

La gestión de la comunicación de emergencias

La coordinación eficaz de una catástrofe está indisolublemente unida a *La gestión de la comunicación de emergencias**. Debe haber una única oficina de información como fuente, que contará con un equipo de enviados especiales. Y un único portavoz, especializado, que emita un único mensaje, centralizado y sin posibilidad de contradicción.

LUIS SERRANO

Desde que hace más de un cuarto de siglo fuera acuñado el término “sociedad del riesgo”¹, a raíz de los accidentes de Seveso² y Chernóbil³, es cada vez mayor el interés por la gestión de la información en las emergencias y catástrofes y también por la comunicación de las crisis en que éstas pueden derivar. No son pocas las tragedias vividas en nuestra sociedad en las que, lamentablemen-

te, la confusión entre ambos conceptos (comunicación de catástrofes o comunicación de crisis) ha provocado resultados desastrosos. Especialmente, para la organización que no ha sido capaz de diferenciarlos adecuadamente.

Desenvolverse con soltura en este campo tendrá como resultado gestiones eficaces en la comunicación de catástrofes, como ocurrió en Madrid en los atentados terroristas del

Luis Serrano es periodista y coordinador del Servicio de Información de Emergencias de la Comunidad de Madrid (Emergencias 112).

11 de marzo de 2004. No hacerlo supone auténticas situaciones de caos y colapso informativo, como lo acaeció el 20 de agosto de 2008, en el accidente aéreo que sufrió la compañía Spanair en el aeropuerto madrileño de Barajas. Trataré aquí también de abordar los sistemas más novedosos de gestión de la comunicación de catástrofes.

Así, quiero explicar el alto valor estratégico del sistema de coordinadores de la información. Cómo gestionan in situ la información de la emergencia, su necesaria especialización e imbricación en la organización y en el Puesto de Mando Avanzado. Abordaré su papel asesor y de coordinación informativa con el resto de centros de mando y control. Señalaré nuevos caminos de gestión informativa que, necesariamente, pasan por cambios de concepción radicales. Intentemos desterrar viejos prejuicios que contemplan a los periodistas como el enemigo a batir, en vez de cómo a una verdadera herramienta de comunicación, un relevante instrumento de protección civil necesario para poder interactuar con los ciudadanos afectados por la tragedia y,

de esta manera, con toda la sociedad.

La atracción de las tragedias

Voy a tratar de explicar cómo los medios de comunicación social construyen sus relatos bajo la premisa de que “es más importante informar rápido que bien”⁴. De las explicaciones o justificaciones mitológicas a la hora de armar el relato se pasa a justificaciones tecnológicas para explicar una incertidumbre social aún mayor. Es el coste en peligrosidad de nuestra sociedad. A partir de aquí, intentaré exponer sucintamente cómo gestionar esta información.

Según un estudio de 2006 de las universidades Complutense, de Navarra y Pompeu Fabra⁵, las televisiones españolas dedican más de un 20% del tiempo en sus informativos a la crónica de sucesos.

Desde mi punto de vista, el relato social tiene como principal finalidad la reproducción de la propia sociedad y sus estructuras. En ello emplean sus esfuerzos los medios de comunicación social institucionalizados a la hora de “producir la comunicación”. Esa comunicación social se convierte en

La búsqueda del lado humano, de la emotividad inherente al dolor generado por la tragedia, es un elemento catalizador del discurso.

un auténtico “ritual informativo”, del cual se hacen copartícipes todos los asistentes a la “celebración” desde su posición de audiencia. Un ritual en el que no es más importante lo que se dice que cómo se dice.

El oficiante, el mediador, debe ser capaz de poner en escena, con soltura, la información, respetando las formas, ritmos, maquetas y estructuras. Es el ritual en sí lo que atrae al ciudadano, porque en él se siente partícipe de un integrador proyecto común, dentro de una estructura que le unifica y le hace solidario del proyecto social compartido.

