) y cantidad/calidad* de la información.
- Para garantizar que la información esté siendo útil y no subutilizada, busque retroalimentación de las autoridades de otros sectores y/o instituciones que la reciben y establezca procedimientos claros y periódicos de distribución y monitoreo.
- Trate de evitar los excesos de protagonismo en el manejo de la emergencia.
- *La anticipación de sensibilidades políticas y su adecuado control pueden marcar la diferencia en la recopilación y difusión de la información.*
- La planificación y el trabajo previo le permitirán anticipar los escenarios más complejos y organizar los recursos para usarlos de la manera más eficiente.

¿QUÉ BUSCAN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?	RECOMENDACIONES GENERALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información a tiempo, transparente y actualizada con regularidad.</li> <li>• Conocer la posición oficial sobre los hechos.</li> <li>• Conocer la información más relevante que la secretaría de salud y/o OPS tiene sobre la emergencia.</li> <li>• Mensajes consistentes, atractivos, claros y verídicos.</li> <li>• Imágenes, cifras, testimonios y declaraciones de actores clave.</li> <li>• Recursos que le permitan comprender mejor la emergencia.</li> <li>• Que se aclaren los rumores para no publicar especulaciones.</li> <li>• <u>Si hay errores, que se acepten y se corrijan.</u></li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anticípese, no espere que le soliciten la información. Genere confianza, muestre interés y voluntad para compartir la información.</li> <li>2. Minimice imprecisiones, entregue información concisa, oportuna y clara; ofrezca hechos más que procesos.</li> <li>3. Trátelos por igual, no los discrimine ya sean locales, nacionales o internacionales</li> <li>4. Adecue la información al medio, <i>la emergencia se mira de forma distinta desde un medio local que desde una agencia internacional de noticias.</i></li> <li>5. Busque enfoques o puntos comunes, en general no hay periodistas especialistas en desastres, <i>ayúdeles a comprender la emergencia.</i></li> <li>6. Atienda sus demandas, parta de sus expectativas y <b>no les diga cómo deberían hacer su trabajo.</b></li> <li>7. Monitoree, enviar la información no es garantía de que se publique; si su mensaje es divulgado, lleve un registro de las apariciones en medios.</li> <li>8. Conozca a los tomadores de decisiones, en casos importantes acuda a los editores y directores, son quienes deciden el qué, cómo y cuándo de la noticia.</li> <li>9. Identifique sus intereses, conozca las tendencias empresariales e ideológicas de cada medio.</li> </ol>

**Consejos útiles para los voceros**

- Comunique con calma, honestidad, transparencia y apertura.
- Use un mensaje claro y sencillo, evite la jerga científica o muy técnica.
- Tenga presente a qué audiencia se dirige.
- Distinga entre hablar a los medios y hablar a la población afectada.
- Exprese con sinceridad su empatía con las personas afectadas.
- Exprese seguridad, pero nunca arrogancia.
- Module bien la voz y articule bien las palabras.
- Discuta sobre lo que sabe, no sobre lo que piensa.
- Mantenga la calma, el control y no actúe a la defensiva.
- Acepte las entrevistas sólo cuando tenga un mensaje y un objetivo claro.
- Sepa escuchar y respetar a sus interlocutores.
- Anticipe las preguntas sobre la evolución de la crisis, sobre lo que vendrá.
- Asuma que el micrófono siempre está abierto.

**Jamás brinde declaraciones "off the record" o extraoficiales.**

### 1.3. Marco Normativo del trato informativo sobre datos confidenciales.

Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de *Sujetos Obligados*.

**Advierte que la vulneración de un dato personal puede perjudicar a su titular, tanto en su persona como en sus propiedades.**

