



elika

Fundación Vasca para la
Seguridad Agroalimentaria

Nekazaritzako Elikagaien
Segurtasunarako
Euskal Fundazioa

ARRISKUEN KOMUNIKAZIOA

Sarrera

Elikagaien segurtasunari buruzko prebentzio politikak **arriskuen balioztapenean** izan behar du oinarria. Balioztapena, arriskuak ulertzeko, eta ahal den neurrian, murrizteko egituraturiko prozesua da. Lehenengo fasean zientzia aholkularitza ematen da; bigarrenetan kudeatzen da eta hirugarrenetan komunikazioa ematen da. Arriskuen balioztapena eta kudeaketa eraginkorki eta gardenki gauzatzeko ezinbesteko baldintza da komunikazioa.

Arriskuen komunikazioak arriskuen balioztapenerako taldekideei eta kanpoko interesatuei informazio egokia eta zehatza ematen laguntzen du.

Oro har, "kanporantz bideraturiko" prozesutzat hartzen da arriskuen komunikazioa. Horrek arrisku bati buruzko informazio argia eta egokia, eta kudeatzeko beharrezko neurriak ematen ditu. Ez dugu ahaztu behar "kanpotik jasotako" komunikazioak ere garrantzi duela. Horren bidez, erabakiak hartzen dituzten arduradunek alderdi interesdun guztien informazioa, datuak eta iritziak jasotzen dituzte.



elika

Fundación Vasca para la
Seguridad Agroalimentaria

Nekazaritzako Elikagaien
Segurtasunarako
Euskal Fundazioa

Definizioa

Codex Alimentariusaren arabera, "arriskuen balioztapen prozesu osoan ematen den informazio eta iritzi truke interaktiboa da. Informazioa eta iritzi horiek arriskuekin zerikusia duten faktoreei buruzkoak dira; baita arriskuak balioztatzeaz arduratzen direnek, kudeatzaileak, kontsumitzaileak, industriak eta beste zenbait alderdi izaten dituzten pertzepzioei buruzkoak ere".

2

Arriskuen balioztapene komunikaziorako ezinbesteko osagaiak

Aintzat hartu beharreko lehenengo kontua da igortzen den informazioa ez dela ulertzen den informazioa, ezta barneratzen edo onartzen dena ere; izan ere, mugak daude ulermenean, garrantziaren pertzepzioan edo mezuen sinesgarritasunean.

- ✓ **Garrantzia:** mezu jakin bat hartzeko, hartzaileak gai horren inguruko interesa izan behar du; hots, zuzenean eragiten dion zerbait izan behar du edo berarentzat garrantzitsua izan behar du, bizi duen egoera edo unea direla eta.

- ✓ **Sinesgarritasuna:** nagusiki mezuaren agente igorlearen araberakoa da. Elikagaien Segurtasunaren esparruan, adituek eta osasun-langileek (medikuek, dietistek, botikariek, erizainek, etab.) sortzen dute konfiantza handiena herritarrengan. Saltzaile xehekariek, kontsumitzaileen elkarteek eta administrazioetako teknikariek ere zeregin garrantzitsua dute esparru honetan, baina oso bestelakoa da arduradun politikoek duten sinesgarritasuna; izan ere, herritarrek zalantzan jarri ohi dituzte politikarien mezuak.

Informazioa igortzen den **unea edo egoera** ere giltzarria da mezuaren sinesgarritasunari dagokionez.

- ✓ Krisi-egoeretan kontsumitzaileek informazio gehiago eskatzen dute eta, aldi berean, konfiantza gutxiagotu egiten da.
- ✓ Egoera arruntetan, aldiz, elikagaien segurtasunarekin lotutako albisteetan jarritako arreta ez da oso handia, baina badaezpadako komunikazioa egin daiteke, oinarriak ezarriko dituen krisi-egoerak daudenerako.

Aintzat hartzeko beste faktore giltzarri bat erabilitako **Komunikazio Kanala** da. Oro har, gomendagarria da mezu bera komunikabide ezberdinetatik eta formatu ezberdinetan transmititzea.

