



Universidad Nacional del Comahue
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Diseño de una producción de contenidos transmedia:
**Información y comunicación de un
Plan de Emergencia Fitosanitario por Mosca de los Frutos
en la región norpatagónica argentina**

**Trabajo Final Integrador
para obtener el grado académico de:**

Especialista en Comunicación y Culturas Contemporáneas

Autor:

Lic. Omar GONZALEZ

Tutor:

Mg. Fabián BERGERO

General Roca, Río Negro
Noviembre de 2018

RESUMEN

El trabajo presenta el diseño de producción de contenidos transmedia para implementar en un Plan de Emergencia Fitosanitario por Mosca de los Frutos en la región norpatagónica argentina.

A partir de un recorrido por los enfoques teóricos sobre las narrativas contemporáneas, propone un análisis de las audiencias objetivo que se pueden identificar durante el desarrollo de un Plan, los diversos medios/plataformas/aplicaciones a utilizar, los objetivos que justifican esas elecciones y los contenidos a narrar. En este sentido, la propuesta tiende a potenciar las posibilidades actuales de producción, participación y expansión del relato por parte de las mencionadas audiencias.

El documento se presenta como la primera propuesta de desarrollo transmedia en el ámbito de la sanidad y calidad agroalimentaria dentro de la República Argentina.

Palabras clave: Narrativa Transmedia, Plan de Emergencia Fitosanitario, Mosca de los Frutos, Comunicación en situaciones de emergencia, Patagonia.



ÍNDICE

| | |
|------------------------|----|
| Resumen..... | 2 |
| Índice | 3 |
| Introducción | 4 |
| Justificación | 8 |
| Marco teórico | 8 |
| Aportes posibles | 13 |
| Desarrollo | 14 |
| Conclusiones | 28 |
| Bibliografía | 30 |

INTRODUCCIÓN

El siguiente documento propone un diseño de producción de contenidos transmedia a implementarse durante un eventual Plan de Emergencia Fitosanitario por Mosca de los Frutos en la región norpatagónica argentina (provincias de Río Negro y Neuquén), a incluirse en el componente de Comunicación con su correspondiente presupuesto asignado.

Para ello se tiene como guía la propuesta de elaboración de una Biblia Transmedia presentada por Gary Hayes (2012), con el objetivo de generar un relato que se presente inmerso en tiempos de convergencia mediática y nuevas posibilidades de acción y participación del usuario o de las audiencias de acuerdo con lo definido por Jenkins:

“Esta circulación de los contenidos mediáticos (a través de diferentes sistemas mediáticos, economías mediáticas en competencia y fronteras nacionales) depende enormemente de la participación activa de los consumidores (...) la convergencia representa un cambio cultural, toda vez que anima a los consumidores a buscar nueva información y establecer conexiones entre contenidos mediáticos dispersos” (Jenkins, 2008, pág. 15).

A esto debemos sumar que, desde nuestra perspectiva, durante el desarrollo de una emergencia fitosanitaria la comunicación adquiere un rol casi tan importante como las tareas técnicas que se deben realizar en el área de cuarentena para lograr la erradicación de la plaga.

Así, comunicar oficialmente tanto a los gobiernos provinciales y locales como a los países compradores, notificar a empresarios y productores frutícolas sobre los alcances de la contingencia, emitir gacetillas, realizar conferencias de prensa, organizar recorridos por la zona en cuestión con periodistas especializados, promover charlas con las audiencias internas del Plan, diseñar piezas audiovisuales e impresas para explicar el fenómeno a las audiencias objetivo y a la población a nivel regional, son solo algunas de las acciones a desarrollar en las diversas dimensiones de la comunicación en situaciones de emergencia fitosanitaria. Por todo esto, insistimos con que el basamento de este complejo esquema de comunicación e información debería estar centrado, principalmente, en las nuevas posibilidades de acción y participación que tienen los receptores de los mensajes que se emitirán.

Es el propio Jenkins (2008) quien señala que la convergencia sucede cuando la gente toma las riendas de los medios que puede resultar en una experiencia maravillosamente creativa en el caso de que sea usada para lograr el entendimiento entre las personas. En esa línea

argumental, el autor asegura que las audiencias son las protagonistas de esta convergencia en un proceso corporativo que puede fluir en diversas direcciones.

Teniendo en cuenta que la convergencia corporativa coexiste con la convergencia popular, hay veces que se refuerzan mutuamente, creando relaciones más cercanas y gratificantes entre productores y consumidores mediáticos (Jenkins, 2008). Esta última mirada deriva en la figura del *prosumidor* (productor – consumidor) o en su variante no mercantilista la de *emirec* (emisor – receptor). Sea como fuere, el receptor está en condiciones de resignificar el/los mensaje/s, darle/s otra impronta, desestructurarlo/s y volverlo/s a incorporar al relato.

Jenkins identificará ese momento de convergencia en el cual el flujo de contenido atraviesa múltiples plataformas mediáticas, no solo con la utilización de los denominados medios emergentes, sino que también se abre la oportunidad de volver a usar las tácticas y estrategias de comunicaciones tradicionales, incluidas aquellas que han quedado en el olvido (tales como las narraciones de boca en boca). En suma, se nos presenta la posibilidad de usar múltiples estrategias, sean estas tradicionales o contemporáneas, ajustadas a los medios y plataformas emergentes.

Por su lado, Pablo Mancini (2012) advierte que la/s audiencia/s ahora consume/n en píldoras, en todo momento y desde cualquier parte. Tengamos en cuenta que, tal como describe el autor, son tiempos en que el receptor del mensaje es clave como agente de la distribución de los contenidos que producen y generan los medios, momentos en que la audiencia como blanco de los contenidos de los medios de comunicación no existe más, momentos en que la audiencia invirtió la ecuación. Y es desde esa oportunidad que pivotará el presente diseño, con el objetivo de potenciar la comunicación del Plan de Emergencia. Así, nos moviliza pensar que a partir de una estrategia de sensibilización de la problemática fitosanitaria, serán esas audiencias las que repliquen los mensajes surgidos de los medios tradicionales o de los medios emergentes y, mejor aún, aporten contenido que permitan hacer más visible la emergencia sanitaria y ayuden a la resolución positiva de la misma.

