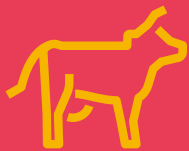


Guía para la elaboración del plan nacional de comunicación sobre la fiebre aftosa



OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
Región de las Américas

PANAFTOSA

Centro Panamericano de Fiebre Aftosa
y Salud Pública Veterinaria

Guía para la elaboración del **plan nacional de comunicación sobre la fiebre aftosa**

OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
Región de las Américas

PANAFTOSA

Centro Panamericano de Fiebre Aftosa
y Salud Pública Veterinaria

Guía para la elaboración del plan nacional de comunicación sobre la fiebre aftosa

OPS/CDE/AFT/25-00012

© **Organización Panamericana de la Salud, 2025**

Algunos derechos reservados. Esta obra está disponible en virtud de la licencia de Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Organizaciones intergubernamentales (CC BY-NC-SA 3.0 IGO).

Con arreglo a las condiciones de la licencia, se permite copiar, redistribuir y adaptar la obra con fines no comerciales, siempre que se utilice la misma licencia o una licencia equivalente de Creative Commons y se cite correctamente. En ningún uso que se haga de esta obra debe darse a entender que la Organización Panamericana de la Salud (OPS) respalda una organización, producto o servicio específicos. No está permitido utilizar el logotipo de la OPS.

La OPS ha adoptado todas las precauciones razonables para verificar la información que figura en la presente publicación. No obstante, el material publicado se distribuye sin garantía de ningún tipo, ni explícita ni implícita. El lector es responsable de la interpretación y el uso que haga de ese material, y en ningún caso la OPS podrá ser considerada responsable de daño alguno causado por su utilización.

Índice

INTRODUCCIÓN	1
OBJETIVOS DEL PLAN	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	4
PÚBLICOS OBJETIVOS	5
Públicos objetivos	7
ESTRUCTURA DEL PLAN	10
Organización del equipo	10
Introducción y contextualización	12
Análisis y diagnóstico	12
Plan estratégico de comunicación	13
Plan operativo de comunicación	16
EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS RESULTADOS	27
Audiencia	29
Alcance	29
Participación	29
FINANCIAMIENTO DEL PLAN OPERATIVO	30
Objetivos del financiamiento	31
Estimación de costos	31
Fuentes de financiamiento	31
GESTIÓN Y COORDINACIÓN	32
Designación de responsabilidades y atribución de roles	33
Sistema de coordinación y comunicación entre actores	34
Definición del cronograma detallado	35
Seguimiento periódico del cumplimiento de los plazos	36
CONTRARRESTAR LA DESINFORMACIÓN EN SALUD ANIMAL	37
BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXO 1. EJEMPLO DE PIEZAS COMUNICATIVAS PARA UN PLAN DE COMUNICACIÓN	41
ANEXO 2. GUIONIZACIÓN DE LAS PIEZAS COMUNICATIVAS	42
ANEXO 3. DIFUSIÓN DE LAS PIEZAS COMUNICATIVAS	44
ANEXO 4. MEJORAS ESPERADAS A TRAVÉS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	45





Introducción

La erradicación de la fiebre aftosa ha sido un objetivo prioritario para la salud animal. Desde el inicio de las acciones para combatir y erradicar la enfermedad, se ha identificado la necesidad apremiante de mejorar la comunicación en salud animal con todos los actores implicados en los programas de salud animal. A medida que se avanza hacia la erradicación de la enfermedad en las Américas, resulta crucial fortalecer y orientar estrategias dirigidas a sensibilizar a los actores clave para la prevención y la detección temprana ante una posible reintroducción de la enfermedad.

La identificación temprana y oportuna de los casos sospechosos de fiebre aftosa, seguida de la pronta notificación por parte de los ganaderos son fundamentos esenciales para mitigar el impacto de la reintroducción del virus de la fiebre aftosa en un país. Además de los ganaderos, otros actores de la cadena de producción animal deben estar sensibilizados, ya que sus roles y acciones influyen de forma directa en la magnitud de un brote de fiebre aftosa. En este contexto, una comunicación organizada, regular y efectiva con todas las personas implicadas en el sistema de vigilancia de la fiebre aftosa es clave para mantener a todos en alerta y conscientes de sus responsabilidades.

Es necesario implicar a todas las partes interesadas de forma continua y activa a través de iniciativas de comunicación estructuradas para conseguir que las sospechas sobre fiebre aftosa sean notificadas de forma inmediata

Para conseguir que las situaciones que generen sospechas de fiebre aftosa se notifiquen de forma temprana, es necesaria una serie de acciones respaldadas por iniciativas de comunicación bien estructuradas, que impliquen a todas las partes interesadas de manera transformadora, continua y activa. La continuidad de este proceso comunicacional es esencial para la estrategia sostenida de sensibilización que se busca con esta iniciativa.

Además de coordinar la elaboración de un plan de comunicación sobre la fiebre aftosa, los servicios veterinarios oficiales (SVO) de cada país deben procurar establecer un sector de comunicación con equipos multidisciplinarios que puedan trabajar con sus propios recursos materiales y financieros para ejecutar la mejor gestión del sistema de comunicación.

No se puede pasar por alto que otras instituciones, en especial los gremios de ganaderos y de veterinarios, deben estar implicados en la elaboración y gestión del plan de comunicación nacional, bajo la coordinación del SVO.

Por lo tanto, esta guía tiene como objetivo ayudar a los SVO de los países en el desarrollo de su plan nacional de comunicación sobre la fiebre aftosa.



Objetivos del plan

Objetivo general

El objetivo general del plan ha de ser promover la confianza, la transparencia y el compromiso de todos los sectores involucrados directa o indirectamente en la erradicación, vigilancia, prevención y preparación para la respuesta a la fiebre aftosa.



Objetivos específicos

Los objetivos específicos del plan de comunicación son los siguientes:

- Proporcionar apoyo teórico sobre la **modulación de los mensajes** clave, adaptándolos a cada público.
- Definir **estrategias integrales** de acciones de comunicación fluida y continua de educación, para la difusión y comprensión efectivas de informaciones relacionadas con la fiebre aftosa.
- **Facilitar la comprensión** y el uso del plan de comunicación sobre la fiebre aftosa, haciéndolo accesible y que sea fácil de usar por las partes interesadas.
- Proponer **materiales didácticos** para los productores rurales y otros actores. Además, fomentar su uso efectivo por parte de las oficinas veterinarias locales y del sector privado.
- Incrementar la sensibilidad del sistema de vigilancia de las enfermedades vesiculares, basado en el aumento de las notificaciones de sospechas fundadas de fiebre aftosa, **fomentando la notificación por parte de terceros** y sobre todo de los ganaderos mediante la identificación temprana y la notificación o comunicación al SVO.
- Promover e **incentivar alianzas** con entidades capaces de ampliar la difusión de los materiales creados para diferentes públicos.
- **Contrarrestar la desinformación** en salud animal.



Públicos objetivos

El abordaje de la fiebre aftosa implica a diferentes públicos objetivos, que pueden variar según el contexto y los fines específicos de cada estrategia de comunicación.

Es importante adaptar la comunicación según las características y necesidades de cada público objetivo, asegurando que los mensajes sean comprendidos y lleguen a la audiencia de manera efectiva, sensibilizándolos y provocando el cambio de comportamiento o las acciones deseadas, como se destaca en el anexo 4.

