

# PLAN DE COMUNICACIÓN PARA CONTENCIÓN DE PANDEMIAS EN COMUNIDADES RURALES E INDÍGENAS DEL PARAGUAY



*El Proyecto "Análisis del comportamiento de las comunidades rurales para hacer frente a la pandemia del COVID – 19", es ejecutado por la Asociación Pro Cordillera San Rafael (PRO COSARA) en asociación con el Consejo de Salud de Alto Verá, cofinanciado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), con apoyo del FEEI.*

# PLAN DE COMUNICACIÓN PARA CONTENCIÓN DE PANDEMIAS EN COMUNIDADES RURALES E INDÍGENAS DEL PARAGUAY

La presente publicación se realizó en marco del Proyecto "Análisis del comportamiento de las comunidades rurales para hacer frente a la pandemia del COVID – 19", ejecutado por PRO COSARA y cofinanciado por el CONACYT con apoyo del FEEI.

Convocatoria 2020 | Proyectos de Investigación en el Contexto de la  
Pandemia del COVID – 19 | PINV20-58

## Equipo Técnico - Científico

- Dra. Alicia Raquel Eisenkölbl Closs
- Lic. Kathia Chilavert Riveros
- Ing. Bianca Herenia Margarita Franco Salinas
- Ing. Lauria Soledad Wessely Bogado
- Lic. Graciela Bogado
- Lic. Ysanne Limousin

## Entidad Asociada

- Consejo de Salud de Alto Verá

## Equipo Administrativo

- Celia Garayo Silva

Diseño y diagramación: Bianca Franco Salinas



La presente publicación ha sido elaborada con el apoyo del CONACYT. El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de los autores y en ningún caso se debe considerar que refleja la opinión del CONACYT.

# ÍNDICE

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>4</b>
<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>Diagnóstico.....</b>	<b>7</b>
<b>Plan de Implementación.....</b>	<b>10</b>
<b>Implementación.....</b>	<b>20</b>
<b>Evaluación.....</b>	<b>24</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>26</b>

## INTRODUCCIÓN

No existe un solo país en el globo que no esté alarmado con el brote de la nueva pandemia por coronavirus: la de la COVID-19; estos, en su gran mayoría, han desarrollado planes de respuesta para enfrentar este escenario; sin embargo, los desafíos y cambios constantes que trae consigo la enfermedad los obliga a un aprendizaje y a una adaptación continua.

El cumplimiento cabal de los protocolos sanitarios establecidos por los órganos oficiales que rigen la Salud en nuestro país, es el principal punto de partida para la búsqueda del control de una pandemia que no termina de asombrar por su gran capacidad de diseminarse y transformarse.

Pero no solamente los protocolos sanitarios que incluyen el distanciamiento físico, lavado de manos, uso de mascarillas y demás son foco de atención por parte de nuestras instituciones sanitarias; desde hace tiempo, estas mismas instituciones vienen advirtiendo de la importancia de un estilo de vida saludable que no necesariamente condice con el estilo de vida común de los paraguayos y paraguayas, aspecto que los mismos incorporan a su vida cotidiana tras difundirse su vitalidad. Y he ahí el secreto: la información y difusión responsable, crítica y veraz de hechos que contribuyan a fomentar el desarrollo de una sociedad capaz de enfrentar a la nueva pandemia munida de todas las herramientas prácticas que le permita mantenerse concientizada, actualizada y activa, tanto física como emocionalmente a fin de sortear sus riesgos.

Aquí también, las vacunas aparecen como un elemento clave en el paquete de medidas para hacer frente a esta emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII), cada vez es más necesario reforzar el componente de comunicación de riesgos como herramienta esencial para transmitir de forma adecuada a la población toda la información sobre el proceso de inmunización, desde los ensayos clínicos y la producción de nuevas vacunas, hasta la introducción, distribución y priorización de grupos a los que hay que administrar una o varias vacunas —según la definición y la disponibilidad de cada país— así como el acceso universal a ellas, una vez inmunizados los grupos prioritarios. No hay duda de que las vacunas contribuirán a salvar vidas y a contener la pandemia. No obstante, en el imaginario de una parte de la sociedad paraguaya, las vacunas siguen estigmatizadas, lo cual se constituye en un desafío comunicacional enorme ya que en las acciones eficaces que pudieran llevarse adelante, podrá la sociedad instruirse en su funcionamiento e importancia.

Como bien lo establece la Organización Mundial de la Salud: Las vacunas y la vacunación son solo el inicio de un largo camino para contener la pandemia, pero en ningún caso el final. Los desafíos que enfrentan los gobiernos en torno a este proceso son múltiples: la vacunación por fases; la percepción del público sobre la seguridad de los productos médicos; las dudas o la desconfianza de la población en las vacunas contra la COVID-19 y sus sistemas de desarrollo, regulación e implementación; la sobreabundancia de información, el posible retraso en la llegada de las vacunas, su potencial falta; la respuesta a los grupos antivacunas, etc. (OMS, 2019).

Ante todo esto, mantener a las comunidades más vulnerables, más necesitadas y más alejadas del epicentro informativo y logístico, es el desafío definitivo.

