

Dirección de Promoción y Coordinación Territorial

Seminario Internacional
Re - Ubicaciones de la Comunicación. Enlaces entre cultura, desarrollo y Democracia

CAMPAÑA CALIDAD DEL AIRE

Defensoría del Pueblo - Perú

PREMIO LATINOAMERICANO EN COMUNICACIÓN CALANDRIA 2008
"Experiencias que articulan y vinculan"

Dirección de Promoción y Coordinación Territorial



Dirección de Promoción y Coordinación Territorial

INDICE

1. La Defensoría del Pueblo y el derecho a la salud
2. Problemática de la contaminación del aire en Lima
3. Enfoques y estrategias desarrolladas en la campaña
4. Objetivos de la campaña
5. Público objetivo
6. Ámbito de intervención
7. Mezcla comunicacional
8. Evaluación y monitoreo
9. Lecciones aprendidas
10. Conclusiones

1. LA DEFENSORIA DEL PUEBLO Y EL DERECHO A LA SALUD

¿Por qué la Defensoría del Pueblo lleva a cabo la campaña "Calidad del Aire en Lima"?

> El grave deterioro de la calidad del aire está afectando seriamente hoy en día a las poblaciones más vulnerables de los sectores económicos más pobres de las principales ciudades de país.

> La contaminación del aire en la ciudad de Lima es hoy un problema de salud pública. Está afectando el derecho a la salud y las posibilidades de desarrollo de los ciudadanos.

> Frente a la vulneración de los derechos de las personas causada por la contaminación del aire, la DP publicó el Informe Defensorial N° 116 "La calidad del aire en Lima y su impacto en la salud y la vida de sus habitantes"

4

2. LA PROBLEMÁTICA DE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE EN LIMA

¿Cuál es la principal causa de contaminación del aire?

La principal causa de la contaminación del aire son los vehículos. Según el Consejo Nacional del Ambiente, el 86% de la contaminación proviene del transporte.

La contaminación del aire y la afectación a la salud

▪ El Perú cuenta con las tasas más elevadas del mundo en enfermedades respiratorias: rinitis alérgica (21.3%), faringitis (18.9%) y asma (25.8%) Fuente: MINSa

▪ En el 2007 se han notificado 875,555 episodios de IRAS en la ciudad de Lima y en menores de cinco años. Fuente: MINSa

▪ En lo que va del año 2008 (hasta el 26/07) se han notificado 480,144 episodios de IRAS en la ciudad de Lima y en menores de cinco años. Fuente: MINSa

▪ En el año 2007, la cantidad de partículas contaminantes superó en NUEVE veces lo recomendado por la OMS para un año en Lima Centro, mientras que en Lima Norte, Sur y Este, el estándar fue superado en SEIS veces.

▪ Una de cada diez personas de los distritos de Comas, Independencia y Carabaylo sufre de asma Fuente: MINSa

5

3. ENFOQUE Y ESTRATEGIA DESARROLLADA

1. Enfoque de Comunicación para el Cambio de Comportamiento: Conocimientos, actitudes y prácticas (CAP)

- Se informó a los ciudadanos sobre la contaminación del aire en Lima y sus consecuencias en la salud.

- Se informó y motivó a los ciudadanos sobre las acciones que pueden realizar para reducir dicho problema.

2. Estrategia de Advocacy

- Se convocó a las autoridades para dialogar sobre las medidas a tomar para combatir el problema de la contaminación del aire (de acuerdo a las recomendaciones establecidas en el Informe Defensorial N° 116 "La calidad del aire en Lima y su impacto en la salud y la vida de sus habitantes". Lima, diciembre de 2006.)

6

4. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

• **Público objetivo primario (POP):**

Ciudadanos

- Hombres y mujeres que cuentan con vehículos.
- Choferes de transporte público.
- Usuarios de transporte público.

• **Público objetivo secundario (POS):**

Autoridades

- Municipalidad de Lima.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

5. OBJETIVOS DE LA CAMPAÑA

a. Objetivo general

Los actores involucrados con la problemática de la contaminación del aire en la ciudad de Lima adoptan prácticas para el cuidado del aire, lo cual contribuirá al goce del derecho a la salud y a un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la vida.

b. Objetivos específicos

- Lograr que los ciudadanos conozcan que la contaminación del aire causada por los vehículos tiene consecuencias en la salud.
- Informar a los ciudadanos sobre las prácticas que pueden adoptar para combatir la contaminación del aire.
- Convocar a las autoridades para el diálogo y establecimiento de líneas de trabajo comunes para la vigilancia de las recomendaciones formuladas en el Informe Defensorial N°116.

6. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

La campaña se desarrolló en los cuatro distritos de Lima identificados como los más afectados por la contaminación del aire:

