



Medios de comunicación como actores durante y después de la emergencia

Serie reflexiones alimentación y lucha contra el hambre: COVID19

La articulación entre el sector público, privado y la sociedad civil permitirá que las acciones que buscan garantizar el Derecho Humano a la Alimentación Adecuada (DHA) se lleven a cabo con éxito. La pandemia actual pone de manifiesto la urgencia de atender de manera inmediata las necesidades de la población, dentro de las que se encuentra, y en un lugar prioritario, la alimentación.

El impacto de las medidas necesarias que se han adoptado para disminuir el contagio del virus en la población y evitar el colapso de los servicios de salud, pone en riesgo la seguridad alimentaria y nutricional de diversas poblaciones, es por esta razón que se deben adoptar medidas inmediatas para proteger a los más vulnerables, mantener activas las cadenas de suministro de alimentos y mitigar los efectos de la pandemia en el sistema alimentario.

Los medios de comunicación oficiales, privados y alternativos son claves en este escenario para la difusión de información acertada y sustentada, así como para desarrollar acciones pedagógicas y educativas frente a la COVID19 y la alimentación saludable, emitiendo información clara, precisa y acorde con los medios de vida de la población.

Hoy, Colombia es referente en el tema de uso y acceso a las redes sociales. De acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), el país ocupa el puesto 14 de las naciones con mayor cantidad de usuarios de Facebook y se estima que hay más de 6 millones de abonados a Twitter (MinTIC, s.f.). No sorprende entonces, que la totalidad de las instituciones del Estado cuenten en sus sitios web con acceso a redes sociales donde difunden sus políticas, envían información de interés para la ciudadanía o aclaran dudas y mal entendidos. Aun así, uno de los desafíos de las instituciones es lograr que su producción intelectual y directrices se difundan de manera apropiada en los públicos interesados. Así, se ha evidenciado una gran transmisión de las diferentes estrategias y acciones que, desde todas las entidades de gobierno, sector privado y sociedad civil, vienen realizando para mitigar el impacto social y económico de la pandemia.



Acciones de los medios de comunicación, durante y después de la emergencia

Durante la emergencia y en confinamiento, los medios de comunicación serán la herramienta para que los gobiernos escuchen las necesidades y situaciones que se derivan de la emergencia, y para que las poblaciones reciban información oportuna que logre el acompañamiento en cambios de comportamiento y la orientación para la aplicación de recomendaciones de salud, nutrición e inocuidad.

Para que lo anterior se logre en todos los territorios, será importante que se elijan los canales de comunicación y herramientas pedagógicas apropiadas para transmitir los mensajes claves a las diferentes audiencias, con el fin de orientar a las familias sobre la adecuada selección-compra, preparación y consumo de alimentos en el hogar. También es importante que las entidades de gobierno encargadas de la garantía de los derechos a la población más vulnerable seleccionen en la implementación de sus iniciativas alimentos saludables y culturalmente aceptados, siguiendo las recomendaciones en salud y nutrición y las experiencias del diálogo social.

FAO propone diez consejos de alimentación saludable para enfrentar la crisis durante la pandemia de la COVID-19 (FAO, 2020) con los cuales se pueden generar diferentes estrategias de comunicación que pueden ser reforzados y adoptados por los hogares según los contextos territoriales diversos del país:

1. Fortalece tu sistema inmunológico a través de la alimentación y la actividad física regular.
2. No compres únicamente alimentos no perecederos.
3. Planifica tu compra: compra lo justo y necesario.
4. Aprende más sobre técnicas de cocina y de almacenamiento de alimentos.
5. No tires tus sobras.
6. Bebe mucha agua.
7. Si estás lactando, mantén la lactancia por más tiempo (FAO, ICBF, 2018).
8. Haz rendir tu presupuesto.
9. Evita los productos industrializados (paquetes, gaseosas, aderezos, salsas).
10. Cocina en familia.

Desde las acciones de promoción del gobierno, hasta las acciones de influencia entre pares en las comunidades, deben valerse de los recursos electrónicos y los medios de comunicación según las características de la población.



