

## Plan Municipal de Emergencias

### Plan Territorial Municipal de Emergencia

Anexo 1: Información a la población

Octubre 2010



**Belt  
Ibérica**

*Soluciones de Seguridad Global*

[www.belt.es](http://www.belt.es)

[www.belttv.es](http://www.belttv.es)

ISO 9001:2000



SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CERTIFICADO

ISO 27001:2005



SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN CERTIFICADO



## Índice

1.	INFORMACIÓN A LA POBLACIÓN .....	5
1.1.	ASPECTOS GENERALES.....	5
1.2.	OBJETIVOS .....	5
1.3.	SEGMENTACIÓN .....	6
1.4.	NORMAS BÁSICAS.....	7
1.5.	CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN QUE SE DEBE DAR .....	8
1.5.1.	MENSAJES .....	10
1.5.2.	CARTAS 11	
1.5.3.	FOLLETOS DESCRIPTIVOS.....	11
1.5.4.	VISITAS PUERTA A PUERTA.....	12
1.5.5.	REUNIONES INFORMATIVAS.....	13
1.5.6.	VISITAS A INSTALACIONES DE ESPECIAL INTERÉS POR SU RIESGO.....	13
1.5.7.	MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	14



## **1. INFORMACIÓN A LA POBLACIÓN**

### **1.1. ASPECTOS GENERALES**

La información a la población que reside en el municipio de forma permanente o transitoria es una obligación del Ayuntamiento de Paterna y tiene como resultado la participación consciente de la población en la emergencia.

Se tendrá en estas campañas especial interés en la información de la población que visita la ciudad durante sus vacaciones, atendiendo por tanto al idioma en que se emiten los avisos de riesgo y a la atención de este tipo de personas, por ejemplo, facilitando el acceso al personal de los consulados.

Sin embargo, no se debe olvidar que una comunicación de riesgos mal gestionada puede provocar el efecto contrario al deseado, y llevar a una situación de desconfianza, generando incluso en ocasiones un pánico que ocasionaría peores consecuencias que la propia emergencia.

Para que la comunicación de riesgos consiga una población bien informada, interesada, práctica y colaboradora, es necesario plantearse adecuadamente tres cuestiones:

#### QUÉ SE DEBE INFORMAR

- ☞ Características de los riesgos a que están expuestos.
- ☞ Medidas adoptadas para evitarlos o minimizarlos.
- ☞ Medidas a tomar por la población en caso de que el riesgo se materialice.

#### CÓMO SE DEBE INFORMAR

- ☞ Importante conocer el núcleo o núcleos de población a quién va a ir dirigida la información, para a partir de este punto elaborar correctamente el “cómo”.
- ☞ La confianza de la población y la credibilidad de las autoridades responsables del proceso de comunicación son asimismo dos factores esenciales para lograr el éxito.

#### CUÁNDO SE DEBE INFORMAR

En el momento considerado adecuado, evitando una catástrofe o minimizando sus efectos.

### **1.2. OBJETIVOS**

- Centralizar, coordinar y preparar toda la información.

- Dar solamente noticias contrastadas, evitando rumores, informaciones incongruentes o contradictorias.

### 1.3. SEGMENTACIÓN

Atendiendo a quién va dirigida la información, se pueden hacer dos grandes grupos:

- Afectados**, es decir, todos aquellos que pueden resultar implicados en el suceso. Son a los que verdaderamente atañe la información, el público más sensible y los que deben conocer muy bien las actuaciones que deben llevar a cabo en el caso de que se declare una emergencia. Entre ellos están:

- ☞ Los vecinos de las zonas afectadas.
- ☞ Empresas próximas u otros recintos, como colegios, instalaciones deportivas, etc.
- ☞ Actuantes en el Plan Municipal de Emergencias (PME/PTM).
- ☞ Los empleados de establecimientos afectados.