# OBJETIVOS

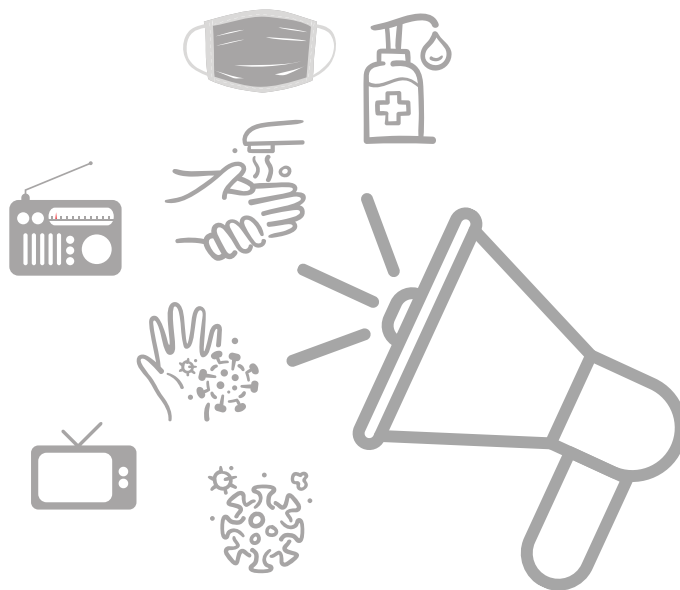
## OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

- Implementar un estilo comunicativo pertinente con las necesidades de las comunidades intervenidas en términos de precisión, claridad y seriedad informativa.
- Mitigar las actitudes alarmistas y sensacionalistas mediante una comunicación eficaz que direcciona las preocupaciones ciudadanas a respuestas cautas, veraces, basadas en evidencias y fuentes confiables.
- Reforzar conceptos conocidos por los pobladores como el respeto a los protocolos sanitarios y vida saludable e introducir de manera responsable y objetiva aspectos sensibles como el proceso de inmunización.
- Acercar información lingüísticamente accesible y comprensible a los pobladores de las comunidades intervenidas.

## OBJETIVOS PRINCIPALES

- Reforzar el conocimiento y aplicación de los protocolos sanitarios como estilo de vida dentro de las comunidades intervenidas.
- Promover un estilo de vida saludable desde los medios masivos y/o disponibles dentro de la comunidad.
- Reducir o mitigar la percepción del riesgo asociado a las vacunas y la vacunación.
- Manejar la incertidumbre y las expectativas en torno de las vacunas.
- Promover el conocimiento y la comprensión sobre lo que son las vacunas (proceso), su seguridad y en qué se traduce su aplicación (beneficios) para generar conciencia.

# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN



## DIAGNÓSTICO

Tras previo monitoreo y localización de medios de comunicación y comunicadores activos dentro de la comunidad determinada y durante el proceso de aplicación de entrevistas abiertas a referentes comunicacionales del distrito de Alto Verá, Itapúa; se han establecido contactos clave que permitirán establecer un eje de acción para la aplicación del presente Plan. Mediante dicho proceso de entrevistas, se han obtenido datos cruciales acerca del sistema operativo de los diferentes medios de comunicación y las líneas editoriales e informativas adoptadas por los medios en orden a difundir los datos disponibles relacionados a la proliferación de la pandemia de COVID-19 en el Paraguay y su posible extensión en el distrito mencionado.

Los comunicadores referentes y representantes de medios de comunicación entrevistados y contactados, son:

- Erik Rubén Ávalos, locutor, Radio Itapúa Poty, Radio Comunitaria 99.3 Caronay FM, Actualidades y Noticias Alto Verá.
- Óscar Cáceres, locutor, Radio Comunitaria 99.3 Caronay FM.
- Félix Falcón, director, Radio Comunitaria 99.3 Caronay FM.
- Hugo Martínez, comunicador, Alto Verá Noticias.
- Osvaldo Sanabria, comunicador, 103.7 FM San Andrés.

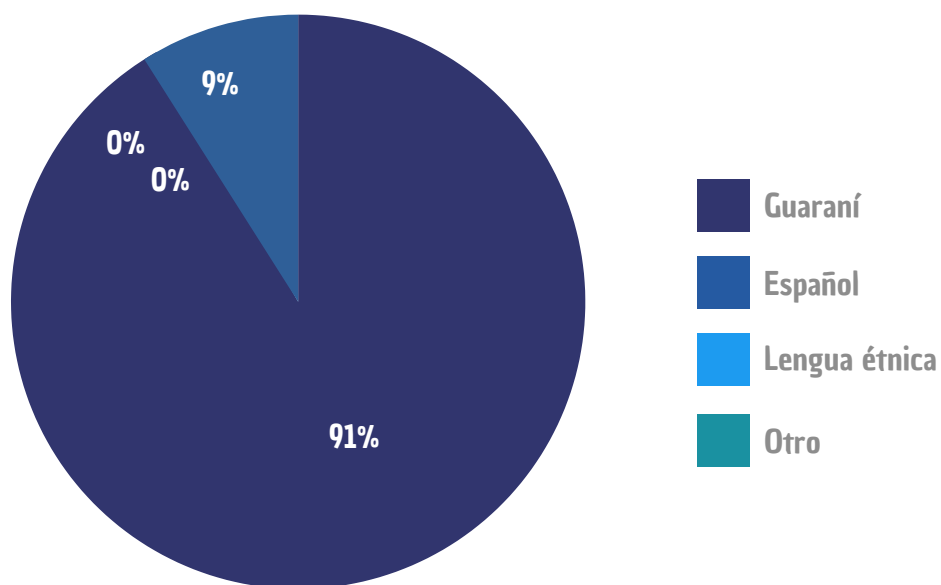
Luego de la aplicación de encuestas en las comunidades de Poncho, Caraguatá y la comunidad indígena Mberú Pirapo'i en orden a conocer con mayor amplitud las preferencias comunicacionales/informativas de los mismos, se determina que los contactos establecidos son pertinentes ya que representan a los mencionados por los pobladores.

En los gráficos tomados del Informe de Diagnóstico sobre la Percepción y Caracterización de las Comunidades de Poncho, Caraguata y Mberu Pirapo'i sobre la Pandemia del COVID -19 (PRO COSARA, 2020), se encuentran representadas las preferencias mencionadas: Con el fin de determinar la manera más adecuada para que la población pueda tener un acceso a la información de manera dinámica y clara, se procedió a identificar el idioma predominante, así como también. Se pudo observar que en el 91% de los hogares encuestados de las tres comunidades, el idioma que predomina es el guaraní. Mientras que el español tuvo un porcentaje mucho menor (figura 1).

