



Alianza



Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) es la principal agencia gubernamental responsable de la ejecución y administración de los programas de asistencia social, económica y humanitaria del Gobierno de los Estados Unidos a nivel mundial. En Colombia, la Embajada de Estados Unidos, a través de USAID, apoya los esfuerzos del gobierno nacional para alcanzar una Colombia más estable, pacífica y próspera por medio de una gobernabilidad inclusiva y un crecimiento equitativo.

www.usaid.gov/colombia

El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) brinda liderazgo en alimentos, agricultura, recursos naturales, desarrollo rural, nutrición y temas relacionados basados en políticas públicas, la mejor ciencia disponible y una gestión eficaz.

El departamento tiene la visión de brindar oportunidades económicas a través de la innovación, ayudando a que las zonas rurales de América prosperen; promover la producción agrícola que nutre mejor a los estadounidenses y al mismo tiempo ayuda a alimentar a otros en todo el mundo; y preserva los recursos naturales de los Estados Unidos a través de la conservación, bosques restaurados, cuencas hidrográficas mejoradas y tierras de trabajo privadas saludables.

www.usda.gov

La Alianza de Bioersity International y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) brinda soluciones científicas que aprovechan la biodiversidad agrícola y transforman los sistemas alimentarios de manera sostenible para mejorar la vida de las personas. Las soluciones de la Alianza abordan las crisis mundiales de malnutrición, cambio climático, pérdida de la biodiversidad y degradación ambiental.

La Alianza es parte de CGIAR, un consorcio mundial de investigación para un futuro sin hambre.

alliancebioersityciat.org

www.bioersityinternational.org

www.ciat.cgiar.org

www.cgiar.org

Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos

Mónica Sofía Cortés Muñoz, MSc
Juan Fernando Gallego Beltrán, PhD

Febrero 2021



USAID **USDA**
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Cacao para la Paz



Alianza

La elaboración de este documento ha sido posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El contenido del mismo es responsabilidad de los autores y no necesariamente refleja el punto de vista de USAID, USDA o del Gobierno de los Estados Unidos.

El documento fue elaborado como parte del desarrollo del convenio de cooperación entre la Alianza de Bioversity International y el CIAT y el Servicio Agrícola para el Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA-FAS), el cual tiene como uno de sus objetivos el apoyo, por medio del programa *Cacao para la Paz*, a la implementación de la Estrategia Nacional para la Cadena del Cacao - Capítulo de Inocuidad.

El trabajo fue desarrollado gracias a la participación de:

Autores

Mónica Sofía Cortés Muñoz, MSc (Consultora de la Alianza de Bioversity International y el CIAT)

Juan Fernando Gallego Beltrán, PhD (USDA-FAS)

Revisión Técnica

Mayesse Da Silva (Científica, Alianza de Bioversity International y el CIAT)

Andrés Romero (USDA-FAS)

Diseño, ilustraciones y diagramación

Lucelly Anacondas (Comunicaciones, Alianza de Bioversity International y el CIAT)

Edición de producción

Victoria Eugenia Rengifo (Comunicaciones, Alianza de Bioversity International y el CIAT)

Impresión

Imágenes Gráficas, Sede Colombia

Derechos de autor © USAID 2021. Algunos derechos reservados

Se permite la reproducción total o parcial de este documento, siempre y cuando se cite la fuente original y se cuente con la autorización de USAID-USDA-CIAT y los autores. No se permite la reproducción para fines comerciales.

Febrero 2021

Agradecimientos

USAID

Lawrence J. Sacks (Director, USAID/Colombia)

Jeniffer Tikka (Directora Oficina de Desarrollo Económico Rural, USAID/Colombia)

Ana Uribe (Oficial de Desarrollo, Oficina de Desarrollo Económico Rural, USAID/Colombia)

USDA

Casey Bean (Consejero Agrícola, Embajada de los Estados Unidos en Colombia, FAS-USDA)

Adam Klein (Agregado Agrícola, Embajada de los Estados Unidos en Colombia, FAS-USDA)

ALIANZA DE BIOVERSITY INTERNATIONAL Y EL CIAT

Marcela Quintero (Directora Área de Investigación en Paisajes Multifuncionales, Alianza Bioversity-CIAT)

Javier Mateo-Vega (Director Global Alianzas y Comunicaciones, Alianza Bioversity-CIAT)

Contenido

Introducción	6
1. Generalidades del Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos.....	7
2. Generalidades de la Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos.....	15
2.1 Definición de Comunicación de Riesgos en el Marco del Análisis de Riesgos	16
2.2 Comunicación Científica	20
3. Principios y Buenas Prácticas de la Comunicación de Riesgos	21
3.1 Funciones y Responsabilidades de la Comunicación de Riesgos	24
4. Factores que Impactan la Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos.....	25
5. Retos para una Efectiva Comunicación de Riesgos	31
6. Percepción del Riesgo en Inocuidad de los Alimentos.....	33
7. Categorización de la Comunicación de Riesgos	37
7.1 Promoción de la Precaución	38
7.2 Manejo de la Indignación.....	42
7.3 Comunicación de Crisis.....	50
7.4 Punto Óptimo.....	56
8. Conclusiones	58
9. Siglas y abreviaturas	60
10. Bibliografía	61



Ilustraciones

Ilustración 1.	Componentes del Análisis de Riesgos	10
Ilustración 2.	Comparación de las metodologías de Evaluación de Riesgos dentro de los marcos de Análisis de Riesgos de Codex Alimentarius, OIE y CIPF.....	11
Ilustración 3.	Componentes básicos de la comunicación.....	15
Ilustración 4.	Niveles de intercambio de información interactiva en el proceso de Comunicación de Riesgos.....	18
Ilustración 5.	Peligro, Riesgo y Percepción del Riesgo	19
Ilustración 6.	Resumen de las principales responsabilidades de algunos actores involucrados en la Comunicación de Riesgos	24
Ilustración 7.	Objetivos para la Comunicación de Riesgos	27
Ilustración 8.	Modelos descritos para explicar la Percepción del Riesgo	34
Ilustración 9.	Categorización de la Comunicación del Riesgo	38
Ilustración 10.	Promoción de la Precaución	39
Ilustración 11.	Manejo de la Indignación	42
Ilustración 12.	Principales estrategias para reducir la indignación	43
Ilustración 13.	Comunicación de Crisis	50
Ilustración 14.	Posibles respuestas por parte de la población a una comunicación de riesgos pre-crisis (anticipada).....	51

Tablas

Tabla 1.	Términos definidos por las tres organizaciones internacionales competentes (CAC, OIE e CIPF).....	12
Tabla 2.	Diferencias teóricas ideales entre la comunicación de peligros y la comunicación de riesgos	20
Tabla 3.	Descripción general de los posibles usos de diferentes herramientas/canales de comunicación.	28
Tabla 4.	Factores que influyen en la percepción del riesgo.....	35
Tabla 5.	Aspectos que se deben considerar con respecto a las redes sociales y el manejo de la indignación	44

Introducción

El marco del Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos, descrito por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Organización Mundial de la Salud (OMS), ha sido ampliamente adoptado a nivel mundial en las últimas décadas para abordar las problemáticas relacionadas con la inocuidad. Este marco consta de tres componentes fundamentales e interconectados: Evaluación de Riesgos, Gestión de Riesgos y Comunicación de Riesgos. El objetivo principal de la Comunicación de Riesgos gira en torno al aumento de la articulación entre los diferentes actores del enfoque de la “granja a la mesa”, a la comprensión de las razones que llevan a la toma de decisiones durante la Evaluación y la Gestión de Riesgos y a proporcionarles a los consumidores información oportuna, relevante y precisa para ayudarles a adelantar juicios más informados sobre los peligros y los riesgos relacionados con la inocuidad de los alimentos.

La FAO y la OMS precisan obligaciones específicas relacionadas con la Comunicación de Riesgos, tales como garantizar que sea efectiva entre las partes interesadas al adelantar análisis técnicos y científicos, involucrar al público y a otras partes interesadas (cuando sea apropiado) en el proceso del Análisis de Riesgos, y comprender y responder a los factores que impulsan las preocupaciones públicas sobre los riesgos de la afectación de la inocuidad de los alimentos para la salud.

La presente revisión técnica se genera en el marco de la Estrategia Nacional para la Cadena del Cacao con el fin de adelantar una sensibilización institucional sobre el componente de Comunicación de Riesgos, previo a la formulación de la Estrategia de Comunicación de Riesgos para la cadena. La revisión técnica se enfoca de forma específica en la Comunicación de Riesgos, componente primordial del proceso de Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos, y se desarrollan no solo los aspectos relacionados con las generalidades de la temática, sino también:

- Experiencias reales de Comunicación de Riesgos.
- La importancia de reconocer las diferencias entre los riesgos reales y la percepción del riesgo.
- El impacto de la percepción del riesgo en las opciones de Comunicación de Riesgos a implementar.
- La relevancia que cobra el uso de las tecnologías de medios sociales en la veracidad y la transparencia.
- El impacto de la Comunicación de Riesgos en la confianza del consumidor.

Para finalizar, es importante anotar que uno de los impactos negativos de una deficiente Comunicación de Riesgos tiene que ver con la percepción del riesgo en sí mismo. Por ejemplo, debido a algunas declaraciones, publicaciones y omisiones de diferentes actores de la Cadena colombiana del Cacao, este producto es ahora percibido por algunos países y actores comerciales nacionales e internacionales como altamente contaminado con cadmio, lo cual condujo a reclamos, que justificados o no, estigmatizan al cacao colombiano como sanitariamente no aceptable para algunos destinos comerciales internacionales con la consecuente pérdida de valor y bajos precios.

1

Generalidades del Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos

En las últimas décadas, a nivel mundial se ha dado relevancia a las afectaciones en salud generadas por la presencia de peligros biológicos y químicos en alimentos, los cuales pueden comprometer la salud pública y ocasionar repercusiones en la producción y el comercio internacional de los productos agroalimentarios. La tendencia mundial ha planteado que las condiciones de sanidad e inocuidad de estos productos no solo se evalúen y controlen al final de los procesos, sino que los Sistemas de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF) de los países, con toda su institucionalidad y actores involucrados, sean capaces de demostrar, a través de acciones desarrolladas con el enfoque “de la granja a la mesa”, la reducción del riesgo a lo largo de la cadena para lograr la mínima incertidumbre en aspectos de sanidad e inocuidad (CONPES 3375, 2005).

Este propósito requiere por parte de los países la implementación de un Sistema MSF con un enfoque “preventivo, de estructura integrada y sistemática, con la capacidad suficiente para ofrecer la seguridad que los consumidores y el comercio requieren” (CONPES 3375, 2005). Esta responsabilidad es compartida con el sector privado, dado que al producir y comercializar productos agroalimentarios se debería hacer también responsable de la inocuidad de los mismos.

Por medio de la Ley 170 de 1994, el Gobierno Nacional de Colombia aprueba el Acuerdo por el que se establece la “Organización Mundial de Comercio (OMC)”, sus Acuerdos Multilaterales Anexos y el Acuerdo Plurilateral anexo sobre la Carne de Bovino, incluido el Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (MSF).

El Acuerdo MSF permite a los países miembros adoptar medidas para proteger la salud humana y animal y preservar los vegetales siempre y cuando las mencionadas medidas se hayan respaldado científicamente (OMC, 2005). También se fomenta la “utilización de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias armonizadas entre los Miembros, sobre la base de normas, directrices y recomendaciones internacionales elaboradas por las organizaciones internacionales competentes, entre ellas, la Comisión del Codex Alimentarius, la Oficina Internacional de Epizootias (ahora Organización Mundial de Sanidad Animal) y las organizaciones internacionales y regionales competentes que operan en el marco de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria” (OMC, 2005).

Codex Alimentarius

La Comisión del Codex Alimentarius es un órgano intergubernamental conjunto de la FAO y la OMS. Funciona desde 1963 y su finalidad es “crear normas alimentarias internacionales normalizadas, destinadas a proteger la salud de los consumidores y asegurar la aplicación de prácticas comerciales justas” (OMS, s.f.).

“El Codex Alimentarius es una colección de normas alimentarias y textos afines aceptados internacionalmente y presentados de modo uniforme. El objeto de estas normas alimentarias y textos afines es proteger la salud del consumidor y asegurar la aplicación de prácticas equitativas en el comercio de alimentos. La finalidad de su publicación es que oriente y fomente la elaboración y el establecimiento de definiciones y requisitos aplicables a los alimentos para favorecer su armonización y, de esta forma, facilitar el comercio internacional” (Codex Alimentarius, 2020).

Organización Mundial de Sanidad Animal

La OIE es la organización intergubernamental encargada de mejorar la sanidad animal a nivel mundial. Las normas internacionales de sanidad y bienestar animal de la OIE son redactadas y actualizadas por expertos científicos reconocidos internacionalmente, y adoptadas de forma democrática durante la Sesión General anual de la Asamblea Mundial de Delegados de la OIE. Considerados textos de referencia por la Organización Mundial del Comercio (OMC), estas normas están destinadas a prevenir y controlar las enfermedades animales (incluidas las zoonosis), a mejorar el bienestar animal y a garantizar la seguridad sanitaria del comercio mundial de los animales terrestres y acuáticos y de sus productos (OIE, 2020a).

“La OIE publica dos Códigos (Terrestre y Acuático) y dos Manuales (Terrestre y Acuático) que constituyen las principales referencias para los Miembros de la OMC. El Código Sanitario para los Animales Terrestres (Código Terrestre) y el Código Sanitario para los Animales Acuáticos (Código Acuático) buscan garantizar, respectivamente, la seguridad sanitaria del comercio internacional de animales terrestres y acuáticos y de sus productos derivados. El Código Terrestre se publicó por primera vez en 1968 y el Código Acuático en 1995. Tradicionalmente, estas publicaciones se centraban en la sanidad animal y las zoonosis, pero en los últimos años su contenido se ha ampliado para abarcar el bienestar de los animales y la seguridad sanitaria de los alimentos derivados de la producción animal en concordancia con el nuevo mandato de la OIE de ‘mejorar la sanidad animal en el mundo’” (OIE, 2020b; 2020c).





Convención Internacional de Protección Fitosanitaria

La Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) es un tratado intergubernamental firmado por más de 180 países, cuyo objetivo es proteger los recursos vegetales del mundo contra la propagación y la introducción de plagas, y promover el comercio seguro (CIPF, 2020a).

“La Convención va más allá de la protección de las plantas cultivadas a la protección de la flora natural y los productos de origen vegetal. Tiene en cuenta tanto los daños directos como los indirectos que producen las plagas, de modo que incluye las malezas. También comprende los vehículos, aviones y barcos, contenedores, almacenes, el suelo y otros objetos o materiales que puedan alojar o propagar plagas” (CIPF, 2020b).

Las tres organizaciones internacionales competentes mencionadas han elaborado procedimientos y/o documentos guías para la implementación del proceso conocido como Análisis de Riesgos. Este proceso debe estar basado en el principio de la toma de decisiones transparente y documentada y métodos abiertos que consideren la intervención de todas las partes afectadas por el riesgo o por las medidas (FAO, 2007).

De acuerdo con la Comisión del Codex Alimentarius (CAC, 2019), el Análisis de Riesgos debe cumplir los siguientes aspectos generales:

- Se debe aplicar consecuentemente.
- Debe ser abierto, transparente y documentado.
- Debe evaluarse y revisarse teniendo en cuenta los nuevos datos científicos que surjan.
- Debe ajustarse a un método estructurado que comprenda los tres componentes distintos, pero estrechamente vinculados del Análisis de Riesgos (Evaluación de Riesgos, Gestión de Riesgos y Comunicación de Riesgos) tal como los define la CAC.
- Los tres componentes del Análisis de Riesgos deben documentarse de manera completa, sistemática y transparente, respetando la legítima preocupación por preservar la confidencialidad, y la documentación debe estar accesible a todas las partes interesadas.
- Se deben garantizar una comunicación y una consulta eficaces con todas las partes interesadas a lo largo de todo el Análisis de Riesgos.
- Los tres componentes del Análisis de Riesgos deben aplicarse dentro de un marco general para la Gestión de los Riesgos de los alimentos.
- Entre la Evaluación y la Gestión de Riesgos debe existir una separación funcional a fin de garantizar la integridad científica de la Evaluación de Riesgos, evitar la confusión entre las funciones que deben desempeñar los evaluadores de riesgos y los encargados de la gestión de los mismos, y evitar cualquier conflicto de intereses. No obstante, se admite que el Análisis de Riesgos es un proceso dinámico y que, para su aplicación práctica, es esencial que exista una interacción funcional entre los encargados de la Gestión de Riesgos y los Evaluadores de Riesgos.
- En el Análisis de Riesgos, se debe tomar en cuenta, y de forma explícita, el grado de incertidumbre y variabilidad de la información científica disponible. Cuando haya pruebas científicas suficientes para que el Gestor proceda a elaborar una norma u otro tipo de medida, las hipótesis utilizadas para la Evaluación de Riesgos y las opciones en materia de Gestión de Riesgos deben reflejar el grado de incertidumbre y las características del peligro.

- Finalmente, se debe tener en cuenta que la precaución es un elemento inherente al Análisis de Riesgos.

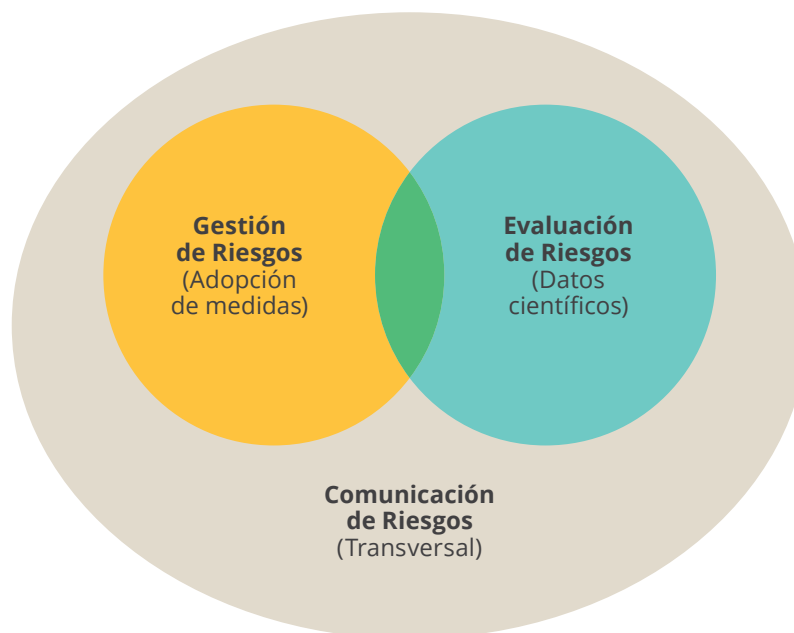
Como ya se mencionó, el Análisis de Riesgos es un proceso que consta de tres componentes diferenciados, pero fuertemente relacionados entre sí: Evaluación, Gestión y Comunicación de Riesgos (FAO, 2007). Cada uno de estos componentes ha sido definido en términos generales como (CAC, 2019):

- **Evaluación de Riesgos:** Proceso con base científica que consta de las siguientes fases: i) identificación del peligro, ii) caracterización del peligro, iii) evaluación de la exposición, y iv) caracterización del riesgo.
- **Gestión de Riesgos:** Proceso que, a diferencia de la Evaluación de Riesgos, consiste en ponderar las distintas opciones normativas, en consulta con todas las partes

interesadas y teniendo en cuenta la Evaluación de Riesgos y otros factores relacionados con la protección de la salud de los consumidores y la promoción de prácticas comerciales equitativas y, si fuera necesario, en seleccionar las posibles medidas de prevención y control apropiadas.

- **Comunicación de Riesgos:** Proceso de intercambio interactivo de información y opiniones a lo largo de todo el proceso de Análisis de Riesgos sobre los riesgos, los factores relacionados con los riesgos y las percepciones de los riesgos, entre las personas encargadas de la Evaluación de Riesgos, las encargadas de la Gestión de Riesgos, los consumidores, la industria, la comunidad académica y otras partes interesadas, comprendida la explicación de los resultados de la Evaluación de Riesgos y de los fundamentos de las decisiones relacionadas con la Gestión de Riesgos.