Entre las características que deben considerarse, las del ámbito productivo y de comercialización son las más relevantes dado que son parte importante en la epidemiología de la enfermedad, como tipo de producción (por ejemplo, intensiva, pequeñas explotaciones, producción de subsistencia), especie afectada (cerdos, bovinos, pequeños rumiantes), forma de transacción (a través de ferias, ventas informales, etc.), movimientos y otros.

La etapa de sensibilización está enfocada a generar emociones, empatía y compromiso. Mientras que, la concientización está destinada a proporcionar información y conocimientos para aumentar la comprensión, la conciencia sobre el tema y tal vez la adopción de medidas recomendadas de mitigación de riesgos. La comunicación debe ser una vía para lograr un cambio de comportamiento.



Públicos objetivos

Productores rurales



Agricultores, ganaderos y criadores de animales que resulten directamente afectados por la aparición de la enfermedad en sus animales y que deben conocer las medidas de prevención, los signos clínicos y los procedimientos que hay que seguir en caso de sospecha o brote de la enfermedad. Son los principales interesados en conocer las acciones de prevención y contención de brotes y su papel en caso de una eventual reintroducción y diseminación del virus en su región o propiedad.

Trabajadores rurales



Veterinarios, agrónomos, técnicos agrícolas y otros trabajadores rurales implicados en la producción animal, que estén en contacto diario con animales en las fincas y desempeñen un papel crucial en la rápida detección de la sospecha de fiebre aftosa y en la adopción de medidas de prevención en la propiedad.

Servicios veterinarios oficiales



Veterinarios y personal auxiliar directamente vinculados al SVO.

Población en general (consumidores)



Es importante informar a la población, a las asociaciones de consumidores y a los propios consumidores de productos cárnicos y de leche del país del esfuerzo y compromiso del SVO y de las cadenas productivas en el mantenimiento de la calidad sanitaria de los productos que se ofrecen a la población.

Prestadores de servicios

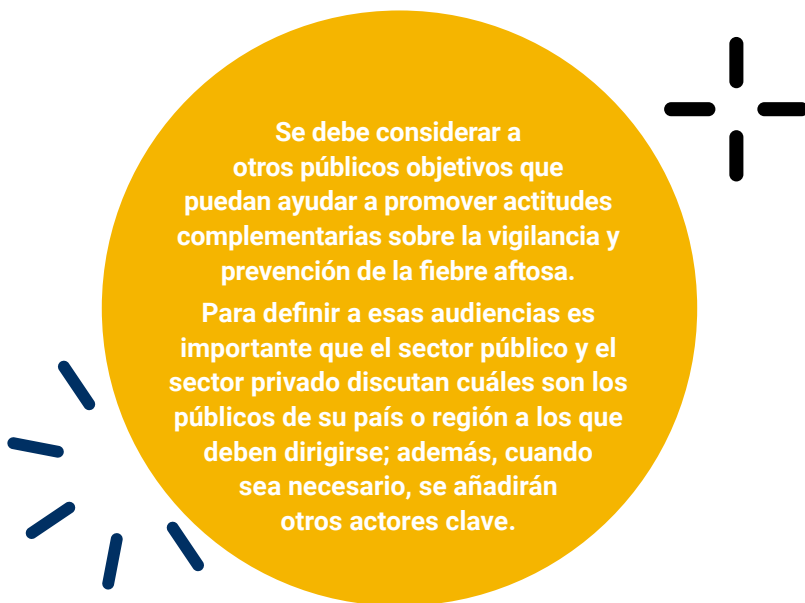


Profesionales que presten servicios, tanto de forma ocasional como permanente, en los siguientes sectores: administración rural, diagnóstico de gestación, inseminación artificial, atención clínica, transporte de animales, acopio de leche, comercialización de insumos agrícolas, promoción de eventos agropecuarios, laboratorios de diagnóstico animal y genética. Los profesionales que trabajan en esas áreas también deben conocer las acciones de prevención y detección temprana de sospechas de fiebre aftosa y su papel en este sentido.

Pueblos originarios



Es muy importante implicar a las comunidades originarias, como los Pueblos Indígenas, que a menudo cuentan con animales susceptibles a la fiebre aftosa en sus propiedades o reservas. Es fundamental que esa comunicación tenga lugar en la lengua o los dialectos locales.



Además de los públicos objetivos, hay otros sectores a los que es posible dirigirse con el objetivo de mejorar los resultados del plan de comunicación sobre la fiebre aftosa en el país. Estas audiencias deben ser consideradas como estrategias complementarias para mantener los logros y difundirlos, por las características de sus integrantes:

Autoridades gubernamentales y público-privadas



Gestores públicos de municipalidades y provincias, ministros y secretarios implicados en temas pecuarios, así como entidades responsables de la salud animal que deban implementar políticas y regulaciones relacionadas con la fiebre aftosa y coordinar acciones de prevención y control.

Profesionales de la salud



Veterinarios, epidemiólogos y otros profesionales del área de salud pública y sanidad animal que puedan apoyar al SVO en casos relacionados con la sospecha de fiebre aftosa.

Comunidad científica



Investigadores, académicos y especialistas en enfermedades animales que contribuyan al avance del conocimiento sobre la fiebre aftosa, al desarrollo de vacunas, a las estrategias de control y al diagnóstico de enfermedades animales.

Personal de comunicación



Periodistas, emisoras de radio locales y nacionales y líderes de opinión especializados en temas pecuarios con potencial para difundir informaciones útiles sobre la fiebre aftosa al público general.

Estudiantes técnicos y/o universitarios:



Implicar a los estudiantes de áreas afines en el proceso de sensibilización y participación.



Estructura del plan

Organización del equipo

El primer paso es organizar el equipo intersectorial en el país que será responsable de la elaboración y seguimiento del plan de comunicación. Para esa gestión, se recomienda que el SVO coordine el grupo y realice la invitación formal a los responsables de las principales entidades representativas del público objetivo para que formen parte del equipo gestor del plan. Es recomendable que, después de extender las invitaciones y de indicar los nombres de los participantes del equipo, el SVO formalice la creación del grupo gestor del plan, y que establezca la periodicidad de las reuniones, de sus informes de evaluación y de sus integrantes.

También se recomienda que cada país estructure su propio plan de comunicación sobre la fiebre aftosa, además de promover discusiones permanentes entre su equipo gestor sobre las estrategias, el plan operativo y las acciones de difusión, con el objetivo de producir materiales adecuados, actuales e independientes y fomentar un mayor compromiso, de acuerdo con los lineamientos nacionales y regionales.

El equipo responsable del plan, que debe contar tanto con personal técnico veterinario como del área de comunicación, debe organizar las estrategias comunicativas que faciliten la interpretación de leyes y normas técnicas por los diferentes públicos objetivos, de modo que se facilite su comprensión y puedan adoptar las actitudes técnicas recomendadas.

La ejecución y gestión de los planes de comunicación en salud animal deben formar parte de las actividades del SVO y de los sectores privados implicados. Para ello, se recomienda desarrollar y proveer un sistema de comunicación que lo mantenga en marcha y realice la búsqueda de datos que puedan evaluar su efectividad.