- Interesados**, son todos los que no están afectados directamente, pero que van a tener conocimiento de la emergencia. Son también un público a tener en cuenta, bien por sus relaciones con la población afectada o bien por su influencia en el desarrollo de los acontecimientos. Pueden considerarse como dentro de este grupo:

- ☞ Familiares y vecinos próximos a la zona afectada.
- ☞ Población en general.
- ☞ Medios de comunicación.
- ☞ Líderes de opinión.
- ☞ Grupos de presión.

La información a la población de las zonas afectadas no es una tarea uniforme, ya que cada comunidad se ve afectada por diferentes riesgos y, lo que es más importante, el grado de sensibilización y el tamaño de la población son dos factores importantes a tener en cuenta.

Para programar una campaña de difusión del plan, los responsables de la misma deben seguir las etapas enumeradas a continuación:

- Información sobre las características y demografía de la zona afectada.
- Análisis de las actitudes de la población ante el riesgo.
- Estudio del plan.
- Definición de los contenidos de la información.

- Elección de las técnicas a emplear según necesidades, preparación, tamaño y sensibilización de la población.
- Elaboración de los materiales.
- Selección y formación de los informadores.
- Calendario y lugares, que indiquen dónde y cuándo se dará la información.

En toda campaña se debe hacer un seguimiento de la aceptación por el público para rectificar lo que sea necesario, así como una evaluación final de la campaña. Estos aspectos de "feed-back" o revisión son esenciales si se quieren lograr los objetivos y economizar gastos y esfuerzos.

#### **1.4. NORMAS BÁSICAS**

- La estadística sobre riesgos por sí sola no reduce la inquietud y preocupación del público, sobre todo si se trata de riesgos incontrolables, involuntarios o des-conocidos.
- Se deben reconocer los aspectos emocionales asociados a la percepción de riesgos y reaccionar ante ellos.
- Colaboración con los medios de comunicación, entendiendo y facilitando su labor en la medida de lo posible.
- Crear confianza, recalando que se está actuando para controlar, afrontar y reducir los riesgos.
- La Alcaldía de Paterna y otras administraciones implicadas en la emergencia, si las hubiere, deben conseguir un alto grado de consenso en las opiniones que hacen sus representantes ante los medios de comunicación.
- Elegir el mejor portavoz, y tener apoyo de terceros, como técnicos, expertos o líderes de opinión para informar a la población y al público en general.
- Las autoridades deben adoptar una postura abierta y flexible, que reconozca sus errores y proporcione información desde el primer momento, aunque el riesgo se considere "pequeño e irrelevante".
- Se debe usar un lenguaje claro, asequible para toda la población, de manera que resulte convincente, huyendo de tecnicismos y ambigüedades.
- Ser sincero en las informaciones y mostrar respeto por los ciudadanos de Paterna tratando de involucrarlos lo antes posible en las cuestiones referentes a los riesgos.
- Realizar un seguimiento de las tareas de información para comprobar el grado de consecución de los objetivos.
- Dar consignas claras.
- Instrucciones para la evacuación si fueran necesarias.
- Dar recomendaciones orientativas.

- Peticiones de colaboraciones específicas.

Otras que considere necesario el Director del Plan.

## **1.5. CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN QUE SE DEBE DAR**

Es fundamental que la población de Paterna tenga conocimiento del Plan Municipal de Emergencias (PME/PTM), de forma que la información transmitida a cada grupo de población sea la adecuada para poder tomar las decisiones y actitudes correctas ante los avisos de emergencia o ante la propia situación de emergencia.

En consecuencia, el Director del Plan promoverá periódicamente campañas de sensibilización entre la población del municipio, en especial aquella de las zonas más vulnerables, para garantizar que tengan un conocimiento adecuado y suficiente del contenido del plan y las actitudes a adoptar en caso de emergencia. Con todo ello, se asegurará la enseñanza básica de las medidas básicas de autoprotección entre la población.