Ilustración 1. Componentes del Análisis de Riesgos

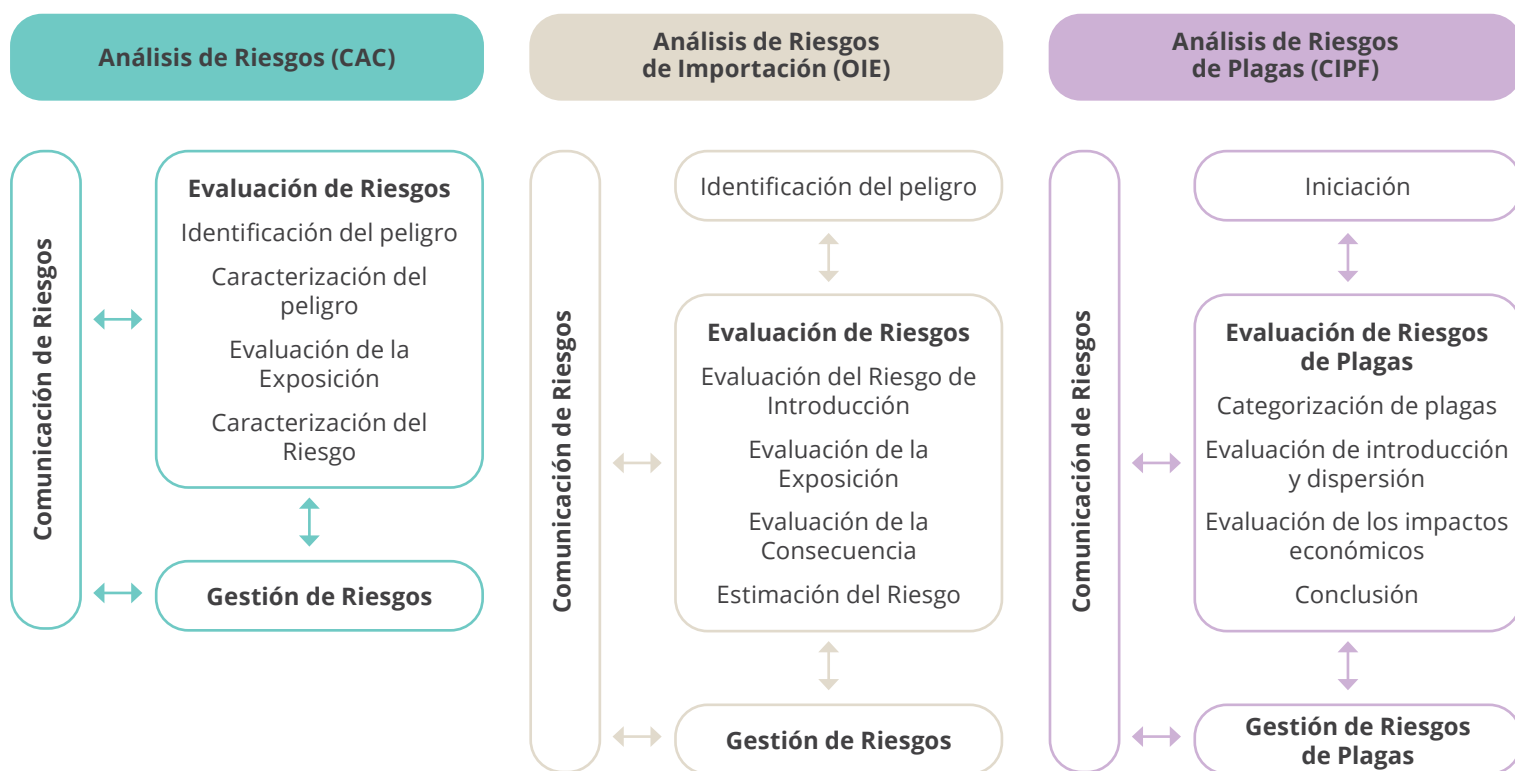


Adaptado de FAO (2007).

Si bien el presente documento se centrará en la Comunicación de Riesgos definida en el marco del Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos, es decir, tomando como base el Codex Alimentarius, es importante reconocer la terminología, similitudes y diferencias establecidas por las otras dos organizaciones competentes: CIPF y OIE.

La Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés), institución responsable de adelantar la Evaluación de Riesgos en la Unión Europea, generó en 2012 un documento donde se revisa la terminología utilizada para la Evaluación de Riesgos y se hacen algunas recomendaciones para mejorar la claridad, la coherencia y, cuando sea posible, la armonización de la terminología. En este documento, se hace mención, entre otras, de las diferencias en metodología, terminología (Ilustración 2) y definiciones (Tabla 1) entre las tres organizaciones competentes establecidas por el Acuerdo MSF.

Ilustración 2. Comparación de las metodologías de Evaluación de Riesgos dentro de los marcos de Análisis de Riesgos de Codex Alimentarius, OIE y CIPF.



Traducido de EFSA Scientific Committee (2012).

Tabla 1. Términos definidos por las tres organizaciones internacionales competentes (CAC, OIE e CIPF).

Término	Organización	Definición/Explicación
Peligro / Plaga	CAC	Agente biológico, químico o físico presente en el alimento, o una propiedad de este, que puede provocar un efecto nocivo para la salud (CAC, 2019).
	OIE	Presencia de un agente biológico, químico o físico en un animal o en un producto de origen animal, o estado de un animal o de un producto de origen animal, que puede provocar efectos adversos en la sanidad (OIE, 2019).
	CIPF	<p>“Peligro” no especificado.</p> <p>Plaga: cualquier especie, raza o biotipo vegetal o animal o agente patógeno dañino para las plantas o productos vegetales.</p> <p>Plaga contaminante: plaga transportada por un producto, embalaje, medio de transporte o contenedor, o que está presente en un lugar de almacenamiento, y que, en el caso de plantas y productos vegetales, no los infesta (CIPF, 2020c).</p>
Riesgo / Riesgo de Plagas	CAC	Función de la probabilidad de un efecto nocivo para la salud y de la gravedad de dicho efecto, como consecuencia de un peligro o peligros presentes en los alimentos (CAC, 2019).
	OIE	Probabilidad de que se produzca un incidente perjudicial para la salud de las personas o la sanidad de los animales, y la magnitud probable de sus consecuencias biológicas y económicas (OIE, 2019).
	CIPF	<p>Riesgo de plagas (para plagas cuarentenarias): probabilidad de introducción y dispersión de una plaga y magnitud de las potenciales consecuencias económicas asociadas a ella.</p> <p>Riesgo de plagas (para plagas no cuarentenarias reglamentarias): probabilidad de que una plaga presente en plantas para sembrar afecte el uso previsto de esas plantas, con repercusiones económicas inaceptables (CIPF, 2020c).</p>
Análisis de Riesgos	CAC	Proceso que consta de tres componentes: Evaluación de Riesgos, Gestión de Riesgos y Comunicación de Riesgos (CAC, 2019).
	OIE	Proceso que comprende la identificación del peligro, la Evaluación de Riesgo, la Gestión de Riesgo y la Información sobre el Riesgo (OIE, 2019).
	CIPF	Análisis de Riesgos de Plagas: Proceso de evaluación de las evidencias biológicas u otras evidencias científicas y económicas para determinar si un organismo es una plaga, si debería ser reglamentado, y la intensidad de las Medidas Fitosanitarias que deban de adoptarse (CIPF, 2020c).

Término	Organización	Definición/Explicación
Evaluación de Riesgos	CAC	Proceso basado en conocimientos científicos, que consta de las siguientes fases: (i) determinación del peligro, (ii) caracterización del peligro, (iii) evaluación de la exposición, y (iv) caracterización del riesgo (CAC, 2019).
	OIE	Evaluación de la probabilidad y las consecuencias biológicas y económicas de la entrada, radicación y propagación de un peligro (OIE, 2019).
	CIPF	Evaluación de Riesgos de plagas de la CIPF (para plagas cuarentenarias): evaluación de la probabilidad de introducción y dispersión de una plaga y de la magnitud de las posibles consecuencias económicas asociadas. Evaluación de riesgos de plagas (para plagas no cuarentenarias reglamentadas): evaluación de la probabilidad de que una plaga en plantas para sembrar afecte el uso previsto de esas plantas, con repercusiones económicamente inaceptables (CIPF, 2020c).
Gestión de Riesgos	CAC	Proceso distinto de la Evaluación de Riesgos que consiste en ponderar las distintas opciones normativas, en consulta con todas las partes interesadas y teniendo en cuenta la Evaluación de Riesgos y otros factores relacionados con la protección de la salud de los consumidores y la promoción de prácticas comerciales equitativas y, si fuera necesario, en seleccionar las posibles medidas de prevención y control apropiadas (CAC, 2019).
	OIE	La Gestión del Riesgo es el proceso que consiste en decidir y aplicar medidas para hacer frente a los riesgos identificados en la Evaluación del Riesgo, asegurándose al mismo tiempo de que estas sean mínimamente perjudiciales para el comercio. El objetivo es llegar a establecer el equilibrio entre la voluntad de un país de reducir al mínimo la probabilidad o la frecuencia de introducción de enfermedades, así como de sus consecuencias, y su deseo de importar mercancías y de cumplir con sus obligaciones en materia de comercio internacional (OIE, 2019).
	CIPF	Manejo del Riesgo de Plagas: evaluación y selección de opciones para disminuir el riesgo de introducción y dispersión de una plaga (CIPF, 2020c).
Comunicación de Riesgos	CAC	Intercambio interactivo de información y opiniones a lo largo de todo el proceso de Análisis de Riesgos sobre los riesgos, los factores relacionados con los riesgos y las percepciones de los riesgos, entre las personas encargadas de la evaluación de los riesgos, las encargadas de la Gestión de Riesgos, los consumidores, la industria, la comunidad académica y otras partes interesadas, comprendida la explicación de los resultados de la Evaluación de Riesgos y de los fundamentos de las decisiones relacionadas con la Gestión de Riesgos (CAC, 2019).
	OIE	También denominada Información sobre el Riesgo. La información sobre el riesgo es el proceso por el que se recaba información y opiniones de partes potencialmente afectadas o interesadas acerca de los peligros y riesgos durante un Análisis de Riesgos, y por el que se comunican los resultados de la Evaluación de Riesgos y se proponen medidas de Gestión de Riesgos a quienes toman las decisiones y a las partes interesadas del país importador y del país exportador. Es un proceso multidimensional e iterativo que deberá comenzar al principio del Análisis de Riesgos y continuar hasta el final (OIE, 2019).

Término	Organización	Definición/Explicación
<p>Gestión de Riesgos</p>	<p>CIPF</p>	<p>La Comunicación de Riesgos, por lo general, se considera un proceso interactivo que permite el intercambio de información entre la ONPF y los interesados directos. No se trata de la simple transmisión de información sin reciprocidad, o de hacer entender a los interesados la situación de riesgo, sino de un esfuerzo por conciliar los puntos de vista de los científicos, los interesados directos, los políticos, con miras a (CIPF, 2019):</p> <ul style="list-style-type: none"> • lograr un entendimiento común de los riesgos de plagas • crear opciones convincentes para el manejo del riesgo de plagas • elaborar reglamentos y políticas creíbles y coherentes para abordar los riesgos de plagas • promover la toma de conciencia sobre los asuntos fitosanitarios que se estén estudiando.

Traducido y adaptado de EFSA Scientific Committee (2012).

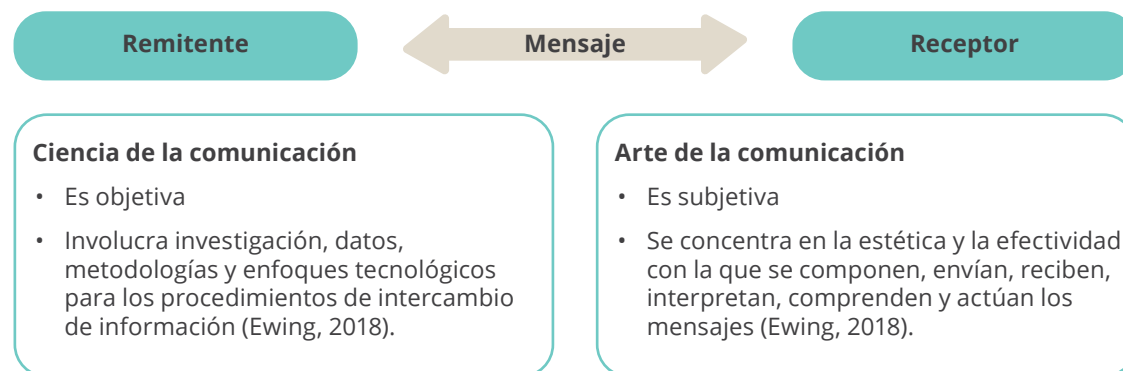


2

Generalidades de la Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos

La comunicación, en términos generales, es un proceso complejo, continuo y de doble vía en el cual se envía y se recibe información en forma de mensajes entre un remitente y un receptor, destinatario o público objeto. Es considerada una ciencia y a la vez un arte (ver Ilustración 3) y en ella pueden intervenir todos los sentidos e involucrar diferentes métodos para el intercambio de los mensajes (Ewing, 2018).

Ilustración 3. Componentes básicos de la comunicación



Si bien el fin de la comunicación es lograr que coincidan la intención del remitente con la interpretación del receptor, de tal manera que se genere una respuesta favorable, esto es algo que no siempre se consigue dada la diversidad de respuesta e interpretación de los seres humanos y la variedad y complejidad de los lenguajes y sistemas utilizados para transmitir los mensajes (Ewing, 2018).

Es de vital importancia asimilar la “doble vía” que requiere la comunicación efectiva (en la cual se genera la respuesta esperada). Un proceso en el cual no se incluye ningún tipo de retroalimentación por parte del receptor del mensaje (flujo de información unidireccional) no permitirá evidenciar la efectividad del mismo (FAO/Achipsia, 2014). Asimismo, los comunicadores deben garantizar que el mensaje pueda ser fácilmente comprendido y transmitirlo usando medios que sean de fácil acceso para los destinatarios (FAO, 2005a).

Los consumidores de alimentos son actores muy importantes en el proceso de Comunicación de Riesgos, tanto así que la evolución que ha tenido el proceso se debe, en gran parte, a modificaciones en el comportamiento y necesidades de los consumidores, tales como (OPS, 2011):

- Mayor interés de los ciudadanos en la salud, la seguridad pública y el medio ambiente, así como una mayor cobertura periodística de estos temas.
- Una mayor demanda y preocupación del público por obtener más información sobre los riesgos presentes y futuros.
- Desconfianza en las autoridades por el posible manejo de las emergencias, lo que empodera a los ciudadanos para exigir participación en las etapas de la gestión y manejo de los riesgos.
- La toma de conciencia de que la respuesta de la población a determinada emergencia puede ser manipulada positiva o negativamente.

2.1 Definición de Comunicación de Riesgos en el marco del Análisis de Riesgos

Desde la Consulta Mixta FAO/OMS celebrada en Ginebra en 1995, durante la cual se reconoció el proceso del Análisis de Riesgos (Evaluación, Gestión y Comunicación), se ha venido trabajando en las definiciones de sus tres componentes, así como en la descripción de sus partes y sus metodologías (FAO, 2005b). Se trata de un proceso dinámico que puede cambiar con el tiempo a partir del surgimiento de nueva información y de la experiencia de diferentes países y organismos en su implementación.

En 1995, la definición aceptada para la Comunicación de Riesgos fue “proceso interactivo de intercambio de información y opinión sobre los riesgos entre asesores en la materia, gestores de riesgos y otras partes interesadas” (FAO/OMS, 1995).

Actualmente, la CAC establece una definición mucho más robusta, donde se incluye de forma explícita el Análisis de Riesgos, los factores de riesgo relacionados, las percepciones de los riesgos, se amplían los actores relacionados y se especifica que dentro de la comunicación debe darse un espacio a la explicación de los resultados de la Evaluación de Riesgos y a las consideraciones para la toma de decisiones por parte de los gestores:

“ Intercambio interactivo de información y opiniones a lo largo de todo el proceso de análisis de riesgos sobre los riesgos, los factores relacionados con los riesgos y las percepciones de los riesgos, entre las personas encargadas de la evaluación de los riesgos, las encargadas de la gestión de riesgos, los consumidores, la industria, la comunidad académica y otras partes interesadas, comprendida la explicación de los resultados de la evaluación de los riesgos y de los fundamentos de las decisiones relacionadas con la gestión de los riesgos. (CAC, 2019).

Algunas de las modificaciones en la definición partieron de la necesidad de comprender que la comunicación no puede limitarse a la “preparación y divulgación de mensajes de riesgos”, sino que tiene que incluir “una interacción y diálogo entre el comunicador y el receptor de la comunicación, para conseguir que todos los interesados lleguen a la comprensión y convencimiento de que los riesgos se están evaluando y controlando debidamente” (FAO, 2005b).

La función principal de la Comunicación de Riesgos debe ser la de “garantizar que en el proceso de adopción de decisiones se tenga en cuenta toda información u opinión que sea necesaria para la gestión eficaz de los riesgos” (CAC, 2007).

Asimismo, la Comunicación de Riesgos debe ayudar a las partes interesadas (incluyendo a los consumidores y al público en general) a comprender las razones de las decisiones tomadas con base en el riesgo para que puedan así “emitir juicios equilibrados sobre los riesgos que enfrentan en sus propias vidas” (EFSA, 2017).

La Comunicación de Riesgos también debe (CAC, 2019):

- a)** promover la sensibilización sobre los aspectos específicos que se tienen en cuenta en el Análisis de Riesgos, así como la comprensión de los mismos;
- b)** promover la coherencia y la transparencia en la formulación de las opciones y recomendaciones relativas a la gestión de riesgos;
- c)** proporcionar una base sólida para la comprensión de las decisiones de gestión de riesgos propuestas;
- d)** mejorar la eficacia y eficiencia globales del Análisis de Riesgos;
- e)** reforzar las relaciones de trabajo entre los participantes;
- f)** promover la comprensión del proceso por parte del público, a fin de aumentar la confianza en la inocuidad del suministro alimentario;
- g)** promover la adecuada participación de todas las partes interesadas;

h) intercambiar información sobre las cuestiones que preocupan a las partes interesadas en relación con los riesgos vinculados a los alimentos; y

i) respetar, cuando fuera aplicable, la preocupación legítima de mantener la confidencialidad.

De acuerdo con la FAO (2007), “la comunicación eficaz con diferentes públicos requiere considerables conocimientos teóricos y prácticos y una esmerada planificación, tanto si el que la realiza es un científico (evaluador de riesgos), un funcionario público encargado de la inocuidad de los alimentos (gestor de riesgos), un especialista de comunicación o el portavoz de una de las muchas partes interesadas que intervienen en el análisis de riesgos en el contexto de la inocuidad de los alimentos”.

Lo anterior nos permite diferenciar claramente dos tipos de Comunicación de Riesgos en el marco del Análisis de Riesgos, una comunicación interna (entre Evaluadores, Gestores y Comunicadores de Riesgos) y una externa (comunicación con todas las demás partes interesadas incluyendo los consumidores) (FAO, 2005a).

También permite inferir en la importancia de la planificación para la comunicación y la necesidad de contar con los conocimientos teóricos y prácticos necesarios. Los actores involucrados en el Análisis de Riesgos deberían contar con conocimientos y capacidad en Comunicación de Riesgos, incluido la comprensión de los niveles de intercambio de información interactiva (ver Ilustración 4) (FAO, 2007; FAO/OMS, 2018).