Situación de plaga en la Patagonia

A partir de la declaración de Área Libre de Mosca de los Frutos por parte del gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica el 8 de diciembre de 2005 y la posterior validación del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) de nuestro país, la Patagonia argentina pasó a contar con un nuevo estatus fitosanitario, que la ubica en condiciones de

exportar frutas frescas con una ventaja competitiva respecto al resto del país. Las producciones frutícolas de la Patagonia pueden ingresar, por ejemplo, al mercado estadounidense sin los rigurosos tratamientos que se exigían con anterioridad para la exportación de peras y manzanas. En el mismo marco, se abrió la posibilidad de que frutas de carozo tales como la cereza, pudieran exportarse a EEUU o a Hong Kong a contra estación y por vía aérea. Desde el punto de vista técnico, los profesionales encargados del monitoreo, control y erradicación de la plaga explican que haber conseguido este logro posibilita a la zona el ahorro –en promedio– de 2,5 millones de dólares por temporada frutícola¹.

Planes de emergencia fitosanitarios

El Programa Nacional de Control y Erradicación de Mosca de los Frutos Región Patagónica (Procem Patagonia) previene que la declaración de Área Libre de Mosca de los Frutos no significa que no puedan existir rebrotes parciales o totales de la plaga. Y es por ello que se trabaja en un Sistema Cuarentenario integrado por controles al ingreso a la región, el que permite la inspección constante y sistemática de transportes de toda índole y personas. El objetivo de esta tarea es evitar el ingreso de productos que puedan vehicular a la mosca de los frutos en cualquiera de sus estadios. A esto se suman las tareas de control preventivo y vigilancia y monitoreo que siguen desarrollando en los valles productivos. De todas formas, y a pesar de estas acciones descriptas, suelen aparecer rebrotes parciales de la plaga. Para hacer frente a los mismos, existen protocolos internacionales acordados sobre cada uno de los procedimientos que se deben poner en vigencia ante la detección del insecto. Es así que a partir de la captura de ejemplares fértiles de la mosca dentro del Área Libre se activa un Plan de Emergencia Fitosanitario circunscripto sobre una zona próxima al foco. Esto no significa que toda la Patagonia pierde este estatus diferencial, sino que se define un radio de 7,5 kilómetros desde el lugar del hallazgo del insecto. Atendiendo a que históricamente el desarrollo de esta mosca del mediterráneo en la región se ha dado en áreas urbanas, la zona en emergencia suele involucrar a algunos predios productivos y a establecimientos de empaque, acondicionamiento y frío de frutas.

Si bien insistimos con que a nivel general no se pierden los atributos de área libre, en esta zona regulada los productores y los empresarios frutícolas deben desarrollar acciones extraordinarias tanto en la producción como en su procesamiento y comercialización

¹ Para ampliar al respecto ver www.funbapa.org.ar

internacional. Asimismo, por desarrollarse en una zona urbana es probable que se deban instalar Puestos de Control en las rutas regionales, con el objetivo de verificar que la fruta que transita por esta el área de cuarentena cumpla con las exigencias fitosanitarias.

Audiencias

A continuación, se presentan las audiencias objetivo a las que se apunta durante la ejecución del Plan de Emergencia, distinguiendo si las mismas pertenecen al sector público o privado y separándolas según correspondan a las dimensiones de la comunicación masiva, interinstitucional o interna.

| Dimensiones de comunicación | Audiencia/s objetivo | |
|-----------------------------|---|---|
| | Sector Público | Sector Privado |
| Masiva | <ul style="list-style-type: none"> -Técnicos/profesionales Agrónomos de organismos oficiales municipales, provinciales y nacionales -Educadores y estudiantes que desarrollen vivan o desarrollen su tarea dentro de la zona en cuarentena -Comunicadores institucionales | <ul style="list-style-type: none"> -Trabajadores / Productores / empresarios frutícolas -Técnicos/profesionales Agrónomos -Vecinos de la zona involucrada -Periodistas especializados en el ámbito agropecuario -Periodistas locales/regionales con rango de acción en la zona de cuarentena -Personas que transitan por las rutas regionales |
| Interinstitucional | <ul style="list-style-type: none"> -Gobiernos provinciales de Neuquén y de Río Negro -Gobiernos del/de los municipio/s involucrados -Universidad Nacional del Comahue -Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (Inta) -Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa) | <ul style="list-style-type: none"> -Federación de Productores de Fruta de Río Negro y Neuquén -Cámara Argentina de Fruticultores Integrados (Cafi) |
| Interna | <ul style="list-style-type: none"> -Técnicos/profesionales agrónomos del Procem Patagonia -Técnicos/profesionales de otros programas zoofitosanitarios que se aplican en la región patagónica -Directivos | |

JUSTIFICACIÓN

El presente diseño transmedia parte de la necesidad de aportar nuestra visión profesional sobre la Comunicación y Culturas Contemporáneas a una de las actividades fitosanitarias más importantes de la región de los Valles Irrigados de Río Negro y Neuquén.

El desarrollo de un Plan de Emergencia por la aparición de un foco de Mosca de los Frutos se transforma en una situación de crisis para la fruticultura norpatagónica teniendo en cuenta el retroceso sanitario que implicaría no poder controlarlo.

Como hemos señalado, consideramos que durante **el desarrollo de la contingencia la comunicación social adquiere la misma relevancia e importancia que las acciones sanitarias que se desarrollen para controlar la plaga.**

Por otra parte, al momento de presentación del presente trabajo, no hay desarrollado en el país una experiencia transmedia de estas características en el abordaje de temas comunicacionales en emergencias zoofitosanitarias.

MARCO TEÓRICO

Al momento de elaboración de esta propuesta, los desarrollos en términos de comunicación durante Planes de Emergencia Fitosanitarios por Mosca de los Frutos en la República Argentina se limitan a recomendaciones o estrategias a implementar en los medios tradicionales de información, tal como queda plasmado en el Manual de Procedimientos del Procem (Senasa, 2015) y el Plan de Trabajo durante un Plan de Emergencia (Procem Patagonia, Funbapa, 2008).

Si bien en “Las redes sociales en la comunicación de riesgos y crisis: oportunidades y retos” José Alberto Gómez (2014) hace un abordaje desde el punto de vista de la salud de los seres humanos, brinda elementos que nos permiten comprender la comunicación en situaciones de emergencia de diversa índole. El autor dice que la misma se convierte en un factor fundamental para la mitigación de los riesgos que requiere la coordinación de las autoridades y la participación organizaciones y sociedad civil. En ese sentido, reflexiona acerca de la tecnología y las redes sociales considerándolas como herramientas de comunicación que permean

diferentes sectores de la sociedad y que han comenzado a transformar gobiernos, instituciones y prácticas sociales.

El docente mexicano indica que el uso de las redes sociales no solo ha transformado la percepción del riesgo y las crisis, sino también las expectativas sobre la respuesta a las emergencias por parte de la administración pública, el sector privado y las organizaciones de voluntarios. Tengamos presente que durante el desarrollo de un Plan de Emergencia Fitosanitario se produce un trabajo interinstitucional entre el sector público y el privado, para los cuales controlar el foco de la plaga lo más rápido posible se convierte en un desafío compartido.