Pero no sólo esta gratificación, ya de por sí poderosa, atrae a las audiencias, sino el hecho de comprobar una y otra vez que, pese a las continuas tragedias que desestructuran el normal funcionamiento social, las instituciones “salvadoras” son, de nuevo, una y otra vez capaces de derrotar al “monstruo” y de poner orden en el caos⁶. De cada desgracia surgen nuevos desastres a un ritmo vertiginoso. Sin que la audiencia se haya repuesto de una tragedia, ya le llaman a la puerta para mostrarle otra, que será vencida por la organización social. Es en este ritual de destrucción y reconstrucción donde debemos englobar la comunicación en situaciones de emergencias.

Los medios ante el dolor

Recojamos primero una anécdota real extraída del libro *La televisión*

sensacionalista, de John Langer. Dice así: “Te voy a contar una historia, y después de contártela, sabrás todo lo que hay que saber respecto a las noticias televisivas (...). Una noche, los ejecutivos de una cadena en Nueva York estaban viendo tres informativos al mismo tiempo. Se había producido un incendio en un orfanato católico. Uno de los ejecutivos se lamentaba de que la cadena rival tuviera una mejor cobertura en imágenes: ‘Sus llamas son más altas que las nuestras’, dijo. Pero otro ejecutivo replicó: ‘Sí, pero nuestra monja llora más fuerte que las otras’”⁷.

Como vengo explicando, el planteamiento narrativo de los medios informativos tiene por destino la reproducción social de la organización. En ese desarrollo discursivo, es un elemento catalizador la búsqueda del lado humano, de la emotividad inherente al dolor generado por la tragedia.

Como dice el decano-presidente del Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid, Fernando Chacón: “Es muy importante poner cara y nombre a las víctimas de los atentados del 11-M para evitar que ocurra como, en un momento determinado, pasó con los del terrorismo de ETA, que la sociedad iba perdiendo sensibilidad y los asesinados se convertían en simples números”. Esto es lo que explica su insistencia en acudir a los siniestros y entablar contacto

con los actores del suceso. Especialmente, con las víctimas.

Las tres 'ces'

Con estas premisas, veamos cuál es la importancia de la gestión de la comunicación en la gestión de la catástrofe. En sus tesis –asumidas por la UNDRP⁸ (Organización de las Naciones Unidas para el Socorro en Desastres)–, el sociólogo Enrico Quarantelli considera que la organización más apropiada de la sociedad occidental en la lucha contra desastres puede sintetizarse en el modelo de las tres “ces”: coordinación, cooperación y comunicación. La comunicación viene a ser así uno de los tres pilares básicos sobre los que se sustenta una eficaz defensa de la población frente a los efectos catastróficos de cualquier desastre. Se realiza, en su mayor parte, a través de los medios de comunicación de masas; de ahí, la importancia que cobran los medios en los resultados finales de una situación de emergencia. La comunicación, y la política estratégica de comunicación, es un valor añadido

a los efectos de un fenómeno catastrófico que ayuda a paliar los efectos indeseados de un fenómeno natural o accidente tecnológico.

Desde mi punto de vista, la gestión eficaz de la catástrofe está indisolublemente unida a su comunicación. Sin una información adecuada es imposible proteger eficazmente a los ciudadanos. No podremos impelerles a tomar determinadas acciones destinadas a su autoprotección. Es preciso una constante revisión y emisión de nuestros mensajes que efectuaremos empleando los medios de comunicación más adecuados, según el caso. La falta de una información útil y pertinente incrementará el caos generado. La carencia de infraestructuras de comunicación contribuirá a ello. Buscaremos canales de comunicación diversos y robustos que nos permitan llegar a la mayor cantidad posible de ciudadanos. Si uno fallara, deberá ser sustituido por otro, mientras es restablecido su funcionamiento. El 11-M, la telefonía móvil falló. La información salió a los medios distribuyéndola por mensajes cortos desde los focos de la tragedia al Centro de Coordinación Informativa y, de ahí, se rebo-

Los intentos de control sobre el contenido de los mensajes aumentan las tasas de rumores y de críticas sobre la actuación.

taba a la prensa. El uso de “buscapersonas” también fue determinante. Pero, sin duda, la clave fue contar con enviados especiales en los escenarios de dolor, quienes pudieron comparecer ante los medios informativos allí desplegados.