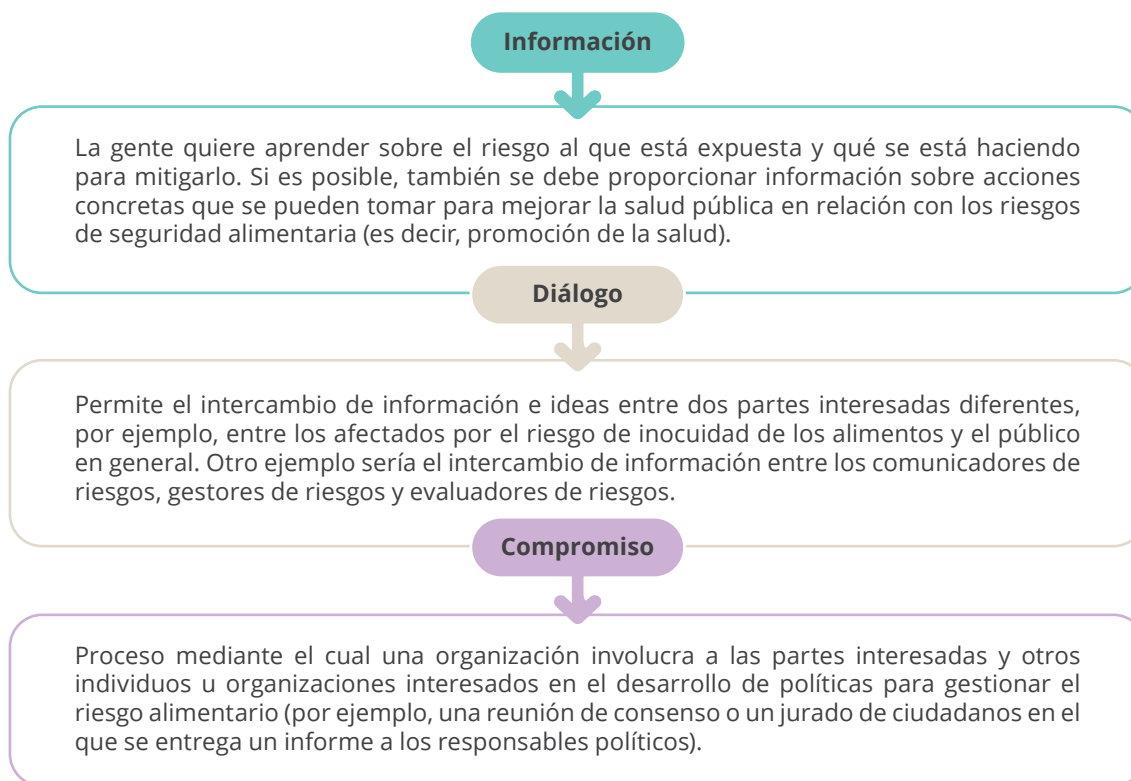
Algo que es muy importante resaltar es que una adecuada Comunicación de Riesgos no se produce de forma automática, es necesario que se planifique, implemente y gestione de forma cuidadosa, identificando claramente las responsabilidades y objetivos desde el inicio y generando mecanismos que faciliten la participación continua de todas las partes interesadas. Lo anterior contando siempre con el apoyo y contribución de profesionales en comunicación (FAO, 2005a).

Una de las razones por las que las autoridades sanitarias competentes deben contar con personal especialista en comunicación se resume en el siguiente apartado: “La

comunicación adecuada de riesgos y unos mensajes acertados no siempre reducirán el conflicto y la desconfianza, pero es casi seguro que una comunicación inadecuada y la baja calidad de los mensajes contribuirán a agravarlos” (FAO/Achippia, 2014). De acuerdo con la EFSA (2017), una Comunicación de Riesgos efectiva puede contribuir con la gestión de riesgos al:

- Asegurar que los consumidores conozcan los riesgos asociados con un producto y, por lo tanto, lo usen o consuman de manera segura.
- Desarrollar la confianza del público en la Evaluación de Riesgos y las decisiones de Gestión y las consideraciones asociadas de riesgo/beneficio.
- Contribuir a la comprensión por parte del público de la naturaleza de un riesgo o riesgos.
- Proporcionar información justa, precisa y apropiada, de modo que los consumidores puedan elegir entre una variedad de opciones que pueden cumplir con sus propios criterios de “aceptación de riesgos”.

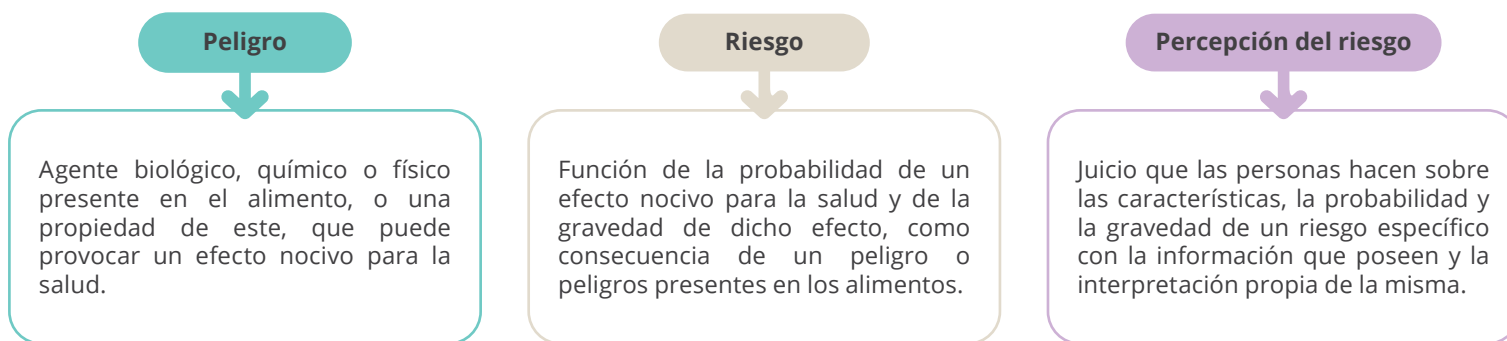
Ilustración 4. Niveles de intercambio de información interactiva en el proceso de Comunicación de Riesgos



Adaptado de FAO/OMS (2018).

Por último, al hablar de Comunicación de Riesgos, se debe tener en cuenta, y distinguir claramente, entre peligro, riesgo y percepción del riesgo (Ver Ilustración 5).

Ilustración 5. Peligro, Riesgo y Percepción del Riesgo



Adaptado de CAC (2019) y FAO/OMS (2018).

Estas diferencias revisten vital importancia pues se debe tener claro si lo que se desea comunicar es un peligro o un riesgo (ver Tabla 2). Entre las diferencias más significativas al comunicar un peligro o un riesgo, se tienen (Scheer et al., 2014):

- Las palabras peligro y riesgo poseen una ambigüedad generalizada y, para muchas personas, independiente de su nivel educativo, no está claro por completo qué significan ni cuáles son las diferencias entre ellas.
- Al comunicar un peligro, es necesario definir un parámetro a proteger, por ejemplo, la salud humana. Al comunicar un riesgo se debe contar con información adicional sobre la probabilidad de ocurrencia y la exposición, complicando la idea con respecto a la comunicación básica de un peligro en sí.
- Al brindar información relativa a la probabilidad de ocurrencia y la exposición, el destinatario del mensaje debe estimar sus propias probabilidades de acuerdo con su situación específica.
- El público en general tiende a percibir los peligros de forma intuitiva, pero puede subestimar o ignorar la probabilidad de exposición y las relaciones dosis-respuesta relacionadas con el riesgo.
- La mayoría de personas no comprenden completamente el proceso de Evaluación de Riesgos ni sus resultados, lo cual puede aumentar la confusión al respecto.

Tabla 2. Diferencias teóricas ideales entre la comunicación de peligros y la comunicación de riesgos

Aspecto	Comunicación de Peligros	Comunicación de Riesgos
Objetivo	Evitar el peligro.	Lograr decisiones informadas (educación y empoderamiento).
Tipo de información	Proporciona información determinista si no hay dudas sobre posibles daños.	Proporciona información probabilística.
Complejidad	Únicamente depende de la comprensión del peligro.	Depende de la comprensión de: <ul style="list-style-type: none"> • El peligro • El grado de exposición • Posibles umbrales de acción • Dependencia de la dosis del efecto • Diferentes sensibilidades

Adaptado de Wiedemann et al. (2010).

2.2 Comunicación Científica

Teniendo en cuenta que la Comunicación de Riesgos incluye el componente científico de la Evaluación de Riesgo, así como el soporte técnico y científico utilizado por los gestores para la definición e implementación de las medidas, es importante reconocer lo que la comunicación de la ciencia implica.

De acuerdo con Burns et al. (2003), la comunicación de la ciencia, o científica, puede involucrar a profesionales de la ciencia, mediadores y otros participantes y puede definirse como “el uso de habilidades, medios, actividades y diálogo apropiados para producir una o más de las siguientes respuestas personales a la ciencia”:

- Conciencia (incluida la familiaridad con nuevos aspectos de la ciencia).
- Disfrute u otras respuestas afectivas (por ejemplo, apreciar la ciencia como entretenimiento o arte).
- Interés (participación voluntaria con la ciencia o su comunicación).
- Opiniones (formación, modificación o confirmación de actitudes relacionadas con la ciencia).

- Comprensión (de la ciencia, su contenido, procesos y factores).

Existen además términos que aplican a la comunicación de la ciencia y que, si bien se utilizan de forma indiscriminada en muchos escenarios debido a sus similitudes, tienen diferentes filosofías, enfoques y énfasis (Burns et al., 2003):

- La **conciencia pública de la ciencia**, que tiene como objetivo estimular la conciencia y las actitudes (u opiniones) positivas hacia la ciencia.
- La **comprensión pública de la ciencia**, como su nombre lo indica, se enfoca en comprender la ciencia: su contenido, procesos y factores sociales.
- La **alfabetización científica** es la situación ideal en la que las personas están conscientes, interesadas e involucradas, forman opiniones sobre ellas y buscan comprender la ciencia.
- La **cultura científica** es un entorno de toda la sociedad que aprecia y apoya la ciencia y la alfabetización científica. Tiene importantes aspectos sociales y estéticos (afectivos).

3

Principios y Buenas Prácticas de la Comunicación de Riesgos

Entre los principios para la Comunicación de Riesgos se encuentran:

- **Apertura:** hace referencia a la oportunidad de involucrar a todas las partes interesadas en los procesos relacionados con la inocuidad de los alimentos. Incluye tanto a los posibles directos afectados por el riesgo como a los potencialmente responsables del mismo (FAO/OMS, 2018). Este principio es crucial para la buena Comunicación de Riesgos y puede repercutir tanto en la reputación de una organización como en la confianza en la misma y en el proceso (EFSA, 2017).
- **Transparencia:** incluye el conjunto de políticas, prácticas y procedimientos que permiten a todas las partes interesadas comprender la lógica y el soporte de las decisiones tomadas en el marco del Análisis de Riesgos y sus diferentes componentes (FAO/OMS, 2018). Está estrechamente vinculada con la apertura. La Comunicación de Riesgos siempre debe transmitir claramente la incertidumbre existente tanto en la Evaluación como en la Gestión de Riesgos y las implicaciones de tales incertidumbres para la salud pública (EFSA, 2017).
- **Oportunidad:** se refiere a la rapidez de la comunicación, incluso cuando no se conocen todos los hechos. Una comunicación temprana es importante para mantener la confianza y puede llegar a evitar el desarrollo de rumores y desinformación (EFSA, 2017; FAO/OMS, 2018).
- **Capacidad:** medida en la que los responsables de la inocuidad alimentaria abordan las necesidades de Comunicación de Riesgos y las expectativas de los públicos objetivo en sus actividades de comunicación (FAO/OMS, 2018).
- **Independencia:** la Comunicación de Riesgos siempre se percibirá como más confiable si es demostrable que quienes realizan las Evaluaciones de Riesgos y las comunican son independientes de los responsables políticos, la industria, las ONG u otros intereses existentes (EFSA, 2017).

Adicional a lo ya mencionado, en la literatura se identifican buenas prácticas de la Comunicación de Riesgos, entre las que resaltan (FAO, 2005b):

- **Conocimiento sobre los destinatarios:** debe analizarse el público destinatario de los mensajes de comunicación con el fin de comprender sus motivos y opiniones. Entre más conocimiento se tenga de los destinatarios (en general, como grupos e incluso, de ser posible, como individuos), mejor se entenderá la percepción que ellos tienen del riesgo y, por lo tanto, la comunicación podrá ser mejor.

- **Apoyo en científicos expertos:** los científicos expertos asesores de riesgos deben poder explicar los conceptos, procesos, datos científicos, supuestos, juicios subjetivos e incertidumbres en que esté basada la Evaluación de Riesgos, de manera que los Gestores de Riesgo y otras partes interesadas puedan comprender claramente el riesgo. Los Gestores de Riesgo, a su vez, deben ser capaces de explicar y sustentar claramente las razones de sus decisiones.
- **Contar con personal especializado en comunicación:** dado que puede que ni los Evaluadores ni los Gestores de Riesgos cuenten con la formación necesaria para realizar las tareas complejas de la comunicación, es necesario contar con personal especializado en la misma que apoye el intercambio de información comprensible y aprovechable a todas las partes interesadas.
- **Ser una fuente confiable y creíble de información:** la respuesta del receptor suele ser mejor cuando la información se emite desde una fuente confiable y creíble, y los mensajes suelen ser más verosímiles si existe coincidencia entre aquellos emitidos por diferentes fuentes. Entre los factores que determinan la credibilidad de la fuente, se encuentran la competencia o experiencia reconocidas, la fiabilidad, la equidad y la falta de prejuicios. La confianza y la credibilidad deben crearse y mantenerse en el tiempo, y pueden perderse o deteriorarse como consecuencia de una comunicación ineficaz o inadecuada. Uno de los factores más importantes para la credibilidad es la oportunidad del mensaje. Las omisiones, distorsiones y afirmaciones interesadas merman la credibilidad a largo plazo.
- **Compartir la responsabilidad:** si bien el gobierno tiene una responsabilidad fundamental en la Comunicación de Riesgos, hay otros actores que también son relevantes y con los cuales se comparte la responsabilidad. Tal es el caso de los medios de comunicación o divulgación y la industria. Todas las partes o actores que intervienen en el proceso de comunicación deben responder conjuntamente, así como conocer los principios básicos y datos en los que se basaron la Evaluación y la Gestión de Riesgos.
- **Diferenciar entre ciencia y juicio de valor:** el responsable de la comunicación debe explicar lo que se sabe y lo que no, es decir, transmitir la incertidumbre sobre el riesgo. También debe ser capaz de justificar el nivel de riesgo aceptable al público teniendo en cuenta que una gran parte de la población considera el término “alimento inocuo” como que el alimento no conlleva ningún riesgo, cuando la realidad es que *el riesgo cero no existe* y que en la práctica el término significa que el alimento es lo “suficientemente” inocuo como para poder ser consumido.
- **Garantizar la transparencia:** el proceso de Análisis de Riesgos, por definición, debe ser transparente, es decir, que sea abierto y que pueda ser objeto de examen por las partes interesadas. Lo anterior conservando y protegiendo la confidencialidad que pueda existir para algunos datos sensibles. La comunicación en doble vía entre los Gestores de Riesgos, el público y las partes interesadas es esencial y un requisito clave para conseguir la transparencia.
- **Poner el riesgo en perspectiva:** una forma de poner el riesgo en perspectiva es comparándolo con otros similares que sean más conocidos. Sin embargo, debe tenerse especial cuidado al adelantar comparaciones, pues puede ser considerado por el público como una intención deliberada de hacerlo más aceptable. Las comparaciones pueden utilizarse si:
 - Ambas (o todas las) estimaciones de riesgos son igualmente sólidas.
 - Ambas (o todas las) estimaciones de riesgo son de interés para el público destinatario.
 - El grado de incertidumbre en todas las estimaciones de riesgo es semejante.
 - Se reconocen y consideran las preocupaciones del público.
 - Las sustancias, productos o actividades son directamente comparables, incluido el concepto de exposición voluntaria e involuntaria.



Con respecto a la comunicación científica, Burns et al. (2003) establece los siguientes grupos de público, cada uno con sus propias necesidades, intereses, actitudes y niveles de conocimiento:

- **Científicos:** procedentes de la industria, la comunidad académica o el gobierno.
- **Mediadores:** comunicadores (incluidos comunicadores científicos, periodistas y otros miembros de los medios), educadores o formadores de opinión.
- **Tomadores de decisiones:** tomadores de decisiones en el gobierno e instituciones científicas.
- **Público en general:** los tres grupos anteriores, más otros sectores o grupos de interés. Por ejemplo, escolares y consumidores.
- **Público atento:** la parte de la comunidad general ya interesada en (y razonablemente bien informada) sobre la ciencia y las actividades científicas.
- **Público interesado:** está compuesto por personas interesadas, pero no necesariamente bien informadas sobre ciencia y tecnología.

3.1 Funciones y responsabilidades de la comunicación de riesgos

En la Ilustración 6, se resumen las principales responsabilidades de diferentes actores en la comunicación de riesgos según lo descrito por la FAO (2005b).

Ilustración 6. Resumen de las principales responsabilidades de algunos actores involucrados en la Comunicación de Riesgos

Gobiernos

- Comunicar la información correspondiente a la Gestión de Riesgos a todas las partes interesadas con un nivel aceptable de comprensión.
- Garantizar la comunicación eficaz con las partes interesadas cuando realicen análisis científicos y técnicos e involucrar debidamente al público y a otras partes interesadas en el proceso de Análisis de Riesgos.
- Comprender y dar respuesta a los motivos de las preocupaciones públicas sobre los riesgos para la salud.
- Adoptar un planteamiento coherente y transparente al comunicar la información sobre los riesgos.
- Implementar estrategias de comunicación eficaces para destinatarios diferentes. Estas diferencias, sean de origen económico, social o cultural, deberían ser reconocidas y respetadas.

Industria

- Facilitar el flujo de la información con el gobierno para el desarrollo de la Evaluación y Gestión de Riesgos.
- Comunicar a los consumidores los posibles riesgos relacionados con sus productos.

Consumidores y organizaciones de consumidores

- Conocer y participar activamente en el Análisis de Riesgos.
- Presentar a los responsables de la Gestión de Riesgos sus preocupaciones y opiniones sobre los riesgos percibidos.
- Las organizaciones de consumidores deben contribuir para transmitir a los consumidores la información sobre los riesgos. Asimismo, deben colaborar con el gobierno y la industria para garantizar que los mensajes presentados a los consumidores estén debidamente formulados.

Círculos académicos e instituciones de investigación

- Pueden aportar información y conocimientos técnicos y científicos especializados que soporten la Evaluación y la Gestión de Riesgos.
- Pueden comentar las decisiones gubernamentales.
- Son fuentes independientes de información con un alto nivel de credibilidad ante el público.

4

Factores que Impactan la Comunicación de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos

La comunicación, y específicamente la Comunicación de Riesgos, no es una ciencia exacta pues su efectividad y desarrollo dependerán de una serie de factores relacionados tanto con el mensaje como con los remitentes y receptores o público objeto (EFSA, 2017).

Entre algunos de los factores que impactan el proceso de Comunicación de Riesgos, y que deben ser considerados, se encuentran (EFSA, 2017; EUFIC, 2017; OPS, 2011):

a) Tipo de información que se desea comunicar:

- ¿La Comunicación de Riesgos está relacionada con un peligro o con un riesgo? Como ya se había mencionado, peligro y riesgo no son sinónimos, aunque muchas veces se utilicen erróneamente de esta manera, distorsionando la magnitud del riesgo y llegando a generar una mala comprensión del mismo por parte de las personas expuestas.
- ¿Es un tema con carácter urgente (emergencia) o es una problemática persistente de inocuidad de los alimentos?

b) Naturaleza del peligro:

- ¿El peligro es conocido o desconocido por la población objeto? Generalmente, lo que es completamente desconocido suele causar mayor alarma o indignación.
- ¿Ocurre de manera natural o se trata de peligros que se agregan o que se crean durante el procesamiento? Muchas personas perciben los riesgos de un peligro de origen natural (por ejemplo, los colorantes alimenticios naturales) como menos importantes que los de origen artificial (por ejemplo, los aditivos alimenticios sintéticos), sin que esto corresponda necesariamente con los riesgos reales de tales peligros.
- ¿El peligro se usa o es encontrado en los alimentos o en otros productos de forma legal, es regulado o es ilegal?

c) Nivel de Riesgo:

- ¿Cuál es el peligro?
- ¿Qué sabemos sobre cualquier riesgo relacionado?
- ¿Los científicos ya han realizado una Evaluación de Riesgos? ¿Quién realizó la Evaluación de Riesgos?