- Día Internacional de *Protección de Datos Personales* 28 de enero

- La Secretaría de la Función Pública (SFP) supervisa el respeto a la Ley General de *Protección de Datos Personales* en Posesión de *Sujetos Obligados*. En ese sentido, la SFP difunde entre las servidoras y los servidores públicos de la Administración Pública Federal (APF) la obligación de cumplir con esta legislación, tales como evitar que sean excesivos los datos personales, solicitados para brindar un trámite o un servicio.
- Asimismo, se le debe dar la difusión adecuada a los mecanismos, medios y procedimientos para ejercer derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición (ARCO) al tratamiento de datos personales.
- Invita a las y los servidores públicos a considerar los datos personales que se deben proporcionar en procedimientos administrativos bajo su encargo, con el propósito de que en los expedientes correspondientes **no existan datos personales excesivos** y, con ello, se facilite la elaboración de versiones públicas, en su caso.
- Los datos personales constituyen la información más íntima de una persona, le dan identidad dentro de un grupo social; la definen, la hacen única y la identifican del resto de la gente.
- El concepto no sólo comprende datos de identidad, sino también aspectos como **estado de salud, honorabilidad, temas económicos y patrimoniales.**
- El concepto *Protección de Datos Personales* se hace necesario debido a que la vulneración de un dato personal puede perjudicar a su titular, tanto en su persona como en sus propiedades.
- El medio facilitador de estas vulneraciones ha sido la tecnología.
- La protección de datos personales, lejos de verse como una obligación normativa, debe asumirse como un **compromiso de los sectores público y privado frente a los ciudadanos**, y frente a todas las personas, al ser un derecho humano, consagrado en la Constitución.
- Cumplir con lo anterior fortalecerá la confianza de las y los ciudadanos en las instituciones públicas y privadas y mejorará e incrementará el acceso a los servicios que ofertan.

## DATOS PERSONALES

Cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable. Se considera que una persona física es identificable cuando **su identidad pueda determinarse directa o indirectamente a través de cualquier información** como puede ser nombre, número de identificación, *datos de localización*, identificador en línea o uno o varios elementos de la *identidad física, fisiológica, genética, psíquica*, patrimonial, económica, cultural o social de la persona.

## DATOS PERSONALES SENSIBLES

Aquellos que se refieran a la **esfera más íntima de su titular**, o cuya **utilización indebida pueda dar origen a discriminación o conlleve un riesgo grave para éste.** De manera enunciativa más no limitativa, se consideran sensibles los datos personales que puedan revelar aspectos como origen racial o étnico, **estado de salud presente o futuro,**

**información genética, información biométrica,** creencias religiosas, filosóficas y morales, opiniones políticas y preferencia sexual.

## **1. El proceso psicológico en un contexto de crisis o emergencia.**

Durante un desastre o emergencia, las personas pueden experimentar una amplia variedad de emociones. Las barreras psicológicas pueden interferir o ayudar con la cooperación y la respuesta de parte del público. Las comunicaciones durante una crisis deben realizarse sabiendo que es muy posible la aparición de ciertos patrones, que se describen a continuación, y entendiendo cómo estos patrones afectan a la comunicación.

### **1.1. Incertidumbre**

Durante una crisis hay más preguntas que respuestas, especialmente al inicio. En un principio la magnitud completa de la crisis, las causas, y las acciones que las personas pueden tomar para protegerse a sí mismas, a sus seres queridos y para ayudar pueden no estar claras.

Para reducir la ansiedad, las personas buscan información para conocer la situación, saber los impactos sobre sus seres queridos, determinar sus opciones y confirmar o descartar sus creencias y temores. Probablemente escojan fuentes de información que les resulten familiares sobre fuentes menos familiares, con independencia de la precisión de la información.

Un riesgo de la sobreconfianza de quien emite la comunicación oficial, es que puede ser contraproducente. Es importante tener en cuenta que en un contexto de crisis un público sobre-tranquilizado no es el objetivo. Además, un mensaje tranquilizador alejado de la realidad que enfrentan las personas, minará la confianza en quienes emiten el mensaje.

### **2.2. Miedo, ansiedad y pavor**

Durante una crisis las personas afectadas (tanto directamente, como quienes forman parte de la comunidad a pesar de no haber sido dañadas directamente y las personas cuyos seres queridos se encuentran en la zona afectada) pueden experimentar miedo, ansiedad, confusión, pavor, etc. La función de la comunicación no es, ni puede ser usada para, ocultar estos sentimientos, hacerlos desaparecer, descalificarlos o minimizarlos. En lugar de esto, se deben reconocer estos sentimientos y mostrar empatía.

El miedo es una poderosa herramienta psicológica para hacer frente a una amenaza. Debe tener presente distintos aspectos relacionados con el miedo como:

- En ocasiones una amenaza percibida puede motivar a la gente y ayudar a que tome las acciones deseadas.
- En otras ocasiones el miedo a lo desconocido o a la incertidumbre puede ser la respuesta psicológica más debilitante ante los desastres y puede evitar que las personas actúen como se necesita.
- Cuando la gente está asustada y no tiene la información adecuada, puede reaccionar de formas inapropiadas para intentar evitar un riesgo.