El sustituto de las noticias

Según el sociólogo Tamotsu Shibutani⁹, el rumor es “un sustituto de las noticias. De hecho, es una noticia que no transcurre por canales institucionalizados. Procede de una discrepancia entre la información que se considera necesaria y la que se dispone. Lejos de ser una circunstancia patológica de los individuos, forma parte de los esfuerzos de las personas por encontrar respuestas a las exigencias de su vida”.

Cuando surge la emergencia lo hace siempre asida del rumor. Cuando el humo del incendio comienza a elevarse sobre la tragedia atrae, cual poderoso imán, a los medios de comunicación, que rápidamente comienzan a hacerse preguntas que precisan urgente respuesta. ¿Dónde está exactamente el fuego?, ¿qué se quema?, ¿hay heridos o atrapados?, ¿hay daños graves?, ¿cuáles son las causas? A mayor gravedad del siniestro, mayor presión mediática. Los redactores jefes mandarán al lugar a sus periodistas. Si el medio es audiovisual –y, de forma especial, si es una radio–, la consigna es clara: “En-

tra en directo con lo que tengas”. La presión para el redactor será fuerte.

Al llegar, el periodista buscará las fuentes que le pueden responder a sus preguntas con la mayor celeridad posible. No tiene tiempo y sí muchos interrogantes. El informativo le reclama y tiene que entrar en directo. La información es para ya.

Pero, ¿qué ocurre si ninguno de los protagonistas puede contestar su interrogatorio? Imaginemos la escena. Los bomberos intentan desesperadamente controlar el fuego; los sanitarios todavía están estabilizando a las víctimas; la policía bastante tiene con garantizar la seguridad, evitando que los curiosos entren en el área de intervención. El caldo de cultivo es propicio. Surge el rumor, que se caracteriza por la impersonalidad de la fuente, su ambigüedad y su falta de transparencia. Mezcla que se formula como:

$$R = I \times A$$

Siendo I = importancia del asunto y
A = ambigüedad.

Así que a mayor importancia del asunto y mayor ambigüedad, mayor dimensión del rumor. El “enteradillo” de turno aportará entonces la información que tanto precisa el periodista, con lo que la alarma social estará servida.

Las situaciones de crisis como éstas suelen estar acompañadas por

condiciones de privación e insuficiencia de los medios. Ello fomenta la búsqueda de fuentes de información alternativas como las impersonales, ya comentadas más arriba.

Pero, hoy en día, las nuevas tecnologías vienen a complicar la escena. En palabras del profesor Martínez Albertos¹⁰, “el rumor se convierte en noticia y eso lo está promoviendo Internet”, porque, entre otras cosas, “no se analizan ni se seleccionan las noticias”. Además, añade: “En la red, el proveedor de la información puede ser ‘el chico de los recados’, una secretaria o un catedrático que dirige una tesis (suministra información y aconseja), pero, en ningún caso, un periodista”. Como asevera Martínez Albertos, “los hechos en periodismo son sagrados, no admiten discusión; los comentarios son libres. Esto es un principio del periodismo tradicional que no observa Internet, y mucho menos, el ‘periodismo ciudadano’”.

Las consecuencias del rumor

Durante la gestión de la catástrofe, es importante mantener adecuadamente informados a los afectados.