- ¿La información científica temprana proviene de una fuente confiable?
- ¿Hay terceros (por ejemplo: ONG, organizaciones de la industria, organizaciones de consumidores, organizaciones de profesionales de la salud, etc.) que podrían estar informados y contribuir a las comunicaciones de riesgos?
- Para efectos de la comunicación, podría manejarse una escala cualitativa de clasificación de riesgos (insignificante, bajo, medio, alto o desconocido), pero siempre de la mano de soporte técnico y científico

d) Factores que se relacionan con la evidencia científica:

- Debe tenerse en cuenta el riesgo real: un peligro no es necesariamente un riesgo si no estamos expuestos a él, o la exposición no es lo suficientemente grande o durante un período de tiempo relevante como para que el peligro se convierta en un riesgo real.
- Con respecto a la Incertidumbre, debe considerarse:
 - ¿Cuál es la fuente de los datos?
 - ¿Se tienen datos suficientes y disponibles?
 - ¿Existen deficiencias o imprecisiones en los datos utilizados?
 - ¿Existen limitaciones en los modelos estadísticos?
 - ¿Cuál es la importancia de cada una de las incertidumbres?
 - ¿Hay supuestos basados en estimaciones?
 - ¿Las variaciones en las estimaciones tienen efecto en las decisiones relativas a la Gestión de Riesgos?

e) Quién se afecta y cómo:

- ¿Se afectan de igual manera todos los consumidores?
- ¿Existen grupos más vulnerables como los bebés, niños, mujeres gestantes o adultos mayores?
- ¿Se pueden afectar las plantas, los animales o el medio ambiente?
- ¿Afecta a muchas personas/especies/regiones?

- ¿Qué tan inmediato es el riesgo en términos de su efecto sobre la salud humana, animal o el medio ambiente?
- ¿Las consecuencias de la exposición al peligro serían agudas o crónicas?
- ¿Podrían poner en peligro la vida?
- ¿Existen diferencias con respecto a la inmediatez y la gravedad del riesgo según la evaluación de los expertos científicos en comparación con la forma en que el público (no expertos) lo puede percibir?

f) Capacidad para controlar el riesgo:

- ¿Puede abordarse el riesgo por medio de acciones de Gestión de Riesgos?
- ¿El riesgo puede abordarse con medidas individuales, es decir, por individuo?
- ¿Existen actualmente medidas de Gestión de Riesgos aplicadas o elaboradas por implementar?
- ¿El riesgo puede continuar después de haberse adoptado medidas de Gestión de Riesgos?
- ¿Cuáles son los costos relacionados con las medidas de Gestión de Riesgos y quién los asume?

g) Percepción del riesgo y niveles de comunicación requeridos:

- ¿Es nuevo el riesgo?
- ¿Hay una historia de eventos similares?
- ¿Se ha comunicado el riesgo o un riesgo similar en el pasado? Si es así, ¿cuál es la percepción del riesgo ahora?
- ¿Hay actualmente alguna campaña de salud pública o información relacionada con el riesgo?
- ¿Hay actualmente alguna noticia relacionada con el riesgo (o riesgos similares) que se está comunicando?
- ¿Cómo son percibidas estas historias por el público?
- ¿Existen diferentes opiniones científicas o políticas sobre el riesgo?

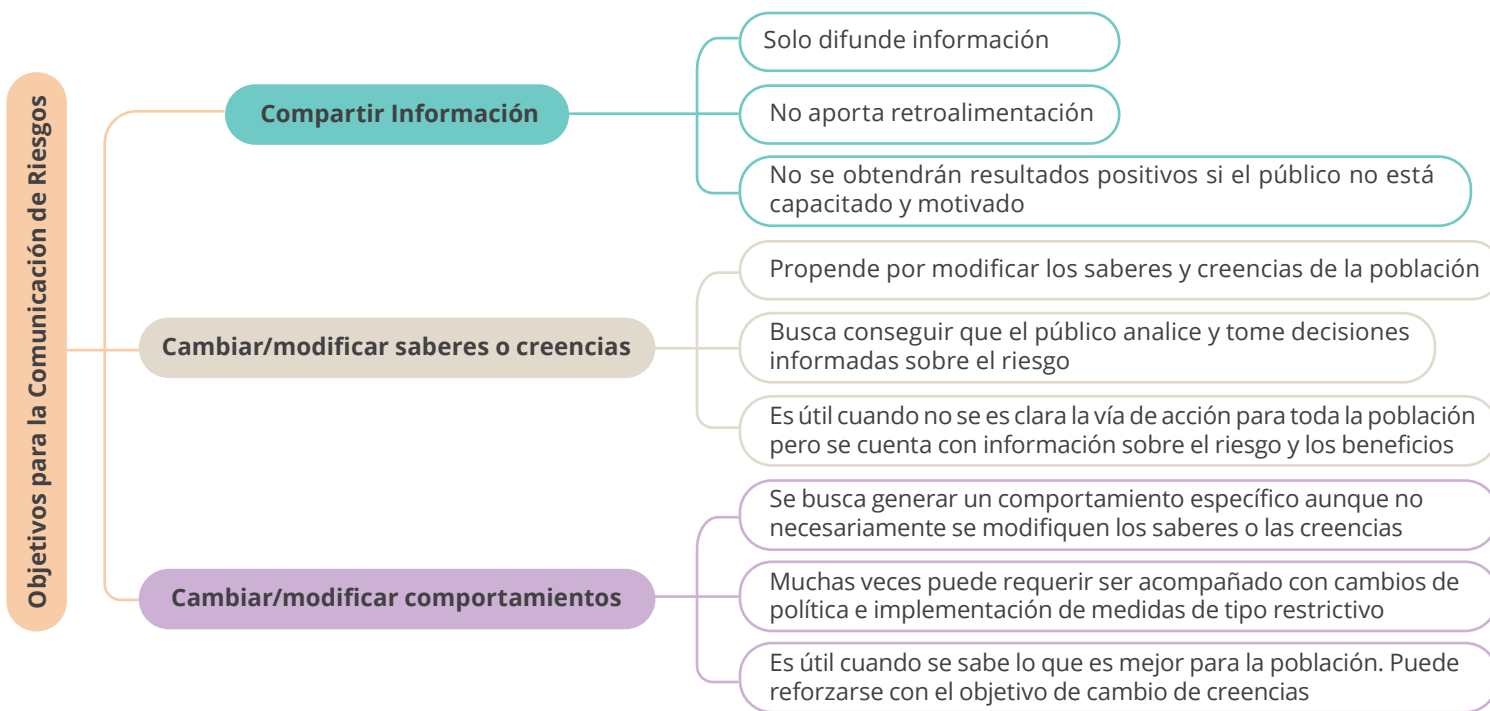
- ¿Cuál es el posible impacto del riesgo en la audiencia con la que desea comunicarse?
- ¿Qué nivel de interés en el riesgo tiene esta audiencia?
¿El impacto del riesgo es proporcional al nivel de interés expresado por la audiencia prevista?
- ¿Es probable que la audiencia esté interesada en las causas del riesgo y/o tome un papel activo en la Gestión de Riesgos? (por ejemplo, riesgos relacionados con la dieta).
- ¿Es probable que el público objeto quiera tomar medidas por sí mismo para evitar la exposición al riesgo?
- Deben evaluarse los niveles de comunicación requeridos dependiendo del riesgo real y el riesgo percibido.

Esta información se amplía en los capítulos sobre Percepción de Riesgos y Categorización de la Comunicación de Riesgos.

h) Tipos de comunicaciones (herramientas y canales):

- ¿Se tienen claros los objetivos de la Comunicación de Riesgos (ver Ilustración 7) y las características del público objetivo?
- ¿Se identificaron los canales y herramientas más apropiados según los objetivos de la comunicación y las características de la audiencia (ver Tabla 3)?
- ¿Se pueden adaptar y personalizar los mensajes en los canales y herramientas seleccionados sin perder el objetivo de la comunicación?

Ilustración 7. Objetivos para la Comunicación de Riesgos



Adaptado de Fischhoff et al. (2011).

Tabla 3. Descripción general de los posibles usos de diferentes herramientas/canales de comunicación

Herramienta/canal de comunicación	Descripción general de posibles usos	
Relacionamiento con medios de comunicación masiva	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios urgentes de salud pública especialmente para riesgos agudos (comunicados de prensa, ruedas de prensa, noticias de radio y televisión, entrevistas, etc.). • Temas de alta preocupación y perfil público (notas de prensa, entrevistas, reportajes, etc. dirigidos a medios relevantes para el tema).
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Otros tipos y niveles de riesgo, incluidos cambios en el nivel de riesgo. • Se debe tener precaución con la posibilidad de que los medios de comunicación masiva se centren en factores de miedo (por ejemplo, el cáncer) aunque el riesgo sea bajo.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo bajo, no se necesitan acciones ni consejos o sea un tema de poco interés (¡no es noticia!). • Historias institucionales y de procesos de interés para otras partes interesadas pero no para los medios de comunicación (exceptuando algunos casos en medios especializados).
Publicaciones impresas	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a un público objetivo específico con mensajes personalizados (boletines, publicaciones periódicas, folletos) a través de listas de correo gestionadas, distribución en conferencias, etc. • Documentos clave importantes (estrategias, informes anuales, compendios de datos científicos). • Contenido que no está sujeto a plazos o que probablemente requiera cambios significativos a lo largo del tiempo. • Útil para partes interesadas que puedan tener acceso limitado a Internet.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Insertos especiales que alerten a los lectores, cuando es relevante, sobre el contenido en línea.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Anuncios de salud pública urgentes y de alto riesgo debido al tiempo asociado con la impresión y la producción.
Publicaciones digitales	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a un público objetivo específico con mensajes personalizados mediante boletines, publicaciones periódicas, folletos, etc., y a través de listas de correo gestionadas, distribución en conferencias, etc. • Contenido con plazos determinados, ya que los costos de actualización son más bajos que las publicaciones impresas.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Atraer la atención utilizando un diseño llamativo para aumentar la lectura de mensajes importantes.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos importantes (estrategias, informes anuales, compendios de datos científicos).

Herramienta/canal de comunicación	Descripción general de posibles usos	
Sitios Web	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones a una amplia audiencia donde la retroalimentación no es una prioridad (debe considerarse que la retroalimentación es una parte muy importante del proceso de Comunicación de Riesgos). • Apropiado para todos los niveles de riesgo y garantiza el libre acceso a diferentes tipos de información para todas las partes interesadas (por ejemplo, desde preguntas frecuentes hasta opiniones científicas completas). • Muy útil para la publicación de contenido sensible que puede requerir ser editado/ modificado de forma regular. • Permite la fácil adición de información complementaria. • Permite enlaces a otros actores relevantes. • Puede permitir una mayor divulgación • Publicación de documentos electrónicos como PDF, Word, etc. (siempre que vayan acompañados de textos web explicativos).
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Involucrarse con la audiencia y recibir comentarios, a menos que estén acompañados de aplicaciones especiales que permitan a los usuarios proporcionar comentarios particulares a preguntas muy específicas (por ejemplo, consultas públicas en línea) y se cuente con la logística necesaria para dar respuesta a este tipo de retroalimentación.
Redes sociales (Facebook, LinkedIn, etc.)	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Informar e interactuar rápidamente con las partes interesadas. • Mensajes simples y limitados que deben llegar a una amplia gama de consumidores. • Puede ser muy eficaz debido a las discusiones de la comunidad en línea para usar como catalizador para el cambio de comportamiento. • Puede apoyar el acercamiento a nuevas audiencias.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Compromiso informal con los consumidores.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Duplicar el contenido del sitio web de la organización. • Temas sensibles si no se pueden encontrar recursos para gestionar las discusiones y necesidades de la comunidad.
Twitter	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Envío rápido de alertas relacionadas con el tema (máximo 280 caracteres) a los suscriptores interesados. • Dirigir a los suscriptores a contenidos en línea donde hay más información y mayor contexto. • Permitir la difusión del mensaje original con la mayor precisión posible, dada la facilidad de la función de reenvío.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a los suscriptores sobre las últimas noticias, actualizaciones, publicaciones, etc. • Interactuar, hasta cierto punto, con las partes interesadas. • Probar conceptos con seguidores leales.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener comentarios detallados de los usuarios. • Duplicar el contenido del sitio web de la organización.

Herramienta/canal de comunicación	Descripción general de posibles usos	
Blog	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Informar y relacionarse con las partes interesadas sobre todo tipo de riesgos. • Compartir artículos de opinión reflexivos que muestren el rostro humano de la organización. • Enviar mensajes que siguen siendo pertinentes a lo largo del tiempo. • Construir una comunidad de personas en torno a un tema específico.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Rápida difusión de noticias.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones unidireccionales: los comunicadores deben estar preparados y tener los recursos para participar, explicar y responder las preguntas que puedan surgir. • Duplicar el contenido del sitio web de la organización.
Reuniones y talleres	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometerse con el público objetivo en temas sensibles donde se requiere debate y decisiones informadas.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Compartir información/explicar por qué se han tomado ciertas decisiones.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Llegar a un gran número de personas en una amplia zona geográfica, aunque esto puede superarse mediante la difusión por Internet, siempre que se cuente con los recursos para ello. • Anuncios a corto plazo debido a limitaciones logísticas/organizativas.
Consultas públicas	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir diferentes perspectivas sobre cuestiones potencialmente controversiales o complejas donde la retroalimentación se considerará y utilizará para dar forma al resultado final. • Probar mensajes con diferentes públicos.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar el diálogo entre diferentes actores.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar retroalimentación cuando no hay intención de incluirla en el resultado final.
Redes de socios o partes interesadas	Bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar diferentes perspectivas. • Obtener una mejor comprensión del entorno en el que opera la organización. • Establecimiento de relaciones y diálogo con organizaciones clave interesadas en la cadena de suministro alimentaria. • Obtener información para ayudar a dar forma a la dirección, las prioridades y el programa de trabajo de una organización.
	A veces bueno para	<ul style="list-style-type: none"> • Informar a las partes interesadas sobre las actividades actuales. • Reenviar la difusión de mensajes clave a través de los propios canales y herramientas de comunicación de las partes interesadas.
	Inapropiado para	<ul style="list-style-type: none"> • Participación cuando las opiniones/contribuciones no se considerarán en relación con un resultado final.

Adaptado de EFSA (2017).

5

Retos para una Efectiva Comunicación de Riesgos

Se han descrito dos grandes categorías de obstáculos o retos para una comunicación eficaz:

Obstáculos en el proceso de Análisis de Riesgos: incluyen aquellos retos relacionados con el acceso y la disponibilidad de la información completa, adecuada y oportuna. Estos se pueden presentar cuando algunos actores privados poseen información relevante y no la comparten por razones de confidencialidad, por posible pérdida de la competitividad u otras razones de índole comercial o institucional, o porque algún organismo público se niegue a exponer claramente su información por diferentes razones (FAO, 2005b; FAO/Achipia, 2014).

En algunos casos, y con más frecuencia en países en vías de desarrollo, se presentan retos relacionados con la carencia de recursos y experiencias para identificar, evaluar, gestionar o comunicar riesgos. Esto puede deberse a (FAO/OMS, 2018):

- La ausencia de datos que impide comprender los problemas de inocuidad de los alimentos, cómo gestionarlos y comunicarlos.
- La falta de procesos, políticas y responsabilidades claramente definidos para las instituciones gubernamentales involucradas con la inocuidad de los alimentos y en el proceso del Análisis de Riesgos.
- La poca o nula coordinación e intercambio de información entre las instituciones que participan en la inocuidad de los alimentos.

También, la falta de participación en el proceso de Análisis de Riesgos por parte de algunos de los actores involucrados implica desaprovechar la oportunidad de identificar y resolver preocupaciones con respecto a las decisiones tomadas. Si se logra una participación activa y constante de los actores, se aumenta la comprensión del proceso, se facilita la posterior comunicación con el público y se desestimula la oposición que muchas veces ocurre por desconocimiento del proceso de toma de decisiones, o porque no se llegaron a incluir o resolver preocupaciones puntuales al respecto. Debe tenerse en cuenta que para lograr la participación es necesario que los actores tengan una suficiente sensibilización sobre la importancia de la inocuidad y sobre el proceso de Análisis de Riesgos, contar con personal con los conocimientos técnicos requeridos, la experiencia y la autorización para intervenir de forma eficaz y disponer de los recursos necesarios para la participación per se (FAO, 2005b; FAO/Achipia, 2014).

Obstáculos que aplican a todos los contextos: entre algunos de los retos más relevantes para una efectiva Comunicación de Riesgos, se encuentran (FAO, 2005b; FAO/Achipia, 2014; Covello y Sandman, 2001):

- **Diferencias de percepción:** Cada persona puede percibir el riesgo de manera diferente, así como formarse opiniones propias respecto a la evaluación y la gestión adelantada y al rol que como individuo debe desempeñar ante el riesgo. Si el mensaje está enfocado únicamente a la parte técnica del riesgo, o no se tienen en cuenta las preocupaciones reales de la población, puede que algunos individuos no lleguen a prestar atención al mismo. Se debe propender por alcanzar una comprensión sobre la percepción del riesgo, tanto de los consumidores como de otros actores involucrados (ver el capítulo 6, Percepción del Riesgo).
- **Falta de comprensión del proceso científico:** Un mensaje que utiliza terminología que el público destinatario no maneja puede ser malinterpretado. Un mensaje erróneamente generado puede desencadenar actitudes públicas que son muy difíciles de rectificar posteriormente, pues la población “tiende a seleccionar la información que confirma sus propias creencias” (FAO, 2005a). Una manera de sortear estos obstáculos es permitir la revisión de los mensajes por personal no experto para confirmar su asertividad.
- **Credibilidad en la fuente:** El público suele aceptar con mayor facilidad la información que proviene de una fuente en la cual confía. Entre los factores que impactan la credibilidad, se incluyen:
 - La opinión sobre el comunicador (fiabilidad, conocimientos e interés por el bienestar público).
 - Si se han considerado las preocupaciones públicas sobre los riesgos (que no necesariamente son las mismas preocupaciones técnicas o científicas).
 - Si existe la impresión de discriminación.
 - Si se ha ofrecido o no una información precisa.
 - Si los procesos de evaluación y gestión de riesgos se consideran transparentes y abiertos al examen público.
 - Si las diferentes fuentes transmiten o no mensajes similares.
- **Medios de comunicación:** Gran parte de los consumidores obtienen la información relativa a riesgos alimentarios gracias a los medios de comunicación masivos. Esto tiene un impacto, no siempre positivo, debido a que:
 - Muchas veces no se cuenta con periodistas o comunicadores que posean experiencia en aspectos científicos y normativos, ni se apoyan en este tipo de profesionales y, por lo tanto, el mensaje puede presentar omisiones importantes o presentar información muy simplificada, distorsionada o inexacta.
 - También se presentan las situaciones en que el mensaje puede ser una interpretación del comunicador que incluya juicios propios sobre lo que vale, o no, la pena comunicar.
 - En ocasiones, los medios se concentran en aspectos conflictivos, dramáticos, sensacionalistas o polémicos, buscando exagerar la situación y, por ende, la percepción del riesgo, todo esto con el fin de aumentar el interés en la noticia.

Asimismo, muchas veces no existe una efectiva colaboración entre los gestores y evaluadores del riesgo con los periodistas o comunicadores de los medios masivos para mejorar la exactitud de la información transmitida. Esto debido a que se requiere no solo capacitación para relacionarse con los medios, sino que además este tipo de relaciones deben ser establecidas y mantenidas a lo largo del tiempo para consolidar el vínculo.

- **Características sociales:** Entre las características sociales que pueden llegar a afectar la Comunicación de Riesgos, se encuentran las diferencias lingüísticas, aspectos relacionados con principios religiosos, analfabetismo, pobreza y ausencia de infraestructuras de comunicación. Es importante resaltar el tema de la pobreza, pues en condiciones sociales de hambre y malnutrición la inocuidad puede no ser considerada una prioridad. Algunos factores geográficos o políticos pueden también interferir en una efectiva Comunicación de Riesgos.

6

Percepción del Riesgo en Inocuidad de los Alimentos

La percepción del riesgo es el “juicio que las personas hacen sobre las características, la probabilidad y la gravedad de un riesgo específico” (FAO/OMS, 2018). Es decir, que cuando se habla de percepción del riesgo, se hace referencia a juicios subjetivos sobre la probabilidad de que ocurran sucesos negativos. En estos juicios, participan tanto la lógica como el afecto o las emociones, dando algunas veces como resultado una incoherencia entre la reacción pública con el riesgo real (Paek y Hove, 2017; Ropeik y Slovic, 2003). De acuerdo con la FAO y la OMS (2018), la percepción del riesgo repercute directamente en cómo las personas desarrollan actitudes, intenciones y comportamientos de forma independiente a las estimaciones técnicas del riesgo.

