

La comunicación social en el proceso de control y erradicación de la fiebre aftosa en la Provincia de Buenos Aires, Argentina

FERNÁNDEZ, D.B., DILLON, J.H., JUSZKIEWICZ, M., MILITO E.

COPROSA, Provincia de Buenos Aires, Argentina

Se describe la experiencia de organización de un sistema de comunicación destinado a los distintos participantes del Programa Nacional de Fiebre Aftosa, en el marco de las acciones desarrolladas por la Comisión Provincial de Sanidad Animal (COPROSA) de la Provincia de Buenos Aires.

Su objetivo fue generar la participación conciente y responsable de todos los recursos humanos involucrados: profesionales, paratécnicos, productores y comunidad en general, para alcanzar las premisas del mencionado Plan.

A nivel de la Comisión Provincial se creó una subcomisión de difusión, la que era responsable de: responder a los requerimientos de información del medio, generar propuestas de comunicación, sus formas, canales, elaborar los mensajes, el presupuesto, su seguimiento y evaluación.

La necesidad de recibir información fue un requerimiento permanente, planteado en los distintos foros de reunión desde que se comenzó a implementar el plan.

El inicio de las acciones en comunicación por parte de la COPROSA, se remontan al año 1991, en donde a través de INTA, se propone la primera pieza de comunicación, llamada AFTONOTA. En 1992 se le da mayor impulso a la subcomisión de difusión con la incorporación de otros especialistas en el tema.

En los ocho años de trabajo se elaboraron diversos elementos gráficos, radiales, televisivos y documentos técnicos, con distintos mensajes y destinatarios.

Se logró sumar recursos presupuestarios de las instituciones Nacionales (INTA, SENASA) y provinciales (Ministerio de Asuntos Agrarios), así como de algunos entes de lucha.

A través del tiempo transcurrido y los logros sanitarios alcanzados, la evaluación de estas acciones resulta altamente positiva.

La utilización de medios masivos generó la cooperación de los productores en todo el proceso.

La difusión de análisis técnicos posibilitó que el medio conociera a los líderes de opinión de cada institución, y en especial a los profesionales que, por su conocimiento científico, se convirtieron en referentes sanitarios.

Se logró establecer un código para la comunicación entre los distintos actores del sistema social, de tal forma que se preparó un esquema de interacción propicio para el abordaje de otras luchas sanitarias.

De la experiencia adquirida en la implementación de un sistema de comunicación, debe destacarse:

- La importancia de desarrollar acciones de comunicación en el medio hacia todos los actores sociales, de manera de lograr su activa participación en la ejecución del plan.
- La importancia de formar equipos interdisciplinarios e interinstitucionales, con continuidad en la tarea, como responsables de la planificación, ejecución y evaluación de las acciones.

MARCO DE REFERENCIA

La Provincia de Buenos Aires es el principal distrito productivo del país, integra la denominada Pampa Húmeda, región caracterizada por una importante actividad agrícola ganadera. En su extensa superficie de 307.571 km², alberga a 70.800 productores ganaderos poseedores de 18.800.000 bovinos, que representan el 38% del stock nacional. En términos de productividad ganadera, (ternero logrado y Kg. de carne por hectárea) es la provincia más eficiente del país.

Los sistemas de producción existentes determinan tres ecosistemas ganaderos de presentación de la Fiebre Aftosa, endémico primario, secundario y paraendémico.

Hacia fines de 1989 se lanzó el Plan Nacional de Control de la Fiebre Aftosa (1) , y comenzó la organización de los Entes Locales. Esta tarea concluye hacia fines de 1992, con la integración de 102 planes al Plan Nacional. Durante este plazo se deja de usar la vacuna hidroxisaponinada , que es reemplazada por la vacuna oleosa.

NECESIDADES DE COMENZAR CON ACCIONES DE DIFUSIÓN

Las dificultades para la adopción del Plan en los primeros tiempos fueron muchas, porque existían en el medio rural distintos prejuicios originados en experiencias anteriores no satisfactorias y en la falta de adecuada información, a saber:

Respecto de la organización: El descreimiento de que la nueva organización cumpliera (en este caso la Comisión Provincial de Sanidad Animal (COPROSA) con el rol asignado.