Los gestores de la emergencia deben saber qué se espera de ellos y qué datos tienen que aportar. “Durante las horas posteriores a la tragedia, los rumores negativos van a circular más rápido que los desmentidos positivos, por lo que habrá que

insistir más en esta información para que tenga su efecto”¹¹ (Fernández, Martín Beristain y Páez, 1999). También se ha comprobado que los intentos de control sobre el contenido de los mensajes aumentan las tasas de rumores y de críticas sobre la actuación (Oliver-Smith, 1996; Páez y Marques, 1998). Los rumores críticos generan inseguridad, división, pérdida de apoyo a las víctimas y conflictos en el grupo. Eso sin contar con que pueden generar conductas de pánico. En situación de amenaza, se asocian a conductas de huida. Ésta se encuentra

favorecida por condicionantes socioculturales del grupo, mitos o creencias compartidas, un clima emocional de ansiedad previo y compartido y la existencia de canales de comunicación que contribuyen a su difusión.

Imaginémonos una emisora de radio que difunde el rumor infun-

Para evitar el rumor, la información debe ser rápida, puntual, objetiva, contrastada y creíble.

dado de que un frente de fuego avanza a paso rápido hacia un poblado de viviendas, donde los ciudadanos están convencidos de que en situaciones como éstas es muy difícil escapar porque las multitudes huyendo al unísono son muy peligrosas. El pánico estará servido. ¿Cuál es la solución para estos casos? Información contrastada procedente de una fuente solvente y acreditada. En una situación de emergencia, peor aún, de catástrofe, esa fuente debe estar ahí, preparada para hacer frente al rumor, antes incluso de que surja. Esa fuente no se improvisa, ni de entre los intervinientes, ni de entre los políticos, que llegarán cuando la catástrofe esté servida.

Será, por lo tanto, un portavoz único que aglutine la totalidad de los datos del siniestro, desde todos sus ámbitos (auxilio y rescate, asistencia sanitaria, social, psicológica y de seguridad). La duplicidad de portavoces sólo generará importantes distorsiones informativas y graves contradicciones que, en algunos casos, pueden llegar incluso a poner en riesgo a la población. Pero, además, el coordinador de la emergencia, que debe ser también único, debe contar con una única oficina de información de emergencias.

El servicio de información de emergencias debe tener preparada su estrategia comunicativa antes de que las demandas mediáticas se produzcan, y mantener un hilo infor-

mativo constante y renovado con la prensa.

Para evitar el rumor, la información será, por tanto, rápida, puntual, objetiva, contrastada y creíble. Una información carente de ocultismos y que no genere alarma social, con recomendaciones de autoprotección para el ciudadano. Evidentemente, para lograr estos objetivos y nutrir a los periodistas que se desplazan al siniestro, es imposible trabajar desde un despacho situado a decenas de kilómetros del lugar de la emergencia. Para conseguir informar a los enviados especiales a tiempo, y evitar los rumores, hacen falta otros enviados especiales.

¿Quién debe gestionar la información?

El Plan de Protección Civil de la Comunidad de Madrid de 1992 establece en su capítulo III que el director del Plan de Emergencia determinará y coordinará la información a la población; para ello, contará con un Gabinete de Información, en dependencia directa del mismo. Nada dice, por supuesto, sobre la cualificación de quienes deben componer tal servicio.

La Comunidad de Madrid resolvió tal cuestión, en 2001, mediante un convenio suscrito con la entonces empresa pública Madrid 112, a quien encomienda “la prestación del servicio de portavoz y de coordina-

ción de todas aquellas demandas de información que puedan producirse en relación al servicio de atención de urgencias de la Comunidad de Madrid, destacando por su importancia las relaciones con los medios de comunicación”. Asimismo, determina que serán periodistas quienes integren el servicio.

Pero no cabe duda de que éste sólo es un modelo. Lo verdaderamente importante es analizar por qué se debe llegar a una solución de este tipo o similar. En primer lugar, tener un único portavoz –o, al menos, manejar un mensaje único–, sólo puede mejorar nuestra situación en cualquier gestión de la comunicación. Es una idea que se recoge, de manera reiterada, en todos los manuales de gestión de crisis, y es una de las reglas que enumera Ros Jay¹² para no complicar las cosas, ya que “una única fuente de información garantiza una comunicación clara y coherente”. La actuación descoordinada de portavoces genera una sensación de desorganización y desconcierto ante la opinión pública. “En los casos en que es necesario más de un portavoz, la comunicación entre ellos