### **2.3. Desesperanza e impotencia**

De acuerdo a investigaciones psicológicas, si los sentimientos de miedo, ansiedad, confusión y terror crecen sin control durante una crisis, la población muy probablemente



empezará a sentirse desesperanzados e impotentes. Y Si esto sucede, los miembros de la comunidad estarán menos motivados y con menor capacidad para tomar acciones que pudieran ayudarles o ayudar a otras personas.

Las respuestas ante situaciones extraordinarias son casi en su generalidad reacciones normales, por eso, en lugar de intentar eliminar la respuesta emocional de la población frente a una emergencia, se debe ayudar a gestionar sus sentimientos negativos señalándoles posibles vías de acción o ayudándoles a construirlas. Tomar acción durante una crisis puede ayudar a restaurar el sentimiento de control y sobreponerse a los sentimientos de desesperanza e impotencia.

## **2.4. Negación**

La negación se refiere al acto de rechazar reconocer un daño inminente o un daño que ya ha sucedido. La negación sucede por una variedad de razones:

- Las personas pueden no tener suficiente información para reconocer la amenaza
- Las personas pueden asumir que la situación es menos mala de lo que realmente es.
- Pueden haber recibido mensajes sobre la amenaza pero no información de acción acerca de cómo podrían responder a la misma.
- Pueden haber recibido y entendido el mensaje, pero creen que el riesgo no es tan grande cómo se les dice.

Cuándo las personas dudan sobre una amenaza, su realización, implicaciones, etc. pueden buscar confirmación. Se han identificado que para algunas poblaciones buscan que la información esté validada por:

- La consulta a líderes comunitarios respetados o a personas expertas.
- El deseo de conocer o comprobar cómo otras personas están reaccionando.
- La posibilidad de que el mensaje de alerta esté tan lejos de la experiencia de la persona que no pueda comprenderlo o manejarlo o escoja ignorarlo.

## **2.5. Pánico.**

Las emergencias crean amenazas a nuestra integridad, seguridad o bienestar que pueden producir ansiedad severa, estrés y la necesidad de hacer algo. La adrenalina, es segregada durante situaciones amenazantes produciendo diversas respuestas incluyendo aceleración del ritmo cardiaco, estrechamiento de los vasos sanguíneos y expansión de las vías aéreas, que mejoran la capacidad física para responder a una situación amenazante. Una respuesta es huir de la amenaza. Si huir no es una opción o está agotada como estrategia, se activa la respuesta de lucha o confrontación de la amenaza. No se puede predecir cuando una persona optará por una estrategia de huida o de confrontación en una situación dada.

Estas son reacciones racionales a una crisis, que sin embargo son a veces descritas, erróneamente, cómo pánico por parte de los medios, especialmente cuando se concentra en uno de los dos extremos de huida o enfrentamiento.

Los funcionarios públicos encargados de la gestión de una crisis pueden estar preocupados con que exista algún tipo de pánico colectivo, desobedeciendo las instrucciones oficiales y creando caos, especialmente en lugares públicos. Sin embargo, es poco probable que esto suceda.

**Si los funcionarios encargados de la respuesta describen el comportamiento de las personas como pánico, estarán alienando a quien escuche el mensaje.** Prácticamente nadie cree que él o ella mismo esté en pánico, porque las personas entienden el proceso de pensamiento racional detrás de sus acciones, incluso si la racionalidad permanece oculta a los espectadores. **En lugar de esto, los oficiales encargados de la respuesta deberían reconocer el deseo de la gente de tomar acciones (para protegerse, para ayudar, etc.) y redirigirlos hacia las acciones que pueden y deben ser tomadas, explicar porque un determinado comportamiento puede ser dañino para ellas o para la comunidad, y responder en la medida de lo posible a las dudas que genere la reacción oficial.**

Tabla 1. Patrón de comportamiento y recomendación de formato de comunicación.