Respecto de la vacunación: La incertidumbre ante los probables resultados basados en el comportamiento de un grupo de productores que históricamente no vacunaban o lo hacían en forma discontinua, especialmente en las zonas endémicas.

Respecto a la vacuna: La incertidumbre respecto al abastecimiento continuo y frecuente de vacuna oleosa por parte de los laboratorios productores, ya que, inicialmente no hubo suficiente producción, obligando en las áreas endémicas secundarias a continuar con la vacuna hidroxisaponinada, que estaba desacreditada por los fracasos anteriores.

Estas actitudes eran comprensibles, si se tiene en cuenta que el nuevo sistema propuesto debía instalarse sobre experiencias anteriores no satisfactorias, y es sabido que vencerlas es un arduo trabajo.

SISTEMA DE DIFUSIÓN

Ante la necesidad de producir un cambio de actitud en los actores del plan, a poco de iniciarse las actividades de vacunación, por parte de los entes de lucha, se inician experiencias de comunicación.

La COPROSA, a través de un grupo interdisciplinario de profesionales del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y del Ministerio de Asuntos Agrarios (MAA), comienza las actividades con una serie de mensajes para el productor en forma escrita (boletín AFTONOTAS), radial y televisiva.

Luego de un tiempo, se da mayor impulso al mismo, conformándose la subcomisión de difusión, integrada por Ing^o Agrónomos, Veterinarios, un licenciado en Comunicación Visual y un Profesor en Ciencias de la Educación.

La subcomisión era la responsable de responder a los requerimientos de información del medio y generar propuestas de comunicación, con sus formas y canales, acorde a las posibilidades de financiamiento, así como su seguimiento y evaluación.

Las necesidades de información se recogían a través de las reuniones de COPROSA, donde participaron representantes de cada sector (Agropecuario, Industria, Universidades, Colegio de Veterinarios, INTA, SENASA y MAA), con los Entes de lucha o por medio de encuestas a los mismos.

Para la subcomisión, la comprensión de las necesidades de información fue un proceso clave, ya que por los prejuicios antes mencionados, la comunicación no era fluída entre los distintos actores, lo que determinó establecer dos pautas fundamentales para la comunicación: información clara y directa y conceptos transparentes.

¿Qué decir?

Asumida la responsabilidad de la administración de la vacunación por los productores, se los acompañó con la información reclamada por ellos. Esto facilitó su gestión y por otro, al transparentarse las actividades de los organismos oficiales, generó confianza en la campaña.

Inicialmente se distribuyeron datos que hasta el momento, no eran de alcance de todos, como cantidad y ubicación exacta de los focos de fiebre aftosa, tipo de virus actuante, listados de vacunas aprobadas por el SENASA, resultados de estudios serológicos, etc.

¿A quién decir?

Se comenzó tomando como receptor al productor, pero al analizar el resultado de los primeros mensajes, se percibió que había problemas de código. Por esta razón se decidió que la COPROSA debía comunicarse exclusivamente con los entes, y ellos con los productores. Este cambio fue fundamental para facilitar la comunicación, ya que, se comprendió que existían códigos comunes COPROSA–ENTE y ENTE–PRODUCTOR, los que debían aprovecharse .

Los Entes fueron los responsables de transmitir los mensajes a los productores, para lo cual se trabajó con ellos, a fin de que se convirtieran en emisores de los mensajes recibidos, adaptándolos a cada situación local en particular.

Los mensajes fueron entonces más directos y efectivos. Se conocía al receptor cara a cara, se profundizó ese conocimiento, se estimuló al ENTE, y por otro lado al reducirse la cantidad de receptores, fue más eficiente la producción de piezas de comunicación (se disminuyó el costo que demandó la edición de las mismas).

Además la COPROSA identificó otros destinatarios, a fin de que los mensajes de todos los participantes no presentaran contradicciones. Se envió material a todos los agentes oficiales

(SENASA y MAA), laboratorios productores de insumos veterinarios, de diagnóstico animal, otras COPROSA's, etc.

¿Cómo decir?