De igual modo, se resalta que un gran número de personas pueden leer y escribir en el idioma predominante en el hogar

Figura 1. Porcentaje de Idiomas Predominantes en Encuestados de las 3 comunidades, 2021

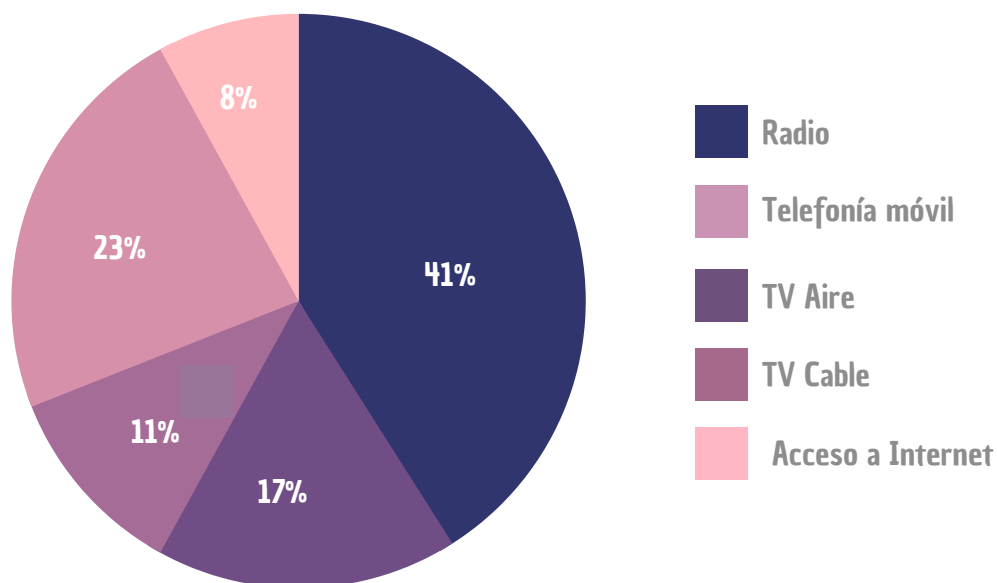
**IDIOMA PREDOMINANTE**



Como se puede observar en la figura 2, el 41% del total de encuestados el medio de comunicación que utiliza con mayor frecuencia, es la radio, seguido TV al aire. Así también, se identificó un menor número que utiliza TV cable para poder acceder a informaciones, y de igual modo, el 8% de los encuestados utiliza el acceso a internet (redes sociales).

Figura 2. Medios de Comunicación más Utilizados en las 3 comunidades, 2021

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN MÁS UTILIZADOS**

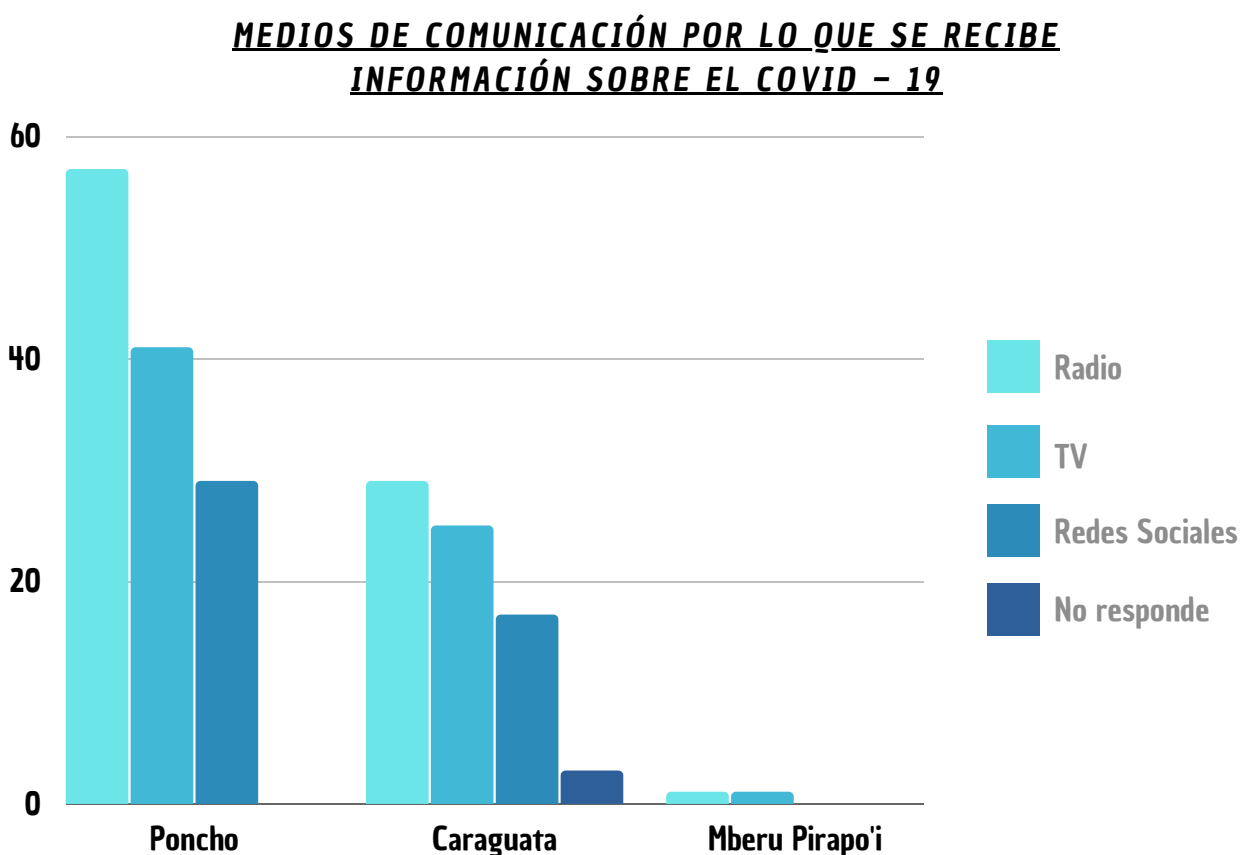




Es así que, con respecto a las informaciones sobre el COVID – 19, el 100% de los encuestados en las tres comunidades ha manifestado que sí tiene conocimientos básicos y recibe información sobre el Coronavirus.