Patrón de comportamiento	Recomendación
Mostrar incertidumbre	Las autoridades deben reconocer y mostrar empatía ante la incertidumbre de la población con respecto a la respuesta y al desenlace de la crisis.  Se recibirán preguntas y solicitudes de información muy precisas a las que no se tendrá respuesta concreta. Comparta con su audiencia el proceso que se está usando para obtener mayores informes sobre la situación. Esto ayudará a las personas a manejar su ansiedad porque da muestras de un manejo adecuado del riesgo.
Miedo, ansiedad y pavor	La comunicación puede ayudar ofreciendo una evaluación precisa del nivel de peligro y proporcionando mensajes orientados a la acción para las personas afectadas, de forma que no se sientan impotencia.
Impotencia y desesperanza	En la medida de lo posible, se sugiere aconsejar a las personas para que tomen medidas que sean constructivas y directamente relacionadas con la emergencia a la que enfrentan.  Estas acciones pueden ser de reacción a la crisis como aportar trabajo voluntario o recursos para las acciones de rescate y reconstrucción; simbólicas, como encender velas en recuerdo de las víctimas o guardar silencio en su honor; relacionadas con la atención a las víctimas como donar sangre; relacionadas con la superación de la crisis, como informar a las autoridades de problemas no detectados; de preparación para próximos desastres, como establecer un plan de reacción familiar o preparar una mochila de emergencia, etc.
Negación	La negación puede ser mitigada por medio de una comunicación clara y consistente proveniente de fuentes confiables.  Si la audiencia a la que se dirige el mensaje recibe y entiende un mensaje consistente desde múltiples fuentes confiables, líderes de la comunidad, puede ser más probable que lo considere cierto y actúe en consecuencia.
Pánico	Las autoridades encargadas de la respuesta no señalen que “la gente actúo por pánico” sino reconocer el deseo y la posibilidad de la gente de tomar acciones para protegerse, para ayudar, etc. y redirigirlos hacia las acciones que pueden y deben ser tomadas, explicar porque un determinado comportamiento puede ser dañino para ellas o para la comunidad, y responder en la medida de lo posible a las dudas que genere la reacción oficial.



	En el caso de comportamientos de aparente protección individual que pueden ser dañinos, los funcionarios pueden apelar al sentido de comunidad.
--	---

### **3. Formas de procesamiento de la información durante una crisis.**

Entender cómo las personas procesan la información durante una crisis ayuda a contar con una información efectiva.

Existe evidencia de que las personas reaccionan de 4 formas ante la información presentada durante un contexto de crisis o ante una emergencia.

#### **3.1. Se simplifican los mensajes**

En contextos de alto estrés, y sobrecarga de información tendemos a perder parte de los mensajes porque no se pueden procesar toda la información producida durante una crisis, porque el sistema de memoria falla y porque nuestra capacidad de razonamiento está ligada a la sobrevivencia.

En estos contextos, muchas personas enfrentan problemas para tomar decisiones en base a análisis razonados y lógicos. En lugar de ello en ocasiones se recurren a mantener hábitos, prácticas o rutinas, seguir el ejemplo de la mayoría (con independencia de si es adecuado o no), etc.

#### **3.2. Se mantienen las creencias.**

En contextos de crisis puede ser necesario realizar acciones contraintuitivas (como tomar precauciones de higiene cuando no hay una emergencia declarada)

Cambiar las creencias durante una crisis es difícil e incluso se refuerzan ya que no se procesa la evidencia que pueda cuestionar aquello que considera valioso y se mantienen los lazos a aquello que parece lógico y conocido. Se prefiere obtener información de fuentes confiables y familiares, aunque puedan proveer información incorrecta.

#### **3.3. Se busca validación con un tercero.**

Tendemos a recordar en aquello que hemos visto y confiar en lo que hemos experimentado. Cuando recibimos información de fuentes externas durante una crisis, muchas veces tendemos a intentar confirmarlo antes de seguir las indicaciones proporcionadas.

Es normal realizar otras acciones como:

- Contactar a la familia, amistades, vecinas y vecinos para saber si han recibido la misma información.
- Cambiar el canal de televisión o radio para ver si los mismos mensajes aparecen en más lugares.
- Comprobar múltiples redes sociales para comprobar qué dicen nuestros contactos, líderes de opinión, fuentes consideradas confiables, o incluso buscar la respuesta sanitaria que se ha dado en otras regiones.

Esta actuación de confirmar antes de actuar o seguir los consejos de terceros (sean las autoridades u otras fuentes) es una actitud común.

#### **3.4. Se confía en la primera información.**

Durante una crisis, la rapidez de la respuesta es un factor esencial para reducir los daños porque ante la ausencia de información se tiende a completar los vacíos de información con creencias, experiencia y observaciones realizadas. Esta necesidad de completar los vacíos favorece la aparición y divulgación de noticias falsas.