La primera campaña de divulgación del PME/PTM a la población deberá comenzar con la presentación del plan a los medios de comunicación social, continuando con una serie de etapas cuyo contenido puede configurarse como el siguiente:

- Determinación de los distintos tipos de público en el municipio.
- Elaboración de materiales informativos acerca del plan para la población: folletos informativos, cartas de presentación, video divulgativo, página web, etc.
- Formación de aquellas personas que actuarán como portavoces, informado-res o formadores.
- Charlas informativas a colectivos de interés: colegios, asociaciones de vecinos, etc.
- Distribución del material informativo a los distintos colectivos de interés.
- Realización de un simulacro donde se convoque la asistencia de la población.

La difusión del plan debe ser una labor continuada en el tiempo, por lo que se deben llevar a cabo periódicamente las siguientes acciones:

- Campañas informativas a la población: Se establecerá un programa de charlas a diversos grupos sociales, por ejemplo:
  - ☞ Asociaciones de vecinos.
  - ☞ Asociaciones de amas de casa.
  - ☞ Asociaciones culturales, religiosas, etc.
  - ☞ Asociaciones de hoteleros, de comerciantes...

- Grupos ecologistas.
  - Colegios, centros de enseñanza secundaria.
  - Otros.
- Charlas a las entidades colaboradoras: Es conveniente que dichas entidades estén informadas con mayor precisión que otros grupos debido a que en caso de activación del plan su intervención puede ser requerida y muy necesaria:
- Cruz Roja.
  - Centros asistencia sanitaria.
  - Empresas de transporte.
  - Asociaciones deportivas, culturales, de carácter religioso, etc.
  - Otros.

Lo que se pretende con este listado es que se llegue a la mayor parte de la población independientemente del colectivo a que represente cada entidad colaboradora.

La campaña informativa irá orientada a informar a la población sobre:

- La existencia de un PME/PTM que ha analizado los riesgos del municipio y ha establecido la coordinación entre los grupos que velan por su seguridad.
- Consejos de autoprotección, medios que se emplearán para transmitir mensajes y facilitar información, naturaleza y contenido de esos mensajes.

Por lo que se refiere a las técnicas de información o comunicación, y teniendo en cuenta que no existe un único método para informar, es conveniente combinar la información escrita y oral, utilizando las técnicas más adecuadas para cada público al que va dirigida la información. Se usarán, en consecuencia, diferentes métodos para tener informada a la población de los riesgos que pueden afectarla en determinadas situaciones; o cuando se prevea una posible catástrofe u otros fenómenos que perturben su normal desarrollo.

La campaña puede realizarse a mediante los siguientes procedimientos:

- Mensajes.
- Cartas.
- Folletos.
- Visitas puerta a puerta.
- Reuniones informativas.
- Visitas a distintas instalaciones.

Medios de comunicación.

### 1.5.1. MENSAJES

El mensaje debe consistir en una información completa e inteligible sobre la seguridad y los riesgos que hay en el término municipal. El objetivo es explicar los riesgos y las medidas de seguridad empleadas para minimizarlos, de manera que la población los comprenda mejor y pueda actuar correctamente siguiendo las consignas de las autoridades.

Los mensajes han de ser un estímulo para la adopción de las medidas de protección, por lo que es conveniente respondan a las siguientes directrices:

- Al formular el mensaje ha de tenerse en cuenta su motivación.
- Tan importante como el “cómo se dice”, es el “qué se dice” por lo que se deben seguir unas pautas en cuanto al contenido de los mensajes. Son:
  - ☞ Los mensajes deben ser difundidos en términos imperativos.
  - ☞ Deben indicar normas de comportamiento.