Gómez asegura que en muchos países las expectativas del público y los roles están cambiando en términos del deseo hacia una mayor transparencia en la gestión de la información, y un gobierno abierto y más inclusivo en la participación. Y agrega que:

“Castells habla de que el uso de la tecnología aplicada a la participación ciudadana o e-participación funciona en base a la “formulación de la política en los medios electrónicos” (Castells, 1996) y se ocupa de cada uno de los tres nodos básicos (Gronlund, 2001) entorno al cual las TIC funcionan: la política, la administración y la sociedad civil. Estos son las esferas de la sociedad donde hay que aumentar el conocimiento sobre el uso de las TIC, pero también la coordinación y la comunicación entre los participantes” (Gómez, 2014, pág. 6).

La planificación en la comunicación en situaciones de emergencias

En 2005 la Organización Panamericana de la Salud editó “La comunicación frente a erupciones volcánicas”, un documento en el cual se definen y recomiendan pasos a seguir ante estas situaciones. En ese documento se hace hincapié en la importancia de planificar la comunicación y se destaca que es muy importante delimitar claramente las instituciones y los grupos humanos involucrados en el desarrollo de los procesos comunicativos durante una emergencia (Organización Panamericana de la Salud, 2005). De esta manera, clasifica a las audiencias ante una emergencia en potenciales afectados según el escenario, miembros de la propia institución u organización, personal asistencial y de salud de otras organizaciones y entidades, medios de información, público en general y la comunidad científica.

A partir de esta distinción, detalla que a cada uno de estos grupos habrá que destinar un mensaje, un medio y un lenguaje particular que responda tanto a sus necesidades de

información, es decir el *qué necesitan saber*, como al interés de quien comunica, o sea el *qué información necesita transmitir*.

Como se podrá advertir, cada uno de estos sectores o grupos sociales intercambian, relacionan, aportan, acogen o descartan los mensajes desde su propio conocimiento y desde su contexto particular. En relación a ello, la organización panamericana indica que hay que considerar que la efectividad de los procesos comunicativos se sustenta en el reconocimiento de la capacidad de la institución y las características propias de los potenciales interlocutores. De acuerdo con esa visión respecto a situaciones de emergencia sanitaria, en nuestra propuesta se tienen presentes las siguientes funciones de la comunicación interinstitucional:

- Propiciar diálogos y concertaciones entre los actores sociales y el Procem Patagonia. Como hemos señalado, en este punto encontraremos tanto a las audiencias directamente relacionados con la problemática como a aquellos a quienes la situación se les presenta eventual y lateralmente. En este último punto, podemos identificar –por ejemplo- a los conductores de vehículos particulares que atraviesen la zona cuarentenada.
- Fortalecer la coordinación de acciones entre organizaciones públicas y privadas del sector frutihortícola del Alto Valle de Río Negro y Neuquén, entre las que podemos identificar a la Federación de Productores de Fruta de Río Negro y Neuquén, Cámara Argentina de Fruticultores Integrados, Gobiernos provinciales a través de sus ministerios y secretarías afines, Ministerio de Agroindustria de la Nación, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Universidad Nacional del Comahue, Universidad Nacional de Río Negro, Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria, Consejo Profesional de Ingeniería Agronómica de Río Negro, entre otras.
- Profundizar los conocimientos sobre temas de prevención, mitigación, preparación y manejo adecuado en caso de una Emergencia Fitosanitaria por Mosca de los Frutos. En este sentido, los aportes serán directos para técnicos, profesionales y coordinadores del programa, e indirectos para integrantes de otros planes de emergencia fitosanitarias.
- Capacitar en el desarrollo de habilidades para enfrentar los efectos de la detección de un foco de Mosca de los Frutos en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén.
- Favorecer cambios positivos de comportamiento, hábitos y actitudes para el sostenimiento de un Área Libre de Mosca de los Frutos.

Participación

Las situaciones de desastre o emergencia tales como las que se describen en este trabajo suelen traer consigo caos y confusión, sobre todo en las poblaciones, sectores afectados y/o públicos/audiencias objetivo (OPS, 2009).

Si tal como asegura Jenkins (2008) nuestras vidas, relaciones, recuerdos, fantasías y deseos también fluyen por los canales de los medios, es evidente que una situación que quiebre el normal desarrollo de las actividades cotidianas implicará potenciar estas posibilidades.

Como hemos señalado, hoy en día las audiencias potencialmente podrían participar del relato institucional bajo un nuevo conjunto de reglas que aún no están claras del todo. “La convergencia no depende de ningún mecanismo de distribución específico (...) representa un cambio de paradigma”, dirá Jenkins (2008, pág. 241). Al citar al teórico cibernético francés Pierre Lévy, el autor de La cultura de la convergencia retoma el concepto de Inteligencia Colectiva:

“Ninguno de nosotros puede saberlo todo y que cada uno de nosotros sabe algo, y podemos juntar las piezas si compartimos nuestro recurso y combinamos nuestras habilidades. La Inteligencia Colectiva puede verse como una fuente alternativa de poder mediático” (Jenkins, 2008, pág. 15).

Desde esa perspectiva, y en pos de fortalecer la Inteligencia Colectiva, nuestro trabajo identifica dentro de las audiencias no solo a personas y/o instituciones que estén relacionados directamente con la situación de emergencia, sino también a quienes sin estar en relación directa, son afectados de alguna manera. En este último grupo se encuentran las personas que vivan o desarrollen actividades dentro del área de cuarentena y quienes solo atraviesan la misma.

Según señala la Organización Panamericana de la Salud ante una situación de emergencia los mecanismos habituales de gobierno y gerencia de las instituciones se alteran produciendo obstáculos y dificultades para obtener y generar información (OPS, 2009). Si bien estos factores implican una limitante, desde la entidad internacional se asegura que nunca debe ser una justificación para no producir y circular información.