- ✓ Komunikabideek zehazten dute zer gai den interesgarri eta zer ez herritarrentzat une jakin batean; baina, mezu asko igortzen dituzte, eta herritarrek oso era selektiboan erantzuten diete.
- ✓ On-line informazioak gero eta protagonismo handiagoa du; izan ere, behar duenari informazioa une oro informazioa bilatzea ahalbidetzen dio. Hori dela eta, erakundeen webguneek (hala administrazioarenak nola enpresa pribatuenak) eguneratuta egon behar dute, informazio argia eta osoa eman behar dute, informazioa bilatu nahi duen edonori sarbidea errazte aldera.

- ✓ Iritzi-liderrek egindako komunikazio pertsonala ere ez da baztertu behar. Begi-bistakoa da liburuxka bat edo antzeko materialen bat askoz ere eraginkorragoa dela konfiantza eragiten duen batek ematen duenean; esate baterako, ginekologo edo emagin batek ematen duenean emakumeentzat duen informazio-triptikoa.

Azkenik, **koordinazioa** aintzat hartu beharreko funtsezko alderdia da, parte-hartzaile guztien elkarlanari esker lortuko baita, bakarrik, informazioa era koordinatuan ematea, eta, are garrantzitsuagoa dena, inola ere ez da informazioa emango era kontraesankorrean. Administrazioek, kontsumitzaileek, lehenengo sektoreak, elikagaien industriak, ikertzaileek eta komunikabideek, guztiek igorri beharko dute mezu homogoneoa, batik bat, krisi-egoeretan.

Arriskuak hobeto ulertzeko alderdi interesdun guztien arteko komunikazioa ezinbestekoa da arriskuen balioztapenaren prozesu osoan.

Arriskuen balioztapenen prozesua:

Arazoa identifikatzea:

Informazioa duten alderdi guztien arteko komunikazio irekia baliagarria da oso, landu beharreko gaia zehatz-mehatz definitzeko. Arazoa iturri desberdinek nabarmendu dezakete; baina, arazoaren aurrera egiten den heinean, beharrezkoa da gaian jantzita dauden beste zenbait iturriren arteko komunikazioaren prozesua zabaltzea.

Arrisku balioztapena eskatzea:

Arriskuen kudeatzaileek balioztapen taldea osatzen dutenean eta taldeari arrisku jakin baten balioztapena egiteko eskatzen zaionean, komunikazioaren kalitateak bukaerako produktuaren kalitatean eragiten du hasiera-hasieratik. Ezinbesteko dira: helburuaren komunikazioa eta arriskuaren balioztapenaren helmena, denbora eta eskura dituzten bitarteko

zientifikoak. Bi taldeen arteko topaketa zuzenek osatzen dute komunikazioarako mekanismorik eraginkorrena.

Arrisku balioztapena egiten den bitartean

Ezinbestekoa da arriskuen kudeatzaileekin etengabeko komunikazioa izatea. Informazioa eskuratu ahala, argitu nahi diren galderak alda ala berrius daitezke. Balioztapena prestatzen duten adituen eta kanpoko zientzia komunitatearen, industriaren eta abarren arteko komunikabideak ezarri behar dira. Halaber, informazio garrantzitsua duten alderdi interesdunak ere gonbida daitezke parte hartzera.

Balioztapena amaitzean:

Erabakiak hartzeko oso garrantzitsua denez, oro har balioztapenaren emaitza txosten idatzi gisa argitaratzen da. Emaitzak, maiz, konplexuak eta izaera teknikokoak izaten dira; fase horretarako komunikazioaren arrakasta, parte hartzaileen komunikazio eraginkorrari buruzko eskarmentuaren menpe dago.

Arriskuaren kudeaketa:

Kudeatzaileek, beste arrisku batzuen kudeaketan duten eskarmentuaren arabera, arriskuarren kudeaketari buruzko aukera desberdinak ezagut ditzakete. Fase honetako kontsultak iritzi horiek aldaraz ditzake, batez ere, elikagaien ekoizpen katearen puntu ezberdinetan arriskua kontrolatzeko. Sektore pribatuko adituek eta kontsumitzaileek maiz izan dezakete informazioa eta ikuspegi garrantzitsuak egon litezkeen kontrol neurriei buruzkoak.