Sobre este punto es importante resaltar que, en todas las comunidades los encuestados han coincidido que las informaciones y noticias sobre el COVID – 19 las recibe principalmente a través de la radio. De igual modo, el segundo medio por el cual se informan es la televisión, seguida de las redes sociales (figura 3).

**Figura 3. Medios de Comunicación por lo que se Recibe Información sobre el COVID – 19, en las 3 comunidades, 2021**



De igual modo, a fin de determinar si estas informaciones son útiles, se procedió a consultar si en su rutina diaria incluyen hábitos de higienización, desinfección y protección contra el virus; sobre este punto, el 100% de los encuestados en todas las comunidades han respondido que sí.



# **1. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN**



## AUDIENCIAS OBJETIVO

Siendo la proclamación esencial que la mayoría de los pobladores de las comunidades intervenidas consume mayormente programas radiales locales, es pertinente señalar a la radio como principal fuente de difusión de mensajes, por lo que la misma será el eje principal desde el cual se establecerán los enfoques en términos comunicativos; esto, sin dejar de señalar a otros medios alternativos como las redes sociales (Facebook, particularmente) que tienen impacto particularmente en las zonas céntricas y llegan a extenderse, aunque mínimamente, hacia las comunidades intervenidas.

Se determinan como foco prioritario de recepción de mensajes a:

- Personas con enfermedades de base.
- Personas mayores de 60 años.
- Personas con patologías.

Se determinan como foco general de recibo de los mensajes difundidos en las plataformas señaladas a:

- Trabajadores comunes (jornaleros).
- Agricultores.
- Emprendedores.
- Profesionales de la salud.
- Profesionales de otras áreas técnicas.
- Servidores públicos.
- Jóvenes.
- Niños/as.

## ALIADOS ESTRATÉGICOS

Los mismos facilitan las sinergias a la hora de comunicar, al combinar lo mejor de cada organización (por ejemplo, amplificar los mensajes, acceder a otros canales de comunicación y tener contacto más directo con la ciudadanía o público objetivo de difícil acceso por los medios institucionales).

Entre algunos posibles aliados, cabe destacar los siguientes:

- Personas públicas con un gran alcance (artistas, deportistas, etc).
- Líderes comunitarios y de juntas vecinales, representantes de pueblos indígenas, entre otros.
- Iglesias y líderes religiosos.
- OPS / OMS.

- Agencias de las Naciones Unidas y otras agencias de cooperación internacional. Donantes.
- Organizaciones no gubernamentales.
- Sociedades científicas.
- Líderes políticos y sociales.

## METAS COMUNICATIVAS

- Brindar información correcta, constante y oportuna, abordando activamente las determinaciones del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).
- Infundir y mantener la confianza del público difundiendo datos y recomendaciones proveídos por organismos oficiales como la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización Panamericana de la Salud (OPS).
- Reafirmar el conocimiento ciudadano de los protocolos sanitarios vigentes, de la importancia de un estilo de vida saludable e introducir información sobre el sistema de vacunación.
- Evitar las especulaciones y las conjeturas desacreditando información incorrecta refiriéndose a los datos y recomendaciones oficiales y disipando los rumores u orientándolos de manera responsable y ética.
- Proteger la privacidad del público, particularmente de las personas que han sido infectadas y de los contactos en la medida de lo posible.
- Emplear un enfoque de comunicación local unificada y coherente, estratégica, coordinada y operativa.
- Establecer una alianza permanente con el Puesto de Salud local y los profesionales de salud locales, no solo para los anuncios de casos, sino también para mantener una coordinación coherente de la transmisión de mensajes entre los funcionarios del establecimiento, servidores públicos y ciudadanos.
- Establecer, respetar y trabajar en marco de un plan controlado que difunda conocimiento, seguridad y veracidad en la población, alejándola de sentimientos alarmistas o fatalistas que aportan poco al manejo de la situación.
- Evitar entrar en discusiones públicas infructuosas. Optar por responder con datos, información validada y evidencia, y sobre la base de ideas claras. Ser más proactivo que reactivo.
- Hablar con empatía, reconociendo que la población puede tener preguntas o dudas.
- Evitar minimizar las inquietudes de la audiencia. Toda pregunta sirve para aclarar o repetir conceptos o información que tal vez no haya quedado completamente clara.
- Trabajar los aspectos emocionales de las audiencias, como la percepción del riesgo y el contagio, la desconfianza, miedo, preocupaciones y expectativas con tacto, manteniendo lejos todo tipo de declaraciones alarmistas.
- Dialogar con la ciudadanía, responder a sus inquietudes, disminuir su temor y aumentar la adhesión a las vacunas y la vacunación. Responder a interrogantes como ¿cuál es el estado

actual de la posible llegada de las vacunas a la población vulnerable en Itapúa? ¿sabemos si las vacunas son seguras y eficaces? ¿Cómo será el proceso de vacunación en Alto Verá, en caso de darse en el futuro? ¿Dónde y cuándo debo vacunarme? Si me vacuno, ¿ya no me contagiaré? Si estoy vacunado, ¿debo abandonar las medidas de protección como el uso de mascarilla, el lavado de manos y la distancia física? ¿Por qué hay grupos prioritarios? ¿Tienen efectos secundarios las vacunas?.