En este sentido, se recomienda atender a ciertos puntos señalados como esenciales, que en el caso de un Plan de Emergencia Fitosanitaria por Mosca de los Frutos serían los siguientes:

- El manejo de la información suministrada por el Plan de Emergencia será más exitoso en la medida en que se planifiquen y preparen los mecanismos para su recopilación, producción y divulgación a través de medios tradicionales y emergentes.
- En una situación de desastre o emergencia es indispensable que se conozcan y contacten de antemano a las fuentes de información más fiables. Al igual que en el punto anterior, saber cuáles son los mecanismos de intercambio de información utilizados ayuda a convertirlos en fuente de datos para el trabajo de comunicación y gestión de información.
- Por otra parte, la Organización Panamericana de la Salud recomienda que se disponga de mapas y estudios de vulnerabilidad, estadísticas de población, indicadores socio-económicos, datos históricos u otras informaciones útiles sobre desastres que permitan comprender mejor el impacto de la emergencia. En el caso de la región norpatagónica, se cuenta con una herramienta de acceso libre y gratuito, con datos sistematizados sobre las cadenas agroproductivas de la región. Hacemos referencia al Anuario Estadístico elaborado por el Centro Regional Patagonia Norte del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa)².
- Los medios nacionales e internacionales también estarán atentos. En el caso del presente trabajo, esta atención se centrará en los medios especializados en la temática frutihortícola, producción primaria y economía, y otros ligados al ámbito temático. En todos los casos, sus principales demandas serán cifras, imágenes, opiniones de expertos, testimonios de la población afectada e información básica sobre la respuesta emprendida por las autoridades y los organismos nacionales e internacionales ligados a la sanidad, calidad y protección vegetal.
- Los comunicadores involucrados en el Plan de Emergencia deberán integrar un equipo de trabajo interdisciplinario que tendrá como tarea recopilar y convertir en información clara y comprensible los reportes técnicos producidos por profesionales.

Comunicación en 360 grados

Fabiola Oropesa Celedón (2013) señala que las emergencias están directamente relacionadas con la gestión de crisis, la comunicación organizacional es fundamental. En línea con lo planteado por otros autores (Capriotti, 2009; Amado Suarez, 2008) dice que todo lo que una

² Ver www.senasa.gob.ar en el apartado destinado al Centro Regional Patagonia Norte

institución hace transmite información sobre su identidad, “dice” cosas sobre la organización, que comunican cómo es la entidad, y por lo tanto, todos esos aspectos deben ser cuidados y planificados, para que sean coherentes con los mensajes “simbólicos” de la organización. Desde ese punto de partida expone un modelo de comunicación en 360 grados el cual “puede ser de gran utilidad pues concibe la comunicación de manera integrada en todos sus canales, armónica, congruente, con objetivos comunes, y de diálogo constante” (Oropesa Celedón, 2013, pág. 23).

En definitiva, el ejercicio de la comunicación en crisis se soporta en un modelo integral que entiende a la/s organización/es como un sistema vivo, dinámico y cambiante, relacionado con el entorno que busca la participación coordinada de las diferentes audiencias a las que se dirige su tarea con el objetivo de mantener un diálogo constante y permanente en el tiempo (Oropesa Celedón, 2013).

APORTES POSIBLES

El presente trabajo tiende a contribuir a la comunicación que se defina y estructure en futuros Planes de Emergencia Fitosanitarios. En la sociedad actual donde las informaciones parecieran fluir de manera vertiginosa, consideramos que detenernos en el análisis de cómo se identifican las características de nuestras audiencias y el mensaje a emitirlo/recibir contribuirá a entender la complejidad del proceso de comunicación en situaciones de crisis.

Nos parece oportuno contribuir con nuestro análisis crítico a uno de los programas de sanidad y calidad agroalimentaria que se implementan en la región (Procem - Región Patagónica), convencidos de que el mantenimiento de los Patrimonios Fitosanitarios de la región norpatagónica no solo tienen relación con tareas sanitarias, sino que también los profesionales de la Comunicación Social –entre otros científicos sociales- pueden hacer sus aportes en pos de ese objetivo.

La implementación de este diseño transmedia podría convertirse en la primera experiencia de este tipo en la Argentina, un dato que adquiere relevancia si mencionamos que a la fecha el país vive una invasión de langostas en las provincias del norte del país y que, además, se acaba de declarar un Plan de Emergencia *por Lobesia botrana*, una plaga que afecta la producción y comercialización de vid.

DESARROLLO

1. **Tema y lema:** ¡Ojo con la mosca! Comunicación e información del Plan de Emergencia por Mosca de los Frutos.
2. **Universo narrativo:** a partir de la detección de un foco de Mosca de los Frutos en un área que es libre de esta plaga, se ponen en marcha un Plan de Emergencia Fitosanitario. A partir de allí, se debe contar las características del trabajo que se realiza, los perjuicios que trae la presencia del insecto y las maneras/formas de colaboración que tienen las personas para concretar el objetivo de erradicar la plaga. Ante esta emergencia, las poblaciones que se encuentran dentro del área cuarentenada, así no estén vinculadas a la actividad productiva agraria, ven modificadas sus rutinas a partir de las actividades de fiscalización sanitaria y prevención que realiza el Programa Nacional de Control y Erradicación de Mosca de los Frutos (Procem).
3. **Objetivos generales de la publicación:** a partir del presente trabajo nos proponemos utilizar los medios tradicionales y los emergentes para narrar la problemática surgida a partir de la puesta en marcha de un Plan de Emergencia. Asimismo, nos proponemos una activa participación de nuestras audiencias a partir de las posibilidades de colaboración y expansión del relato existentes en la actualidad.
4. **Audiencias, objetivo/s, medios/plataformas/aplicaciones e historias a contar:** la presente propuesta parte del planteo de una “bitácora” a través de un desarrollo web y una aplicación en telefonía celular, a partir de las cuales se concentrarán las producciones a elaborar y aquellas que vayan aportando las audiencias al relato institucional.

De allí en adelante desarrollaremos los siguientes objetivos particulares:

| Audiencias | Objetivo/s | Plataforma/Medio/App | Historia a contar |
|---|--|-------------------------|--|
| <p>Personas que viven en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén, particularmente, quienes se encuentren dentro de la zona cuarentenada. Actores de la cadena frutícola regional. Personas interesadas en la temática fitosanitaria.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Concentrar la información que se emita a través de diversos medios tradicionales, plataformas y/o aplicaciones. -Fomentar la participación activa. -Compartir información escrita y audiovisual (fotos y videos) de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.). | <p>Sitio Web</p> | <p>Es la “bitácora” de la comunicación del Plan de Emergencia. De esta manera, nos permitirá responder: ¿qué es un Plan de Emergencia por Mosca de los Frutos? ¿Qué implica vivir dentro de la zona cuarentenada? ¿De qué manera se puede ayudar para controlar el foco de la plaga? A través de las narraciones escritas y audiovisuales se buscará que la/s audiencia/s comprenda/n la importancia de mantener un Área Libre de Mosca de los Frutos. Además, se busca que aporte/n desde el lugar que ocupa/n a la resolución positiva del Plan de Emergencia. La interacción con las audiencias se dará a través de mensajes vía los medios tradicionales (correo-e, reuniones, SMS, etc.) y los emergentes (App, Redes, etc.).</p> |
| <p>Personas que viven en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén. Actores de la cadena frutícola regional. Personas interesadas en la temática fitosanitaria.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Concentrar la información. -Fomentar la participación activa. -Compartir información escrita y audiovisual (fotos y videos) de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.). | <p>App</p> | <p>La aplicación permitirá disponer información inmediata de las acciones fitosanitarias, con la posibilidad de expandir el relato a través de diversos medios y plataformas que se describen en la propuesta. Por cuestiones técnicas o de equipamiento algunas personas no podrán interactuar, con lo cual, presentaremos otras estrategias de emisión/recepción de mensajes.</p> |