Hautaturiko kudeaketa aukera aplikatzea eta jarraipena egitea:

Arriskuen kudeatzaileek hertsiki eta etengabe aritu behar dute lanean neurriak abian jarri behar dituzteneekin, industria dela, kontsumitzaileak direla, administrazioa dela. Eta gainera, euren gaitasunak zer espero duten azaldu behar diete. Halaber, kudeatzaileek beharrezko datuak bildu beharko dituzte, aplikaturiko kontrol neurriek espero bezalako eragina izan duten ala ez balioztatzeko.

Elikagaien segurtasun arloko komunikazio estrategiak

Egoera arruntetan denbora luzeagoa izaten da komunikazioa hobeto planifikatzeko eta jardunbideak adosteko; hortaz, une horiek baliatu beharko dira prebentziorako eta krisi-egoeraren bat sortzen denerako jardunbide-protokoloak garatzeko. Aldez aurreko estrategiaren zati bat bere inguruan sinesgarritasun handia duten iturriekin kontaktuak izatean datza. Era berean, gomendagarria da komunikazio-loturak ezartzea komunikabideekin, sor litezkeen balizko gatazkak kudeatzeko lagungarri izango baitira.

Krisi-egoeretan ere komunikazioa ezin hobeki diseinatutako strategiari jarraiki egin behar da, funtsekoa baita inprobisatzeko ahal denik eta leku gutxien uztea. Ekidin egin behar da komunikabideei ezagutzen ez den gai bati buruzko erantzunak ematea. Gaia ezagutzen ez bada, hobe da gaia ez dela ezagutzen esatea eta azaltzea informazioa lortuko dela behar bezalako erantzuna emateko.

Planifikazioaren baitako lehenengo pausua da zehaztea zein izango den komunikazioaren **helburua**. Gainera, honako hauek identifikatu beharko dira:

1. Zer gai komunikatuko den.
2. Nork hartuko duen parte komunikazioan.
3. Nola gauzatuko den komunikazioa.

4. Non egingo den edo zer kanal erabiliko diren.

Galdera horien erantzunak nahiko ezberdinak dira egoera arruntean gaudenean edo krisiren bat hasi berri denean. Bada, kasu bakoitzerako honako faktore hauek izan behar ditugu gogoan:

KOMUNIKAZIOA	
Egoera arruntak	Krisi-egoerak
Zer komunikatu?	
Elikagaiei egin ohi zaizkien kontrolei eta elikagaien segurtasuna bermatzeko hartzen diren neurriei buruzko informazioa eman.	Hartzen ari diren neurriak eta herritarrek hartu beharrekoak azaldu. Zalantzak onartu: zerbait ulertzen ez bada, esan egin behar da. Zientzia-ebidentzia aldatzen bada, mezua ere aldatu egin behar da.
Nork komunikatu behar du?	
Ikusgai egite kontrolak egiten dituzten teknikariak eta arloko adituak.	Informazioa komunikazio pertsonalaren bidez zabaltzen lagundu ahal duten agenteen laguntza izan (osasan-langileak, saltzaile xehekariak, kontsumitzaileen elkarteak). Diskurtso teknikoak lehenetsi behar da politikoaren aurrean.
Nola komunikatu behar da?	
Transmititutako informazioaren garrantzia bilatu behar da. Informazioak herritarren galderei erantzun behar die, herritarren arazoak konpondu behar ditu eta interpelatutako gaiekin lotuta egon behar du. Mezuak bideratu egin beharko dira.	Erantzun arina eman behar da, teknikariei eta/edo adituei galdetu ondoren. Ekidin egin behar dira mezu ezezkorrak, txikigarriak, anbiguoak eta kontraesankorrak, baita erreaktibotasuna eta albiste bati edo komunikabideen eskaerari erantzuteko erantzun arinak emateko joera ere.
Non komunikatu behar da?	
Informazioa ez badagokio norbanakoari zuzenean, transmisioa eraginkorragoa da baldin eta mezua kanal ezberdinetatik eta kanal batean baino gehiagotan igortzen bada.	Prensaurrekoen bidez. Erakundeen web-orriak etengabe eguneratu behar dira, kazetariak, adituek, iritzi-liderrek eta kontsumitzaileen elkarteek krisiarekin lotutako informazio guztia eskura izateko une oro.