- Usar un discurso bilingüe, claro y sencillo. Explicar los aspectos técnicos que rodean a la vacuna de forma simple. Aumentar su alcance discursivo en torno a la seguridad y hacer propios los temores o la preocupación de las personas.
- Mostrar empatía y resultados positivos en base a la experiencia de países que han vacunado masivamente.

Por ejemplo, se pueden plantear comentarios similares:

*“Es entendible que aun existan personas que no ven a la pandemia como un escenario serio. Aún existen quienes la ven como un gran negocio o como una gran mentira. Lo cierto y concreto es que la enfermedad no solo existe, sino que se ha cobrado miles de vidas en nuestro país. Si bien el virus, por sí solo, no es el factor de riesgo mayor, sino que se constituye en un peligro cuando se adquiere teniendo otros problemas de salud que ya existen en los organismos de las personas”.*

*“Entendemos que algunas personas pueden estar preocupadas o tener dudas por una nueva vacuna realizada en tiempo récord y eso es totalmente razonable, pero eso ha sido posible gracias a la tecnología ya existente y la gran inversión realizada a nivel mundial. Además, se han realizado las pruebas necesarias y los procesos que han verificado la seguridad de la vacuna x. No se ha improvisado en la elaboración de las vacunas. Todas las plataformas que se están usando existen, tienen años de investigación”.*

*“Los investigadores de la vacuna x han sido transparentes, han compartido los datos y publicado en una revista científica, han realizado presentaciones en vivo y han detenido los ensayos cuando ha sido necesario. Una agencia regulatoria estricta aprobó la vacuna x”.*

*“Las vacunas adquiridas en el marco del Mecanismo COVAX y a través del Fondo 10 Rotatorio de la OPS han sido precalificadas o incluidas en la lista de uso de emergencia de la OMS antes de su distribución. Así se asegura que cumplen con todos los estándares de calidad, eficacia y seguridad requeridos por la OMS”.*

- Poner en contexto la información. La comunicación sobre las vacunas y la vacunación no puede realizarse de forma aislada, es parte de una política integral. Mostrar que las vacunas y la vacunación contra la COVID-19 son parte de una estrategia de salud pública más amplia.

Hay que conectarla con la realidad de las personas y el plan de vacunación de los países y cómo este ha contribuido a la salud de la población. Mostrar ejemplos de éxito de otros procesos de vacunación.

Sumar a las familias y a comunidad a la responsabilidad del proceso de vacunación bajo el eslogan *Protegéte, cuidáte, vacunáte*, expresando frases sencillas y claras como “Todos estamos juntos en esto”. “Vacunarte es cuidarte y cuidar de los demás, y un paso más para controlar la pandemia”.

## MENSAJES CLAVE Y FRECUENCIA DE DIFUSIÓN

El estilo comunicativo a llevar a cabo empleará un estilo ameno, veraz, cuidadoso, preciso y activo. Se optará la simplicidad a fin de facilitar la comprensión general empleando el bilingüismo (español-guaraní). Se priorizará la identificación de las fuentes.

El presente Plan, será desarrollado sobre tres ejes comunicativos: **protocolo sanitario** (uso de mascarilla, desinfección de manos y distanciamiento físico), **vida saludable y vacunación** bajo el eslogan *Protegéte, cuidáte, vacunáte* (reduciendo a una palabra los tres temas centrales: protocolo sanitario, vida saludable y vacunación), haciendo uso de plataformas radiales y en redes sociales disponibles en la comunidad de manera diaria y constante a lo largo del día.

### 1. MENSAJES BASADOS EN EVIDENCIAS

La clave de la credibilidad y de la confianza está en difundir información verdadera, oportuna y transparente. Además, hay que evitar la sobreabundancia de información.

- Referir en los mensajes a instituciones, estudios o expertos reconocidos, con prestigio y creíbles. Usar fuentes confiables y reconocidas por los públicos, como la OPS o la OMS, los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades; los institutos de salud pública, entre otros.
- Dirigir a las personas a buscar información o antecedentes en las plataformas oficiales (sitios web, redes sociales, línea directa) u otros de confianza e información verificada. No dejar vacíos de información porque otros pueden ocuparlos con información incorrecta.
- Confirmar toda la información antes de emitirla. No hablar de supuestos ni de información preliminar. Lo relativo conduce a confusión discursiva.
- Evitar usar cuentas personales en redes sociales como sitio oficial de la comunicación.
- Utilizar las cuentas institucionales oficiales como fuente informativa primaria en las redes.
- No compartir ninguna información que no sea oficial.

## 2. MANEJO DE REDES SOCIALES

Por su relevancia y su alcance, las redes sociales pueden ser excelentes aliadas si se manejan de la forma adecuada:

- Establecer un criterio común para identificar nudos críticos o fortalezas.
- Seguir de cerca las noticias en las redes y a influencers clave.
- Monitorear la conversación sobre las vacunas y la vacunación.
- Difundir mensajes informativos tres veces en el día: el primero, sobre protocolos sanitarios; el segundo, sobre la importancia de mantenerse física y emocionalmente saludable; y el tercero, sobre cuál es el beneficio de las vacunas, dónde ir a vacunarse y cuidados que hay que considerar.
- Aprovechar la oportunidad que brindan las redes sociales para dialogar con la población, contestando sus preguntas y aclarando dudas.