El aumento en la circulación de información relacionada con la pandemia a través de las redes sociales, medio que no debe perderse de vista para promover acciones frente a la COVID-19 y la alimentación saludable, no siempre brinda información válida y veraz, por lo que es de vital importancia orientar a la población en general para asegurar que obtengan información de fuentes verificadas como FAO, UNICEF, la Organización Mundial de la Salud -OMS/OPS, y de las entidades autorizadas a nivel gubernamental (como el Ministerio de Salud y Protección Social y el ICBF). FAO trabaja con expertos en temas de alimentación y nutrición de todo el mundo para proporcionar información rigurosa; por lo que se debe continuar compartiendo las últimas noticias, artículos de referencia para la población y recursos para los medios de comunicación, tan pronto como haya información nueva disponible¹.

La información debe llegar a toda la población urbana, rural y territorios étnicos, por lo cual, otros canales distintos al internet como la televisión, la radio local y comunitaria, el *pregoneo* (con megáfono); mensajes radiales en lenguas indígenas; o mensajes de texto y boletines impresos, son útiles y oportunos para difundir la información que proporcionan los gobiernos nacional y local, en temas como la promoción de una alimentación saludable, las prácticas de agricultura familiar, el uso eficiente de los recursos o la optimización del uso de los alimentos para la reducción de los desperdicios.

Es necesario que los medios de comunicación continúen siendo aliados en la difusión de mensajes que promuevan el apoyo mutuo y el mantenimiento de las medidas de prevención. Se recomienda, además, promover el consumo responsable y la compra local de alimentos, fortalecer la aplicación de la gastronomía para el consumo de alimentos frescos y saludables; promover las acciones de limpieza e higiene como factores protectores en la manipulación y consumo de alimentos; y, brindar recomendaciones para prevenir los desperdicios de los alimentos en el hogar.

Después de la emergencia, las recomendaciones emitidas deben continuar, pero para conseguir cambios sostenibles que hagan frente a las consecuencias económicas y sociales, tienen que fortalecerse y ser el punto de partida de otras herramientas que se puedan aplicar desde las instituciones, que también a través de los medios de comunicación, logren transferencia de conocimientos y prácticas que contribuirán a la seguridad alimentaria y nutricional de las familias, como son: la producción para el autoconsumo; la agricultura sensible a la nutrición; las economías circulares²;

¹ <http://www.fao.org/colombia/en/>

² La economía circular propone un cambio en la forma en la que actualmente se produce y consume, que está basada en una economía lineal de extracción-producción-consumo-desperdicio. Se plantea un cambio en el que se deben cerrar los ciclos de producción y mantener un flujo constante de recursos naturales.



la alimentación diversa y adecuada en cantidad y calidad de nutrientes; la gastronomía sostenible en el hogar; la valoración y el fortalecimiento de la cultura alimentaria; entre otros.

En los medios, son partícipes diversas figuras o personajes públicos de gran reconocimiento (deportistas, artistas, académicos, entre otros), que pueden difundir ampliamente mensajes clave y facilitar su recordación dada la influencia cultural y el vínculo emocional que tienen con la población. Para ello, se debe identificar a quiénes practican hábitos de alimentación saludable para que acompañen la difusión de información válida a la población en general.

De igual manera, los medios de comunicación están llamados a favorecer el consumo de productos naturales, saludables y de temporada; a promocionar la diversidad de la dieta y a tener un rol de promoción y educación en prácticas y hábitos de vida saludable. En adición, los medios pueden promover y brindar mensajes para el desarrollo de habilidades de ahorro, trabajo en equipo y liderazgo, que fortalezcan el tejido social de las comunidades, la prevención de la discriminación hacia la población migrante y la generación de confianza para resolver la crisis mediante el apoyo mutuo.

Referencias:

FAO; ICBF (2018) Guías Alimentarias Basadas en Alimentos para mujeres gestantes, madres en período de lactancia y niños y niñas menores de 2 años de Colombia. [en línea]. Disponible en: <http://www.fao.org/nutrition/education/food-based-dietary-guidelines/regions/countries/colombia/es/> Acceso: 27 de abril de 2020.

FAO (2020). Diez consejos de la FAO para alimentarte frente a la pandemia del Coronavirus. [en línea]. Disponible en: <http://www.fao.org/chile/noticias/detail-events/es/c/1267159/>. Acceso: 27 de abril de 2020.

MinTIC. (s.f.). Colombia es uno de los países con más usuarios en redes sociales en la región. Consultado el 20 de abril de 2019, enlace: <http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-2713.html>