Normalmente, el primer mensaje que nos llega es aquel en el que más confiamos, incluso aunque recibamos información más precisa posteriormente. La respuesta de la autoridad por tanto, siempre debe ser inmediata.

### 3.5. Búsqueda de nueva información

Ante una situación de riesgo, incertidumbre, ansiedad y estrés como la que se experimenta en medio de una crisis, es normal recurrir a la búsqueda de nueva información de forma constante. Esta situación se agudiza cuando las personas están además en una situación en la que la vida o integridad propia o de sus seres queridos está en riesgo o en probable riesgo.

Durante una crisis, el obtener más información ayuda a reducir la ansiedad y favorece el empoderamiento de las personas, lo cual a su vez reduce la victimización y el miedo y facilita que se tomen acciones necesarias.

Sin embargo, hay que recomendar a la población a asegurarse que la búsqueda de información debe ser a través de los canales oficiales.

Por ello, es importante establecer flujos de información regulares, a intervalos no excesivamente espaciados que permitan garantizar a las personas que pueden confiar en obtener información oficial así como la emisión de información de gran trascendencia en el momento de producirse.

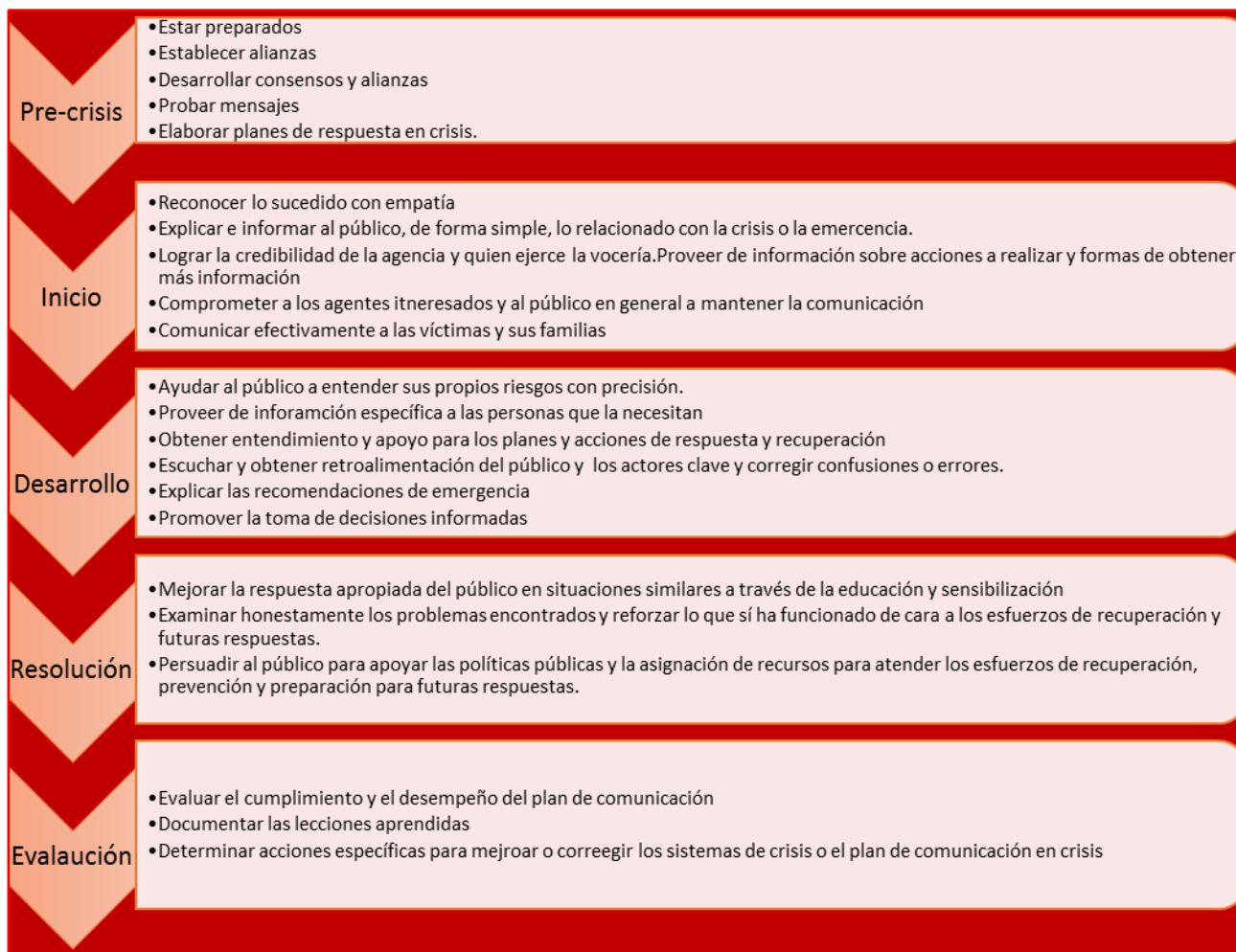
Tabla 2 Recomendaciones de comunicación ante las reacciones esperables en contextos de crisis

