

CAPÍTULO 3.3.

COMUNICACIÓN

Artículo 3.3.1.

Consideraciones generales

Por lo general, la comunicación implica el intercambio interactivo de información entre particulares, instituciones o entre el público en general, con fines de información, orientación o actuación motivada. La aplicación de la ciencia y las técnicas de comunicación supone modular los mensajes en función de las situaciones, los objetivos o los destinatarios.

El reconocimiento y la incorporación de la comunicación como disciplina de los *Servicios Veterinarios* resultan capitales para su funcionamiento. La combinación de la pericia veterinaria y de comunicación es esencial para garantizar una comunicación eficaz.

La comunicación deberá ser parte integrante de todas las actividades de los *Servicios Veterinarios*, incluidos la sanidad animal (*vigilancia*, alerta precoz y respuesta rápida, prevención y control), el *bienestar animal* y la salud pública veterinaria (seguridad sanitaria de los alimentos, *zoonosis*) y la medicina veterinaria.

El presente capítulo sobre comunicación de los *Servicios Veterinarios* tiene como objetivo orientar sobre la elaboración de un sistema de comunicación, de planes estratégicos y operacionales de comunicación, y de elementos para evaluar la calidad de éstos.

Artículo 3.3.2.

Principios de comunicación

1. Los *Servicios Veterinarios* deberán disponer de la autoridad y la capacidad necesarias para comunicar sobre los asuntos incluidos en su mandato.
2. Deberá combinarse la pericia veterinaria y de comunicación.
3. Se velará por que la comunicación siga los principios esenciales de transparencia, coherencia, oportunidad, equilibrio, exactitud, honestidad y empatía, y porque cumpla los principios fundamentales de calidad de los *Servicios Veterinarios* (véase Artículo 3.1.2.).
4. La comunicación deberá ser un proceso continuo.
5. Los *Servicios Veterinarios* serán responsables de planificar, poner en práctica, controlar, evaluar y revisar sus planes estratégicos y operacionales de comunicación.

Artículo 3.3.3.

Definiciones

Comunicación: designa la disciplina consistente en informar, orientar y motivar a las personas, a las instituciones y al público en general, en principio por medio de intercambios interactivos, sobre cualquier cuestión que entre dentro del ámbito de competencia de los *Servicios Veterinarios*.

Comunicación de brote: designa el proceso de comunicación en caso de un *brote*. La comunicación del brote incluye su notificación.

Comunicación de crisis: designa el proceso de comunicar información, eventualmente incompleta, en condiciones de tiempo sumamente limitadas, en caso de que se produzca una crisis.

Crisis: designa una situación de gran amenaza, dificultad o incertidumbre en la cual las cuestiones que entran dentro del ámbito de competencia de los *Servicios Veterinarios* exigen una acción inmediata.

Artículo 3.3.4.

Sistema de comunicación

Además de los principios de comunicación, a la hora de planificar, poner en práctica y evaluar un sistema de comunicación, deberán emplearse los siguientes elementos sobre la base del Capítulo 3.1.

1. Organigrama que indique un vínculo directo entre el personal de comunicación y la Autoridad Veterinaria a través de la cadena de mando (por ejemplo, unidad especializada en comunicación, responsable de comunicación).
2. Recursos humanos
 - a) Punto focal oficial para la comunicación identificado y accesible
 - b) Descripción de los puestos del personal de comunicación, que identifique las diversas funciones y responsabilidades
 - c) Número suficiente de personal cualificado con conocimientos, competencias, aptitudes y capacidades pertinentes en materia de comunicación
 - d) Formación y educación continua sobre comunicación destinada al personal de comunicación.
3. Recursos financieros y físicos
 - a) Presupuesto para comunicación claramente identificado que brinde una financiación adecuada
 - b) Provisión o acceso a recursos materiales apropiados a fin de poder desempeñar las funciones y responsabilidades asignadas: locales/espacios adecuadamente equipados con suficiente material de oficina y técnico, tecnologías de la información y acceso a Internet.
4. Gestión del sistema de comunicación
 - a) Funciones y responsabilidades del personal de comunicación
 - i) Informar a la *Autoridad Veterinaria*,
 - ii) implicarse en el proceso de toma de decisiones,
 - iii) responsabilizarse de la planificación, puesta en práctica y evaluación de los planes estratégicos y operacionales de comunicación, así como de los correspondientes procedimientos operativos estándar;
 - iv) funcionar como punto de contacto en cuestiones de comunicación para los *Servicios Veterinarios*,
 - v) orientar y aportar su pericia en cuestiones de comunicación a los *Servicios Veterinarios*,
 - vi) proporcionar y coordinar la formación continua sobre comunicación destinada a los *Servicios Veterinarios*.
 - b) Planes estratégicos de comunicación

Deberá diseñarse adecuadamente un plan estratégico de comunicación que respalde el plan de los *Servicios Veterinarios*, y que cuente con apoyo y compromiso de gestión. El plan estratégico de comunicación deberá abordar todos los objetivos de comunicación de alto nivel del conjunto de la organización. El plan deberá preverse a largo plazo.

El plan, que se supervisará y revisará periódicamente, deberá identificar objetivos de rendimiento mensurables y técnicas de evaluación.

Deberá tener en cuenta asimismo las diferentes categorías de comunicación: comunicación de rutina, comunicación del riesgo, comunicación del brote y comunicación de crisis, a fin de permitir a los particulares, las partes afectadas o interesadas, y a toda la comunidad y el público en general tomar las mejores decisiones posibles, estar informados de las decisiones políticas y de su fundamentación, y aceptarlas en su caso.

Los principales resultados que produce la instauración efectiva de un plan estratégico de comunicación son: un mayor conocimiento y conciencia de las diversas cuestiones por parte del público y de los partícipes, una mejor comprensión de la función de los *Servicios Veterinarios*, mayor visibilidad y mayor confianza y credibilidad de los *Servicios Veterinarios*. Todo lo anterior mejorará la comprensión o aceptación de las decisiones políticas e inducirá el consiguiente cambio de percepción, actitud o comportamiento.

c) Planes operacionales de comunicación

Los planes operacionales de comunicación deberán basarse en la evaluación de cuestiones específicas e identificar objetivos concretos e instancias destinatarias, tales como personal, colaboradores, partícipes, medios de comunicación y público en general.

Cada plan operacional de comunicación consistirá en una serie de actividades debidamente planificadas que usen diferentes técnicas, herramientas, mensajes y cauces para alcanzar los objetivos señalados, empleando los recursos disponibles en un lapso de tiempo determinado.