- Cercado de Lima
- Comas
- Independencia
- Carabaylo



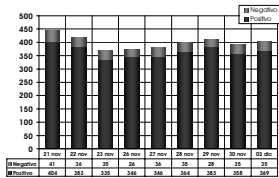
7. MEZCLA COMUNICACIONAL

Público objetivo	Objetivos	Ámbito de Intervención	Medio de comunicación/ Actividades	Evaluación e impacto
1. Público objetivo primario (POP): Ciudadanos - Hombres y mujeres que coexisten con vehículos. - Chóferes de transporte público. - Usuarios de transporte público.	- Lograr que los ciudadanos conozcan que la contaminación del aire causada por los vehículos tiene consecuencias en la salud. - Informar a los ciudadanos sobre las prácticas que pueden adoptar para combatir la contaminación del aire	- Cercado de Lima - Comas - Independencia - Carabaylo	Teatro en buses (Interpersonal) Artículos promocionales Volante informativo Difusión radial Cuñas radiales y canción promocional (Masivo) Desayuno de trabajo con autoridades (Interpersonal)	- Monitoreo de las presentaciones. Se registró un impacto de más de 6,000 espectadores. - El 91% de los espectadores monitoreados calificó como positiva la iniciativa del teatro en buses. - Materiales entregados a más de 6,000 personas (espectadores del teatro y representantes de instituciones que participaron en el desayuno de trabajo). - Monitoreo de la emisión radial - El mensaje llegó a través de dos emisoras con altos niveles de audiencia en el público objetivo de la campaña. - Asistieron representantes de 13 instituciones. - La información recogida sirvió como insumo para la elaboración del Informe Defensorial "Informe de seguimiento a las recomendaciones del Informe Defensorial N° 110".
2. Público objetivo secundario (POS): Autoridades - Municipalidad de Lima. - Ministerio de Transportes y Comunicaciones.	- Realizar un seguimiento a las autoridades para verificar si estas han realizado acciones con respecto a las recomendaciones establecidas en el ID N. 116 "Calidad del aire en Lima y su impacto en la vida y salud de sus habitantes"			10

8. EVALUACIÓN Y MONITOREO

a. Actividad: teatro en buses

- Total de presentaciones: 320
- Periodo: noviembre – diciembre 2007
- Presentaciones monitoreadas: 70 %



N° de espectadores de las funciones monitoreadas: 3595

11

8. EVALUACIÓN Y MONITOREO

b. Desayuno de trabajo

❖ Instituciones participantes:

- Ministerio de Transportes y Comunicaciones
- Municipalidad de Lima
- Congreso de la República
- Policía Nacional del Perú
- INDECOPI
- CONAM
- Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento
- Ministerio de Economía y Finanzas
- Dirección General de Salud Ambiental - DIGESA
- Gobierno Regional del Callao
- Ministerio de la Producción

❖ Logros alcanzados:

- Se recogió información sobre los avances de las instituciones frente al problema de la contaminación del aire.
- La información recogida sirvió como insumo para la elaboración del Informe Defensorial N° 136 "La Calidad del Aire en Lima y su Impacto en la Salud y la Vida de sus Habitantes: Seguimiento de las Recomendaciones Defensoriales".
- Se contribuyó a posicionar el tema en la agenda pública.

12

9. LECCIONES APRENDIDAS

a. Sobre los medios de comunicación interpersonal utilizados

El teatro educativo tuvo una acogida positiva por parte del público, por lo que se recomienda emplearla en otras campañas siempre que sea pertinente.

b. Sobre el trabajo con autoridades

El desayuno de trabajo con autoridades tuvo un impacto positivo y se avanzó hacia acuerdos con los actores involucrados en la toma de decisión frente al problema de la contaminación del aire en Lima. Se recogió información sobre los avances realizados a la fecha.

A la fecha se ha logrado que se asuman las siguientes recomendaciones:

- El Congreso de la República precisó el marco regulatorio de las revisiones técnicas obligatorias con la aprobación de la Ley Nº 29237 que crea el Sistema Nacional de Inspecciones Técnicas Vehiculares.

- INDECOPÍ adquirió el servicio de calibración de equipos de gases patrón para la adecuada calibración de los instrumentos de medición de la calidad del aire.

c. Sobre la incidencia en la agenda pública

A nivel de agentes encargados de toma de decisión: se contribuyó a colocar la problemática de la contaminación como un tema prioritario a atender.

A nivel de medios de comunicación: se contribuyó a colocar el tema de la contaminación del aire en Lima en la agenda de los medios.

d. Sobre el proceso de evaluación y monitoreo de las actividades realizadas

Realizar el monitoreo y evaluación de las actividades ha permitido conocer el impacto de la estrategia de comunicación utilizada, por lo que se recomienda para otras iniciativas futuras.

13

10. CONCLUSIONES

Sobre el nivel conocimiento de la población respecto al problema de la contaminación del aire

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada en la evaluación de la actividad teatro se puede concluir que:

- La población tiene un vago conocimiento sobre el problema de la contaminación.
- No hay una asociación entre contaminación del aire y efectos en la salud.
- Existe un desconocimiento generalizado sobre las prácticas que se pueden realizar para combatir la contaminación del aire.
- La población demanda mayor información sobre la problemática de la contaminación del aire.

Sobre las medidas que han tomado los agentes encargados de toma de decisión para combatir el problema de la contaminación del aire

➤ El trabajo con autoridades mostró que existe voluntad política por parte de algunas instituciones para combatir el problema de la contaminación del aire, lo cual se evidencia en el avance de ciertas medidas para combatir este problema. Sin embargo, la mayoría de las recomendaciones emitidas por la Defensoría del Pueblo aún no han sido atendidas por las instituciones.

14



La contaminación del aire nos afecta a todos

La contaminación del aire, producto de la pirámide calidad del combustible Diesel que se vende en el Perú y el caso en el extranjero, ha causado la muerte de más de 2.000 personas al año en Lima.

15

EQUIPO RESPONSABLE DE LA CAMPAÑA CALIDAD DEL AIRE

Dirección de Promoción y Coordinación Territorial:

Directora: Yolanda Falcón

Coordinadora del Área de Promoción: Sandra Apaza

Especialista del Área de Promoción: María Teresa Gonzáles

Adjuntía para los Servicios Públicos y el Medio Ambiente:

Adjunto: Vito Verna

Comisionada: Nancy García