Se deben buscar formas de comunicación empáticas que faciliten la adopción de medidas técnicas recomendadas para cada estrategia y público objetivo. De este modo, se intenta aumentar la concientización y comprensión sobre el tema, lo que permite dar lugar a los cambios de comportamiento necesarios para cumplir el objetivo técnico deseado.

Como ejemplo para establecer un plan nacional de comunicación sobre la fiebre aftosa, se sugiere determinar unos puntos generales que cubran los principales elementos necesarios. Así se garantiza la organización de mensajes clave que lleguen a cada público objetivo de manera oportuna para propiciar una comunicación eficaz.

La ejecución y gestión de los planes de comunicación en salud animal deben formar parte de las actividades del SVO y de los sectores privados implicados

Introducción y contextualización

En los siguientes puntos se indica cómo introducir y contextualizar el tema:

- Proporcionar un **panorama de la situación actual** de la fiebre aftosa, que incluya aspectos como cuánto tiempo lleva el país libre de la enfermedad, la situación en la región y los desafíos asociados.
- Describir los **desafíos y logros históricos del país** y la región en relación con la fiebre aftosa y su importancia del estatus sanitario actual para la economía del país, en especial a los productores rurales y toda la cadena involucrada.
- Formular los **objetivos generales** del plan de comunicación.
- Plantear los **objetivos específicos** del plan de comunicación, que deben estar en línea con las estrategias del país.

Análisis y diagnóstico

- Evaluar la **situación actual de la comunicación** sobre la fiebre aftosa, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.
- Identificar los **públicos destinatarios relevantes** y analizar sus características, necesidades y canales de comunicación preferidos.
- Crear **bases de datos** y documentos.

Plan estratégico de comunicación

Se debe diseñar un plan estratégico de comunicación que responda a las necesidades técnicas y los avances de la erradicación, prevención y preparación para emergencia de la fiebre aftosa en el país. Asimismo, el plan debe basarse en el apoyo y el compromiso de la alta gestión del SVO y de las demás instituciones participantes del grupo gestor del plan.

El plan de comunicación estratégico debe abordar todos los objetivos de comunicación de forma integral e incluir los de alto nivel en toda la organización y de toda la cadena de producción animal.

En el plan, que será supervisado y revisado periódicamente, también se deben identificar objetivos de desempeño medibles y técnicas para evaluar la efectividad de la comunicación.

Según la Organización Mundial de Sanidad Animal (OMSA), es necesario considerar las diferentes categorías de comunicación: comunicación regular, comunicación del riesgo, comunicación del brote y comunicación de crisis, a fin de permitir, las partes afectadas o interesadas y a toda la comunidad y el público en general adoptar las mejores decisiones posibles, así como estar informados de las decisiones políticas y de su fundamentación.

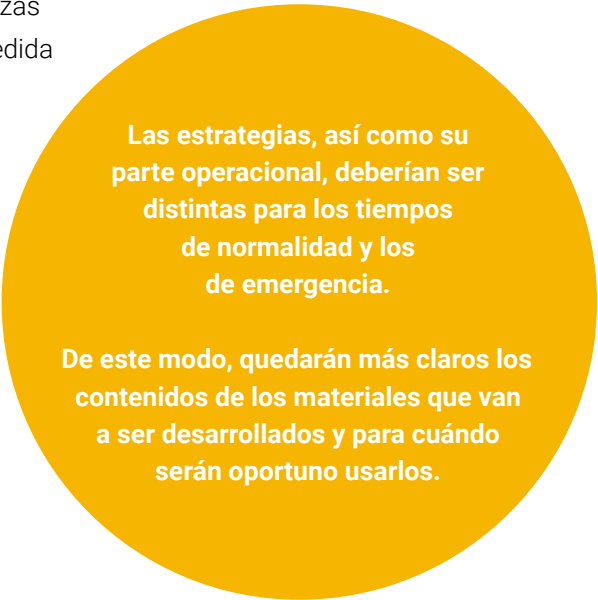
Es necesario considerar las diferentes categorías de comunicación: comunicación regular, comunicación del riesgo, comunicación del brote y comunicación de crisis

Los principales resultados de un plan estratégico de comunicación efectivo deben ser:

- Una **mayor y mejor comprensión y sensibilización de las diversas cuestiones** por parte de los públicos objetivos y participantes, incluso sobre el papel de los servicios veterinarios.
- Una **mayor visibilidad de los mensajes clave** y del esfuerzo de todos los sectores implicados, lo que genera confianza y credibilidad en los servicios veterinarios y en el plan.

En resumen, el propósito del plan es la comprensión o aceptación de las decisiones de las políticas públicas en acuerdo con los socios privados, lo que debe llevar a una mejor percepción, y a una acción o comportamiento deseado.

La aprobación final de las piezas publicitarias debe estar precedida siempre de las propuestas de contenidos elaboradas por el equipo técnico, que luego se remiten al equipo de comunicación para armonizar los textos y el guion, y finalmente, para proceder con la producción y difusión de las piezas de comunicación.



Las estrategias, así como su parte operacional, deberían ser distintas para los tiempos de normalidad y los de emergencia.

De este modo, quedarán más claros los contenidos de los materiales que van a ser desarrollados y para cuándo serán oportuno usarlos.

Es importante almacenar las piezas en lugar seguro junto con los documentos en bruto que sirvieron para elaborarlas, como grabaciones u otros.



A continuación, se enumeran las acciones de comunicación, basadas en las estrategias técnicas para los tiempos de normalidad:



- **Prevención** para la fiebre aftosa a nivel de país y de fincas.
- **Vigilancia** para la fiebre aftosa y monitoreo de los factores de riesgo de introducción y difusión de la enfermedad.
- **Detección temprana** y preparación para la respuesta a la fiebre aftosa.
- **Retirada de la vacunación regular** contra la fiebre aftosa del país o la región.



Las siguientes acciones de comunicación se basan en las estrategias **técnicas** para los tiempos de emergencia:



- Acción durante un **brote** de fiebre aftosa.
- Acción de **control** y erradicación.
- Acción de **restitución** de estado sanitario.

Para cada estrategia de comunicación se recomienda desarrollar mensajes clave a fin de conectarlas con cada público objetivo y el momento epidemiológico.

Plan operativo de comunicación

Se recomienda que los SVO mantengan un **sitio web o una página web** dedicadas a la fiebre aftosa donde se incluya la versión más reciente del plan de comunicación, así como las piezas comunicativas acabadas con instrucciones que indiquen cómo usarlas. Asimismo, se sugiere incluir una sección de **preguntas frecuentes** sobre la fiebre aftosa, ordenadas según el público objetivo.

Para dar respuesta a las posibles solicitudes de los medios de comunicación sobre la enfermedad, se incluirán en esta página todas las informaciones actualizadas y redactadas de forma sencilla, para que todos puedan comprenderlas.

Ese plan operativo debe incluir las actividades más apropiadas para la difusión de los mensajes clave mediante el uso de diferentes técnicas, herramientas y mensajes, así como las precauciones para alcanzar los objetivos propuestos, además de los recursos disponibles, en un periodo determinado.

Se debe elaborar un **cuadro resumen** de las piezas de comunicación de todo el plan (véanse los anexos 1 y 2), para contar con una visión general de todo el material que se debe desarrollar. A partir de dicho material, se podrá organizar una agenda de oportunidades de difusión de los contenidos (véase el anexo 3).