debe asegurar que la empresa dice lo mismo, siempre, a los distintos públicos”, indica Berge¹³. Se trata, por lo tanto, de ofrecer un único mensaje, centralizado y que huya de toda posibilidad de contradicción. Si sólo hay una dirección de la emergencia,

exclusivamente debe existir un mensaje. Como señala Carmen Costa Sánchez¹⁴, el portavoz “sólo debe proporcionar aquella información o datos que ya han sido verificados previamente para no caer, de este modo, en lo que serían contradicciones por parte del representante de la institución. De darse esta circunstancia, se restaría credibilidad a las palabras y a la imagen de formalidad, seriedad y confianza que debe ofrecer el encargado de comparecer ante la opinión pública”.

A esto podemos añadirle lo que opina Jaume Fita¹⁵, quien considera que “sólo deben proporcionarse hechos comprobados. Las conjeturas deben evitarse siempre. Nunca debe convocarse, por ejemplo, una conferencia de prensa sin estar seguro de tener las respuestas al incidente acontecido”. Pongamos algún ejemplo: la actuación informativa de los tres políti-

El mensaje debe ser lo suficientemente técnico como para ser creíble y lo suficientemente coloquial como para que lo entiendan todos los ciudadanos.

cos populares que actuaron como portavoces en relación con las investigaciones sobre los atentados del 11-M. Según Costa Sánchez, ésta fue desacertada debido a las continuas rectificaciones por parte del mismo portavoz y a la comunicación de datos que no habían sido suficientemente contrastados. Información incorrecta porque hubo contradicciones entre las versiones adoptadas por los tres portavoces.

Pero tenemos más ejemplos en nuestra historia reciente sobre una ineficiente gestión informativa de una catástrofe propiciada por la existencia de múltiples portavoces. Es el caso del hundimiento del petrolero *Prestige*, el 13 de noviembre de 2002. De nuevo, afirma Carmen Costa¹⁶ lo siguiente: “La aparente descoordinación interna no permitió que se consolidara la figura del interlocutor único, sino que pasó a haber múltiples en función del reparto competencial en asuntos derivados del accidente”.

Retrotrayéndonos un poco más, podemos trasladarnos a la riada que, en agosto de 1996, sufrió el *camping* Las Nieves en la localidad oscense de Biescas. Recordemos que 87 personas fallecieron y hubo 450 heridos. Aquí, la falta de una portavocía única generó graves problemas en la gestión informativa. Un año después de la tragedia, lo señalaba con estas palabras el alcalde de la localidad, Luis Estaún¹⁷:

“La importancia que tiene una correcta transmisión de la información merece que, desde un principio, se ocupe un portavoz de la relación con los informadores, lo que facilita el trabajo de unos y otros. Toda acción que facilite la labor de los medios redundará en beneficio de la fidelidad y rapidez con que se transmitirá esta información a la sociedad”.

En este sentido, el psicólogo Ernesto Goicoechea (Op. Cit. en referencia 48. Página 11) opina: “Un buen antídoto para disminuir las fuentes confusas de autoridad y no exacerbar gratuitamente los problemas es establecer, desde los primeros momentos, un portavoz único al que referirse para todo tipo de información oficial. Su existencia tiene indudables ventajas para los medios de comunicación que se afanan por conseguir la necesaria información en la confusión posterior a un desastre”.