**Para el alcance de estos puntos, se harán uso de los siguientes materiales diseñados por los responsables del Plan Estratégico de Comunicación:**



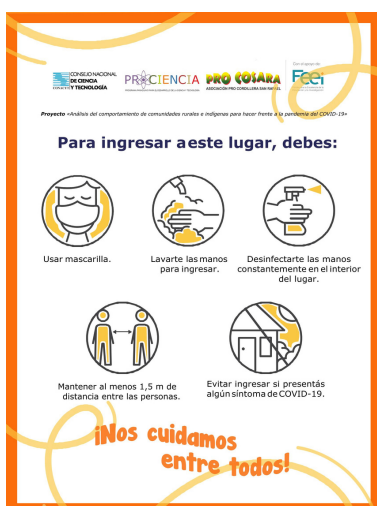
- **Imagen 1:** La misma ofrece información general sobre síntomas del COVID-19; además, mediante el uso de slogans como COVID-19 oꝕuahẽma Alto Verá-pe, busca despertar el interés del lector y convertirlo en un agente promotor de actitudes preventivas. La imagen hace referencia al título del proyecto y las instituciones que lo financian. Material a ser difundido por Alto Verá Noticias y otros medios digitales locales y en las cuentas de redes sociales de PRO COSARA.



- **Imagen 2:** La misma ofrece información precisa del proceso recomendado para el aseo de las manos en orden a reforzar dicha parte esencial del protocolo sanitario que, según los comunicadores y líderes comunitarios de la localidad, los ciudadanos vienen ignorando o prestando escasa atención señalando un relajó. La imagen hace referencia al título del proyecto y las instituciones que lo financian. Material a ser difundido por Alto Verá Noticias y otros medios digitales locales y en las cuentas de redes sociales de PRO COSARA.



- **Imagen 3:** La misma muestra un slogan simple, pero que apela al entendimiento ciudadano buscando generar empatía. La imagen hace referencia al título del proyecto y las instituciones que lo financian. Material a ser difundido por Alto Verá Noticias y otros medios digitales locales y en las cuentas de redes sociales de PRO COSARA.



- **Póster:** Este material fue elaborado para distribución libre en formato digital a locales comerciales o instituciones de la comunidad (escuelas, oficinas, despensas, etc.) para que puedan imprimirlo, realizar modificaciones en cuanto a tamaño y/o color y ubicar en las respectivas entradas de los diferentes locales a modo de referencia y señalización de modo a que quienes ingresen al local en cuestión, estén al tanto de cada una de las acciones preventivas que forman parte del protocolo sanitario. La imagen hace referencia al título del proyecto y las instituciones que lo financian.

**Además, se incorporarán los materiales gráficos diseñados por la OMS/OPS:**

- Animaciones y postales para redes sociales sobre Mitos y Realidades:  
<https://who.canto.global/s/N1DHE?viewIndex=0&from=fitView&display=curatedView>
- Postales, animaciones e infografías para redes sociales sobre el Uso de mascarilla:  
<https://who.canto.global/s/JIM68?viewIndex=0&from=curatedView&display=curatedView>
- Infografías y postales para redes sociales sobre la COVID-19:  
<https://who.canto.global/s/T81RP?viewIndex=0&from=fitView&display=curatedView>
- Animaciones y postales para redes sociales sobre Métodos de protección:  
<https://who.canto.global/s/M5OK6?viewIndex=0&from=fitView&display=curatedView>
- Infografías, animaciones y postales para redes sociales sobre Consejos para adultos mayores:  
<https://who.canto.global/s/H82HD?viewIndex=0&from=fitView&display=curatedView>
- Enlace de colección de videos informativos sobre COVID-19:  
[https://www.youtube.com/watch?v=DG3wGKOW1DM&list=PL6hS8Moik7kskawTFkYiM4c0RBf\\_1m\\_q4&ab\\_channel=PAHOTV](https://www.youtube.com/watch?v=DG3wGKOW1DM&list=PL6hS8Moik7kskawTFkYiM4c0RBf_1m_q4&ab_channel=PAHOTV)



### 3. MENSAJES PARA RADIO

En orden a difundir los mensajes en radio, es vital que los programas se encuentren debidamente planificados, las capacitaciones a medios de comunicación han sido específicos y detallados en cuanto a recomendaciones sobre cómo estructurar debidamente un programa radial a fin de clarificar los mensajes pertinentes.

Para el efecto de difundir los mensajes determinados más arriba a través de la radio, se emitirá un programa radial exclusivo de manera diaria durante un mes, desde las 10 am hasta las 11 am denominado "**Alto Verá se cuida**". El espacio estará conducido por una líder comunitaria, mediante el espacio otorgado por la Radio Comunitaria local ubicada en la zona céntrica de Caronay.

Durante el desarrollo de este programa y los demás que forman parte de la rutina radial, se emitirán un total de ocho spots radiales en segmentos rotativos. Los contenidos de dichos spots cubren:

1. Recomendaciones generales sobre el protocolo sanitario vigente dentro del país.
2. Recomendaciones generales sobre la importancia de la alimentación adecuada y saludable durante la pandemia.
3. Información clara sobre los procesos de vacunación.

Los guiones, se encuentran redactados en jopará (amalgama lingüística de los idiomas español y guaraní utilizada como lenguaje corriente en las zonas rurales del Paraguay):

- **Spot 1:** Covid-19 oġuahëma Alto Verá-pe, ha ñañangarekórö ñandejehe ha opavavère, ikatúta oho jey. Ejepohéi, eñemomomyry ambuégui, ani repyta oĩháme ñembyaty, ha ejapysaka oĩrö síntomas ha´eva: hu´u, hay´orasy, akanundu, nderehetuirö ha nereñandúirö hekue. Eñangareko ndejehe. Momarandu omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael PROCOSARA ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 2:** Covid-19 oġuahëma Alto Verá-pe, ha ñañangarekórö ñandejehe ha opavavère, ikatúta oho jey. ani reho ñembyatyhápe ha ani repyta are tenda ñembotypýpe. Eñangareko ndejehe ha ndefamilia-re. Momarandu omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 3:** Ani reho umi nde familiar oguerekómava 60 ary térä umi oguerekómava voi mba´asy rendápe, ohopytyroma ndeve mba´asy Coronavirus térä eimo´äva oguerekoha. Momarandu omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología

- **Spot 4:** Ani emosarambi informasion noĩporãiva tera ndereikuaáiva moõguipa osë. Eñemomandu porã Centro de salud-pe, ejepysaka umi mba'e Ministerio de Salud orrekomendava-re ha ambue doctor tera enfermero he'iva-re. Información omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 5:** Covid-19 oõuahëma Alto Verã-pe, ha ñañangarekórö ñandejehe ha opavavère, ikatúta oho jey. Eñeatendé porã marandúre emosarambi mboyve ani haõua eporomondýi térã eporomongyhyje umi ipý'a kangyvévape. Ñañeha'ã toĩ hikuái py'aguapýpe. Ñande ári oĩ. Información omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 6:** Eñangareko nderehe, ani remaña térã rehendu marandu vai meme. Ejapo ehercicio, eguatá heta, eke ha ekaru porã. Información omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 7:** Ejapo ehercicio okárape, heí'uve, he'ú tembí'u oguerekóva vitamina, minerales, proteínas ha fibras, ha opa umi ñaikotevëva ñane mbareteve haõua. Información omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- **Spot 8:** Vacuna iporã ikatu haõua ñandepu'aka Covid-19 rehe, oõuahê potáma ñande távape, eñemomandu mba'éichagua vacuna oguereko ñane retã ha ani rerovia umi marandu ñanemongyhyjeséva rehegua. Información omoguaheva ndeve Asociación Pro Cordillera San Rafael ha Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Las mismas se complementan con los mensajes elaborados por la OMS/OPS exclusivamente para difusión radial:

- *Mensajes de radio sobre la prevención de COVID-19*

<https://www.paho.org/es/covid-19-materiales-comunicacion/mensajes-radio-sobre-prevencion-covid-19>

## RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES PARA LA PRODUCCIÓN DE SEGMENTOS RADIALES

- **Recursos humanos:** asesor/a comunicacional y lingüístico/a, locutores radiales, sonidistas.
- **Recursos materiales:** estudio de grabación radial equipado con micrófonos, receptores, programas de edición (a determinarse uno específico o cada equipo podrá hacerlo en su propio estudio radial), teléfonos celulares y laptops con acceso a internet.

## ACCIONES COMUNICATIVAS COMPLEMENTARIAS

Elaboración de boletines de difusión general por parte del Equipo Comunitario de Comunicaciones a fin de poner a disposición de la comunidad local y comunidades externas sobre los avances y/o novedades referentes a la aplicación del presente Plan.

Por otra parte, se contempla la distribución del siguiente listado de recomendaciones sugeridas por comunicadores y líderes comunitarios a la Municipalidad local:

- Modelo de Nota para la Municipalidad:

Lunes, 19 de abril del 2021

Sres: \_\_\_\_\_

Presente

Quienes suscriben, responsables de de la implementación del *Plan de Comunicación para contención de pandemias en comunidades rurales e indígenas del Paraguay*, les hacemos llegar un listado de recomendaciones generales tras la implementación de talleres instructivos a comunicadores y líderes comunitarios de la localidad:

- Implementar un sistema de control de cumplimiento del protocolo sanitario vigente dentro de locales comerciales e instituciones clave dentro de la comunidad
- Monitorear el cumplimiento de los decretos que limitan y/o prohíben reuniones sociales y aglomeraciones de gran número de personas dentro de la comunidad
- Controlar el cumplimiento de los protocolos mencionados por parte de agentes clave dentro de la comunidad (agentes policiales, guardias, servidores públicos, etc)
- Instar a la señalización de los locales comerciales e instituciones con imágenes ilustrativas sobre los pasos a seguir para la higienización previa al ingreso al local en cuestión
- Difundir de manera constante y sostenida mediante los canales disponibles la importancia del cumplimiento de las determinaciones establecidas en orden a controlar la dispersión del virus dentro de la comunidad
- Confirmar y/o desmentir comentarios que afecten y/o involucren a la institución en relación a la pandemia y la administración de recursos y/o datos
- Transparentar información referente al COVID-19 en la comunidad
- Cooperar con los medios de comunicación locales en la difusión de información pertinente referente a la pandemia
- Verificar las necesidades de las comunidades rurales e indígena mencionadas.

Es de nuestro interés trabajar en concordancia con la Municipalidad local mientras transcurre la implementación del Plan mencionado cuyo fin es difundir información pertinente sobre el cumplimiento de los protocolos sanitarios preventivos, importancia del cuidado de la salud mental y física y el papel de la vacunación como herramienta para la erradicación del virus. Ante algún tipo de asistencia o asesoría en la que podamos resultar de utilidad, estaremos contentos de ayudar.

Atentamente,

*Firma del responsable*



## **2. IMPLEMENTACIÓN**



# TALLER DE CAPACITACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL “PLAN DE COMUNICACIÓN PARA CONTENCIÓN DE PANDEMIAS EN COMUNIDADES RURALES E INDÍGENAS EN EL PARAGUAY”