Las reglas para la redacción de **mensajes de alerta** son:

- Deben ser claros, concretos, decisivos y "sin prisas"
- Deben facilitar únicamente información preestablecida.
- Deben difundirse para conocimiento a las Unidades Básicas de Intervención (UBIs).
- Deben comenzar por la palabra "ATENCIÓN", utilizando la 2ª persona del singular y sin emplear términos como "por favor" o "gracias".
- Deben advertir la gravedad y describir brevemente lo ocurrido.
- Deben establecer un plazo de tiempo hasta el siguiente mensaje.
  - Deber tener una duración inferior a cinco (5) minutos.
  - Deben ser convincentes, para que la población adopte las medidas que se consideren mejores.
  - Deben difundirse en un idioma que puedan comprender las personas que los reciben, por lo que este aspecto deberá tenerse en cuenta donde existen colectivos de extranjeros (emigrantes o zonas de turistas).
  - No deben utilizar expresiones técnicas que puedan reducir su comprensión.
  - Al indicar la intensidad del peligro, dar una idea de los daños que posiblemente se vayan a producir y de sus consecuencias sobre personas, bienes y medio ambiente.

- Deben dar información detallada de los riesgos y las zonas probablemente afectadas.
- Deben convencer al público afectado de que las personas corren un riesgo.
- Deben indicar explícitamente qué medidas de protección se deben tomar y en qué momento.

Además, los mensajes constituyen una herramienta en manos de los responsables de Protección Civil del Ayuntamiento de Paterna para:

- Dar charlas de divulgación.
- Editar una Guía de Protección Civil para distribución a la población.
- Realizar un buzoneo ante cualquier emergencia previsible con suficiente tiempo.
- Distribuir por riesgos concretos si se prevé su materialización.
- Divulgación en síntesis por megáfono ante la inminencia del riesgo.
- Leer por radio o utilizar como base para preparar comunicados.

Explicar los riesgos y qué medidas de seguridad son las indicadas para minimizarlos. Asegurarse que la población comprenda bien los riesgos y que por lo tanto pueda actuar de manera eficaz contra los mismos.

### **1.5.2. CARTAS**

El Ayuntamiento, conociendo un determinado riesgo que pueda afectar a la población, puede recurrir a enviar por correo una carta explicativa. Las cartas explicativas e informativas son muy útiles para estos fines y mucho más si se adjunta un folleto atractivo y con una elevada información visual que permita una pronta memorización por parte de los posibles afectados.

En las zonas donde se espera que pueda manifestarse algún riesgo, o en las zonas más vulnerables a este, difundir una primera información relativa a la seguridad de las personas.

### **1.5.3. FOLLETOS DESCRIPTIVOS**

El folleto es un modelo de difusión que tiene muy buena acogida entre la población. Es un elemento fundamental, además, porque contiene toda la información esencial y puede guardarse fácilmente para su empleo en caso de necesidad. Como principales características de los folletos cabe resaltar las siguientes:

- Deben tener unas especiales características de diseño, como son:

- ☞ Brevedad.
  - ☞ Claridad.
  - ☞ Concisión.
  - ☞ Utilidad.
  - ☞ Diseño atractivo y útil.
- Se deben utilizar como soporte para contactos directos o como apoyo de una campaña de información.
- Su contenido básico puede ser el siguiente (por ejemplo, para la presentación inicial del PME/PTM):
- ☞ PME/PTM, su objeto y contenido.
  - ☞ Medidas que debe tomar la población y actuaciones.
  - ☞ Qué hacer y qué no hacer ante una situación de emergencia.
  - ☞ Medidas de autoprotección.
- Los folletos de carácter preventivo deben contener toda la información importante a tener en cuenta en caso de emergencia. Debe contener:
- ☞ Información visual clara.
  - ☞ Listado de contactos directos en caso de emergencia.
  - ☞ Valorar consecuentemente el riesgo.
  - ☞ Delimitar las zonas posiblemente afectadas.
  - ☞ Cómo se incluyen estas actuaciones dentro del PME/PTM.
  - ☞ Qué medidas debe adoptar la población y la manera de llevarlas a cabo.