Los materiales de comunicación deben discutirse con los comunicadores y expertos en redes sociales, periodistas y otros actores a fin de elaborar una agenda de publicaciones y de difusión.

Es importante revisar las piezas de comunicación con los distintos actores para establecer el calendario de publicaciones

LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN DEBEN ORGANIZARSE EN DOS GRUPOS:



EN TIEMPOS DE PAZ

Las que van a emplearse de forma habitual.



EN TIEMPOS DE GUERRA

Las que se emplearán únicamente en los momentos de emergencia, cuando se confirme un brote de fiebre aftosa.



Identificar los mensajes esenciales que deben comunicarse de forma clara y coherente para cada situación epidemiológica de fiebre aftosa en el país.



Planificar los contenidos de las piezas y su producción. Véase el anexo 1



Seleccionar los canales de comunicación más adecuados para llegar a cada público objetivo. Véase el anexo 1



Planificar la frecuencia y cronograma de las acciones de comunicación en tiempos de normalidad y de emergencia. Véase el anexo 3



Adaptar los mensajes para cada público objetivo, teniendo en cuenta sus necesidades y peculiaridades.

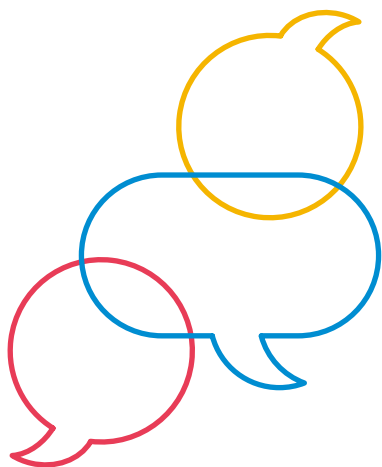
A continuación, siguen algunos ejemplos prácticos de organización de los materiales para cada estrategia del plan de comunicación que pueden ser adaptados a las diferentes situaciones sanitarias de la fiebre aftosa de cada país. Se aconseja que todos los materiales producidos sean guardados en un enlace específico del plan de comunicación y disponibles en todos los sitios web de las instituciones que hacen parte de la gestión del plan (SVO y sector privado).

IDENTIFICACIÓN Y NOTIFICACIÓN RÁPIDA DE SOSPECHAS DE FIEBRE AFTOSA

Promover la concientización de los ganaderos a fin de identificar y notificar oportunamente al SVO las sospechas de fiebre aftosa, es un tema estratégico que tiene como objetivo dilucidar el funcionamiento del sistema de vigilancia de la fiebre aftosa en el país y el papel de cada interesado en este proceso.

Un aspecto central es la importancia de denunciar cualquier sospecha de enfermedades vesiculares por parte de quienes intervienen en la cadena de producción directamente, así como por cualquier actor, porque ellos son los sensores primarios del sistema.

Junto a los mensajes de texto, es importante elaborar tanto diseños visuales como imágenes que acompañen a los textos. Para ello, se tendrá en cuenta que algunos públicos objetivos pueden tener dificultades de lectura y comprensión.



PÚBLICO OBJETIVO:

Ganaderos y personal que trabaja en fincas ganaderas

Todo propietario o cuidador de ganado


Username



Ganadero, ¡la salud de tu rebaño está en tus manos! Si notas babeo excesivo, cojera, o heridas en la boca o patas de tus animales, no dudes en contactar a tu veterinario oficial de inmediato. ¡Actúa contra la fiebre aftosa!

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

21K Repost
1,3K Quotes
45K Likes







Username



¡No tengas miedo de comunicar una sospecha! ¡Una actuación rápida beneficia a todos!

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

21K Repost
1,3K Quotes
45K Likes







Username



¡No pierdas tiempo: infórmalos si tienes sospechas de fiebre aftosa en tu rebaño! ¡La notificación inmediata de los casos sospechosos es esencial para la rapidez y eficacia de las acciones de control de brotes!

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

21K Repost
1,3K Quotes
45K Likes







Username



¡Cuidar la salud animal garantiza una alimentación segura para todos! Observa a tus animales de cerca y si notas signos sospechosos con la fiebre aftosa, contacta con el servicio veterinario oficial para recibir orientación.

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

21K Repost
1,3K Quotes
45K Likes







Username






  Tu acción puede marcar la diferencia.


#SaludAnimal #FiebreAftosa



21K Repost
1,3K Quotes
45K Likes







Username



 ¡Atención ganaderos! La identificación y notificación rápida de la fiebre aftosa en rumiantes y porcinos es crucial para proteger tu rebaño. Si observas síntomas como ampollas o úlceras en la boca o las patas, actúa de inmediato. Reporta cualquier sospecha al servicio veterinario oficial para prevenir brotes y asegurar la salud de tus animales

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

MONITOREO DE LOS FACTORES DE RIESGO RELACIONADOS CON LA INTRODUCCIÓN Y PROPAGACIÓN DE LA FIEBRE AFTOSA Y MEDIDAS DE PREVENCIÓN

Puesto que no hay registros de la enfermedad en la Región desde hace muchos años, es fundamental mantener la conciencia sobre la relevancia de conocer, monitorear y evaluar los factores de riesgo generales conocidos de la fiebre aftosa, además de adoptar medidas de bioseguridad para mitigar el riesgo de la introducción y, en caso de que ocurra, de propagación de la fiebre aftosa.



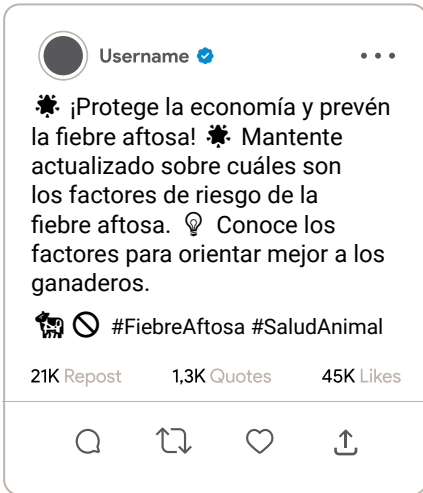
PÚBLICO OBJETIVO

Veterinarios y otros
colaboradores del SVO.



MENSAJES CLAVE

El conocimiento de los
factores de riesgo para la
fiebre aftosa es vital para una
buena vigilancia.



RETIRADA DE LA VACUNA DE FIEBRE AFTOSA DEL PAÍS O DE REGIONES

Este tema de comunicación estratégica solo debe aplicarse en áreas que forman parte de la zona o país libre de fiebre aftosa con vacunación, para demostrar la importancia de este cambio de condición sanitaria dentro del Programa Hemisférico de Erradicación de la Fiebre Aftosa para los diferentes públicos destinatarios, especialmente los productores rurales, además de optimizar los esfuerzos en las acciones de vigilancia, haciendo que estas actividades sean más asertivas.

El objetivo es aumentar la comprensión de los beneficios y responsabilidades que implica la retirada de la vacuna. Es necesario trabajar en el debate y la comunicación sobre la sustitución de la vacuna por acciones de vigilancia, con el objetivo de mejorar la condición sanitaria de una zona libre de fiebre aftosa sin vacunación.

En tiempos de crisis o emergencia, la comunicación se centra en cómo debe actuar cada público objetivo para colaborar con las actividades del servicio veterinario oficial a fin de resolver los problemas generados por la fiebre aftosa lo más rápido posible.