Una vez resuelto “el qué” y el “a quién”, el trabajo se focalizó en “el cómo”.

Se trabajó minuciosamente en los códigos de comunicación. De cada pieza lanzada se evaluó su repercusión analizando como se interpretaron los mensajes y si se los aceptó o no (punto fundamental para valorar la confianza en el emisor).

Con ese análisis, realizado por integrantes de la subcomisión en cada oportunidad de contacto con los Entes, como reuniones regionales, individuales, etc, se discutía la redacción, el lenguaje, las imágenes, y el canal de distribución de cada pieza para mejorar la siguiente.

Además, antes de lanzar una publicación, se definía el tipo (folleto, afiche, boletín, etc.), carácter de la publicación (difusión general, información técnica, etc), periodicidad (único, mensual, anual, cantidad de números, etc.).

Se utilizaron recursos de impacto visual con gran poder de síntesis en el mensaje, como los mapas del territorio provincial con distinta información; períodos de vacunación para las distintas zonas, cuadrantes con ocurrencia de focos, resultados de los trabajos de relevamientos seroepidemiológicos como actividad viral y protección en rodeos, recepción de información por parte de los Entes en la COPROSA, etc. De la misma manera se utilizaron los gráficos.

La demostración de la participación y el compromiso, fue plasmada en los documentos en los que se mostraban fotos de reuniones, o de los distintos participantes, y en algunos casos sus opiniones, lo que generaba mayor convencimiento de los distintos actores.

Las piezas de comunicación

Como resultado de esta tarea, a lo largo del período en cuestión, se editó distinto tipo de material que en forma resumida se detalla en el cuadro 1.

CUADRO 1. Elementos para la comunicación social

PIEZA	OBJETIVO	DESTINATARIO	FORMA DE DISTRIBUCIÓN	PUBLICACIÓN Fecha Ediciones	FINANCIAMIENTO
DOCUMENTOS DE ANÁLISIS DE CAMPAÑAS	Difundir la información sobre la marcha de las campañas de vacunación, con el objeto de ajustar la administración de las acciones sanitarias.	Coordinadores técnicos de los entes locales.	Personalmente en reuniones regionales.	1990/99 9	MAA
AFTONOTA	Concientizar a los productores de la importancia de la lucha contra la fiebre aftosa y del rol que debían cumplir.	Productores	Por correo a los entes y llegaba a los productores a través de éstos.	1991/93 17	INTA
MENSAJES RADIALES	Concientizar a los productores de la importancia de la lucha contra la fiebre Aftosa y del rol que debían cumplir.	Productores y público en general.	Personalmente a los entes, y éstos los acercaban a las emisoras radiales locales.	1991/91 5	INTA
MENSAJES TELEVISIVOS	Concientizar a los productores de la importancia de la lucha contra la fiebre aftosa y del rol que debían cumplir.	Productores y público en general.	Personalmente a los entes, y éstos los acercaban a las emisoras locales.	1991/91 5	INTA
HOJA INFORMATIVA	Difundir modelos de acción	Entes y productores.	Por correo	1992/95 3	MAA- INTA
GUÍA DE LOS ENTES Y RED TELEFÓNICA	Agilizar la comunicación entre las instituciones.	Coordinadores técnicos de los entes locales.	Personalmente en las reuniones de evaluación.	1991/97 5	MAA
AFICHES INFORMATIVOS CAMPAÑA DE VACUNACIÓN	Informar a los productores para que acudan a pactar la vacunación de su rodeo dentro del período estipulado para la campaña.	Productores	Personalmente y por correo.	1992/98 18	MAA-SENASA
DOCUMENTOS TÉCNICOS	Difundir entre los profesionales distintos trabajos de análisis e investigación en Fiebre Aftosa.	Coordinadores de los entes, instituciones de la COPROSA y otras COPROSAS.	Personalmente en reuniones regionales y jornadas de evaluación.	1992/94 3	MAA-SENASA