Según Ropeik y Slovic (2003), “la comunicación eficaz del riesgo requiere que los responsables políticos reconozcan que existen implicaciones en la percepción del riesgo en lo que hacen, que la comunicación no es solo lo que dicen y cómo lo dicen”. Así, para lograr una eficaz Comunicación de Riesgos es imprescindible considerar la percepción del mismo que tiene el grupo al cual se dirige dicha comunicación. Puede ocurrir, por ejemplo, que un riesgo real sea relativamente bajo debido a una limitada exposición de la población al peligro; sin embargo, las personas pueden percibirlo como un tema de gran importancia y preocupación para su salud a partir de diversa información a la cual puedan estar expuestos (tanto oficial como no oficial) (FAO/OMS, 2018).

La Comunicación de Riesgos no debe centrarse únicamente en la información científica relacionada con el riesgo real. Siempre deben incluirse en el proceso de comunicación los conocimientos sobre lo que los individuos, culturas o sociedades pueden considerar un riesgo aceptable (o un equilibrio aceptable entre los riesgos y los beneficios) de consumir o no el alimento contaminado (FAO/OMS, 2018).

Los comunicadores deben tratar de comprender la percepción que se tiene del riesgo, o la que se puede llegar a tener, antes de generar y liberar los mensajes de Comunicación de Riesgos. Se debe también tener muy claro que los públicos nunca son completamente uniformes en aspectos como las necesidades, la capacidad de comprensión, la dependencia hacia los medios de comunicación y la voluntad de confiar (Lachlan y Spence, 2010) y que, a pesar de todo, el papel del comunicador del riesgo debe ser el de ayudar a las personas a comprender la probabilidad de ocurrencia y exposición y la incertidumbre existente en torno a la evaluación y medidas de gestión de riesgos (Scheer et al., 2014).

“ Los comunicadores de riesgos no deben esperar que las personas confíen en ellos o los escuchen solo porque sean expertos en seguridad alimentaria o estén en una posición de autoridad. Para aumentar la confiabilidad, deben trabajar activamente para demostrar honestidad, empatía y un sentido de valores compartidos, y demostrar que las decisiones y recomendaciones tienen como objetivo proteger la salud pública. (FAO/OMS, 2018). ”

Algo a tener muy presente es que un público que se somete de manera reiterada y sostenida en el tiempo a la comunicación relacionada con un riesgo puede llegar a volverse resistente o apático a los mensajes relacionados con el mismo (Lachlan y Spence, 2010). Asimismo, puede presentarse lo que se conoce como “negación del riesgo” y que ocurre cuando algunas personas creen y afirman que están menos expuestas al riesgo que otras personas de su mismo grupo, con las mismas vulnerabilidades o características (Sjöberg, 2000).

Se han definido dos dimensiones básicas de la percepción del riesgo (Paek y Hove, 2017):

- **Dimensión cognitiva:** conocimiento y comprensión que se posee sobre el riesgo.
- **Dimensión emocional:** sentimientos relacionados con el riesgo (miedo, pavor, furia, indignación, etc.).

Asimismo, en la literatura especializada, se encuentran descritos varios modelos (ver Ilustración 8) que buscan explicar cómo se perciben los riesgos, cómo se procesa la información y finalmente cómo se toman las decisiones sobre los riesgos (Paek y Hove, 2017).

Ilustración 8. Modelos descritos para explicar la Percepción del Riesgo

Modelo de Percepción del Riesgo

Identifica una amplia variedad de factores que influyen en las percepciones del riesgo por parte de las personas. Incluye factores como voluntariedad, familiaridad, beneficios, conocimiento, naturaleza ética/moral, origen humano versus natural, potencial catastrófico, posibilidad de control y gravedad e inmediatez de las consecuencias.

Modelo de Ruido Mental

Los eventos que producen un mayor nivel de ruido mental (o estrés) reducen la capacidad de las personas para procesar información relacionada con el riesgo. Los factores que causan un alto nivel de ruido mental incluyen la posibilidad de control, la voluntariedad, la familiaridad, la causa del desastre (provocado por el hombre o natural), el temor, la incertidumbre y la vulnerabilidad de la víctima.

Modelo de Dominancia Negativa

Las situaciones que producen riesgos y emociones subsiguientes como el miedo, el pavor y la ansiedad crean un entorno en el que es más probable que las personas se concentren en los mensajes negativos.

Modelo de Determinación de la Confianza

Destaca la importancia de la confianza percibida del comunicador en las percepciones y reacciones de las personas ante determinados riesgos. Resalta varios factores de determinación de la confianza que ayudan a construir la confianza del comunicador, como el cuidado y la empatía, la competencia y la experiencia, la honestidad y la franqueza.

Adaptado de Paek y Hove, (2017)

El presente documento se enfoca en el Modelo de Percepción del Riesgo, dado el amplio espectro de factores que este abarca y que afectan la percepción del riesgo por parte de los individuos.

Se han identificado una serie de factores psicológicos y sociales que influyen en la forma como las personas procesan la información relacionada con el riesgo (Covello y Sandman, 2001):

- **Atajos mentales (heurística):** se tiende a asignar un mayor peso a eventos que son fáciles de recordar o imaginar para calcular la probabilidad de que ocurran eventos adversos. De esta manera, se puede llegar a utilizar solo una fracción de toda la información disponible para la emisión de juicios y la toma de decisiones, las cuales resultarían claramente sesgadas.
- **Apatía:** la apatía en la población se refleja como falta de interés y motivación. Se puede presentar por diversas causas y puede servir como “un mecanismo de defensa psicológico o basarse en una experiencia negativa previa” (Covello y Sandman, 2001). Algo muy importante es que la apatía se puede presentar si el público no se siente adecuadamente involucrado en los procesos de participación y diálogo.
- **Exceso de confianza y optimismo poco realista:** este factor es influyente cuando se trata de un riesgo voluntario y puede ocasionar que se ignore la información sobre los riesgos por creer que se tiene una baja susceptibilidad al mismo.
- **Información complicada de comprender:** la información que se presente como parte de la Comunicación de Riesgos debe ser entendible por parte de la población objeto a la que se entrega. Los datos numéricos complejos y la información relacionada con tecnología y procesos que no son conocidos por la población, sin una suficiente explicación sobre los mismos, complica los procesos de comprensión del evento. La forma de presentar la información también juega un papel crucial en la comprensión del riesgo por parte de la población.
- **Deseo y demanda de certeza científica:** comprender la incertidumbre es algo complejo. Las personas que no tienen conocimiento sobre el proceso de Evaluación de Riesgos, ni de otros procesos relacionados con la ciencia, muchas veces no comprenden las razones por las cuales se expresan los resultados en probabilidades. Esto les puede generar ansiedad, por lo que esperan y reclaman respuestas absolutas: “exigen saber exactamente qué sucederá, no qué podría suceder” (Covello y Sandman, 2001).
- **Renuencia a modificar creencias:** pocas personas están dispuestas a cambiar sus creencias. Debe tenerse en cuenta que, incluso presentando pruebas sólidas, algunos individuos pueden preferir ignorar todas aquellas que contradigan su pensar.
- **Factores de indignación:** son aquellos factores de juicio sobre la magnitud del riesgo real. Según Covello y Sandman (2001), la indignación puede predisponer a reacciones emocionales como el miedo y la ira, amplificando así los niveles de preocupación y ansiedad. Entre los factores de indignación, se encuentran los mencionados en la Tabla 4.

Tabla 4. Factores que influyen en la percepción del riesgo

Factor	Propiedad del factor que incrementa el riesgo percibido	Propiedad del factor que disminuye el riesgo percibido	Observaciones
Naturalidad del peligro	No natural o artificial/ hecho por el hombre	Peligro natural	Se tiende a pensar que lo natural es menos “riesgoso” que aquello que ha sido creado por el hombre.
Posibilidad de control	Incontrolable de manera personal o grupal	Puede controlarse de forma personal o grupal	Pensar o creer que se tiene el control sobre un posible riesgo, por ejemplo, al conducir un auto, puede atenuar la manera como el individuo percibe ese riesgo.

Factor	Propiedad del factor que incrementa el riesgo percibido	Propiedad del factor que disminuye el riesgo percibido	Observaciones
Conocimiento científico	Desconocido para la ciencia	Conocido para la ciencia	La población espera respuestas absolutas por parte de la ciencia, por tanto, entre mayor sea la incertidumbre existente, mayor será el desconcierto y el miedo generado.
Familiaridad	Riesgo nuevo o desconocido	Riesgo familiar o conocido	Lo nuevo y desconocido tiende a ser más aterrador que aquello con lo que se ha convivido por algún tiempo, ya que la experiencia lo pone en perspectiva.
Voluntariedad de la exposición	Exposición involuntaria	Exposición voluntaria (elección sobre la exposición)	Un riesgo que se elige parece menos importante o significativo que si ese riesgo se nos impone.
Potencial catastrófico percibido	Muchas personas se ven afectadas al mismo tiempo	Las personas se ven afectadas durante un período de tiempo mayor	Genera una preocupación mayor que se afecten muchas personas al mismo tiempo que el mismo número de afectados de forma gradual en un período de tiempo más prolongado.
Gravedad de las consecuencias	Consecuencia grave (independientemente de la probabilidad de que ocurra)	Consecuencias no severas	Entre más graves las consecuencias, mayor la preocupación, incluso si la probabilidad de ocurrencia es muy baja.
Inmediatez de las consecuencias	Las consecuencias son inmediatas	Las consecuencias se retrasan	Se suele percibir como más severos los efectos agudos que los crónicos, por lo que los primeros pueden generar mayor preocupación.
Quién se ve afectado	Personas vulnerables (por ejemplo, niños, bebés y mujeres embarazadas)	Personas no vulnerables	Cuando se tienen identificados grupos más vulnerables que el resto de la población, los sentimientos negativos se potencian. El riesgo para grupos vulnerables se ve más preocupante que cuando afecta a toda la población por igual.
Distribución percibida de riesgos y beneficios	Distribución desigual de riesgos y beneficios	Distribución equitativa de riesgos y beneficios	Si se percibe que puede haber algún tipo de beneficio, se puede reducir el temor ante un posible riesgo. Con las vacunas, por ejemplo, inicialmente eran preferibles los efectos secundarios a que los niños sufrieran la enfermedad. Ahora, como no se sufre en la población las consecuencias y secuelas de las enfermedades debido a varios factores, pareciera que los efectos secundarios a algunas vacunas no son compensados con los beneficios de aplicarlas.
Preocupaciones éticas y morales	El riesgo se considera no ético o moralmente inaceptable (por ejemplo, actos fraudulentos)	Sin preocupaciones éticas o morales	No es posible negociar ante algo que se considera moral o éticamente inaceptable. En estos casos, no aplica la distribución equitativa percibida de los riesgos y los beneficios pues, sin importar los beneficios, en términos generales, la violación ética o moral no puede ser aceptada.

Adaptado de FAO/OMS (2018) y Ropeik y Slovic (2003).

7

Categorización de la Comunicación de Riesgos

Uno de los modelos generados y aplicados para la categorización de la Comunicación de Riesgos es el propuesto por Peter Sandman et al. (1993), en el cual se combinan el conocimiento sobre el peligro o el riesgo con la “indignación”. La teoría explica que si la población afectada no comprende el riesgo o el peligro, debe ser educada, y si lo comprende, debe inducirse un “grado apropiado” de emoción negativa, justo la necesaria para motivar la acción, pero sin llegar a conducir a un comportamiento antisocial (Lachlan y Spence, 2010).

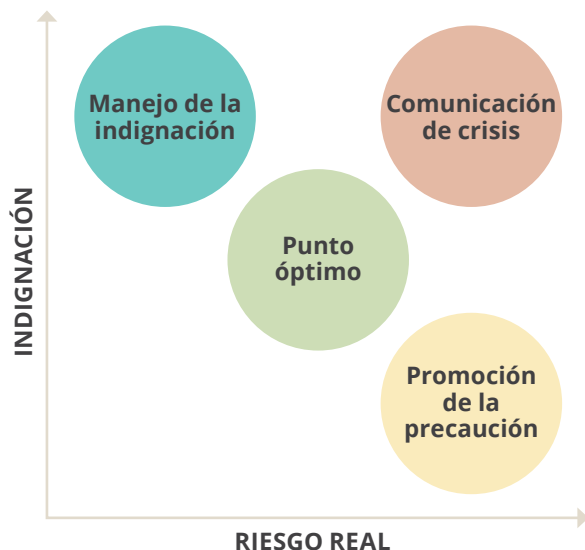
Sandman et al. (1993) utilizan una terminología ajustada según la cual:

- El peligro es el producto de la probabilidad de ocurrencia y la severidad del evento (es decir, lo que en la jerga del Análisis de Riesgos y de este documento se denomina Riesgo o Riesgo real).
- La indignación es la función de los sentimientos de las personas sobre esos riesgos y la gestión adelantada para los mismos, y es ella quien determina en gran parte la respuesta del público ante un riesgo determinado.

Así, al combinar estas dos dimensiones (ver Ilustración 9) se obtienen cuatro categorías (Sandman, s.f.):

- **Promoción de la precaución:** ocurre cuando se tiene un riesgo real alto, pero una indignación baja. En este caso, se debe alertar a la población, con el propósito de despertar una sana indignación, para que las personas adelanten acciones, tomen y exijan precauciones.
- **Manejo de la indignación:** ocurre cuando se presenta un riesgo real bajo, pero por alguna razón la indignación es alta. En este caso, se debe propender por tranquilizar a la población.
- **Comunicación de crisis:** en este caso, se tiene un riesgo real alto y una indignación alta. Se debe buscar ayudar a la población a comprender y gestionar el riesgo de la mejor manera posible.
- **Punto óptimo:** en este caso, se tienen un riesgo real y una indignación intermedios. Se debe buscar abrir espacios de diálogo con la población interesada en el riesgo para establecer canales de comunicación y vínculos de confianza y credibilidad.

Ilustración 9. Categorización de la Comunicación del Riesgo



Adaptado de Sandman (s.f.).

Con el fin de conocer en qué punto se encuentra la indignación frente a un riesgo identificado, se puede adelantar una vigilancia de la indignación. Sandman (2018a) sostiene que la vigilancia puede adelantarse en dos momentos:

- **Indignación manifiesta:** es la más sencilla de vigilar en el sentido de su evidencia. Sucede cuando se tienen expresiones reales de la indignación por parte de la población, por ejemplo, cartas, correos electrónicos, mensajes en páginas web o en redes sociales manifestando enojo, ira, inconformidad o temor.
- **Indignación latente:** en este tipo de indignación, la población o partes interesadas aún no han expresado su sentir, por lo que para su vigilancia se debe partir de consideraciones como las búsquedas recientes relacionadas con el problema de inocuidad, las manifestaciones de indignación a problemas similares en otros lugares, la movilización de activistas relacionados con la temática y cualquier signo que indique que las partes interesadas pueden estar empezando a enfadarse.

7.1 Promoción de la Precaución

Tiene como objetivo corregir la preocupación o indignación insuficiente frente a un riesgo real elevado, es decir, modificar la falsa seguridad mediante la alerta a los individuos apáticos sobre riesgos importantes, consiguiendo así que tomen medidas de precaución (ver Ilustración 10). Sin embargo, para poder comprender la promoción de la precaución, es importante abordar dos términos (Sandman, 2018b):

- **Precaución:** cuando se transmite una medida de precaución, se busca que la población la implemente para reducir el riesgo. Así, es posible que un individuo que se expone a la comunicación, y debido a su percepción, asume la precaución como necesaria ante el riesgo, al implementarla sentirá cierta sensación de seguridad. Si bien es lo que se esperaría, se debe tener en cuenta que cada precaución implementada que resulte útil hace que otras precauciones puedan llegar a sentirse menos necesarias.
- **Falsa seguridad:** corresponde a la creencia de que la situación es más segura de lo que realmente es, es decir, se subestima el riesgo. La falsa seguridad puede generarse a partir de las precauciones tomadas. De acuerdo con Sandman (2018b), se pueden presentar tres situaciones:
 - a. El individuo se puede preocupar menos de lo que debería por el riesgo debido a la implementación de una medida, por lo que pierde el interés, volviéndose apático, en otras medidas de precaución en las que sería prudente mantenerse interesado.
 - b. A pesar de implementar las medidas de precaución, el individuo no se percata de cuánto más segura está la situación, por lo tanto, la preocupación y la ansiedad continúan. Esto se conoce como falsa sensación de inseguridad.
 - c. Por último, se tendría la mejor opción. En esta, el individuo comprende cuánta protección le provee la medida de precaución, por lo que, aunque la implemente, sigue atento al riesgo restante e interesado en otras posibles precauciones. En este caso, tendríamos individuos ni demasiado apáticos ni demasiado ansiosos.

Ilustración 10. Promoción de la Precaución



Con el fin de adelantar una comunicación enfocada en la promoción de la precaución, Sandman (2012) identifica cuatro vías por medio de las cuales se puede llegar a conseguir despertar el interés en un individuo apático:

- **Aprender sin involucrarse:** básicamente por medio de mensajes repetitivos. No se trata de una estrategia infalible, pues que el mensaje quede en la mente del individuo no es equivalente a despertar su interés en el tema. Es una vía que requiere de recursos y tiempo, además debe considerarse la posibilidad de provocar el efecto contrario: individuos interesados se vuelven resistentes al mensaje debido a la exposición prolongada al mismo.
- **Interés y entretenimiento:** se debe propender por obtener la atención de los individuos por medio de entretención para no requerir tanta repetición. Si no es posible que el mensaje sea entretenido, se puede recurrir a irrelevancias que resulten entretenidas. Uno de los inconvenientes de esta vía es que puede ser difícil de mantener a largo plazo.
- **Curiosidad:** una alternativa es centrarse menos en entregar información y más en motivar a la audiencia para que quiera recibirla. La curiosidad puede conducir a la búsqueda activa de información, entonces, en lugar de tratar de explicar las medidas de precaución, puede intentarse aumentar la

sensación de inseguridad con respecto al riesgo, de manera que se interesen en identificar e implementar la solución. Esto debe estar acompañado de una posterior retroalimentación para ayudarle al público a tomar mejores decisiones. Así, se empodera a las personas sobre la problemática y se les ayuda en la educación al respecto y en la implementación de medidas de precaución. En esta vía, debe considerarse la influencia, cada vez más fuerte, de las tecnologías de la información y la comunicación, las cuales pueden ser tanto aliadas como fuentes de desinformación que terminen agravando el problema.

- **Argumentación:** se basa en la teoría de la “disonancia cognitiva”, la cual explica, en términos resumidos, que es más sencillo conseguir que las personas investiguen sobre una situación después de haberse comprometido con la misma debido a la necesidad de dar respuesta a la pregunta ¿porqué o para qué hice esto? Así se debe motivar la búsqueda de información sobre un comportamiento inicial, de manera que se haga más “sostenible, repetible y generalizable”.

A continuación, se incluye un ejemplo sobre Promoción de la Precaución tomado de una publicación de la FAO/OMS (2018):

Contaminación de los alimentos básicos con Aflatoxinas en África

- **Antecedentes:** en África, la contaminación de los alimentos básicos con aflatoxinas representa un problema importante para la salud humana y de los animales domésticos. Algunos alimentos básicos, como el maíz y el maní, suelen estar muy contaminados con este peligro químico, y otros alimentos de consumo habitual, como la yuca, también son propensos a la contaminación. Asimismo, la contaminación por aflatoxinas es una de las principales causas de pérdidas antes y después de la cosecha, lo cual reduce aún más la cantidad de alimentos disponibles. Uno de los retos más grandes para abordar esta problemática en inocuidad es el nivel, generalmente bajo, de conciencia sobre el riesgo. Las aflatoxinas pueden producir afecciones crónicas (por ejemplo, cáncer), lo que retrasa la evidencia de sus consecuencias en la salud.
- **Reto clave de la comunicación de riesgos:** sensibilizar sobre el problema de las aflatoxinas y sus medidas de mitigación entre las partes interesadas a lo largo de la cadena agroalimentaria (agricultores, consumidores, trabajadores de extensión agrícola, profesionales de la salud e investigadores, políticos y responsables de la toma de decisiones).
- **Acciones:**
 - De 2001 a 2004, los clubes rotarios y el Instituto Internacional de Agricultura Tropical (IITA) llevaron a cabo una campaña sostenida de concientización sobre las aflatoxinas en Benín, Ghana y Togo. La campaña estaba dirigida a agricultores, comerciantes, procesadores, molineros de cereales y consumidores. Los clubes rotarios involucraron a muchas partes interesadas en el desarrollo de los mensajes y materiales promocionales:
 - Se realizó una encuesta de opinión pública para obtener información sobre el conocimiento de la gente acerca de la toxina, los riesgos que representa y las prácticas para limitar la contaminación del grano. Los resultados ayudaron a identificar las percepciones y las necesidades de información, y guiaron el desarrollo del tema, los mensajes y el enfoque de la campaña.
 - Para desarrollar mensajes clave, se llevó a cabo un taller de partes interesadas con representantes de las audiencias objetivo, medios de comunicación, científicos, autoridades reguladoras, agricultores, industria, exportadores, sociedad civil y otras instituciones gubernamentales relevantes y socios para el desarrollo. Para aumentar la percepción de que las aflatoxinas representan una amenaza, se incorporaron en los mensajes datos específicos de la ubicación sobre la incidencia de las aflatoxinas y las estrategias de gestión. Se utilizó una gran variedad de canales y herramientas de comunicación para llegar a diversos públicos objetivo, incluidos juegos de roles en centros de mercado, talleres comunitarios y contactos interpersonales en varios lugares, un concurso nacional de aflatoxinas en las escuelas, documentales de televisión y comerciales de radio.