PÚBLICO OBJETIVO

Productores rurales de zona libre con vacunación.



MENSAJES CLAVE

La etapa final: La retirada de la vacunación contra la fiebre aftosa aportará mayores ingresos a los ganaderos.


Username 


🌐🔍 En países libres de fiebre aftosa, sustituir la vacunación por una mejora del sistema de prevención es clave. Esto optimiza la salud animal y asegura mejor remuneración a los productos exportados. ¡La prevención efectiva es nuestra mejor aliada!

  #SaludAnimal #FiebreAftosa

21K Repost 1,3K Quotes 45K Likes







Username 


🚫🔍 En zonas libres de fiebre aftosa, la prevención garantiza la retirada de la vacunación y asegura el mantenimiento del estatus sanitario. Refuerza las acciones de prevención y protege la salud de tu ganado. ¡Actúa contra la #FiebreAftosa!

  #SaludAnimal

21K Repost 1,3K Quotes 45K Likes







Username 


📅👁 Mejorar la prevención en áreas libres de fiebre aftosa es esencial tras la retirada de la vacuna. Un sistema de prevención sólido protege la salud animal y disminuye el riesgo de posibles brotes. ¡La prevención es clave!

  #SaludAnimal #ControlSanitario

21K Repost 1,3K Quotes 45K Likes







Username 



🚫🔍 En las regiones libres de fiebre aftosa, retirar la vacuna permite concentrar esfuerzos en la prevención, reduciendo costos y mejorando la gestión sanitaria y el comercio de productos animales.

  #FiebreAftosa



21K Repost 1,3K Quotes 45K Likes







Username 


🌐📅 Retirar la vacuna en áreas libres de fiebre aftosa ayuda a invertir recursos para una prevención más efectiva, manteniendo la salud animal sin comprometer el estatus sanitario. ¡Más sostenible y eficiente!

  #SaludAnimal #FiebreAftosa



ACCIONES EN CASO DE APARICIÓN DE FIEBRE AFTOSA

La comunicación de emergencia debe elaborarse en tiempos de normalidad. Será lo más general y sencilla posible para poder emplearla desde el primer día de la declaración del brote de fiebre aftosa, independientemente de sus especificidades.

¡No debemos dejar que los otros hablen por nosotros de la emergencia!

¡Nuestra voz debe ser la primera y la principal!

Por tanto, hay que actuar con anticipación y comunicar los principales mensajes de forma directa al resto del equipo.

Es importante que los destinatarios conozcan el plan de acción para cada actor en caso de un brote de la enfermedad.

Es fundamental aclarar al público general que la carne de cerdo y ganado es segura, ya que la fiebre aftosa no se transmite a las personas, ni a través del consumo de carne ni por ninguna otra vía. Aclarar que los productos cárnicos disponibles para consumo provienen de animales sanos.

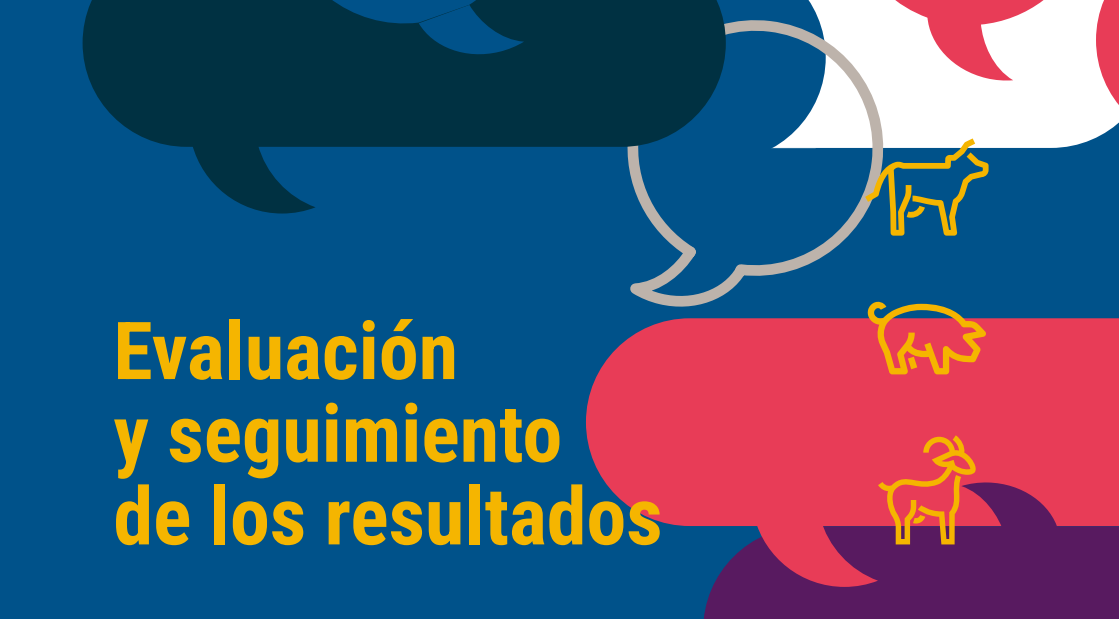
En caso de confirmarse un brote, esta web se activará de inmediato. Debe incluir la información esencial del brote, como la región afectada y las especies implicadas.

El contenido restante, incluidos los protocolos y mensajes que hay que seguir, debe estar preconfigurado para permitir una comunicación rápida, eficiente y clara con todos los actores.

Se
recomienda
contar con una página
web específica para
emergencias (que en tiempo
de normalidad estará oculta)
con las informaciones
necesarias para
el tiempo de
emergencia.



PÚBLICO OBJETIVO
Población general.

The header features a dark blue background with large, overlapping speech bubbles in dark blue, white, and pink. Three yellow line-art icons of animals—a cow, a pig, and a goat—are positioned within the speech bubbles. The title 'Evaluación y seguimiento de los resultados' is written in a bold, yellow, sans-serif font across the middle of the header.

Evaluación y seguimiento de los resultados

Hay que tener en cuenta la necesidad de evaluar la efectividad de las acciones del plan de comunicación para direccionar eficazmente los mensajes de acuerdo con los puntos de mejora detectados:

- Establecimiento y seguimiento de indicadores o de indicadores de rendimiento claves (KPI, por su sigla en inglés) y criterios para evaluar la eficacia de las acciones de comunicación.
- Seguimiento continuado de la implementación del plan y de los resultados obtenidos.
- Evaluaciones periódicas para identificar fortalezas y puntos de mejora.

A continuación, se indican algunos ejemplos de indicadores de los que se puede hacer un seguimiento.

Interacción en las redes sociales: medir la interacción en las redes sociales analizando los clics, las reacciones (como “me gusta”), los contenidos compartidos, las respuestas, las menciones y el uso de *hashtags*.

Rendimiento: El número de impresiones es importante, pero lo más importante es el rendimiento. Se debe prestar atención a la tasa de participación, no solo a las impresiones, para realizar un seguimiento de cómo reacciona la audiencia a lo largo del tiempo. También puede hacerse un seguimiento de las publicaciones más destacadas para ver con qué tipo de contenido se obtiene mejor rendimiento.

Para las reuniones acerca de un objetivo específico sobre la fiebre aftosa, se debe registrar el número de participantes.

