

Orientaciones para la comunicación de riesgos en EFSA

La [EFSA](#) ha publicado un documento de reflexión que propone **directrices para orientar sus comunicaciones sobre los riesgos alimentarios** y evolucionar así en su papel como fuente de información pública, confiable e inclusiva. Este documento surge como consecuencia de las nuevas obligaciones legales, como el nuevo [Reglamento de transparencia](#), de la evolución social y tecnológica, y de una nueva estrategia organizativa de EFSA.

Las principales claves que aporta esta nueva Guía son la incorporación del análisis de la audiencia, el uso de las técnicas digitales y la integración de las redes sociales.

Las actuales transformaciones sociales, tecnológicas e institucionales requieren que **la Comunicación de Riesgos adapte sus habilidades, prácticas de trabajo y estructuras a las diferentes audiencias y a sus necesidades**. Para ello, EFSA segmenta su audiencia en tres niveles, lo que supone un modelo práctico y realista para desarrollar su estrategia de comunicación:

1. Nivel básico: destinatarios no especializados, desinformados o parcialmente informados, a los que hay que dirigirse con **mensajes claros, simples y directos, en formatos visuales (videos y gráficos), fáciles de compartir en redes sociales y accesibles desde dispositivos móviles**. Requieren información sencilla sobre los riesgos frente a los beneficios de los

alimentos, y el contenido debe adaptarse a las percepciones del riesgo y a su capacidad de búsqueda y procesamiento de la información.

2. Nivel informado: destinatarios que ya tienen conocimiento sobre Seguridad Alimentaria, Evaluaciones de Riesgo científicas y/o algún área de especialización. Tienen intereses profesionales (socioeconómicos o sociopolíticos) que van más allá de la ciencia. El nivel de complejidad de los temas es más desafiante y requiere detalles adicionales sobre los riesgos. **Las comunicaciones deben garantizar la apertura y la transparencia de los procesos científicos.** Un ejemplo son los resúmenes en lenguaje sencillo de las publicaciones científicas, que facilitarán la labor de las personas responsables de la toma de decisiones políticas y otros influyentes como periodistas y profesionales de la comunicación.
3. Nivel técnico: destinatarios que poseen un nivel alto de conocimientos técnicos. Este grupo engloba a la mayoría del personal científico que participan en el trabajo de EFSA, como académicos, personal de centros de investigación, de laboratorios de referencia, etc., así como los gestores de riesgo u otros solicitantes del asesoramiento científico. La información en este caso debe ir en formato revista o artículo científico. También pueden ser necesarias nuevas formas de interacción que complementen los foros ya existentes para obtener, compartir y discutir información científica, como cuentas temáticas y personales en plataformas sociales, herramientas científicas, proyectos de cooperación, asociaciones de investigación, etc. **Empoderar al personal científico a través de plataformas en línea difunde el conocimiento y aumenta el alcance de la capacidad de Evaluación de Riesgos.**

No obstante, los destinatarios de las actividades de comunicación y divulgación de EFSA durante los próximos años sufrirán cambios inevitables y el contexto profesional, social, tecnológico y económico traerá nuevos comportamientos, percepciones y necesidades de información. Los **cambios demográficos y culturales** potenciarán el cambio de las fuentes de información y de los canales de comunicación tradicionales hacia un mayor protagonismo de las redes sociales y hacia una creación de contenidos más espontánea.

Durante la última década, **las redes sociales han llegado a dominar el suministro de noticias e información**, convirtiéndose en la principal fuente de información sobre riesgos alimentarios para el 45% de la población europea de entre 15 y 24 años. Los recursos tecnológicos y humanos deben ser flexibles y dinámicos para adaptarse a las nuevas circunstancias:

- Herramientas web de última generación: los requisitos del Reglamento de transparencia brindan la oportunidad de dejar de lado las tecnologías obsoletas y reemplazarlas por nuevas herramientas en línea orientadas al usuario y accesibles a través de aplicaciones de dispositivos inteligentes, como portales abiertos o navegadores web.
- Comunidades en línea: las diferentes plataformas permiten la segmentación dinámica de la audiencia y la focalización, lo que posibilita multiplicar la divulgación habilitando cuentas temáticas y dando voz al personal científico. La tendencia irá hacia la interacción de las redes entre los segmentos de audiencia, eliminando otros formatos y canales tradicionales.
- Campañas: es necesario concentrar los recursos en temas prioritarios, durante un tiempo limitado, y que tengan objetivos medibles. Las campañas se centran en

cuestiones puntuales o en temas técnicos especializados, siendo más impactantes.

- Multimedia: los productos de información audiovisuales y basados en datos deben expandirse. Existen herramientas de código abierto que permiten la realización interna de productos con bajo coste para poder compartir por redes sociales.
- Televisión: los medios tradicionales siguen siendo influyentes, la mayoría de la población sigue utilizando la televisión, aunque esté perdiendo relevancia como canal de información principal. La inclusión de la televisión está limitada por el costo y la pretensión, por lo que se pueden explorar asociaciones con autoridades nacionales y partes interesadas para compartir y maximizar recursos.
- Medios de comunicación: analizando el impacto y la influencia mejorará la efectividad de nuestro alcance en los medios de comunicación.

En los próximos años, serán inevitables más cambios evolutivos en la creación de contenido, en el diseño, en los canales y en las habilidades comunicativas correspondientes. También es probable que aumente el contenido de audio y los asistentes inteligentes. Estos cambios deberán ir acompañados de más desafíos al control, la calidad y la legitimidad de la información, así como de intentos de revertir el movimiento hacia la desinformación y la polarización.