| | | | |
|--|--|---|--|
| <p>Personas mayores de 18 años que viven dentro de la zona de cuarentena o, sin vivir allí, el Plan de Emergencia incide en su vida laboral, social y/o económica.</p> | <p>-Informar sobre la temática en cuestión. -Coordinar acciones de prevención.</p> | <p>Radio</p> | <p>A partir de una audición de 15 minutos se emitirá información diaria (lunes a lunes) en una radio AM y una FM cuyas programaciones puedan sintonizarse dentro de la zona de cuarentena. Se brindará información relacionada a la evolución del Plan de Emergencia, destacando las tareas que se realizan durante la ejecución del mismo y enfatizando las acciones que deben/pueden realizar las audiencias para lograr controlar el foco de la plaga. Si bien su contenido se centrará dentro del Género Informativo, sumará también formatos de los géneros Interpretativos/Opinión y Recreativo.</p> |
| <p>Personas de 10 a 80 años que viven en el Alto Valle de Río Negro y Neuquén.</p> | <p>-Difundir las acciones del Plan de Emergencia.</p> | <p>Televisión</p> | <p>Se elaborarán micro espacios, dos veces por semana, de 3 a 5 minutos que permitan mostrar las actividades que se realizan en pos de lograr la erradicación de la plaga en el área regulada.</p> |
| <p>Personas que viven y estudian dentro de la zona de cuarentena; de entre 7 y 13 años; estudiantes primarios.</p> | <p>-Sensibilizar sobre la temática en cuestión. -Fomentar la participación activa.</p> | <p>Obra de títeres: “A la marosca! Se armó la rosca con la mosca”. Compañía de Títeres El Biombo.</p> | <p>Con esta puesta en escena en colegios ubicados dentro de la zona de cuarentena se brindará información sobre las características de la Mosca de los Frutos, su ciclo de vida, los perjuicios que provoca y las formas de control existentes. Si bien fue presentada durante muchos años en las escuelas de la región, a partir de la declaración de Área Libre se dejó de usar como herramienta para sensibilizar sobre el tema. La propuesta</p> |

| | | | |
|---|---|------------------------|--|
| | | | <p>contempla no solo retomar la tarea que desarrollan trabajadores/as de la cultura regionales. La novedad es que, a partir de este relato, los/las estudiantes deberán poner nombre a dos personajes principales de la obra: la jefa de las Moscas de los Frutos invasoras y a la ingeniera agrónoma que comanda el Plan de Emergencia para que las moscas emigren de la zona. Para la concreción de ese objetivo, los personajes acordarán la resolución del conflicto de la historia a partir del entendimiento que surja en el proceso de escucha activa entre ellos.</p> |
| <p>Productores, empresarios y técnicos profesionales frutícolas que viven dentro o desarrollan tareas en la zona cuarentenada. Decisores institucionales. Comunicadores sociales con área de acción en el Plan de Emergencia.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Recibir y brindar información. -Generar información (fotos, videos, datos). -Fomentar la participación activa. | <p>WhatsApp</p> | <p>A partir de esta plataforma se habilitará la posibilidad de enviar/recibir información, comentarios escritos y/o audiovisuales, fotografías y videos. Asimismo, desde el Plan de Emergencia se enviará información sobre las acciones y avances en el control de la plaga que se vayan concretando. Cabe señalar que a partir de la obligatoriedad de inscripción ante el Registro Nacional Sanitario de Productores Agropecuarios y al Registro de Plantas de Empaque y Frigoríficos de frutas frescas, es posible contar con una base de datos actualizada de teléfonos celulares, correos-e y direcciones físicas.</p> |

| | | | |
|---|--|------------------------|---|
| <p>Personas de entre 7 y 65 años que vivan o no en la zona de cuarentena, pero que estén interesados en saber cómo se controla un foco de Mosca de los Frutos en un Área Libre de la plaga.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Compartir información escrita y audiovisual (fotos y videos) de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.). -Generar contenidos de interés sobre la plaga y su Control y Erradicación. -Fomentar la participación activa. | <p>YouTube</p> | <p>A través de un Canal dentro de la red social, se brindarán detalles de la plaga (ciclo de vida, control, erradicación, etc.) y las tareas generales que realiza el Procem en la región patagónica. Por otra parte, se irán subiendo imágenes y entrevistas que comuniquen las acciones que se desarrollan durante la implementación de a Plan de Emergencia. Los videos tendrán una duración máxima de 2 minutos, con lo cual la información técnica deberá presentarse de manera breve, concreta y concisa.</p> |
| <p>Personas de 20 a 60 años usuarios de esta red social interesados en conocer el estado de avance del Plan de Emergencia y aportar en su resolución.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Compartir información escrita y audiovisual (fotos y videos) de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.). -Habilitar la posibilidad de que los usuarios envíen imágenes que muestren dichas tareas. -Fomentar la participación activa | <p>Facebook</p> | <p>A partir de la creación de una página dentro de la red social se darán a conocer informaciones escritas y en formatos audiovisuales que permitan comunicar las acciones institucionales del Procem dentro del área regulada. Servirá también para interactuar con las audiencias para responder eventuales consultas y/o recibir aportes que realicen en pos de la resolución positiva del Plan de Emergencia.</p> |
| <p>Decisores institucionales y periodistas y</p> | <p>-Difundir las acciones del Procem</p> | <p>Twitter</p> | <p>Teniendo en cuenta el público objetivo, la información que se suministre servirá para mostrar las acciones que vaya</p> |