Contaminación de los alimentos básicos con Aflatoxinas en África

ANTECEDENTES

- La contaminación de los alimentos básicos con aflatoxinas es un problema importante para la salud humana y animal.
- La contaminación por aflatoxinas es una de las principales causas de pérdidas antes y después de la cosecha.
- Existe un bajo nivel de conciencia sobre el problema.



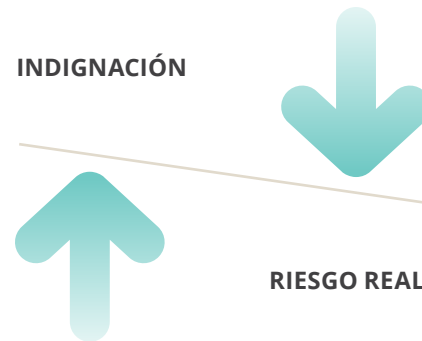
ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE RIESGOS

- Campaña sostenida de concientización sobre las aflatoxinas (2001–2004).
 - Se realizó una encuesta de opinión pública para obtener información sobre el conocimiento de la gente acerca de la aflatoxina.
 - Los resultados ayudaron a identificar las percepciones y las necesidades de información, y guiaron el desarrollo del tema, los mensajes y el enfoque de la campaña.
 - Se llevó a cabo un taller de partes interesadas con representantes de las audiencias objetivo, medios de comunicación, científicos, autoridades reguladoras, agricultores, industria, exportadores, sociedad civil y otras instituciones gubernamentales relevantes y socios para el desarrollo.
 - Se utilizó una gran variedad de canales y herramientas de comunicación para llegar a diversos públicos objetivo.
 - Se incorporaron en los mensajes datos específicos de la ubicación sobre la incidencia de las aflatoxinas y las estrategias de gestión.
-
- **Lecciones aprendidas:** En situaciones de inocuidad alimentaria que requieren una comunicación continua, los mensajes a menudo se desarrollan, perfeccionan y proporcionan a las audiencias a lo largo del tiempo. Al abordar problemas persistentes de inocuidad de los alimentos que están asociados con una escasa preocupación pública, es posible que se requiera una comunicación sostenida que esté diseñada activamente para persuadir a las partes interesadas y a los miembros del público para que implementen las medidas adecuadas.

7.2 Manejo de la Indignación

Tiene como objetivo tranquilizar a una población altamente asustada, frustrada, preocupada, enojada o indignada frente a un riesgo que no es elevado (ver Ilustración 11).

Ilustración 11. Manejo de la Indignación



Lograr que un individuo, o una población, que siente gran enojo, miedo, frustración o indignación se tranquilice no se consigue simplemente diciendo “pueden estar tranquilos”. En algunas de sus publicaciones, Sandman ha descrito seis estrategias principales para reducir la indignación (ver Ilustración 12), entre las que se incluyen reconocer el problema que causa la indignación, reconocer los errores cometidos y escuchar las demandas y preocupaciones de la contraparte (Sandman, 1998).

Asimismo, se debe considerar que la empatía forma parte fundamental de la confianza y que sin ella es prácticamente imposible transmitir a los individuos que están equivocados al estar molestos o excesivamente preocupados por alguna situación. Sin embargo, demostrar que se comprenden las preocupaciones de la contraparte tampoco es algo sencillo y suele cometerse uno de dos errores: a) ignorar o b) entrometerse en los sentimientos de las partes interesadas. La clave es encontrar un punto intermedio entre estos dos extremos (Sandman, 2007).

Según Sandman (2007), no es suficiente prestar atención a los sentimientos de las partes interesadas, así como tampoco lo es solo mostrar que se está prestando atención, se debe procurar encontrar formas de hacerlo con respeto y amabilidad: “La esencia de la comunicación empática de riesgos es *comprender* lo que sienten las partes interesadas y luego encontrar una manera de reconocer lo que sienten, sin traspasar su propiedad emocional”.

Actualmente, las redes sociales juegan un papel muy importante en la manifestación de la indignación por parte de los individuos, así como en la divulgación rápida y espontánea de información tanto verídica como falsa. Con respecto a la relación entre la indignación y las redes sociales, Sandman (2015) establece un listado de aspectos que se deben considerar con respecto a las redes sociales, entre los que se incluyen los mencionados en la Tabla 5.

Ilustración 12. Principales estrategias para reducir la indignación

Marque el medio, no el extremo

En una pelea entre “terriblemente peligroso” y “perfectamente seguro”, el ganador será “terriblemente peligroso”. Pero “modestamente peligroso” es un buen contendor.

Reconozca si ha tenido malas conductas anteriores

La prerrogativa de decidir cuándo puede dejar atrás sus errores pertenece a las partes interesadas, no a usted. Cuanto más a menudo y en tono de disculpa reconozca los errores del pasado, los demás decidirán más rápidamente que es hora de seguir adelante.

Reconozca los problemas actuales

Las omisiones y las distorsiones dañan la credibilidad casi tanto como las mentiras. La única forma de generar credibilidad es reconocer los problemas antes de saber si podrá resolverlos, y antes de intentar resolverlos, trascendiendo la mera honestidad hasta una verdadera “transparencia”.

Discuta los logros con humildad

Lo más probable es que exista resistencia al cambio hasta que la presión lo obligue, lo que sigue es reconocerlo. Atribuir un buen comportamiento al altruismo puede desencadenar el escepticismo; por otro lado, atribuirlo a la presión aumenta en gran medida la probabilidad de que el público confíe en que realmente se hizo.

Comparta el control y sea responsable

Cuanto mayor sea la indignación, menos dispuesta estará la gente a dejar el control en sus manos. Busque formas de colocar el control en otro lugar, o demuestre que ya lo está, permita que otros (reguladores, vecinos, activistas) lo ejerzan y que certifiquen su buen desempeño.

Preste atención a las preocupaciones no expresadas y a los motivos subyacentes

Las preocupaciones no expresadas causan más problemas. Sáquelos a la superficie sutilmente: “Me pregunto si alguien está preocupado por ...” y recuerde diagnosticar los motivos de las partes interesadas además de la indignación y el riesgo: ideología, venganza, codicia, etc.

Adaptado de Sandman (1998).

Tabla 5. Aspectos que se deben considerar con respecto a las redes sociales y el manejo de la indignación

Aspectos a considerar	Observaciones
<p>Las redes sociales están mejor adaptadas para expresar y exacerbar la indignación que para gestionarla. No obstante, son tal vez una herramienta crucial para el manejo de la indignación.</p>	<p>Las redes sociales no son un vehículo de comunicación que ofrezca igualdad de oportunidades. Son ideales para expresar emociones fuertes y contar historias personales. Son menos buenas para explicar detalles fácticos, justificar políticas o aplastar tormentas emocionales.</p> <p>Sin embargo, dado que actualmente es en este escenario donde la indignación se expresa con mayor frecuencia y eficacia, es ahí en donde se debe intentar su manejo.</p>
<p>Precisamente porque las redes sociales son herramientas tan adecuadas para expresar y exacerbar la indignación, hacen que sea aún más importante gestionar la indignación de forma eficaz.</p>	<p>Antes de la existencia de las redes sociales, las personas indignadas rara vez tenían un vehículo eficaz e inmediato para expresar su indignación (escribir cartas, tratar de interesar a algunos periodistas, establecer acciones legales, etc.). Así, para la mayoría de las personas indignadas las opciones realistas eran aguantar sus sentimientos negativos en silencio o desahogarse con familiares y amigos.</p> <p>El principal efecto de las redes sociales frente a la indignación es proporcionar un vehículo global, oportuno, rápido, barato, emocionalmente atractivo, accesible, permanente y móvil para que las personas indignadas atraigan una audiencia a su indignación.</p> <p>Previo a la aparición de las redes sociales, se podía ignorar la indignación (especialmente si estaba equivocada o era excesivamente extrema) con poca probabilidad de repercusiones graves. El interesado estaba solo con su indignación, por lo que ignorarla era seguro, al menos a corto plazo. Ahora, dadas las características de las redes sociales, ignorarla es todo menos seguro, incluso a corto plazo.</p> <p>Cuando se gestiona la indignación a través de las redes sociales, no se dirige solo al individuo indignado, se dirige a él frente a una audiencia, potencialmente una audiencia de millones. Ya sea que pueda o no resolver su queja original, lo que importa es lo que la audiencia piense de su respuesta. Hay ocasiones en las que tiene sentido sugerir continuar la conversación en privado, especialmente si nadie más interviene, pero la audiencia sigue siendo primordial. Por lo tanto, si toma la conversación en privado, siempre informe sobre la plataforma original, idealmente en una publicación conjunta en la que el individuo que originó la queja esté de acuerdo.</p>
<p>Es una bendición disfrazada que la indignación de las partes interesadas se haya vuelto cada vez más peligrosa de ignorar, principalmente gracias a las redes sociales, pero es un ajuste difícil para muchos altos mandos.</p>	<p>El crecimiento de las redes sociales es el mayor de los muchos factores que colectivamente han hecho que la gestión de la indignación sea más vital de lo que solía ser. El costo, incluso el de corto plazo, de no controlar la indignación de las partes interesadas ha aumentado. Por supuesto, manejar la indignación también tiene costos, pero ahora es más costoso ignorar la indignación de las partes interesadas que abordarla.</p> <p>Esta nueva alineación de los intereses a corto y largo plazo es una bendición disfrazada, ya que permite que los altos mandos, gerentes y ejecutivos no pongan en peligro el futuro de sus empresas al ignorar las políticas imprudentes, los empleados que no responden, las controversias emergentes y los primeros signos de insatisfacción de los interesados.</p>

Aspectos a considerar	Observaciones
<p>Las redes sociales no cambian la forma en que se maneja la indignación: todavía se trata de atender las quejas válidas, no de refutar lo inválido.</p>	<p>Si bien el auge de las redes sociales ha hecho que la gestión de la indignación sea más importante (más obviamente importante y más importante a corto plazo), no ha afectado lo básico. Cuando la gente indignada se desahoga, lo que tienen que decir puede incluir muchos aspectos inválidos, fuera de contexto o incluso vulgares, e invariablemente incluye agravios válidos. En las redes sociales o en cualquier otro lugar, el núcleo del manejo de la indignación sigue siendo prestar atención a las quejas de las personas, luego hacer eco de las mismas para demostrar que se han entendido con precisión, para posteriormente atender los aspectos que tienen cierta validez, evitando la tentación de refutar aquellos que resultan inválidos.</p> <p>Las personas indignadas se indignan más cuando son ignoradas o refutadas con razón, pero a menudo se calman cuando se aceptan las quejas que son válidas.</p> <p>Las reacciones de la audiencia que está atenta a la queja a través de las redes sociales pueden resultar en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si se ignora la queja (o peor aún, se ignoran sus aspectos válidos y se enfoca en refutar lo inválido), la audiencia generalmente se pondrá del lado del individuo indignado y el problema de reputación de la organización o empresa aumentará. • Si se responde y el individuo indignado expresa gratitud por su respuesta, la audiencia generalmente se unirá al consenso de que se ha redimido y que todo está perdonado. • Si se responde y el individuo indignado ignora la capacidad de respuesta y sigue quejándose, la mayoría de las veces, la audiencia cambiará de bando y comenzará a criticar al individuo por no reconocer el esfuerzo de buena fe de la organización o empresa para corregir el problema.
<p>Abordar la indignación es más importante que solo resolver el problema de fondo.</p>	<p>Cuando las partes interesadas describen problemas que se pueden y merecen ser resueltos, por supuesto que se deben tomar medidas para resolverlos.</p> <p>Por otro lado, si se le da a un individuo que se queja exactamente lo que pidió de una manera que parezca grosera, renuente, condescendiente, desaprobatoria o despectiva, su respuesta fácilmente puede hacer más daño que bien. Tanto el individuo original como la audiencia en las redes sociales pueden terminar sintiendo que no se respondió efectivamente. Responder con empatía también es esencial, conseguir que la contraparte se sienta validada y reivindicada ayuda a reducir la indignación.</p> <p>Algunas de las quejas en las redes sociales plantean problemas que no se pueden resolver, no porque el denunciante esté equivocado acerca de los hechos, sino porque no existe una solución mutuamente aceptable. En estos casos, lo valioso y necesario es generar respuestas respetuosas donde se describan los esfuerzos adelantados con respecto a la problemática, se dé crédito a los críticos por propender por la mejora y admitir que aún hay mucho camino por recorrer.</p> <p>Explicar con empatía por qué una política probablemente no cambiará es muy diferente de ignorar, disputar o menospreciar la queja. Las dos partes pueden tener la razón; sin embargo, no se ve una solución viable. Tal respuesta puede mejorar o no la indignación, seguramente provocará menos indignación en la audiencia que las alternativas (asumiendo que cambiar la política no es una opción).</p>

Aspectos a considerar	Observaciones
<p>Para poder manejar la indignación a través de las redes sociales, se debe contar con la capacidad para hacerlo y, una vez que se comience a monitorear, se debe responder.</p>	<p>El monitoreo correcto de redes sociales significa seguir decenas de plataformas, posiblemente en varios idiomas, y tener en cuenta que cada día surgen nuevas redes. Significa buscar no solo críticas explícitas, que son relativamente fáciles de encontrar, sino también controversias emergentes que pueden plantear desafíos a la reputación de la institución, organización o producto, incluso si están incorporadas en publicaciones que no las mencionan. Significa informar de manera integral, pero también resumir, interpretar y priorizar los informes para que los elementos clave no se pierdan en el exceso de detalles. Y significa hacer todo eso 24 horas los 7 días a la semana (24/7), con el tiempo más corto posible de respuesta.</p> <p>La respuesta a la indignación manifestada en redes sociales permite transmitir al público que se presta atención a sus demandas.</p>
<p>El dilema central del manejo de la indignación a través de las redes sociales es cómo responder rápidamente.</p>	<p>Las tecnologías de la información traen consigo un reto más: la inmediatez. En los tiempos pasados, alguien que enviaba una carta de queja esperaba una respuesta en un par de semanas. Ahora, gracias a las redes sociales, se esperan respuestas en minutos.</p> <p>No importa cuán rápida sea la operación de monitoreo de redes sociales, si la política de respuesta requiere la aprobación de diferentes personas o departamentos, es casi seguro que no se podrá responder lo suficientemente rápido para satisfacer las necesidades de una conversación en las redes sociales. Se debe tener en cuenta también que las conversaciones en las redes sociales tienen un tono informal, personal y espontáneo. Un proceso pesado produce una respuesta pesada: legalista, abstracta, sin humor e impersonal, así como demasiado tardía.</p>
<p>La organización necesita plataformas de redes sociales bajo su control que conduzcan la controversia.</p>	<p>Las personas que buscan información sobre un tema complejo deben encontrar lo que buscan no solo en las plataformas de redes sociales de sus críticos, sino también en las propias de la institución, organización o producto.</p> <p>Puede ponerse a disposición una plataforma separada que incluya al menos 5 tipos de contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noticias de controversias y quejas informadas de la manera más objetiva posible • Su opinión sobre esas controversias y quejas producidas, teniendo en cuenta el manejo de la indignación (menos refutación de aspectos inválidos, más atención a críticas válidas) • Vínculos a todo lo que se pueda encontrar de relevancia: noticias, editoriales, documentos legales, sitios web, incluso ataques más difamatorios • Un foro en el que se responde a preguntas y comentarios, incluidos los muy hostiles • Un segundo foro en el que las personas dialogan entre sí, y en el que se interviene solo en raras ocasiones y solo para proporcionar un enlace a un segmento relevante del otro foro <p>Se debe tener en cuenta que albergar sus propias plataformas de redes sociales para quejas y controversias no sustituye la responsabilidad que las instituciones u organizaciones tienen de responder a las críticas en otras redes u espacios tanto físicos como digitales.</p>

Aspectos a considerar	Observaciones
<p>Responder con poca frecuencia en las redes sociales es un error mucho más común que responder con demasiada frecuencia.</p>	<p>Responder a las críticas en las redes sociales atendiendo las quejas válidas tiene un beneficio clave: reduce la indignación de las partes interesadas, es decir, calma a las personas que ya están indignadas y hace que sea menos probable que otros se les unan.</p> <p>Entre sus desventajas principales, se encuentran los costos implícitos en recursos (dinero, tiempo y esfuerzo).</p> <p>Sin embargo, en algunas ocasiones, es mejor dejar que las críticas permanezcan sin respuesta que contraatacar o responder sarcásticamente y a la defensiva ¿Hay ocasiones en las que es preferible no responder a una queja mal presentada? Probablemente las hay, pero son muy difíciles de distinguir, incluso en retrospectiva.</p> <p>En caso de duda, siempre es mejor responder.</p>
<p>Se deben desarrollar diferentes estrategias para los diferentes tipos de indignación en las redes sociales.</p>	<p>Los diferentes tipos de indignación en redes sociales incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indignación aguda: <ul style="list-style-type: none"> • Indignación repentina. Por ejemplo, “una comunidad dentro de una plataforma de redes sociales se torna rápidamente indignada y agresiva”. • Quejas de las partes interesadas. Por ejemplo, una persona, normalmente un cliente, utiliza las redes sociales para quejarse de cómo la trató la organización. • Indignación crónica: <ul style="list-style-type: none"> • Activismo comunitario. Por ejemplo, un grupo de activistas adelanta a través de las redes sociales un movimiento para oponerse a algo sobre su organización. • Francotiradores políticos. Por ejemplo, oponentes arraigados atacan la organización, principalmente para el entretenimiento de audiencias igualmente arraigadas. • Trolling. Por ejemplo, “usar las redes sociales para generar indignación por el bien de la indignación, una versión nihilista de los francotiradores políticos”.

Adaptado de Sandman (2015).

A continuación, se incluye un ejemplo sobre Manejo de la Indignación tomado de una publicación de la FAO/OMS (2018).

Arsénico en arroz y productos de arroz en los Estados Unidos

- **Antecedentes:** En septiembre de 2012, la revista estadounidense de defensa del consumidor *Consumer Reports* informó haber encontrado niveles significativos de arsénico inorgánico, un carcinógeno, en 60 de un total de 200 muestras de arroz y productos de arroz disponibles en los alimentos básicos consumidos tanto por adultos como por niños. El informe recibió una gran atención de los medios de comunicación y un gran interés público. El mismo día, la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA) publicó los resultados de 200 muestras de arroz y productos de arroz analizados para detectar la presencia de arsénico inorgánico. Los resultados coincidieron en gran medida con los publicados en *Consumer Reports*, pero recibieron menos atención.
- **Reto clave de la comunicación de riesgos:** Comunicar información sobre un peligro químico alimentario cuando no hay suficientes datos científicos para evaluar el riesgo a largo plazo y simultáneamente la preocupación del público es alta.
- **Acciones:** Si bien tanto la FDA como *Consumer Reports* encontraron niveles comparables de arsénico inorgánico entre los productos probados por la agencia y la revista, sus recomendaciones a los consumidores difirieron significativamente. En su publicación y comunicados de prensa, *Consumer Reports* brindó consejos específicos sobre cómo limitar la exposición al arsénico inorgánico en el arroz y los productos de arroz, diferenciando entre bebés, niños y adultos. En contraste, la FDA declaró que sería prematuro recomendar cambios dietéticos relacionados con el consumo de arroz y productos de arroz hasta que se realizara un análisis más completo. En cambio, la Agencia advirtió a los consumidores que debían seguir comiendo una dieta bien equilibrada, que incluyera una amplia variedad de cereales. La Agencia también anunció que analizaría muestras adicionales, un paso importante dada la gran cantidad de productos que contienen arroz y derivados del arroz, como la harina de arroz y el jarabe de arroz integral, que son ingredientes de muchos de los alimentos que la gente consume habitualmente. La FDA explicó además que estaba comprometida a utilizar los datos para realizar una Evaluación de Riesgo de los efectos de la exposición a largo plazo al arsénico inorgánico. Al optar por no hacer recomendaciones más específicas sobre el consumo de arroz y productos de arroz, la FDA afirmó que era importante no “adelantarse a la ciencia”, como explicó un alto funcionario de la Agencia.

