

CONCLUSIONS DEL COL·LOQUI

“CRISIS ALIMENTÀRIES I MITJANS DE COMUNICACIÓ”

La Asociación de Veterinarios Higienistas de Catalunya, AVHIC, organizó el 16 de octubre un acto sobre crisis alimentarias. Vladimir de Semir, periodista científico, inició la sesión con una conferencia. Posteriormente se abrió coloquio con la participación de Margarita Arboix, directora del Servicio Regional en Barcelona de la Agencia de Protección de la Salud, Marc de Semir, periodista, Maximiliano Junquera, representante de Leche Pascual SA y Cinta Barrachina, representante de la OCUC (Organización de Consumidores y Usuarios de Cataluña).

Vladimir de Semir en su intervención ha destacado que en las crisis alimentarias, los medios de comunicación les atrae la espectacularidad de la noticia. La misma palabra, crisis, ya asusta. Estas noticias suelen ir acompañadas siempre de las mismas palabras que crean miedo entre la población, como cáncer, escándalo, negligencia, peligro para la salud, etc.

Las informaciones sobre crisis, tienen 4 fases de divulgación, de mayor a menor interés, y se inicia creando alarmismo con grandes titulares y portadas, pero no se hace un seguimiento posterior, y cuando se explica el tema con profundidad y de forma objetiva, la noticia ya no tiene el mismo atractivo.

Durante la conferencia y el coloquio posterior pudimos extraer las siguientes conclusiones:

1. Las instituciones deben contar con gente preparada para tratar con los medios de comunicación (no sólo en casos de crisis) y así crear confianza en períodos de no crisis.
2. Hay que trabajar la comunicación en tiempos de no crisis. Establecer relaciones estables y continuadas entre los medios de comunicación, las autoridades sanitarias y las industrias alimentarias, debe servir para crear confianza previa antes de que surja una crisis.
3. Se necesitan voces autorizadas en los medios y que estén avaladas previamente en la confianza.
4. Es necesario en cualquier organización disponer de un listado de expertos en cada área específica, que puedan aportar información en el momento adecuado.

ASSOCIACIÓ DE VETERINARIS HIGIENISTES DE CATALUNYA
-AVHIC-
www.avhic.cat

5. Hay que trabajar en red entre medios de comunicación, autoridades sanitarias y empresas alimentarias.
6. Hay que encontrar el equilibrio en el momento de comunicar y establecer complicidades con todos los agentes implicados.
7. La administración sanitaria prioriza la solución del problema cuando aparece una crisis, antes que el de la comunicación. Muchas veces se ha de comunicar y no se dispone de resultados concluyentes ni de toda la información.
8. Hay una tarea de formar y educar al consumidor pero también a los medios de comunicación.
9. Las autoridades sanitarias deberían ser las primeras en explicar la crisis, antes de que los medios de comunicación formulen sus hipótesis, muchas veces poco objetivas y excesivamente alarmistas.
10. Las autoridades sanitarias deberían transmitir a la sociedad el nivel de seguridad que presentan los productos alimenticios y esta comunicación debe hacerse en tiempos de no crisis.