En los mensajes emitidos a través de la radio se buscan los indicadores de las emisoras que van a difundir sus mensajes, por ejemplo: amplitud de difusión (cuántas municipalidades se abarcan, a cuántos oyentes se alcanzan, entre otros).

Audiencia

Tamaño de la audiencia: número total de oyentes que sintonizan la emisora durante el tiempo en que se transmite el mensaje.

Segmentación de la audiencia: datos demográficos (edad, sexo, ubicación) de los oyentes para verificar si el mensaje llega al público objetivo.

Alcance

Cobertura geográfica: zona geográfica que ha cubierto el mensaje. Hay que asegurarse de que llegue a la región deseada.

Frecuencia de exposición: número de veces que el mensaje se transmite durante un período determinado. Una mayor frecuencia puede aumentar la recordación.

Participación

Interacciones: llamadas, mensajes de texto o correos electrónicos recibidos en respuesta al mensaje emitido por la radio.

Indicadores como los anteriores son sobre todo registros de los esfuerzos hechos con la intención de llevar informaciones técnicas de forma sencilla a sus públicos destinatarios y darles seguridad y confianza en sus acciones.

El cambio de comportamiento es una consecuencia del trabajo comunicacional y educativo realizado. Puede medirse mediante investigaciones realizadas por muestreos poblacionales específicos, como los estudios de conocimiento, actitud y práctica.

Financiamiento del plan operativo



Asegurar un financiamiento consistente para un plan operativo de comunicación es crucial tanto en momentos de tranquilidad, enfocados en la prevención y vigilancia, como en situaciones de emergencia. Durante períodos de estabilidad, los recursos permiten implementar campañas educativas que refuercen la concientización, promuevan prácticas preventivas y mantengan a la población y a los actores clave informados, reduciendo el riesgo de reaparición.

En emergencias, un plan previamente financiado garantiza una respuesta ágil y eficaz, facilitando la difusión de información precisa, orientaciones rápidas y la coordinación entre las partes involucradas.

Esta dualidad de acciones fortalece la confianza pública y la eficacia de las políticas de control y erradicación de enfermedades como la fiebre aftosa, mejorando la sensibilidad del sistema de vigilancia.

Objetivos del financiamiento

- Garantizar los recursos necesarios para implementar acciones efectivas.
- Sustener campañas de concientización, involucramiento de actores clave y educación.
- Establecer un sistema de monitoreo y evaluación del impacto de la comunicación.

Estimación de costos

- **Identificación de recursos necesarios:**
 - » Producción de materiales (impresos, digitales, audiovisuales).
 - » Capacitación de equipos.
 - » Realización de eventos (talleres, seminarios, reuniones comunitarias).
 - » Distribución de información en medios de comunicación (TV, radio, internet).
- **Clasificación de costos:**
 - » Fijos (infraestructura, herramientas de comunicación).
 - » Variables (campañas estacionales, emergencias).

Fuentes de financiamiento

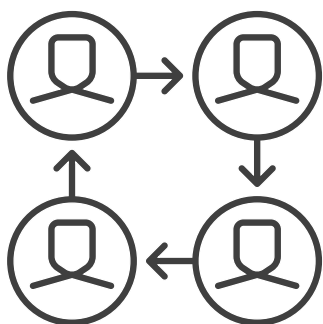
- **Públicas:**
 - » Presupuesto gubernamental para la salud animal y la comunicación.
 - » Fondos específicos para el combate de enfermedades.
- **Privadas:**
 - » Alianzas con empresas y organizaciones del sector agropecuario.
 - » Donaciones y patrocinios de asociaciones de productores rurales.
- **Internacionales:**
 - » Apoyo de organizaciones y organismos internacionales.

Gestión y coordinación



La correcta implementación de un plan de comunicación requiere una organización eficiente y una gestión rigurosa que permita alcanzar los objetivos de sensibilización y información.

En este capítulo se detallan los elementos fundamentales que garantizan la coordinación entre los equipos involucrados y el cumplimiento de los plazos y tareas.



Designación de responsabilidades y atribución de roles

Es fundamental que cada actor involucrado en la implementación del plan de comunicación tenga un rol claro y definido, evitando confusiones y duplicidad de esfuerzos. Se recomienda la siguiente estructura:

- **Coordinador/a general del plan:** responsable principal de la supervisión y ejecución general del plan. Se encarga de asignar tareas, monitorear el progreso y resolver problemas que puedan surgir.
- **Equipo de comunicación:** diseña y desarrolla los materiales informativos y educativos, así como las estrategias de difusión en medios tradicionales y digitales.
- **Responsables regionales o locales:** actúan como intermediarios entre el equipo central y las comunidades o grupos afectados. Son clave en la implementación local del plan.
- **Equipo de monitoreo y evaluación:** encargado de realizar el seguimiento y evaluar la eficacia de las acciones implementadas.
- **Portavoces o voceros:** personas entrenadas para transmitir mensajes oficiales sobre la fiebre aftosa a la opinión pública y actores claves.

La definición de responsabilidades debe quedar plasmada en un documento oficial para evitar confusiones.

Sistema de coordinación y comunicación entre actores

Un sistema eficiente de comunicación y coordinación es clave para garantizar que las actividades del plan se ejecuten de manera sincronizada. Para lograrlo, se deben establecer:

- **Canales de comunicación formales:** utilizar herramientas como reuniones programadas (presenciales o virtuales), plataformas de gestión (como Trello, Slack o Asana) y comunicados oficiales.
- **Responsabilidades en la coordinación:** el coordinador general del plan debe asegurarse de que la información fluya entre los equipos y actores involucrados.
- **Reunión de arranque:** antes de iniciar el plan, convocar una reunión con todos los actores para explicar roles, responsabilidades y objetivos generales.
- **Informes periódicos de avance:** cada equipo o responsable debe presentar informes sobre sus avances, logros y obstáculos.
- **Canales de retroalimentación:** establecer espacios para recibir y atender sugerencias o problemas que puedan surgir en la implementación del plan.

La comunicación debe ser transparente, fluida y constante para mantener a todos los involucrados informados y alineados.

Definición del cronograma detallado

Un cronograma claro y realista es esencial para planificar y organizar las etapas de ejecución del plan de comunicación. El cronograma debe incluir:

- **Objetivos específicos:** cada etapa del plan debe contar con objetivos claros y alcanzables.
- **Actividades y tareas:** detallar las acciones a realizar en cada fase.
- **Responsables:** Designar la persona o equipo encargado de cada actividad.
- **Fechas y plazos:** establecer fechas de inicio y fin para cada actividad.
- **Recursos necesarios:** incluir los materiales, herramientas o presupuestos requeridos.

Ejemplo de cronograma:

Actividad	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización
Desarrollo de materiales visuales	Equipo de comunicación	01/09/2024	15/11/2024
Campaña en redes sociales	Equipo de comunicación	16/11/2024	30/11/2024
Capacitación de responsables locales	Coordinador/a general	01/12/2024	05/12/2024

Seguimiento periódico del cumplimiento de los plazos

Para garantizar la ejecución efectiva del plan, es necesario establecer un sistema de monitoreo que permita verificar el cumplimiento de las actividades y plazos. Se recomienda lo siguiente:

- **Revisión semanal o quincenal:** realizar reuniones periódicas para evaluar el progreso y resolver posibles problemas.
- **Indicadores de seguimiento:** definir indicadores clave de desempeño (KPI) que permitan medir el avance de las actividades.
- **Informes de progreso:** solicitar a los responsables la entrega de informes breves sobre el estado de sus tareas.
- **Evaluación de desviaciones:** detectar retrasos o incumplimientos y tomar acciones correctivas.
- **Uso de herramientas de seguimiento:** herramientas como hojas de cálculo, diagramas de Gantt o software de gestión de proyectos facilitan el control y monitoreo.