Si bien la FDA tiene la responsabilidad de no ir más allá de la evidencia científica, su enfoque llevó a algunos críticos a argumentar que, a la espera de una Evaluación de Riesgos rigurosa, la agencia pudo haber sido más cautelosa. La FDA no abordó en ese momento el posible aumento del riesgo para las personas que dependen médica o culturalmente de una dieta a base de arroz, no reconoció suficientemente los riesgos potenciales para los bebés y no abordó el riesgo durante el embarazo. Además, el enfoque de la FDA llevó a algunos críticos a argumentar que era demasiado laxo, en vista de las altas tasas de consumo de arroz y productos de arroz por parte de ciertas poblaciones étnicas y vulnerables en los Estados Unidos. Tampoco abordó cómo las personas podrían tomar medidas para limitar su exposición. El enfoque de la FDA, y la cobertura de los medios que siguió, puede haber llevado a los consumidores a recurrir a la guía específica en *Consumer Reports* en busca de consejos disponibles.

ANTECEDENTES

- La revista estadounidense de defensa del consumidor, *Consumer Reports*, informó haber encontrado niveles significativos de arsénico inorgánico en muestras de arroz y productos de arroz
- El informe recibió una gran atención de los medios de comunicación y un gran interés público
- La FDA dio a conocer resultados similares pero con menos atención pública

ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE RIESGOS

- En su publicación y comunicados de prensa, *Consumer Reports* brindó consejos específicos sobre cómo limitar la exposición al arsénico inorgánico en el arroz y los productos de arroz, diferenciando entre bebés, niños y adultos
 - La FDA declaró que sería prematuro recomendar cambios dietéticos relacionados con el consumo de arroz y productos de arroz hasta que se realizara un análisis más completo
 - La FDA explicó además que estaba comprometida a utilizar los datos para realizar una Evaluación de Riesgo de los efectos de la exposición a largo plazo al arsénico inorgánico
 - La FDA no abordó en ese momento el posible aumento del riesgo para las personas que dependen médica o culturalmente de una dieta a base de arroz, no reconoció suficientemente los riesgos potenciales para los bebés y no abordó el riesgo durante el embarazo
 - El enfoque de la FDA, y la cobertura de los medios que siguió, pueden haber llevado a los consumidores a recurrir a la guía específica en *Consumer Reports* en busca de consejos disponibles
- **Lecciones aprendidas:** en situaciones de gran preocupación pública, es importante estar muy atento a los factores que influyen en la percepción del riesgo. Los comunicadores del riesgo deben reconocer y abordar las preocupaciones del público en sus comunicaciones. La falta de respuesta a las preocupaciones del público puede llevar a las personas a buscar otras fuentes de información. Las personas tienen mayor tendencia a preocuparse por los riesgos cuando hacen parte o son conscientes de los grupos vulnerables que están expuestos a los mismos. Incluso cuando hay falta de conocimiento sobre los riesgos, es importante que la comunicación se refiera abiertamente a la población más vulnerable. Es importante brindar a los consumidores información explícita sobre lo que se sabe y no, acerca de las estrategias que pueden ser efectivas para reducir la exposición a un peligro. En este caso, la FDA podría haber explicado que no contaba con una base científica sobre la cual hacer recomendaciones dietéticas específicas, pero que, si los consumidores deseaban hacerlo, podían tomar medidas para reducir su exposición al arsénico inorgánico en el arroz y sus productos, motivando de esta manera una toma de decisiones informada por parte del consumidor.

7.3 Comunicación de Crisis

Tal como se menciona al inicio del capítulo, en la comunicación de crisis se tiene tanto un riesgo real alto como una indignación elevada (ver Ilustración 13). En estos casos, la gente está en peligro y es consciente de ello, por lo que no se debe tratar de manejar la apatía del público y no se debe tampoco buscar tranquilizar a la audiencia. El objetivo entonces es “validar la indignación de las personas, ayudarlas a manejarla y guiarlas en la toma de precauciones” (Sandman, 2018a).

Ilustración 13. Comunicación de Crisis



En aquellas situaciones en las que es posible vislumbrar una crisis que se aproxima, es importante que el responsable de emitir la comunicación a la población empiece a hacerlo de manera anticipada con el fin de que (Sandman, 2013):

- Si la emergencia realmente ocurre, la población sepa qué hacer.
- Si la emergencia realmente ocurre, las personas puedan controlar mejor sus emociones al recibir alguna advertencia. La preparación emocional es tan importante como la preparación práctica.
- Se necesita del apoyo de la población y de su opinión, porque el hecho de involucrarla en el proceso podrá aumentar su aceptación y comprensión sobre el mismo y sus ideas pueden

ayudar a mejorar la planificación de la emergencia; lo que hará más probable que la población siga el plan cuando llegue el momento de implementarlo.

- La población tiene derecho a que se le informe sobre qué emergencias se anticipan y qué tan preparados están los actores involucrados. En algunas ocasiones, puede que existan detalles que se obvian por razones de seguridad.

En los casos de comunicación pre-crisis, o anticipada, se pueden obtener básicamente cuatro tipos de respuestas por parte de la población, las cuales se resumen en la Ilustración 14.

Con respecto a la implementación de la Comunicación de Riesgos durante la crisis, Sandman y Lanard (2004) publicaron unos “lineamientos para la acción” que incluyen una serie de listados de quehaceres y temas a tener en cuenta en la comunicación de crisis. Estos lineamientos se dividen en cuatro grandes grupos 1. ¿Qué tan malo es? ¿Qué tan seguro estás? 2. Afrontar el lado emocional de la crisis 3. Participación del público y 4. Errores, impresiones erróneas y verdades a medias.

A continuación, se encontrarán algunos textos tomados de los lineamientos mencionados:

1. ¿Qué tan malo es? ¿Qué tan seguro estás?

- a. No tranquilice demasiado.** Cuando las personas no están seguras o son ambivalentes acerca de cuán preocupadas deberían estar, a menudo y paradójicamente se alarman más si los funcionarios parecen demasiado tranquilizadores, lo cual puede llevar también a la ira o al escepticismo.
- b. Inserte información tranquilizadora en cláusulas subordinadas.** Se pueden convertir las garantías unilaterales en combinaciones bilaterales de buenas y malas noticias. Esto es particularmente importante cuando las noticias son buenas hasta ahora, pero pueden llegar malas noticias en cualquier momento.
- c. Errar en el lado alarmante.** Aunque obviamente es ideal estimar el riesgo correctamente, si teme equivocarse es más prudente errar por el lado alarmante. “Es mejor de lo

Ilustración 14. Posibles respuestas por parte de la población a una comunicación de riesgos pre-crisis (anticipada)

Las personas que ya estaban preocupadas suelen sentirse aliviadas porque el tema esté sobre la mesa

A algunos comunicadores les preocupa que informar a las personas sobre posibles emergencias futuras pueda causar un exceso de ansiedad. Sin embargo, es posible que ya estén preocupadas, lo que explica por qué la comunicación previa a la crisis suele ser más tranquilizadora que aterradora. Las personas sienten alivio al poder discutir sobre el tema y al sentir que los responsables se toman el riesgo en serio.

Las personas que tienen muchas otras cosas de las que preocuparse suelen ser apáticas y difíciles de alcanzar

Las personas apáticas representan un gran desafío para la comunicación previa a la crisis. No suelen prestar atención a la información ni se preocupan por comprender el posible riesgo que se avecina. Llamar su atención requiere una combinación difícil de brevedad (porque su capacidad de atención es corta) y creatividad (porque rápidamente se desconectarán de cualquier cosa que no sea interesante). Moverlos más allá de la atención a la preocupación real y a la acción preventiva es aún más difícil.

Las personas que ya están demasiado preocupadas para soportarlo suelen negarlo y es difícil llegar a ellas incluso de una manera completamente diferente

Algunas personas pueden *parecer* apáticas y *sonar* apáticas, pero tienen un problema diferente: el riesgo es demasiado aterrador para que piensen en él. Distinguir entre apatía y negación es importante, porque lo que funciona mejor para despertar la preocupación en las personas apáticas, asustarlas básicamente, solo empujará a las personas en negación más profundamente hacia la misma.

En estos casos, se debe validar el miedo de las personas (empatía), brindarles cosas que hacer y opciones de precaución, movilizarlos en torno al afecto (es más fácil sobrellevar este tipo de situaciones con la familia, por ejemplo) y expresar determinación, no falso optimismo.

Las personas que escuchan una noticia aterradora por primera vez suelen pasar por una reacción de adaptación, es decir, una reacción exagerada y temporal, pero útil

Algunas personas, cuando se enteran por primera vez de un riesgo perturbador, que podría volverse grave, dejan de lado sus preocupaciones cotidianas, hasta cierto punto, y abren espacio para el nuevo tema en sus agendas de preocupaciones. Se vuelven híper-vigilantes, ensayan mentalmente lo que harán cuando llegue la crisis y, a veces, comienzan a hacerlo aunque la crisis aún no haya llegado. Luego se calman.

Cuando se presente una reacción de ajuste, no se debe reaccionar exageradamente. Movilizar a la población en este caso no es un error, tampoco se debe retractar o decir que todo estará bien. En cambio, se le debe guiar a través de su reacción de ajuste, de manera que esté preparada para enfrentar la crisis con calma cuando esta llegue.

Adaptado de Sandman (2013).

que temíamos” es una historia mucho más tolerable que “es peor de lo que pensábamos”.

- d. **Reconozca la incertidumbre.** Parecer más seguro de lo que se está suena falso, predispone a salir mal y provoca un debate contradictorio con quienes no están de acuerdo. Diga lo que sabe, pero enfatice en lo que no sabe y sea claro sobre la posibilidad de que algo de lo que “sabe” pueda salir mal a medida que evoluciona la crisis. Demuestre que puede soportar su incertidumbre y aun así tomar medidas.
- e. **Comparta los dilemas.** Cuando no sea obvio qué hacer, dígalos. Si aún está intentando decidir, pida ayuda; si ha decidido tentativamente, busque comentarios. En el caso de que su decisión ya esté en firme, comparta que fue una decisión difícil y explique el caso a favor y en contra de las principales opciones.
- f. **Reconozca la diversidad de opiniones.** Ayude al público a aprender que no todas las decisiones son unánimes. Demuestre que puede soportar estas diferencias de opinión y que cada parte conoce y respeta los argumentos de la otra, que la diversidad de opiniones no ha fracturado su capacidad para afrontar la crisis. En lugar de amordazar a los defensores de diferentes posiciones, intente compartir información e incluso compartir la plataforma. La coherencia del mensaje sigue siendo lo ideal, pero solo si refleja una unanimidad genuina.
- g. **Esté dispuesto a especular.** La especulación ha tenido mala prensa. Pero en una crisis no puede simplemente decir que tendrá un informe el próximo mes. Así que corra el riesgo de ser citado fuera de contexto o de salir mal, y especule... pero siempre de manera tentativa, no con demasiada confianza, y con enfoque en el peor de los casos o el caso más probable y teniendo en cuenta otras posibilidades aún no descartadas.

2. Afrontar el lado emocional de la crisis

- a. **No sobre-diagnostique ni planee demasiado para evitar el pánico.** El pánico es una respuesta relativamente

rara (aunque extremadamente dañina) a la crisis. Los esfuerzos para evitar el pánico, por ejemplo, ocultando las malas noticias y haciendo declaraciones demasiado tranquilizadoras, en realidad pueden hacer que el pánico sea más probable.

- b. **No apunte al miedo cero.** La gente tiene razón en sentirse temerosa en una crisis. La vigilancia y la toma de precauciones dependen de que exista un nivel de miedo suficiente en la población. Los extremos de apatía, pánico, terror y negación son todos dañinos, pero en una crisis el miedo modulado no es un problema, es parte de la solución.
- c. **No olvide otras emociones además del miedo.** Cuando las personas se enfrentan a una crisis, pueden experimentar miedo, depresión, ira, dolor y culpa, entre otras emociones que merecen atención por parte del administrador de la crisis. Estas reacciones emocionales son normales, pero la resiliencia también lo es y la mayoría de las personas pueden afrontarlas.
- d. **No ridiculice las emociones del público.** Las expresiones de burla y/o desprecio por el miedo y otras emociones de las personas son casi siempre contraproducentes. Los términos que se deben evitar incluyen “pánico”, “histeria” e “irracionalidad”. Incluso cuando son precisas estas etiquetas no ayudan y, por lo general, no lo son. Cuando se desalienta un comportamiento dañino, como la estigmatización, es importante hacerlo con simpatía y no con burla y/o desprecio. Si está frustrado con el público, exprese su frustración en privado, para que esta no se filtre a menos que lo desee.
- e. **Legitimar los miedos de la gente.** En lugar de dejar a las personas a solas con sus miedos, ayúdelas a soportarlos legitimándolos e incluso compartiendo algunos de los suyos.
- f. **Tolere las reacciones exageradas tempranas.** Una de las principales formas en que las personas absorben nuevos riesgos es “reaccionando de forma exagerada” al principio.

- g. Establezca su propia humanidad.** Exprese, ante las personas, sus sentimientos sobre la crisis y demuestre que puede soportarlos; eso ayudará al resto de personas a soportar sus propios sentimientos y propenderá a construir una alianza más fuerte.

3. Participación del público

- a. Dígale a la gente qué esperar.** Decirle a la gente qué esperar genera cierta ansiedad, especialmente si está recibiendo malas noticias, pero estar prevenidos nos ayuda a sobrellevar la situación, evita que nos sintamos sorprendidos o engañados, y reduce el impacto desalentador de eventos negativos repentinos. Es especialmente útil advertir a las personas que esperen incertidumbre y posibles errores.
- b. Ofrezca a la gente cosas que hacer.** Toda acción de autoprotección ayuda a mitigar el miedo. Tomar acción nos ayuda a soportar nuestras emociones y, por lo tanto, ayuda a evitar que se conviertan en pánico, en negación o que se caiga en una apatía profunda.
- c. Deje que la gente elija sus propias acciones.** Ofrecer a las personas una variedad de acciones no solo convoca su capacidad para actuar, sino también su capacidad para decidir. Con esto se pretende evitar el pánico o la negación.
- d. Involucre a más personas.** En una crisis, los impulsos pro-sociales y resilientes compiten por el dominio con impulsos menos deseables, como por ejemplo el pánico, la pasividad y/o el egoísmo. En este sentido, es aconsejable convocar la participación positiva de la población, ofreciéndole espacio para solicitar ayuda antes y durante la crisis, y pidiéndole ayudar a los miembros de la comunidad que así lo requieran, sin olvidar en todo momento el principio de autoayuda: “para ayudar a los demás, primero ayúdate a ti mismo”.

4. Errores, impresiones erróneas y verdades a medias

- a. Reconozca errores, deficiencias y malas conductas.** La gente es más crítica con las autoridades que no hablan

de las cosas que han salido mal que con las autoridades que reconocen los errores. Haga estos reconocimientos temprano, antes de que termine la crisis y comiencen las recriminaciones.

- b. Discúlpese con frecuencia por errores, deficiencias y malas conductas.** El perdón requiere más que reconocimiento; requiere disculpas, incluso disculpas frecuentes. “Regodearse” en su arrepentimiento por lo que salió mal es (paradójicamente) una buena manera de persuadir al resto del público de seguir adelante. Incluso si se puede argumentar que no fue realmente su culpa, todavía debe disculparse.
- c. Sea explícito sobre “marcos de anclaje”.** Las personas pueden tener problemas para aprender información que entra en conflicto con su conocimiento, experiencia o intuición previos. Las creencias y sentimientos preexistentes configuran un “marco de anclaje” que impide en algunos casos la adquisición de nueva información. Es útil ser explícito acerca del conflicto: primero justifique su posición inicial (por qué era correcta, o parecía correcta) y luego explique su alternativa (¿qué cambió? ¿qué se aprendió?).
- d. Sea explícito sobre los cambios en la opinión, predicción y política oficiales.** En las crisis, es probable que las autoridades aprendan cosas que justifiquen cambios en las opiniones, predicciones o políticas oficiales. Anunciar la nueva doctrina sin recordar al público que se desvía de la antigua, retrasa el aprendizaje y fomenta la confusión o incluso la sospecha.
- e. No mienta y tampoco diga verdades a medias.** No se requiere una mentira descarada para devastar la credibilidad de los administradores de crisis y, por lo tanto, su capacidad para manejar la crisis. Una verdad a medias, al igual que el encubrimiento de información, puede causar el mismo daño y resultar en que las personas más tarde sientan que no les dijeron todo lo que deberían haberles dicho. Estas estrategias pueden funcionar por

un tiempo, al menos para aquellos que no prestan mucha atención, pero en una crisis grave, las personas están prestando mucha atención y, en algunos casos, pueden identificar una línea oficial menos sincera antes de que se puedan especificar las verdades a medias y las omisiones.

f. Apunte a la total franqueza y transparencia. Siempre hay buenas razones para retener información en una crisis, desde el miedo a provocar el pánico hasta el miedo a salir mal. Estos fundamentos válidos se convierten fácilmente en excusas. Las cosas se vuelven mucho más inestables cuando la población empieza a sentirse manejada y/o engañada. Aun así, probablemente no se pueda lograr una franqueza y transparencia totales, pero sí se puede apuntar a ello.

g. Tenga cuidado con las comparaciones de riesgos.

¿Por qué algunos riesgos son más molestos que otros? La rigurosidad estadística del riesgo es ciertamente relevante, pero también lo son los “factores de indignación” como la confianza, el temor, la familiaridad y el control. Además, es probable que un riesgo que amenace los sistemas de atención médica, las economías y la estabilidad social también amenace la salud individual, incluso de forma indirecta. Los esfuerzos para tranquilizar a las personas comparando riesgos improbables pero molestos con los más probables pero menos molestos, se sienten condescendientes y tienden a ser contraproducentes.

A continuación, se incluye un ejemplo sobre Comunicación de Crisis tomado de una publicación de la FAO/OMS (2018):

Brote de *Escherichia coli* O157:H7 en espinacas frescas en los Estados Unidos en el año 2006

- **Antecedentes:** En el año 2006, hubo un brote de Enfermedades Transmitidas por Alimentos (ETA) en los Estados Unidos causadas por la bacteria *E. coli* O157:H7. Para cuando se identificaron el brote y el peligro, se habían enfermado 50 personas y una había muerto. Una investigación de la Administración de Medicamentos y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), la agencia de salud pública responsable de supervisar la seguridad de las frutas y verduras frescas en los Estados Unidos, había señalado a las espinacas como una posible fuente del brote.
- **Reto clave de la comunicación de riesgos:** Comunicar sobre un riesgo de inocuidad alimentaria, cuya causa es incierta pero que se percibe como una amenaza inmediata con graves consecuencias.
- **Acciones:**
 - La FDA emitió una alerta al consumidor para que no comiera espinacas frescas empacadas en bolsas y notificó a las asociaciones nacionales de la industria con unas horas de anticipación. Esto permitió a la industria responder de inmediato y detener toda la recolección, envío y venta de espinacas.
 - Los minoristas de alimentos y la industria de productos agrícolas proporcionaron a la FDA comentarios sobre las preocupaciones del público y la confusión de los compradores sobre qué productos evitar, lo que permitió a la FDA modificar sus mensajes para proporcionar aclaraciones y abordar las preocupaciones del público. La FDA emitió comunicados de prensa diarios.
 - Además de utilizar los medios masivos para comunicarse con los consumidores, la FDA utilizó su sitio web para proporcionar actualizaciones de información y líneas telefónicas de información al consumidor.
 - La FDA celebró conferencias telefónicas periódicas con los medios de comunicación y la industria. Los funcionarios políticos relevantes también fueron informados durante las reuniones presenciales.