| | | | |
|--|--|---------------------|--|
| comunicadores sociales especializados en el ámbito agrario y generalistas. | -Interactuar con el público objetivo | | realizando el Procem en el área de cuarentena y la tarea institucional que acompañe a las mismas. En este sentido, las reuniones de coordinación/información, las capacitaciones, las recorridas institucionales por el área en cuestión, son solo algunas de las comunicaciones que se harán por esta red social. De la misma manera, los usuarios tendrán la posibilidad de interactuar con el Programa y, particularmente, con los responsables del desarrollo del Plan de Emergencia. |
| Personas de 13 a 45 años usuarios de esta red social interesados en conocer el estado de avance del Plan de Emergencia y aportar en su resolución. | -Compartir información audiovisual (fotos y videos) de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.). -Recibir de la audiencia objetivo imágenes que muestren dichas tareas. -Fomentar la participación activa. | Instagram | Las imágenes permitirán contar las acciones que desarrolle el personal del Plan de Emergencia y sensibilizar sobre el tema en cuestión. Asimismo, brindará a los usuarios la posibilidad de registrar y enviar las imágenes que reflejen las tareas de prevención y/o control de la plaga. Teniendo en cuenta el primer segmento del público objetivo, se integrará su uso a las actividades escolares que se planteen respecto a las acciones fitosanitarias que se realizan y las características de la Mosca de los Frutos. |
| Productores/as que viven en la zona cuarentenada; de entre 45 a 80 años; sin | -Informar de manera breve y concisa sobre acciones del Plan de Emergencia. | Mensajes SMS | Tal lo indicado, a partir del Renspa es posible disponer de teléfonos fijos y celulares de las personas que producen y comercializan en el sector agrario norpatagónica. De esta |

| | | | |
|---|--|-------------------------|--|
| conectividad 4G ni internet. | | | manera, se informará las acciones que se vayan ejecutando y aspectos centrales que deba conocer la audiencia. |
| Personal técnico y profesional del Procem Patagonia. | <ul style="list-style-type: none"> -Identificar el área de trabajo diario. -Mostrar los alcances y límites geográficos del Plan de Emergencia. -Fomentar la participación activa. | Google Maps | Serán los propios trabajadores del Programa Nacional los que utilizarán dispositivos móviles para marcar los lugares donde se van desarrollando tareas preventivas y de control. Asimismo, se mostrará el área donde se implementa el Plan de Emergencia y sus principales vías de comunicación terrestres. |
| Conductores de vehículos de 18 a 65 años que transitan por la ruta más transitada dentro de la zona cuarentenada. | <ul style="list-style-type: none"> -Difundir las principales acciones del Plan de Emergencia. -Brindar recomendaciones para las personas que circulan por el área regulada. | Pantalla Gigante | Junto a los puestos de control que se ubican al ingreso y egreso del Área Regulada sobre la ruta/camino más transitado, se instalará este vehículo tipo VAN con la identidad corporativa del Programa Nacional de Control y Erradicación de Mosca de los Frutos y con la pantalla gigante. Estará ubicada de manera que los conductores puedan ver la emisión de mensajes cortos y concisos sobre las características del Plan de Emergencia. Hay que tener presente que junto a los inspectores fitosanitarios que se encuentran sobre la ruta, intervienen las policías camineras provinciales indicando y controlando que el paso por ese lugar se debe realizar a una velocidad máxima de 10 km/h. |

| | | | |
|--|--|-------------------------|---|
| <p>Personas de entre 7 a 40 años interesadas en la temática fitosanitaria y en la evolución del Plan de Emergencia por Mosca de los Frutos.</p> | <ul style="list-style-type: none"> -Difundir las principales acciones del Plan de Emergencia en desarrollo. -Informar los alcances y objetivos del Procem. -Fomentar la participación activa. | <p>Wikipedia</p> | <p>A partir de la red social se busca ampliar el relato institucional tanto de las características de la plaga Mosca de los Frutos como de las acciones de prevención y erradicación que se realizan en un área libre como el de Patagonia. Además, se informarán las particularidades de un Plan de Emergencia.</p> <p>Teniendo en cuenta las posibilidades colaborativas que brinda la red social, se busca la participación de estudiantes, docentes, técnicos, profesionales y expertos en la temática.</p> |
| <p>Personas de entre 15 a 40 años interesadas en la temática fitosanitaria y en la evolución del Plan de Emergencia por Mosca de los Frutos.</p> | <p>-Compartir información de las tareas a campo e institucionales (reuniones, capacitaciones, etc.).</p> | <p>Podcast</p> | <p>La emisión de podcasts permitirá brindar información -en el momento que se requiera- sobre cuestiones técnicas e institucionales referidas a la tarea que se realiza. Al igual que habrá una identidad corporativa visual, en este caso se utilizará una identidad corporativa sonora. Es decir, se usarán las mismas cortinas musicales, voces y efectos de sonido que identifiquen las emisiones radiofónicas, televisivas y en redes sociales.</p> |



5. **Participación:** tal como plantea Jenkins (2008) vivimos un momento trascendental en la historia de los medios y sistemas, donde la participación de las audiencias tiene un lugar clave en la expansión de las historias, de los relatos o, como es el caso de la presente propuesta, del verbo institucional emitido durante la situación de emergencia. La diversidad de los públicos potenciales y reales que hemos identificado brinda, a partir de la puesta en marcha de esta propuesta, la posibilidad de ampliar la información y comunicación tendientes a la resolución positiva de la tarea de erradicación. Además, teniendo en cuenta que el desarrollo de estos planes se da en las áreas urbanas donde la tecnología y conectividad potencian el uso de dispositivos móviles, la participación activa que proponemos posibilitará bajar al mínimo posible los niveles de desinformación, caos y confusión (OPS, 2005) que suelen presentarse ante estas contingencias. Tanto en la estrategia a implementar en los medios tradicionales como en las nuevas posibilidades enmarcadas en las culturas contemporáneas, la propuesta ofrece y promueve el involucramiento de las audiencias, poniendo en valor y resaltando la inteligencia colectiva (Jenkins, 2008) que se generará.

6. **Identidad corporativa visual:** como hemos indicado antes, en lo sonoro se respetarán las voces, efectos de sonido y músicas que permitan identificar claramente al Plan de Emergencia y su desarrollo. De la misma manera, en el plano visual se aplicará el isologo del Procem y los colores estipulados por el manual de identidad en cada uno de los medios, redes sociales y aplicaciones. A continuación, se presentan las piezas modelo con la cohesión visual y con un texto general simulado:

Sitio web del Plan de Emergencia

MOSCA DE LOS FRUTOS HOME LOCALIZACION ESTADISTICAS PROGRAMA NOTICIAS CONTACTO

PROGRAMA
MOSCA DE LOS FRUTOS
PATAGONIA

PLAN DE EMERGENCIA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vivamus aliquet orci. Ut interdum mauris sem, non aliquet felis interdum sit amet.