PIEZA	OBJETIVO	DESTINATARIO	FORMA DE DISTRIBUCIÓN	PUBLICACIÓN Fecha Ediciones	FINANCIAMIENTO
GUÍAS EXTRACCIÓN Y REMISIÓN DE MUESTRAS DE SANGRE	Normalizarlos procedimientos para la extracción y remisión de muestras de sangre en el marco de los trabajos de vigilancia seroepidemiológica.	Coordinadores de los entes.	Personalmente en reuniones regionales, o en su lugar de trabajo.	1994-96 3	MAA
DOCUMENTOS DE ANÁLISIS DE RESULTADOS SEROLÓGICOS	Difundir la información sobre los resultados de la serología para conocimiento de estatus sanitario.	Coordinadores técnicos de los entes locales y miembros de CONALFA.	Personalmente en reuniones regionales	1993/99 4	MAA-SENASA
BOLETÍN INFORMATIVO	Mantener informados a todos los actores claves del Plan, sobre las acciones que se planificaban en la COPROSA, la aparición de los focos, marcha de las campañas, etc.	Entes, agentes de GELSA local, laboratorios, instituciones de la COPROSA.	Por correo	1993 / continua 41	MAA-SENASA
ACTUALIZACIÓN A DISTANCIA	Difundir entre los profesionales los resultados de las investigaciones y seguimientos realizados por los referentes científicos del sistema.	Coordinadores de los ENTES, agentes de GELSA local, laboratorios, instituciones de la COPROSA.	Por correo	1993/95 10	MAA-SENASA
SEGUIMIENTO DE LOS FOCOS	Difundir la información sobre la aparición de los focos de fiebre aftosa.	Coordinadores técnicos de los entes locales.	Por correo	1993/93 1	MAA
AFICHES EDUCATIVOS	Modificar las conductas con respecto a la enfermedad.	Productores	Personalmente a través de los agentes regionales y por correo.	1993/98 8	MAA-
	Difundir las acciones sanitarias y la información en la nueva etapa sin focos de fiebre aftosa para lograr la comunicación entre los entes.	Entes	Por correo	1995/95 3	Entes locales de Pila, Magdalena , Bahía Blanca, H. Yrigoyen, Villarino, Daireaux, Nueve de Julio y Pehuajó.

CONCLUSIONES

- El plan de difusión provincial ayudó a generar cambios de conducta que se produjeron en los actores de la lucha contra la aftosa en la provincia de Buenos Aires, lográndose la cooperación de los mismos en todo el proceso y convirtiendo esta tarea en un objetivo de todos.

Se logró que los productores y los profesionales que trabajan en el medio rural alejados de los centros de decisión, se sintieran partícipes del plan, con poder de decisión para influir en el establecimiento de las normas de funcionamiento, basándose en la información actualizada y el conocimiento que ésta les brindaba.

- La difusión de análisis técnicos posibilitó que el medio conociera a los líderes de opinión de cada institución y en especial a los profesionales que, por su conocimiento científico, se convirtieron en referentes sanitarios. En un sistema tan abierto y flexible los líderes de opinión cobraron una importancia fundamental, ya que se los consultó y discutió con ellos los problemas que la marcha del plan generó. Esto motivó la ejecución de trabajos de seguimiento e investigación que proporcionaron nuevas experiencias de aprendizaje.
- El trabajo interdisciplinario añadió riqueza al análisis, ya que cada profesional aportó su visión del problema y sus ideas para la solución, efectuándose una permanente autoevaluación de las actividades y piezas de comunicación.

Este método de trabajo enriqueció, no sólo, el trabajo en sí mismo, sino también a cada participante.
- Se logró establecer un código para la comunicación entre los distintos actores del sistema social, de tal forma que se preparó un esquema de interacción propicio, en nuestra provincia, para el abordaje de otras luchas sanitarias.

REFERENCIA

1. Plan Nacional de Control de la Fiebre Aftosa de la República Argentina. Ley 24.305/93.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- ORGANIZACIÓN PANAMERICANA DE LA SALUD. (1987). Comunicación social para la educación en salud animal. Washington, D.C., OPS/OMS/BID.
- BERLO, DAVID. (1976). El proceso de la comunicación. Buenos Aires. El Ateneo.
- COSTA, JOAN. Grafismo Funcional, CEAC.