Qué es lo que nunca se debe de hacer.

#### **1.5.4. VISITAS PUERTA A PUERTA**

En algunas ocasiones, cuando se observe que la información no ha llegado de forma eficaz a la población, o se han producido errores o dudas en algunas personas, cabe la posibilidad de organizar un programa de visitas puerta a puerta. En estas visitas, además de facilitar la información pertinente, el personal encargado puede detectar las inquietudes que conlleva la información de riesgos. Otra vía para conseguir esta finalidad podría ser una campaña de encuestas a la población en general. Así, conociendo cómo se recibe la información, se podrán incorporar los cambios necesarios para lograr una mayor comprensión del mensaje.

Los contactos individuales deben realizarse con todos los sectores de población, para lo que se formará un grupo de "visitadores", debidamente formados, que realizarán la visitas, previa campaña en medios de comunicación y aviso por carta.

Este medio debe reservarse para supuestos excepcionales, con determinados riesgos de máximo interés, en las zonas más sensibles a la ocurrencia del riesgo, o cuando la probabilidad del mismo sea muy elevada, para informar a las familias del riesgo al que están expuestas y qué medidas tomar en caso de la ocurrencia del mismo.

### **1.5.5. REUNIONES INFORMATIVAS**

Cuando los riesgos no sean muy probables, la población no sea muy sensible o se trate de áreas geográficas muy amplias para proceder a visitas puerta a puerta, es aconsejable ofrecer la información mediante reuniones con distintos sectores.

Las reuniones se harán en locales públicos o privados y también pueden ser jornadas de puertas abiertas y estar dirigidas por representantes de todas las instituciones que intervienen en la campaña, autoridades, técnicos y operativos, que puedan clarificar dudas y transmitir confianza en el PME/PTM, y en las que se utilizará material audiovisual que refuerce el contenido de los folletos distribuidos previamente.

### **1.5.6. VISITAS A INSTALACIONES DE ESPECIAL INTERÉS POR SU RIESGO**

Para la información acerca de los riesgos de origen industrial significativo, es conveniente, siempre que sea posible, animar a los industriales a que colaboren en las tareas de información, ofreciendo al público la posibilidad de visitar las instalaciones y hablar con el personal de la empresa.

Con las visitas a las instalaciones que puedan presuponer un posible riesgo se tratará de:

- Familiarizar a la población afectada con las instalaciones industriales y sus posibles riesgos, dando a conocer a la población las medidas que se han implantado para evitar la ocurrencia de accidentes.
- Combatir el miedo a lo desconocido, evitando habladurías y falsas alarmas entre la población afectada.
- Dar a conocer estas instalaciones a sectores sensibles de la población (escolares, grupos ecologistas, etc.), para ir creando una conciencia de apoyo y de como actuar correctamente en caso de emergencia.

Transmitir confianza a la población, que puede hablar con el personal de las industrias, sector que a veces ofrece más credibilidad y confianza que las propias autoridades.

### **1.5.7. MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Los medios de comunicación son una parte muy importante para la difusión adecuada del PME/PTM y para la transmisión de mensajes al público en general, además de tener la obligación legal de colaborar en caso de emergencia con el Director del Plan.

Para la difusión del Plan Municipal de Emergencias, el Alcalde de Paterna, el Director Técnico del PME/PTM o el Director de Implantación y Mantenimiento, asesorados por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento y otros responsables de Protección Civil pueden convocar a los medios de comunicación. En esta convocatoria se aconseja entregar un "dossier" a cada uno de los asistentes, que podrá contener la siguiente información:

- Riesgos potenciales que pueden afectar al municipio.
- Extracto de normativas sobre la materia.
- Extracto del PME/PTM.
- Medidas de autoprotección.
- Consejos y actuaciones que deben de seguir los ciudadanos.
- Material informativo (folletos, notas de prensa, etc.).