Brote de *Escherichia coli* O157:H7 en espinacas frescas en los Estados Unidos en el año 2006

ANTECEDENTES

- Brote ETA *E. coli* O157:H7
- 50 personas enfermas y una fallecida
- Espinacas como una posible fuente



ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE RIESGOS

- FDA notifica a la industria
- FDA emite una alerta para evitar el consumo del producto
- Industria y minoristas transmiten a la FDA preocupaciones del público
- FDA modifica sus mensajes y emite comunicados de prensa diarios
- También proporciona información desde el sitio web y por líneas telefónicas
- FDA informa de la situación a los funcionarios públicos relevantes

• Lecciones aprendidas:

- La comunicación de los riesgos durante las emergencias de inocuidad alimentaria difiere de la comunicación que aborda problemas persistentes de inocuidad alimentaria.
- A menudo se requiere una comunicación directa y más frecuente con las partes interesadas clave porque, generalmente, hay una demanda urgente de varias partes para actualizaciones oportunas (por ejemplo, de la industria, los medios de comunicación y los funcionarios gubernamentales, así como el público consumidor).
- Los mensajes deben desarrollarse en un corto período de tiempo y es posible que sea necesario cambiarlos y actualizarlos rápidamente a medida que se disponga de nueva información o cuando se modifiquen las acciones de Gestión de Riesgos. A menudo, la comunicación también debe modificarse para abordar las preocupaciones emergentes y cualquier confusión evidente entre el público objetivo y otras partes interesadas.
- Debido a la urgencia de la situación, a menudo no hay tiempo suficiente para informar el desarrollo del mensaje mediante el establecimiento de espacios de diálogo con el público objetivo y otras partes interesadas pertinentes. Sin embargo, un plan genérico de comunicación de crisis desarrollado de antemano, en consulta con las partes interesadas, puede brindar la oportunidad de pensar detenidamente y desarrollar mensajes y estrategias de Comunicación de Riesgos para responder a situaciones de emergencia.
- Es necesario utilizar canales de comunicación que permitan una rápida difusión y un intercambio directo de información con diversas partes interesadas. Es importante que se establezcan canales de comunicación de doble vía para brindar a las partes interesadas y al público objeto oportunidades para buscar o proporcionar información, y para recibir comentarios sobre preocupaciones específicas y necesidades de comunicación más amplias.

7.4 Punto Óptimo

De acuerdo con Sandman (s.f.), el punto óptimo para la Comunicación de Riesgos es el más sencillo de sobrellevar, de ahí su nombre. En este caso, se tiene un riesgo real y una indignación intermedias y se debe propender, básicamente, por buscar espacios de diálogo con la población interesada en el riesgo y establecer canales de comunicación y vínculos de confianza y credibilidad. En el punto óptimo, se cuenta con algún público atento e interesado en la temática, pero no molesto ni asustado con la misma, lo cual es ideal para el establecimiento de diálogos productivos. La tarea entonces se centra en discutir las problemáticas de manera abierta, explicando los puntos de vista y los aspectos técnicos, y dando respuesta a las dudas y preocupaciones de las partes interesadas.

A continuación, se incluye un ejemplo sobre Punto Óptimo tomado de una publicación de la FAO/OMS (2018):

Enfermedad de Chagas en Brasil

- **Antecedentes:** La Enfermedad de Chagas es común en Brasil, y en América Latina, y provoca en muchos casos muertes en humanos. Es causada por un parásito y, aunque no es lo más usual, puede llegar a transmitirse a través del consumo de frutas o verduras crudas contaminadas. Para reducir el riesgo de transmisión de la Enfermedad de Chagas por el consumo de productos contaminados, el Gobierno de Brasil introdujo un programa obligatorio de buenas prácticas de manufactura (BPM) a todas las partes interesadas que comercializan alimentos y bebidas elaborados con frutas y verduras crudas. Sin embargo, la aplicación de estas medidas suele ser difícil. Se desarrolló e implementó una campaña de comunicación de riesgos para concientizar a los productores de alimentos y vendedores ambulantes sobre los riesgos de transmisión, y brindar información sobre las BPM para reducir la transmisión de la enfermedad a través de una fruta de consumo común en la cuenca amazónica: la baya del açaí. También se dirigió una campaña de promoción al público en general para aumentar la comprensión de los riesgos potenciales relacionados con el consumo de productos de la baya del açaí.
- **Reto clave de la comunicación de riesgos:** Concientizar sobre la importancia de implementar las BPM entre los productores y los vendedores ambulantes, con el objetivo de reducir los riesgos para la salud a causa de la Enfermedad de Chagas a través del consumo de baya de açaí y/o sus productos contaminados.
- **Acciones:**
 - Se utilizó el diálogo con las partes interesadas para identificar las percepciones de riesgo y problemas de salud relacionados con la Enfermedad de Chagas desarrollada por consumir productos de baya de açaí contaminados.
 - Las campañas educativas se dirigieron a vendedores ambulantes y productores de alimentos. Estas incluyeron demostraciones sobre las etapas del procesamiento de la baya del açaí y material educativo sobre las BPM para la baya del açaí.
 - Para motivar a los vendedores ambulantes y productores de alimentos a cumplir con las BPM, se desarrollaron mensajes dirigidos a los productores de alimentos para aumentar la percepción de riesgo sobre las consecuencias para la salud al no cumplir con las BPM. La campaña ha aumentado la conciencia de los productores de alimentos sobre la importancia de las BPM para reducir el riesgo de contaminación de los productos, ha llevado a un aumento en la seguridad de los productos de baya de açaí y se espera que conduzca a una reducción en la transmisión de la Enfermedad de Chagas a través del consumo de productos contaminados.

Enfermedad de Chagas en Brasil

ANTECEDENTES

- La Enfermedad de Chagas, común en Brasil, es causada por un parásito y, aunque no es lo más usual, puede llegar a transmitirse a través del consumo de frutas o verduras crudas contaminadas
- Para reducir el riesgo de transmisión por el consumo de productos contaminados, el Gobierno brasileño introdujo un programa obligatorio de buenas prácticas de manufactura (BPM) a todas las partes interesadas que comercializan alimentos y bebidas elaborados con frutas y verduras crudas



ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE RIESGOS

- Se utilizó el diálogo con las partes interesadas para identificar las percepciones de riesgo y problemas de salud relacionados con la Enfermedad de Chagas
 - Las campañas educativas se dirigieron a vendedores ambulantes y productores de alimentos
 - Se desarrollaron mensajes dirigidos a los productores de alimentos para aumentar la percepción de riesgo sobre las consecuencias para la salud al no cumplir con las BPM
- **Lecciones aprendidas:** El diálogo con las partes interesadas puede proporcionar información útil sobre las motivaciones necesarias para la implementación exitosa de medidas de gestión de riesgos.

8

Conclusiones

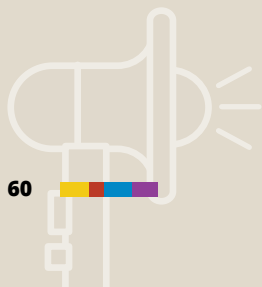
- El Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos es un proceso ampliamente adoptado a nivel mundial para abordar las problemáticas relacionadas con la inocuidad. Consta de tres componentes diferenciados, pero fuertemente relacionados entre sí: Evaluación, Gestión y Comunicación de Riesgos.
- El Acuerdo MSF de la OMS establece el Codex Alimentarius, la OIE y la CIPF como las organizaciones internacionales competentes en inocuidad de alimentos, salud animal y vegetal, respectivamente. Cada una de estas organizaciones ha establecido normas, directrices, recomendaciones y terminología para la implementación del Análisis de Riesgos y sus componentes de acuerdo con sus competencias.
- La comunicación es un proceso complejo, continuo y de doble vía por medio del cual se envía y recibe información en forma de mensajes entre remitentes y receptores o público objeto. La Comunicación de Riesgos para la inocuidad de los alimentos, por su parte, se define como el “intercambio interactivo de información y opiniones a lo largo de todo el proceso de análisis de riesgos sobre los riesgos, los factores relacionados con los riesgos y las percepciones de los riesgos, entre las personas encargadas de la evaluación de los riesgos, las encargadas de la gestión de riesgos, los consumidores, la industria, la comunidad académica y otras partes interesadas, comprendida la explicación de los resultados de la evaluación de los riesgos y de los fundamentos de las decisiones relacionadas con la gestión de los riesgos” (CAC, 2019).
- Se han definido dos tipos de Comunicación de Riesgos: la interna que ocurre entre los Gestores y los Evaluadores de Riesgos, y la externa en la cual participan todos los actores involucrados e interesados en el proceso de Análisis de Riesgos, incluyendo a los consumidores.
- Los términos peligro, riesgo y percepción del riesgo no son sinónimos y no deben tratarse como tal en ninguno de los componentes del Análisis de Riesgos.
- Al adelantar procesos relacionados con la Comunicación de Riesgos, se deben considerar los aspectos relacionados con la “comunicación científica” y lo que comunicar la ciencia implica.
- Entre los principios para la Comunicación de Riesgos, se encuentran la apertura, la transparencia, la oportunidad, la capacidad y la independencia. Asimismo, se han identificado una serie de buenas prácticas a ser aplicadas tales como el conocimiento que debe tenerse sobre los destinatarios de los mensajes, el apoyo en científicos expertos, contar con personal especializado en comunicación, contar con la confianza y credibilidad del público, compartir la responsabilidad, poder diferenciar entre ciencia y juicios de valor, garantizar la transparencia y ser prudente al intentar poner el riesgo en perspectiva.

- Además, dentro de los planes o estrategias de Comunicación de Riesgos deben establecerse claramente las funciones de sus participantes.
- Entre los factores que impactan la Comunicación de Riesgos, se encuentran el tipo de información que se desea comunicar, la naturaleza del peligro, el nivel del riesgo, los factores que se relacionan con la evidencia científica, las poblaciones que pueden verse afectadas y las formas en que se afectarían, la capacidad con la que se cuenta en diferentes niveles (incluido el individual o personal) para controlar el riesgo, la percepción del riesgo y las herramientas y canales de comunicación disponibles y más apropiados dependiendo de las circunstancias.
- Al adelantar acciones de Comunicación de Riesgos, se debe tener conciencia de los retos existentes para el óptimo desarrollo de la misma. En la literatura, se han descrito básicamente dos grandes grupos: los retos que aplican de manera general a la Comunicación de Riesgos y aquellos que lo hacen en el marco del proceso de Análisis de Riesgos.
- La percepción del riesgo hace referencia a los juicios que las personas generan sobre las características, la probabilidad y la gravedad de un riesgo específico. Es indispensable reconocer la importancia de la percepción del riesgo e incluirla, de forma amplia y explícita, en los planes y estrategias de Comunicación de Riesgos.
- También se deben tener en cuenta los factores que influyen o pueden influir en la percepción del riesgo y, por ende, en la reacción del público objeto a la Comunicación de Riesgos.
- Se han descrito cuatro categorías que surgen al relacionar la función de los sentimientos de las personas sobre los riesgos (definida por Peter Sandman como indignación) con el riesgo real. Cada una de estas categorías debe ser abordada de diferente manera teniendo en cuenta sus características: promoción de la precaución, manejo de la indignación, comunicación de crisis y punto óptimo.
- Es indispensable contar con una planificación para la Comunicación de Riesgos, es decir, con planes o estrategias previamente acordados y establecidos, así como con conocimientos básicos sobre la misma y disponer de personal profesional y capacitado en el tema.

9

Siglas y abreviaturas

ACHIPIA	Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria
BPM	Buenas Prácticas de Manufactura
CAC	Comisión del Codex Alimentarius (por sus siglas en inglés)
CIPF	Convención Internacional de Protección Fitosanitaria
CONPES	Consejo Nacional de Política Económica y Social
EFSA	Agencia Europea de Seguridad Alimentaria (por sus siglas en inglés)
ETA	Enfermedades Transmitidas por Alimentos
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (por sus siglas en inglés)
FDA	Administración de Medicamentos y Alimentos de los Estados Unidos (por sus siglas en inglés)
MSF	Medidas Sanitarias y Fitosanitarias
OIE	Organización Mundial de Sanidad Animal
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMS	Organización Mundial de la Salud
OPS	Organización Panamericana de la Salud



10

Bibliografía

- Burns TW; O'Connor DJ; Stocklmayer SM. (2003). Science communication: a contemporary definition. Public understanding of science, 12(2):183–202. Recuperado de <https://bit.ly/3qdEGb6>
- CAC. (2007). Principios Prácticos sobre el Análisis de Riesgos para la Inocuidad de los Alimentos Aplicables por los Gobiernos. CAC/GL 62-2007. Disponible en <https://bit.ly/2Ogdri3>
- CAC. (2019). Manual de Procedimiento Vigésima séptima edición. Recuperado de <https://bit.ly/3qbpZFx>
- CIPF. (2019). Marco para el análisis de riesgo de plagas. Recuperado de <https://bit.ly/372E2pw>
- CIPF. (2020a). Visión General. Recuperado de <https://www.ippc.int/es/about/overview/>
- CIPF. (2020b). Texto de la Convención. Recuperado de <https://bit.ly/3rLmoyz>
- CIPF. (2020c). Glosario de términos fitosanitarios. Recuperado de <https://bit.ly/3tNXIMU>
- Codex Alimentarius. (2020). Acerca del Codex. Recuperado de <https://bit.ly/3aNKnWU>
- CONPES. (2005). Política Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad de Alimentos para el Sistema Nacional de Medidas de Sanitarias y Fitosanitarias – 3375. Consejo Nacional de Política Económica y Social. Bogotá, D.C. Recuperado de <https://bit.ly/3aaw4wC>
- Covello V; Sandman PM. (2001). Risk communication: evolution and revolution. Solutions to an Environment in Peril, 164, 178. Recuperado de <https://bit.ly/3cXahdv>
- EFSA. (2012). European Food Safety Authority. Scientific Opinion on Risk Assessment Terminology. EFSA Journal 2012; 10 (5):2664. [43 pp.] Recuperado de <https://bit.ly/2Nd8mGQ>
- EFSA. (2017). European Food Safety Authority. When food is cooking up a storm: proven recipes for risk communications. Third edition. Recuperado de <https://bit.ly/2OmLSDP>
- EFSA. (2017). How to talk about food risk – a handbook for professionals. Recuperado de: <https://bit.ly/3rGMt1>
- Ewing J. (2018). Communication (applied science). Salem Press Encyclopedia of Science. Disponible en <https://bit.ly/2Oqk7dl>
- FAO. (2005a). Food Safety Risk Analysis - Part I – An Overview and Framework Manual – Provisional Edition. Disponible en http://116.91.128.18/sonota/foodsafety_riskanalysis.pdf
- FAO. (2005b). Aplicación de la comunicación de riesgos a las normas alimentarias y a las cuestiones relacionadas con la inocuidad de los alimentos (70). Disponible en <https://bit.ly/36YwLXG>
- FAO. (2007). Análisis de riesgos relativos a la inocuidad de los alimentos (87). Guía para las autoridades nacionales de inocuidad de los alimentos. Recuperado de <http://www.fao.org/3/a-a0822s.pdf>
- FAO/Achopia. (2014). La comunicación de riesgos para la salud humana relacionados con alimentos. Disponible en <https://bit.ly/2Z26FPg>

- FAO/OMS (1995). Application of risk analysis to food standards issues. Report of the Joint FAO/OMS Expert Consultation. Document WHOI./FNU/FOS 195.3 de la OMS. OMS, Ginebra. Disponible en <https://apps.who.int/iris/handle/10665/58913>
- FAO/OMS (2018). Risk communication applied to food safety: handbook. Disponible en <http://www.fao.org/3/a-i5863e.pdf>
- Fischhoff B; Brewer NT; Downs JS. (2011). Communicating Risks and Benefits: An Evidence-Based User's Guide. Silver Spring, MA: Food and Drug Administration (FDA), US Department of Health and Human Services. Recuperado de <https://bit.ly/3qa9QAk>
- Lachlan K; Spence PR. (2010). Communicating risks: Examining hazard and outrage in multiple contexts. Risk Analysis: An International Journal, 30(12), 1872-1886. Recuperado de <https://bit.ly/3p9qKh8>
- OIE. (2019). Código Sanitario para los Animales Terrestres. Recuperado de <https://bit.ly/3rHQRxc>
- OIE. (2020a). Quiénes somos. Recuperado de <https://bit.ly/2Z2Kb0z>
- OIE. (2020b). ¿Conoce la Organización Mundial de Sanidad Animal? Recuperado de <https://bit.ly/3aPYACQ>
- OIE. (2020c). Normas Internacionales. Recuperado de <https://www.oie.int/es/normas/presentacion/>
- OMC. (2005). Serie de los Acuerdos de la OMC – 4. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias. Recuperado de <https://bit.ly/3rEK73g>
- OMS. (s.f.). Normas alimentarias internacionales (Codex Alimentarius). Recuperado de <https://bit.ly/2Z4ANJJ>
- OPS. (2011). Guía para la Elaboración de la Estrategia de Comunicación de Riesgo. De la teoría a la acción. Recuperado de <https://bit.ly/3qaWhAG>
- Paek HJ; Hove T. (2017). Risk perceptions and risk characteristics, Oxford Research Encyclopedia of Communication. Recuperado de <https://bit.ly/3q9vOUB>
- Ropeik D; Slovic P. (2003). Risk communication: A neglected tool in protecting public health. Risk in perspective. Harvard Center for Risk Analysis. Volume 11(2), 1-4. Recuperado de <https://bit.ly/2Naevnb>
- Sandman P. (s.f.). The Peter M. Sandman Risk Communication Website. Recuperado de <https://bit.ly/2LF43nn>
- Sandman P. (1998). Reducing Outrage: Six Principal Strategies. Recuperado de <https://bit.ly/2MX0xVQ>
- Sandman P. (2007). Empathy in Risk Communication. Recuperado de <https://www.psandman.com/col/empathy.htm>
- Sandman P. (2012). Motivating Attention: Why People Learn about Risk or Anything Else. Recuperado de <https://bit.ly/2Nip3Ax>
- Sandman P. (2013). Pre-Crisis Communication: Talking about What-ifs. Recuperado de <https://bit.ly/371xEyQ>
- Sandman P. (2015). 10 Things You Need to Know about Outrage Management and Social Media. Recuperado de <https://bit.ly/37149gD>
- Sandman P. (2018a). Why Do Risk Communication When Nobody's Endangered and Nobody's Upset (Yet)? Recuperado de <https://www.psandman.com/col/lower-left.htm>
- Sandman P. (2018b). False Sense of Security. Recuperado de: <https://www.psandman.com/col/false-security.htm>
- Sandman PM; Lanard J. (2004). Crisis communication: Guidelines for action. Retrieved April, 20, 2005. Recuperado de <https://bit.ly/3rGzddd>
- Sandman PM; Miller PM; Johnston BB; Weinstein ND. (1993). Agency communication, community outrage, and perception of risk: Three simulation experiments. Risk Analysis, 1993; 13: 585-598. Recuperado de <https://bit.ly/3rM8s7r>
- Scheer D; Benighaus C; Benighaus L; Renn O; Gold S; Röder B; BöI GF. (2014). The distinction between risk and hazard: understanding and use in stakeholder communication. Risk Analysis, 34(7), 1270-1285. Recuperado de <https://bit.ly/2MK9IsV>
- Sjöberg L. (2000). Factors in risk perception. Risk analysis, 20(1), 1-12. Recuperado de <https://bit.ly/3a89Qem>
- Wiedemann PM; Schütz H; Spangenberg A. (2010). Evaluation of Communication on the Differences between "Risk" and "Hazard". Berlin: Federal Institute for Risk Assessment Risk, 7(3). Recuperado de <https://bit.ly/3tOTQpq>



USAID **USDA**
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS
UNIDOS DE AMÉRICA

Cacao para la Paz

Alianza



Miembro de:



La elaboración de este documento ha sido posible gracias al generoso apoyo del pueblo de los Estados Unidos de América a través de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El contenido del mismo es responsabilidad de los autores y no necesariamente refleja el punto de vista de USAID, USDA o del Gobierno de los Estados Unidos.

El documento fue elaborado como parte del desarrollo del convenio de cooperación entre la Alianza de Bioversity International y el Centro Internacional de Agricultura Tropical (CIAT) y el Servicio Agrícola para el Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA-FAS), el cual tiene como uno de sus objetivos el apoyo, por medio del programa *Cacao para la Paz*, a la implementación de la Estrategia Nacional para la Cadena del Cacao - Capítulo de Inocuidad.