La gestión y coordinación son aspectos fundamentales para el éxito de un plan de comunicación sobre la fiebre aftosa. La definición clara de roles, una comunicación eficiente, un cronograma detallado y un monitoreo constante permiten optimizar recursos, evitar retrasos y garantizar la ejecución efectiva del plan.

The header features a vibrant design with overlapping speech bubbles in purple, blue, and orange. On the right side, there are three yellow silhouettes of animals: a cow, a pig, and a goat, arranged vertically. The title is written in a large, bold, yellow font on a dark blue background.

Contrarrestar la desinformación en salud animal

La desinformación existe desde los comienzos de la civilización. El uso político de la calumnia tampoco es nuevo. Lo que ha cambiado en los últimos años, tras la explosión de las redes sociales, es la escala y los medios de difusión de las noticias falsas y la desinformación.

El término “desinformación” tiene un significado más amplio que “noticias falsas” o “*fake news*”, ya que abarca las diferentes formas de difusión de información falsa a través de internet. En inglés existen tres conceptos para designar este fenómeno:



DISINFORMATION

(desinformación)

se refiere a la información falsa creada con la intención de causar daño.



MISINFORMATION

(información errónea)

designa a la información incorrecta difundida sin el propósito de causar daño.



MALINFORMATION

(malinformación)

es el nombre de la información correcta que se difunde de forma descontextualizada con el propósito de causar daño.

Es esencial que el SVO cuente con equipos preparados para responder rápida y efectivamente a las noticias falsas o la desinformación en cuanto se detecten, puesto que puedan causar pánico y daños económicos o perjudicar la imagen del país.



Bibliografía

Banco Interamericano de Desarrollo y Centro Panamericano de Fiebre Aftosa y Salud Pública-Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud. Guía de comunicación social y comunicación de riesgo en salud animal. Serie de Manuales Técnicos, n.º 10. Río de Janeiro, Washington, D.C.: PANAFTOSA-OPS/OMS, BID; 2007. Disponible en: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51505>.

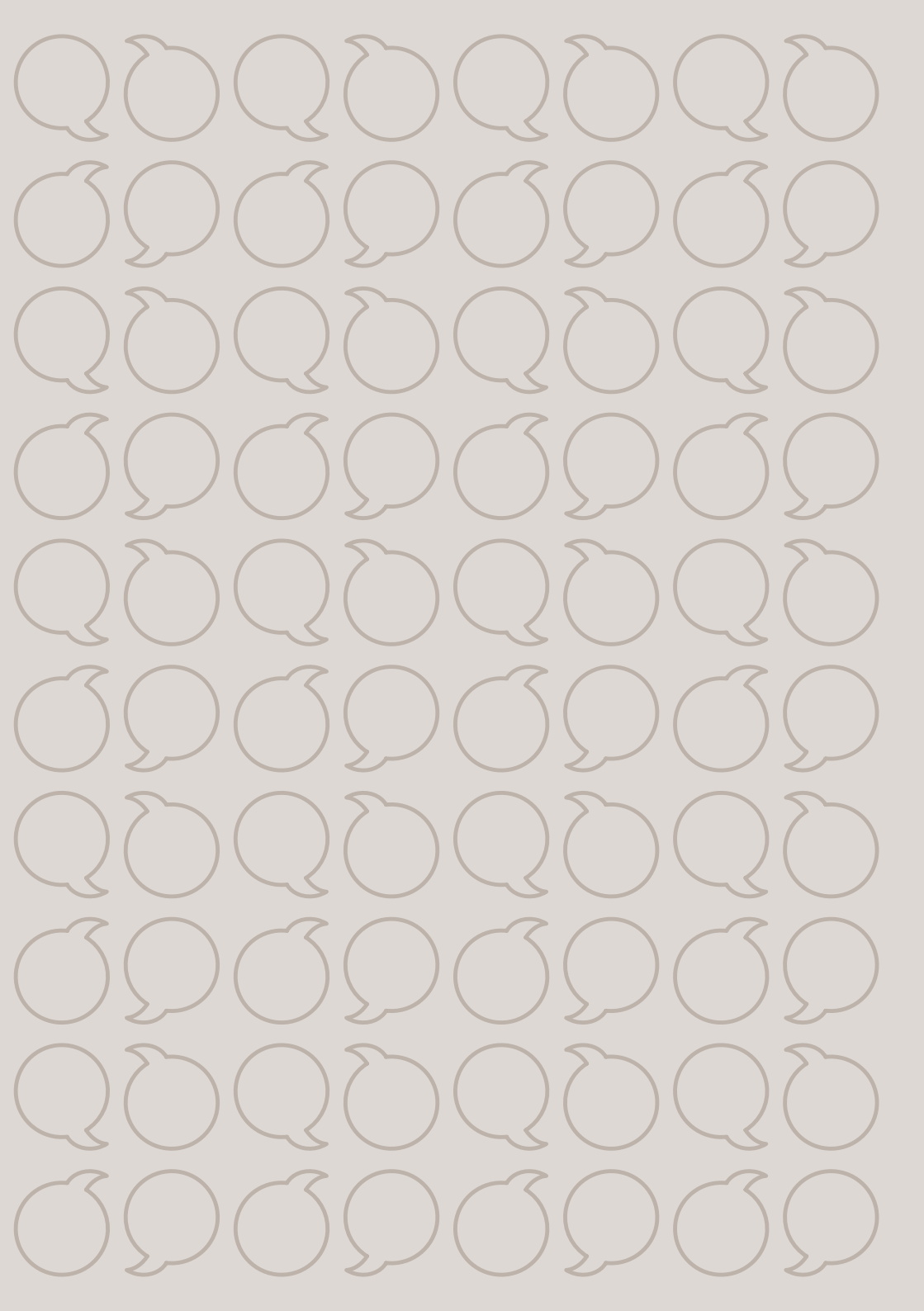
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura y Comisión Europea para la Lucha contra la Fiebre Aftosa. Planning risk communication on foot-and-mouth disease: a guide. Roma: FAO, EuFMD; 2021. Disponible en: <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cb5473en>,

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Epic Risk Communication for Animal and Public Health Threats: Global Toolkit for Veterinary Services. An Introduction. Roma: FAO; 2015. Disponible en: <https://reliefweb.int/report/world/knowledge-attitudes-and-practices-risk-education-how-implement-kap-surveys>

Organización Mundial de la Salud. 2018. Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergências. Ginebra: OMS; 2018. Disponible en: <https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/259807/9789248550201-por.pdf>.

Organización Mundial de Sanidad Animal. Countering disinformation and misinformation in animal health emergencies. París: OMSA; 2024. Disponible en: <https://doi.org/10.20506/woah.3472>.