1. Bienvenida
2. Presentación del proyecto y resultados obtenidos tras relevo de datos
3. Presentación de resumen de puntos y los ejes principales del Plan de Comunicación para contención de pandemias en comunidades rurales e indígenas en el Paraguay (aprobación por parte de los representantes presentes)
4. Conformación del Equipo Comunitario de Comunicación
5. Designación a un coordinador comunitario de comunicaciones quien guiará al equipo de comunicaciones dentro de la comunidad
6. Mesa redonda:
  - **El discurso comunicativo, su importancia e implicancias:** abordará la vitalidad de la unificación del discurso mediático de manera objetiva dentro de la comunidad en lo que respecta a protocolos, vacunación y acceso a cuidados primarios. Análisis de listado de recomendaciones para la información de hechos comprobados y especulaciones y el manejo de las fuentes informativas.
  - **Ética profesional:** discusión sobre los fundamentos de la ética y su importancia en la difusión de información sensible como protocolos, procesos de vacunación e irregularidades dentro del sistema sanitario local.
  - **Recomendaciones para el diseño y estructuración de un programa radial:** abordará técnicas y modelos para la planificación de un programa radial en orden a presentar información seria, precisa y veraz a la audiencia.
  - **Recomendaciones para la difusión de información y contenido audiovisual en redes sociales:** abordará estrategias para el uso de plataformas disponibles para la potenciación del mensaje a difundir, ¿cómo redactar/fotografiar/monitorear? ¿qué publicar? ¿qué evitar?
  - **Creación de guiones bilingües para segmentos radiales:** presentación de características y rasgos claves de un segmento radial y elaboración y corrección de demos para su posterior grabación y socialización.
  - **Determinación de cronograma de actividades:** fijación de fechas para la presentación y evaluación de las grabaciones y su lanzamiento al aire al igual que el monitoreo de sostenibilidad y contenido de programación radial por parte de la organización PRO-COSARA en orden a evaluar los posibles efectos en términos comunicativos de las nuevas técnicas y modelos aplicados.
7. Consideraciones generales y presentación de cronograma de cierre de proyecto y actividades pactadas
8. Entrega de certificados de participación
9. Cierre de taller y despedida

# MONITOREO Y REGISTRO DEL FLUJO DE INFORMACIÓN Y LA RESPUESTA DEL PÚBLICO

A modo de registrar y monitorear el flujo de receptividad de la información compartida mediante los diferentes canales comunicativos disponibles dentro de la comunidad, se recurrirá a encuestas breves a través de visitas cortas, mensajería instantánea, llamadas telefónicas, etc, esto a fin de identificar y comprender las actitudes, los comportamientos y las percepciones de la población sobre lo compartido durante las últimas semanas. Acceder a este análisis del comportamiento de la población o de ciertos grupos será útil para adaptar los mensajes y la respuesta, y apelar al cambio de comportamiento deseado.

## 1. PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Identificar e involucrar a los diferentes grupos de la comunidad. Informarlos, escucharlos, facilitarles información y apoyar las soluciones lideradas por la comunidad, asegurando la participación de las personas en el proceso de recepción de información. La respuesta debe centrarse en las comunidades.

- Interrogarles sobre las nuevas informaciones que han escuchado en los medios locales y si las mismas han variado o cambiado. Indagar sobre qué saben y qué piensan sobre ellas. Escucharlos.
- Establecer conversaciones y asociarse con agentes clave dentro de estas comunidades.
- Asegurarse de que las comunidades entienden las recomendaciones.
- Adaptar los mensajes según la retroalimentación de la comunidad.

## 2. DESPLIEGUE TERRITORIAL

Formar equipos que se distribuyan territorialmente en orden a monitorear el flujo de información durante una jornada de visita en cumplimiento de los protocolos sanitarios debidos.

## 3. REDES SOCIALES:

Utilizar las métricas diarias o semanales (encuestas) para analizar cuáles son las principales temáticas que se han abordado en el medio durante las últimas semanas.

#### **4. CONSIDERAR CÓMO RESPONDER A GRUPOS O PERSONAS NEGACIONCITAS**

Por ejemplo, ante declaraciones del estilo “la pandemia es un negocio y no existe” o “las vacunas no funcionan”, será necesario buscar una respuesta de manera indirecta, evitando la confrontación, con información y evidencia, repitiendo los datos de las fuentes confiables y oficiales.

#### **5. OBSERVAR LO QUE ESTÁ PASANDO EN OTROS PAÍSES**


Esto le permitirá contar con información adicional para manejar posibles nudos críticos que haya que enfrentar. Señalar la experiencia de otros países utilizando medios oficiales: Reuters, Agencia AP, InfoMED, OMS, OPS, etc.



## **3. EVALUACIÓN**







A modo de evaluación, se considerarán tres puntos esenciales luego del cierre del proceso de implementación del Plan.

Monitorear y evaluar será clave para aprender, identificar, reflexionar y posiblemente adaptar y reorientar la comunicación. Se deberá efectuar el seguimiento de las actividades incluidas en la estrategia, del equipo y del proceso de comunicación con la población y su impacto:

1. En función a los objetivos establecidos, se analizará la experiencia de la aplicación de la estrategia a corto, mediano y largo plazo.
2. Se analizará si la estrategia discurrió en la línea deseada. Si no es así, se presentará un modelo de ajuste.
3. Se documentarán y describirán las buenas prácticas que se constituirán en un aprendizaje para experiencias futuras.

## BIBLOGRAFÍA

- Cohen, E y Martínez, R. (2004). Formulación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales. Santiago: CEPAL
- © Organización Panamericana de la Salud (2021). Guía para elaborar una estrategia de comunicación de riesgos sobre las vacunas contra la COVID-19. Disponible en: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53259/OPSIMSFPLCOVID-19210009\\_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53259/OPSIMSFPLCOVID-19210009_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- © Organización Panamericana de la Salud (2019). Orientaciones para comunicar sobre la enfermedad por el coronavirus. Disponible en: [https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53094/OPSCMUPACCOVID-1920004\\_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/53094/OPSCMUPACCOVID-1920004_spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- PRO COSARA. (2021). Informe de Diagnóstico sobre la Percepción y Caracterización de las Comunidades de Poncho, Caraguata y Mberu Pirapo'i sobre la Pandemia del COVID 19. Disponible en: <https://procosara.org/es/noticias/Proyectos/conacyt>



*El Proyecto "Análisis del comportamiento de las comunidades rurales para hacer frente a la pandemia del COVID – 19", es cofinanciado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), con apoyo del FEEI.*

 @procosara  /procosara  @pro\_cosara

 [www.procosara.com.org](http://www.procosara.com.org)  [procosaraproyectos@gmail.com](mailto:procosaraproyectos@gmail.com)