Es imposible lograr la movilización social hacia la autoprotección en medio de una catástrofe si a este objetivo, ya de por sí complicado, le añades que los mensajes que ofrecen las diversas administraciones son descoordinados. No está justificado que esto ocurra con el actual marco jurídico español, por más que se quieran ver excusas de cualquier tipo en la actual estructura cuasi federal del territorio. La legislación vigente específica quíen

es el responsable en los distintos niveles de activación de los planes de emergencia. Si todas las administraciones tuvieran esto claro, no nos encontraríamos, como es habitual, declaraciones discordantes entre los responsables estatales, autonómicos y locales. Sólo quien manda en cada uno de los niveles activados de los planes de protección civil debería confeccionar los mensajes a la población. Las discusiones sobre la eficacia o no de las medidas adoptadas deben dejarse para después. El conflicto verbal en el foro público sólo sirve para acrecentar la sensación de inseguridad e incertidumbre entre los ciudadanos. Si una determinada actuación de protección civil no ofrece los resultados esperados, debe ser reevaluada, lo que conlleva su rediseño y su nueva ejecución de manera conjunta entre las administraciones. Nunca deberá suponer una causa de confrontación mientras la tragedia aún se desarrolla. Las nuevas acciones diseñadas deberán ser comunicadas de nuevo mediante un mensaje único y, preferiblemente, por un único portavoz dotado de la mayor credibilidad posible por sus

conocimientos, carisma y experiencia en el cargo.

¿Quién debe informar?

Una encuesta realizada entre periodistas franceses, en 1992, concluía que, en situaciones de emergencias, los profesionales de la comunicación consideraban como fuentes más creíbles de la información, por este orden, a los técnicos responsables de coordinar la emergencia y, tras ellos, a los portavoces de estos técnicos.

Siempre debe informar el más creíble, pero si se trata de luchar contra los rumores, en la primera fase de la intervención de emergencia es evidente que ni el jefe de bomberos ni el coordinador médico podrán atender a la prensa. Queda, por lo tanto, su portavoz. En situaciones de crisis, se buscará a profesionales de la comunicación con una amplia formación en emergencias (conocimientos de auxilio y rescate, sanitarios, etc.), con el fin de garantizar, en primer término, la credibilidad y la eficacia del mensaje, que deberá ser lo suficientemente técnico como para ser creíble y lo

A mayor formación del portavoz, mayor agilidad y mayor eficacia comunicativa al dotarle a su lenguaje de credibilidad.

suficientemente coloquial como para que lo entiendan todos los ciudadanos.

Su formación en emergencias les permitirá recoger in situ, casi de un vistazo, la información que precisa para elaborar los mensajes informativos, a fin de que, una vez hayan sido validados por el director del plan de emergencias, sean difundidos. Este último enfoque fue, por ejemplo, el que adoptó la Comunidad de Madrid a la hora de crear su Servicio de Información de Emergencias.

El Servicio de Información de Emergencias debe ser un anexo del director del plan de emergencias que se esté aplicando. Es decir, en dependencia directa del mismo. Como acabo de decir, compuesto por profesionales en comunicación de emergencias. Personal preferentemente periodista debidamente formado y con experiencia en gestión de crisis emergentes y en gabinetes de prensa de servicios de emergencia.

Debe contar con toda la información sobre el suceso. Sin ella, es imposible su labor. Contará con un equipo de enviados especiales, y tendrá las siguientes funciones:

1. Recogerá in situ toda la información. Analizará, evaluará y aconsejará sobre la crisis. Retroalimentará a la dirección del plan.

2. Ayudará a descubrir las causas de la emergencia y las deficiencias

en la gestión de la misma. Trata de ayudar a poner orden en el caos.

3. Pulsará el ambiente social y mediático. Luchará in situ contra los rumores. “Terminará” con los “enteradillos”, generadores de rumores, al convertirse en fuente solvente de referencia. Intentará también así atajar las críticas antes de que se produzcan.

4. No dará informaciones distorsionadas. Divulgará datos verdaderamente útiles.

Portavoz oficial

El portavoz oficial de la emergencia debe ser un experto en gestionar la información en crisis emergentes y debe pertenecer al servicio de información de emergencias. Preferentemente, periodista y con experiencia como portavoz y formación especializada en protección civil, socorrismo y auxilio y rescate. Tener estos conocimientos le permite ser testigo en los siniestros desde una atalaya privilegiada, restándole el menor tiempo posible a los gestores del siniestro cuando éstos están más ocupados, que es al inicio de la intervención. Es cuando peor pueden atender a su portavoz y, sin embargo, se trata del momento en que más necesaria es la información para atajar los rumores. Mayor formación para el portavoz redundará en un incremento en la calidad de su información, una mayor agi-

lidad y una mayor eficacia comunicativa al dotarle a su lenguaje de una pátina de credibilidad.