Reacción	Recomendación de comunicación
<b>Simplificando mensajes</b>	Usar mensajes simples
<b>Mantenemos nuestras creencias</b>	Los mensajes deben provenir de fuentes confiables
<b>Buscamos información y opiniones adicionales</b>	Usar mensajes consistentes
<b>Confiamos en la primera la primera información</b>	Ofrecer información correcta y precisa tan pronto como sea posible
<b>Búsqueda de nueva información</b>	Establecer procesos de comunicación regulares y constantes aún cuando no haya nueva información relevante.

#### 4. Fases de una crisis y su relación con las necesidades de comunicación.

Una crisis o emergencia es un proceso que se desarrolla a lo largo del tiempo y en el que podemos diferenciar varias fases, y en todas ellas la comunicación juega un papel central para lograr el mejor desenlace posible.

La comunicación oficial debe estar acorde a la fase así como a las necesidades que se presenten durante la misma, de acuerdo a lo mostrado en la siguiente imagen.



Es importante saber que ante una elevada demanda de información como la que sucede en un contexto de crisis o emergencia, los vacíos de información serán completados por la comunidad.

Si las autoridades no informan, se buscarán otras fuentes y los rumores, tergiversaciones o reacciones de pánico, tenderán a aparecer como consecuencia lógica, siendo más difícil controlar la situación.

Una comunicación efectiva por parte de las autoridades a lo largo de todo este ciclo permitirá:

- Reducir el sufrimiento causado a las víctimas y a sus familias.

- Reducir los impactos negativos sobre la población en general, incluido el posible aumento de afectaciones negativas a la salud física y mental, o el posible incremento en el consumo de drogas (incluido alcohol y tabaco).
- Reducir el nivel de conflictividad en torno a los esfuerzos de respuesta a la crisis, recuperación y preparación para próximas situaciones de crisis y emergencia.
- Lograr el apoyo de la población para los esfuerzos de respuesta y recuperación.
- Lograr la alineación y coordinación de los esfuerzos desplegados por diferentes operadores, contribuyendo a su efectividad.
- Obtener retroalimentación de las personas que están enfrentando la crisis y corregir las deficiencias en la acción gubernamental.
- Reducir los riesgos a los que se encuentra expuesta la población.
- Obtener información necesaria para el despliegue de los esfuerzos de respuesta.
- Reducir el uso innecesario o inadecuado de los servicios de emergencia.
- Evitar el deterioro de la credibilidad de las instituciones encargadas de solucionar la crisis.
- Evitar las percepciones de favoritismo y discriminación hacia ciertos grupos sociales.

## 5. Bibliografía

- Organización Panamericana de la Salud. (2009). *Gestión de información y comunicación en emergencias y desastres: Guía para equipos de respuesta*. Obtenido de [http://www.paho.org/disasters/index.php?option=com\\_content&view=article&id=997:informationmanagement-and-communication-in-emergencies-and-disasters&catid=895:books&Itemid=924&lang=es](http://www.paho.org/disasters/index.php?option=com_content&view=article&id=997:informationmanagement-and-communication-in-emergencies-and-disasters&catid=895:books&Itemid=924&lang=es)
- CDC. (2014). *Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) manual*. Obtenido de <https://emergency.cdc.gov/cerc/manual/index.asp>
- FEMA. (2015). *Basic Guidance for Public Information Officers*. Obtenido de [https://www.fema.gov/media-library-data/20130726-1623-20490-0276/basic\\_guidance\\_for\\_pios\\_final\\_draft\\_12\\_06\\_07.pdf](https://www.fema.gov/media-library-data/20130726-1623-20490-0276/basic_guidance_for_pios_final_draft_12_06_07.pdf)

Elaboró: LRBR/MFMA