ZONAS EN EMERGENCIA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

COMO ACTUAR
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

CARACTERISTICAS
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

455
PRODUCTORES

1991
TONELADAS

806
HECTAREAS

923
VEHICULOS

BAJE NUESTRA APP PARA ESTAR SIEMPRE INFORMADO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

APORTES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, and do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

CONTACTO

Dirección: Avenida Roca 950, General Roca 689

Teléfono: +54 0293905008 - Oficina +54 35336314

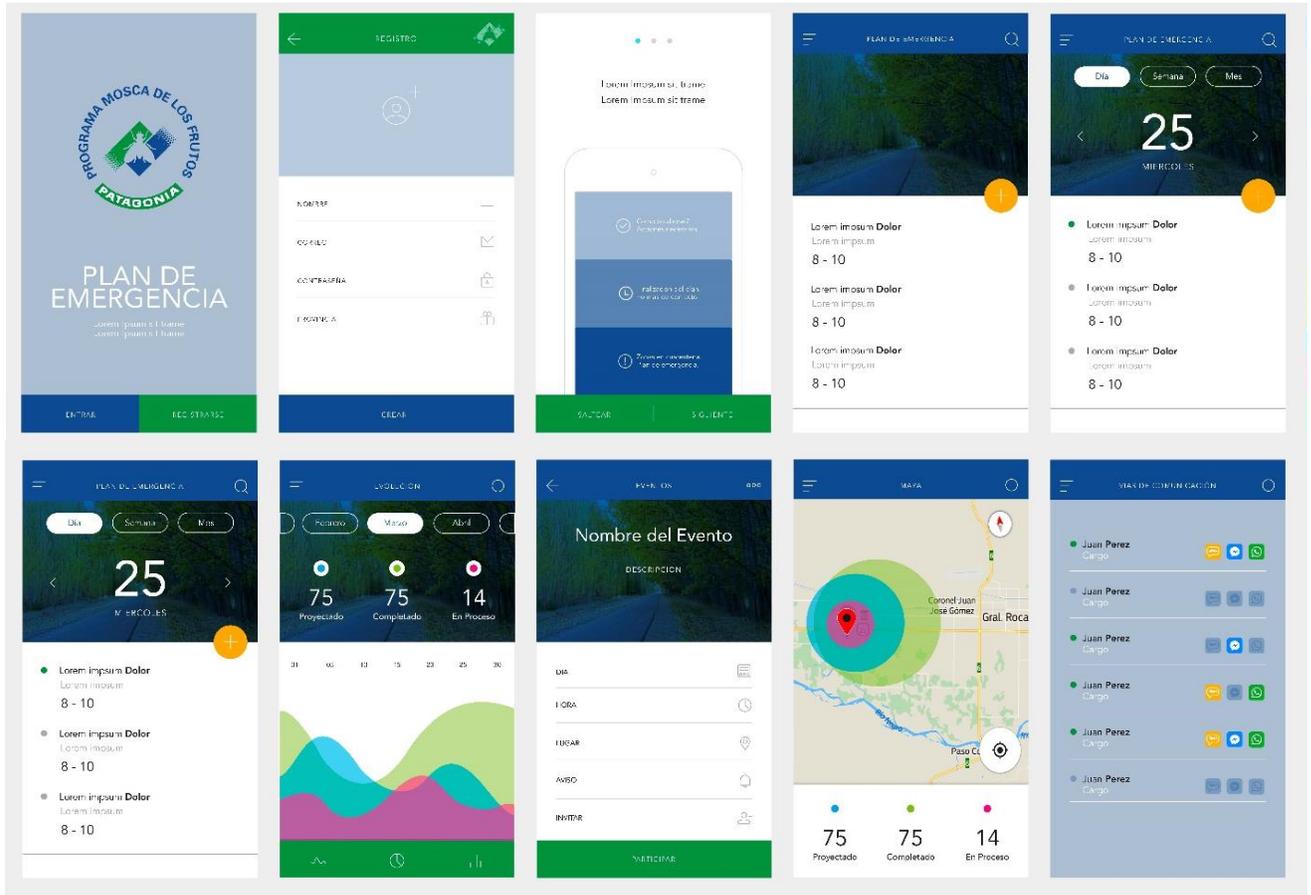
Correo: info@comahue.com

SEGUINOS

Lorem ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry.

Copyright 2017

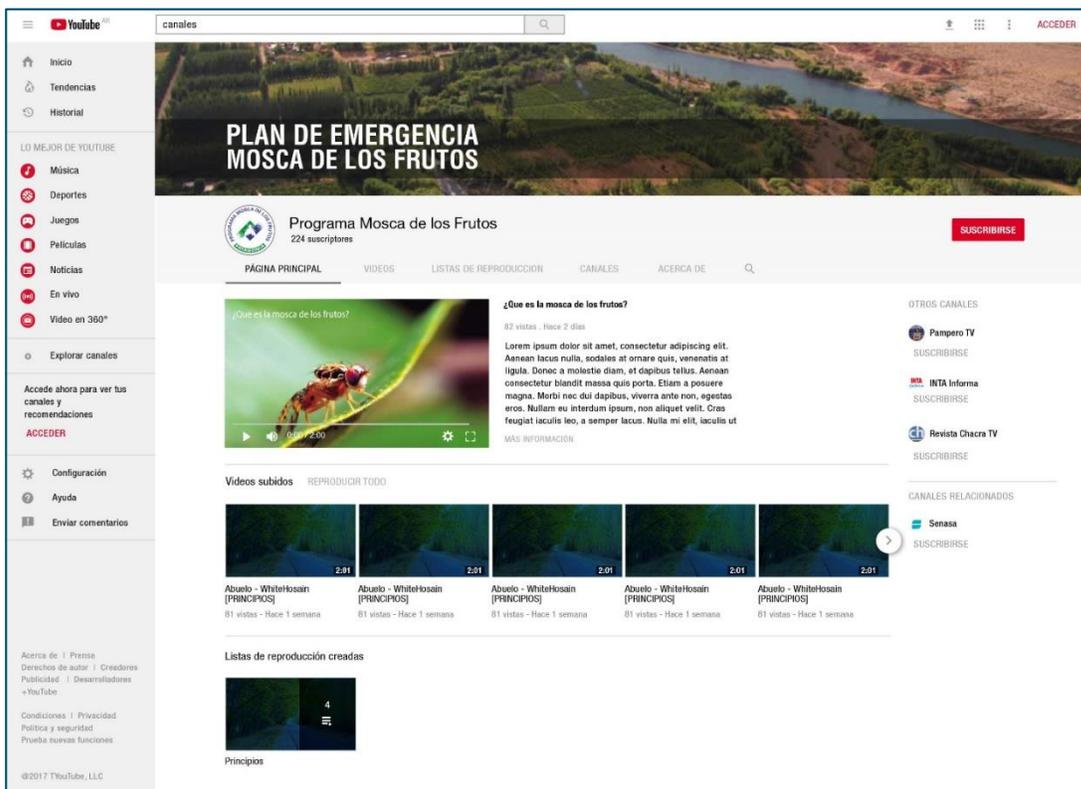
App del Plan de Emergencia



Perfil en Instagram



Perfil en YouTube



Perfil en Twitter



Perfil en Facebook

Prog. Mosca de los Frutos
@Moscadelosfrutos

PLAN DE EMERGENCIA MOSCA DE LOS FRUTOS

Estado Foto / Video

Prog. Mosca de los frutos
2 mins

CICLO BIOLÓGICO DE LA MOSCA DE LA FRUTA

REPRODUCCIÓN
El ciclo de vida de la mosca de la fruta comienza con la hembra que pone los huevos en la fruta.