Debe poseer gran capacidad de trabajo en situaciones difíciles. Codo con codo, trabajará en las mismas situaciones de riesgo, estrés y “penosidad” que el resto de intervinientes. A esto hay que añadir la gran presión político-mediática que deberá soportar. Conviene que sea experto y conocedor de la evolución de riesgos, con capacidad de aportar ideas y soluciones. No sólo deberá ejercer como transmisor de la información que emane de la dirección de los planes de emergencia, sino que tiene que realizar tareas de asesoría interna a la propia organización, con objeto de minimizar los conflictos y lograr la mayor eficacia posible para cumplir sus objetivos comunicativos.

La oficina de información

Debe haber una única oficina informativa como fuente. El siniestro cambiará constantemente de forma, por lo que será preciso realizar una reevaluación constante sobre el cumplimiento de nuestros objetivos comunicativos, con el fin de redefinir el plan de acción. Desarrollará, si es preciso, la oportuna reiteración informativa. Como veremos más adelante, es importante repetir el mensaje en tiempo y forma.

En situaciones especiales –como,

por ejemplo, las listas de heridos y muertos en el atentado del 11-M–, puede ser preciso descentralizar la gestión informativa. Es evidente que en situaciones donde es esencial dar salida a los requerimientos informativos de miles de ciudadanos deben articularse medios extraordinarios. El 11 de marzo de 2004, el Ministerio del Interior decidió que los ciudadanos que necesitaran saber dónde estaban hospitalizados sus familiares o amigos llamaran al 112. Se organizó una célula de información con operadores de emergencia y psicólogos voluntarios que la atendieron.

Hacen falta expertos informadores que se desplacen al lugar y estén pendientes de corregir las informaciones incorrectas facilitadas por los medios. Cualquier sistema es adecuado si difunde la información precisa. La oficina de información debe realizar una escucha activa de las informaciones, quejas y demandas de los afectados, antes de que lleguen a los *mass media*.

Las fuerzas policiales deben contribuir, sobre el terreno, a la difusión de mensajes, al control de multitudes, a la evacuación o al confinamiento, utilizando la megafonía. La oficina de información, sobre el terreno también, “retroalimentará” a la dirección del plan y a la administración para facilitarle la toma de decisiones. Los medios difundirán constantemente información exac-

ta sobre la naturaleza del peligro y las recomendaciones para la población. Es un grave problema que muchos medios quieran obtener la misma información al mismo tiempo. Se priorizará a las agencias informativas, emisoras de radio y televisiones. Pueden difundirse mensajes masivos vía SMS a los medios informativos y emplear Internet, desde el lugar de la emergencia, para difundir notas de prensa, cortes de radio, fotos y vídeos. Las imágenes de la intervención puede distribuirlas una agencia informativa o una televisión.

En la fase de vuelta a la normalidad, se repite la situación de la emergencia y los servicios de socorro. Se vuelve a decir cuáles son las zonas afectadas. Se transmite consejos e instrucciones a los afectados.

El periodista como agente de protección civil

Cuando surge la emergencia, todo son prisas. Carreras en las redacciones y, cómo no, en los servicios de emergencia. El periodista acudiría a la Administración para buscar entre sus filas a los portavoces de las tragedias, de los que, de entrada, sospecha. A priori, los considera incompetentes, manipuladores, cuando no mentirosos, faltos de diligencia y torpes. No obstante, los necesita para contrastar la información. No se fía de ellos, pero los requie-

re. No cree en ellos, pero acudiría en su búsqueda para conocer qué está ocurriendo.