Organización Mundial de Sanidad Animal y Organización Mundial de la Salud. Communication Handbook for Veterinary Services. París y Ginebra: OMSA, OMS; 2016. Disponible en <https://www.who.int/publications/i/item/communication-handbook-veterinary-services>. Versión en portugués disponible en https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sanidade-animal-e-vegetal/saude-animal/programas-de-saude-animal/raiva-dos-herbivoros-e-eeb/manualemportugues-fevereiro_12_02_2020.pdf.



Anexo 1. Ejemplo de piezas comunicativas para un plan de comunicación

Cuadro A1.1.				
Número de la pieza comunicativa	Formato, duración y canal de difusión	Público objetivo	Título	Frecuencia
01	Video de 1 minuto para las redes sociales, WhatsApp y Telegram	Ganaderos y personal que trabaja con animales.	¿Sabes cómo identificar las sospechas de fiebre aftosa?	Enviar el mismo video dos veces al año. Hacer un video nuevo cada año con el mismo mensaje clave.
02	Mensaje de 1 minuto para las radios locales (todas las mañanas a las 6.00 horas)	Ganaderos y personal que trabaja con animales.	¿Sabes cómo identificar las sospechas de fiebre aftosa?	Enviar el mismo mensaje una vez al mes. Crear un video nuevo cada 3 meses con el mismo mensaje clave.
03	

Fuente: elaboración propia.

Anexo 2.

Guionización de las piezas comunicativas

A continuación se muestra el guion del ejemplo del anexo 1:

Pieza 1: Video de 1 minuto para las redes sociales y WhatsApp destinado a los ganaderos.

Estrategia 1: Identificación y notificación rápida de sospechas de fiebre aftosa en rumiantes y porcinos.

Breve descripción: Video breve para difundirlo en las principales redes sociales y en WhatsApp.

Título: ¿Sabes cómo identificar una sospecha de fiebre aftosa?

Contenido de la pieza:

Ganadero, ¡tú eres el principal guardián de tu rebaño! ¿Has observado babeo excesivo y cojera en tus animales? ¿Tu animal tiene heridas en la boca o en las patas? Si es así llama a tu veterinario oficial de inmediato para obtener ayuda. ¿Sabías que, en casos de fiebre aftosa, el productor rural será indemnizado por todos los animales que tenga en la propiedad afectada? ¡No pierdas el tiempo, infórmanos si sospechas fiebre aftosa en su rebaño! ¡La notificación inmediata de los casos sospechosos es esencial para la rapidez y eficiencia de las acciones de control de brotes! ¡Garantizar la salud animal significa garantizar una alimentación sana para todos! ¡Un rebaño sano es sinónimo de dinero en el bolsillo del productor! ¡Quien ama cuida! Presta atención a la salud de tus animales y si tienes enfermedades específicas, contacta con el servicio veterinario oficial para que te orienten. ¡Los animales sanos producen más! ¡Controla periódicamente a tus animales y avisa al servicio veterinario oficial (utiliza el nombre del organismo para informar a los productores) en caso de enfermedad!

Guion

Descripción de la escena	Textos en el video	Locución
<p>1 Un ganadero inspecciona su rebaño.</p> <p>El ganadero se rasca la barba, en un gesto de sorpresa al descubrir las heridas de los animales.</p>		<p>¿Has observado babeo excesivo y cojera en tus animales? ¿Tienen heridas en la boca o en las pezuñas?</p>
<p>2 El ganadero llama al veterinario oficial con su teléfono celular.</p>	<p>Llamar inmediatamente al servicio veterinario oficial.</p>	<p>Llama a tu veterinario oficial de inmediato para recibir orientación.</p>
<p>3 Animales enfermos.</p> <p>Dinero.</p>		<p>¿Sabías que en casos de fiebre aftosa, el productor rural será indemnizado por todos los animales en la propiedad afectada?</p>
<p>4 El veterinario llega a la finca del ganadero y examina a los animales.</p>		<p>La notificación inmediata es esencial para el control de brotes.</p>
<p>5 El ganadero, de pie al lado del veterinario oficial, levanta el pulgar hacia arriba mientras mira a la cámara.</p>		<p>¡Controla periódicamente a tus animales y avisa al servicio veterinario oficial (utiliza el nombre del organismo para informar a los productores) en caso de sospecha!</p>

Anexo 3.

Difusión de las piezas comunicativas

Cuadro A3.1. Ejemplo de una agenda de difusión de las piezas de comunicación en distintos canales

Fecha	Mensajes clave	Público objetivo	Medios	Averiguaciones
1/02/2024	¿Sabes reconocer sospechas de fiebre aftosa?	Ganaderos y personal que trabaja con animales.	Video en redes sociales y WhatsApp	Número de accesos
1/03/2024	¿Sabes reconocer sospechas de fiebre aftosa?	Ganaderos y personal que trabaja con animales.	Mensajes de audio para radios locales	Audiencia estimada a partir de las consultas
1/04/2024	¿Sabes reconocer las sospechas de fiebre aftosa?	Ganaderos y personal que trabaja con animales.	Video en redes sociales y WhatsApp	Número de accesos

Anexo 4.

Mejoras esperadas a través de las estrategias de comunicación

Algunas de las mejoras esperadas a partir de las piezas comunicativas producidas son las siguientes (además dichas mejoras pueden utilizarse para ayudar a evaluar la ejecución de las piezas):

CONCIENTIZACIÓN Y CONOCIMIENTO

Favorecer una mayor concientización y comprensión de la fiebre aftosa entre los públicos destinatarios, incluidos los productores rurales, los profesionales del sector agrícola, las autoridades gubernamentales y el público general. Esto incluye la difusión de información sobre los síntomas de la enfermedad, las medidas de prevención y la importancia de la vacunación, entre otros aspectos relevantes.

COMPROMISO Y ADHERENCIA

Fomentar el compromiso activo y la participación del público objetivo en las acciones para prevenir y controlar la fiebre aftosa. Esto puede incentivar la adopción de buenas prácticas de bioseguridad y la notificación de casos sospechosos, entre otras acciones.

ESTANDARIZACIÓN Y COHERENCIA

Establecer una comunicación estandarizada y coherente en torno a mensajes clave sobre la fiebre aftosa y la retirada de la vacunación. Esto ayuda a prevenir información contradictoria y la difusión de rumores o información errónea.

AMPLIAR EL ALCANCE

Incrementar la cobertura de comunicación sobre la fiebre aftosa, al llegar a un mayor número de personas y regiones. Esto se puede lograr mediante estrategias de comunicación efectivas, una selección adecuada de canales de comunicación y asociaciones estratégicas con organizaciones relevantes.

**SEGUIMIENTO Y
EVALUACIÓN DEL
DESEMPEÑO**

Establecer un sistema eficiente de seguimiento y evaluación de las acciones de comunicación que permita identificar fortalezas, áreas de mejora y ajustes necesarios en el tiempo.

**COLABORACIÓN
Y ASOCIACIONES**

Promover la colaboración entre los diferentes actores implicados en la prevención y el control de la fiebre aftosa, incluidas autoridades gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, instituciones de investigación, el sector privado y la comunidad en general. El trabajo conjunto fortalece la efectividad de las acciones de comunicación y la implementación de estrategias de prevención, así como el financiamiento de campañas de comunicación por parte de socios de la sociedad civil.



OPS



Organización
Panamericana
de la Salud



Organización
Mundial de la Salud
Región de las Américas

PANAFTOSA

Centro Panamericano de Fiebre Aftosa
y Salud Pública Veterinaria

www.paho.org