WORLD CONFERENCE DISASTERS **REDUCTION** HYOGO-KOBE **JAPON** 2005



**Mendoza-Argentina** 

Gloria Bratschi
Consultora

gbrat@lanet.com.ar



Desde Mendoza Argentina



#### Prevenir junto a los medios de comunicación



## Junto a los procesos de globalización

# Los desastres se han "globalizado"

son "enviados" con impactantes imágenes sonido, color grandes letras hacia todo el planeta



#### Deberíamos hacer lo mismo con la Prevención de Riesgos



# Estrategia de comunicación

Plan de difusión



Llegar a todas
las comunidades
Desde un solo concepto

Adaptando mensajes a los públicos

Buscar nuevas fuentes de creatividad e innovación comunicacional

## Incorporación

## de los medios de comunicación

Gestion del Riesgo

#### Actores dinamizadores

Se suman a la educación formal e informal



#### i Tener en cuenta!

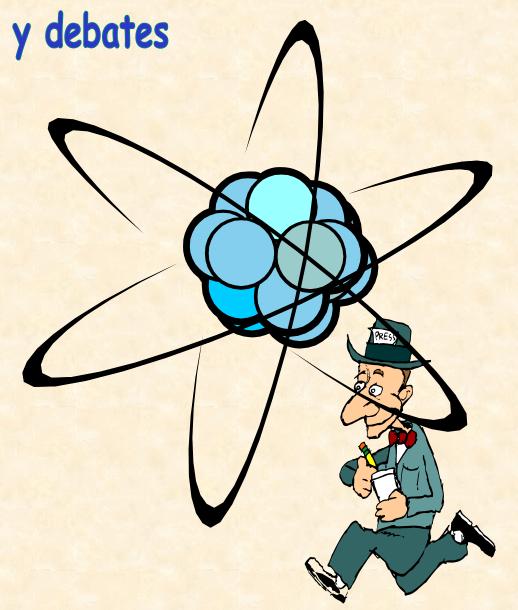
Las personas se acercan a los medios a pedir información llaman por telefóno envian sus mails

Facilitadores de la prevención de desastres

#### Capacidad para instalar Temas y debates

## Agenda pública

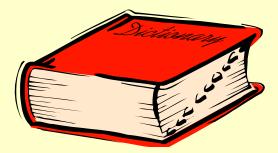
Lo que difunden masivamente llega a ser conocido por todos



Recursos tecnológicos y expresivos de los mass media

"Casi un liderazgo mediático"





## Preparar a las personas desde los medios

Intención sustentable

Sobre todo cuando "nada ocurre"

importante!



Que las personas comprendan que deben participar en la Gestión del Riesgo Hacer "creíble" el riesgo





Promover la resiliencia social e individual

## Medios de comunicación

Convivencia mediática con la sociedad



Rapidez
Instanteneidad
Simultaneidad
Originalidad

Personas muy conocidas por la comunidad salen en TV hablan por radio escriben en el diario

Así como "recomiendan"
un producto
o servicio

Pueden recomendar prevención

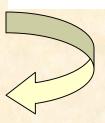
#### "El teatro de la mente"

Formatos
publicitarios
radioteatros
magazines
boletines de noticias
flashes



Carcanía afectiva con el oyente

V O Z música otros sonidos



AM

FM

OC

Comunidades muy alejadas
Analfabetas
Indígenes
A veces, con medios propios

Estimula imaginación



Necesidad de integrarlos Facilitarles soportes tecnológicos

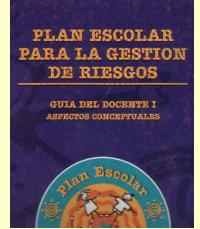
# Suplementos Pequeñas cartillas Secciones especiales Formatos publicitarios Fotos Infogramas Gráficos fichas didácticas

#### Valor documental de la palabra impresa

Re-lectura







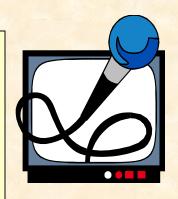
De uso pedagógico en los tres niveles y comunitario



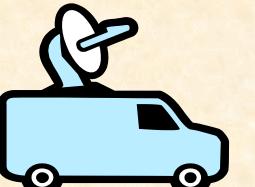
Imagen
y sonidos
seducen
persuaden
emocionan
impactan

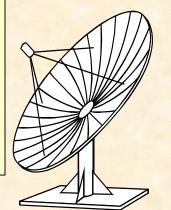
### La Televisión

Programas periodísticos Microprogramas **Musicales Entrevistas Documentales Telenovelas Magazines** Formatos publicitarios **Entretenimientos Informes Especiales Noticiarios Otros** Grabados y/o en directo)



Se puede "mostrar' la prevención







FACILITAN
DISEÑOS
E IMPLEMENTACIÓN
DE CAMPAÑAS

Transformando
lo que es importante
en
interesante
y participativo

Propiciar su integración local, regional y planetaria

En equilibrio informativo

Mensajes coordinados adaptados a los públicos

Información institucional preventiva de calidad

Creatividad e innovación comunicacional

Producción de mensajes claros, oportunos, éticos, interesantes, que propicien fortalezas

Estrategias comunicativas: planes

Participación de las comunidades

Promover que los medios de comunicación trabajen en forma mancomunada por la prevención de desastres junto a la educación formal e informal