HUEVO
Se incuban dentro de la fruta por un tiempo de 2 a 3 días.

LARVA
El desarrollo comienza en el interior de la fruta y se alimenta de la pulpa por un periodo de 10 a 15 días.

PUPA
La pupa se desarrolla dentro de la fruta por un periodo de 10 a 15 días.

ADULTO
Los adultos de mosca de la fruta salen de la fruta y se alimentan de la pulpa y de la corteza de la fruta. El ciclo de vida se repite.

Hembra Macho

Me gusta Comentar Compartir

1.6M Mejores Comentarios

Programa Regional

Buscar en la página

1,955,550 personas les gusta esto
Omar González y 20 amigos

Invita a tus amigos.

ABOUT

Lorem ipsum dolor sit amet timeti ergo sum
 Lorem ipsum dolor sit amet timeti dolor sit amet timeti imeti ergo sum imeti ergo sum

<http://www.moscadelosfrutos.com/>

FOTOS

VIDEOS

Vehículo con Pantalla Grande





CONCLUSIONES

La propuesta que hemos planteado tiende a la expansión del relato que desde el punto de vista institucional emita el Programa Nacional de Control y Erradicación de Mosca de los Frutos (Procem) durante una contingencia fitosanitaria.

Por razones de diversa índole, su implementación resultaría un interesante desafío para las personas responsables de ejercer la comunicación organizacional durante esos momentos en que se la rutina de las audiencias identificadas se ve modificada sobremanera (OPS, 2005).

En principio, y hasta el momento de presentación del trabajo, porque no hay experiencias de producción de contenido transmedia en el ámbito de las emergencias fitosanitarias en la República Argentina. Además, como podrá advertirse, porque la puesta en marcha de lo planificado conlleva a un trabajo grupal e interdisciplinario; es decir, no solo deberán hacer sus aportes los técnicos profesionales y/o decisores del Procem, sino que además deberá formarse el equipo con comunicadores, diseñadores gráficos, editores, fotógrafos, camarógrafos y gestores de redes sociales, programadores, analistas de sistemas, entre otros. Asimismo, porque la planificación apuesta a una participación activa de las audiencias en pos de la generación de inteligencia colectiva (Jenkins, 2008) y sobre la base de la *religancia*, neologismo sugerido por Georges Amar (2011, pág. 14) que se refiere al acto de relacionarse en un mundo interconectado y el resultado que se produce de esa relación.

Es el propio Amar (2014) quien al describir lo que considera el nuevo paradigma, enfatiza que su virtud es redescubrir el valor de la relación, de la *religancia*, en el marco de una evolución general de los comportamientos y valores a los cuales las Tecnologías de la Información y Comunicación contemporáneas (TIC) han dado alas.

En esa línea, el autor de Homo mobilis dice que tenemos la posibilidad de entrar en el universo de los intercambios y, por lo tanto, no es paradójal que las poderosas tecnologías de la comunicación a distancia también tengan como efecto el redescubrimiento de lo local, lo próximo



Especialización en Comunicación y Culturas Contemporáneas

FADECS
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

y del prójimo y la recuperación del poder del consumidor-ciudadano sobre objetos y servicios de la vida cotidiana.

Si a partir de esto se puede lograr el involucramiento de las audiencias reales y potenciales durante el desarrollo del Plan de Emergencia, consideramos que parte de los objetivos del mismo estarán concretados. En ese marco, prestar atención a las nuevas formas de comunicación que nos aportan las plataformas y redes se convierte en algo tan fundamental como planificar mensajes por los medios tradicionales de información.

Por esta razón, además de la puesta en práctica de estrategias que involucren y hagan partícipes a las audiencias, a partir de este trabajo se plantea el desafío de sensibilizar a los actores institucionales respecto a que la reasignación presupuestaria para el pleno desarrollo de las acciones comunicacionales propuestas. Estamos convencidos de que esta concreción redundará en audiencias más informadas, colaborativas, cooperativas y solidarias con las acciones técnicas que se vayan realizando.

En suma, el documento tiende a demostrar que las nuevas formas de comunicarnos, la domesticación de la tecnología y los nuevos paradigmas que vayan surgiendo en función de ello, tendrán su repercusión en cada una de las actividades que realice el Procem en la norpatagonia. Y, claro está, aportarán a la resolución favorable de un eventual Plan de Emergencia.



BIBLIOGRAFÍA

- Amado Suárez, A. (2003). *Prensa y Comunicación. Personas y empresas frente a los medios*. Buenos Aires, Argentina: Editora Macchi.
- Amado Suarez, A. (2008). *Auditoría de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Amar, G. (2011). *Homo mobilis. La nueva era de la movilidad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Fita Trias, J. (2004). Comunicación de crisis. En J. C. Losada Díaz, *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. Barcelona, España: Ariel Comunicación.
- Gómez, J. (2014). *Las redes sociales en la comunicación de riesgos y crisis: oportunidades y retos*. Tamaulipas, México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- Hayes, G. (2012). *Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma*. (E. P. Grijalvo, Trad.) EduardoPradanos.com.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mancini, P. (2012). *Hackear el periodismo. Manual de laboratorio*. Buenos Aires: La Crujía.
- OPS, O. P. (2009). *Gestión de la información y comunicación en emergencias y desastres: Guía para equipos de respuesta*. Washington, D.C.: OPS.
- Organización Panamericana de la Salud. (2005). *La comunicación frente a erupciones volcánicas*. Quito, Ecuador: OPS.
- Oropesa Celedón, F. (2013). *Tesis de Grado: Plan de comunicaciones de emergencia y desastres masivos Servicio Médico Legal*. Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.
- Ritter, M. (2008). *Cultura organizacional*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Servicio Nacional Sanidad Calidad Agroalimentaria. (2018). *Anuario Estadístico 2017*. General Roca, Río Negro, Argentina: SENASA.
- Sitio Web Fundación Barrera Zoofitosanitaria Patagónica*. (22 de Noviembre de 2009). Recuperado el 22 de Noviembre de 2009, de <http://www.funbapa.org.ar>
- Wolton, D. (2007). *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.