Desde el lado de la Administración, la visión no será menos negativa. “Declarar la guerra a los medios, si bien es tentador, es un juego que nunca ganarás”, aseguró Stratford P. Sherman¹⁸. Se quiere cerca al periodista cuando es útil para difundir los mensajes que pretende poner en conocimiento de la opinión pública. Su presencia será indeseada por su alto grado de intrusismo e injerencia. Sin embargo, será mejor convivir con ellos y apoyarse en su profesionalidad para que ayuden a comunicar las recomendaciones de protección civil. Se está, por tanto, frente a una mutua relación de amor y odio en la que brilla un interés común. Es en esta tesitura donde un servicio de información de emergencias debe intentar transformar esta visión antagónica y maniquea, transmutando al periodista en una auténtica herramienta de comunicación, un colaborador de protección civil, un canal de comunicación ágil y fluido con el ciudadano. El periodista puede dejar de ser un intruso y convertirse en un elemento valioso en la gestión de la emergencia. Para ello, conviene establecer una relación sólida y fluida entre ambas partes, que debe surgir del mutuo conocimiento, respeto y confianza. Ambos deben saber hasta dónde pueden colaborar, qué pre-

cisan el uno del otro y cuáles son sus límites.

Para finalizar, una última cita a modo de reflexión. Como dijo el periodista norteamericano Mort Rosenblum: “Cuando recibe un aviso a media noche, un bombero tiene que ponerse los pantalones y apa-

gar las llamas. Un corresponsal debe explicar a un millón de personas quien provocó el incendio y por qué”.

* Ponencia pronunciada por Luis Serrano en el XXII Congreso Nacional de la Asociación Española de Lucha contra el Fuego (ASELF), el pasado 8 de mayo.

1. Beck, Ulrich. *La sociedad del riesgo global*, Madrid, Siglo XXI, 2002.

2. Accidente en la industria química de Seveso (Italia, 1976). <http://www.portalplane-tasedna.com.ar/seveso.htm>.

3. Accidente en la planta nuclear de Chernóbil (Ucrania, 1986). <http://www.chornobyl.in.ua/en/index.htm>.

4. Lozano Ascencio, Carlos. *Medios de comunicación y catástrofes. ¿Tratantes de la información?*, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.

5. *Estudio sobre los informativos de televisiones generalistas en España*, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Pompeu Fabra de Barcelona y Universidad de Navarra, coord. Javier Fernández del Moral, 2006.

6. Martín Serrano, Manuel. *La Producción Social de la Comunicación*, 3ª Edición, 2004.

7. Langer, John. *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las otras noticias*, trad. Juan Trejo Álvarez, Barcelona, Paidós, 2000, ed. or., 1998, p. 11.

8. *United Nations Disaster Relief Organization*.

9. Shibutani, Tamotsu. *Improvised News*, Ed. Bobs Merrill, Nueva York, 1966, p. 62.

10. Martínez Albertos, José Luis (catedrático emérito de Redacción Periodística. UCM Madrid). Ponencia *El ocaso del periodismo tra-*

dicional (AP-APAL. Almería, 7 oct. 2008). Extracto de la revista *Periodistas FAPE*, N° 15, 2008, p. 31.

11. Fernández, Itziar; Martín Beristain, Carlos, y Páez, Darío. *Emociones y conductas colectivas en catástrofes: ansiedad y rumor, miedo y conductas de pánico*, Universidad del País Vasco y Universidad de Deusto, 1999.

12. Jay, Ros. *Situaciones de crisis*, Ed. Pearson Educación, S.A., 2001, p. 73-74.

13. Berge, D.T. *The first 24 hours: A comprehensive guide to successful crisis communications*, Ed. Basil Blackwell, London, 1990, p. 66.

14. Costa, Carmen. *La incidencia de Internet en la crisis de comunicación del 11-M*. Vara, Alfonso. *La comunicación en situaciones de crisis*, Ed. Eunsa, Pamplona, 2006, p. 215.

15. Fita, Jaime. *Comunicación en programas de crisis*, Ediciones Gestión 2000, Barcelona, 1999, p. 145.

16. Costa, Carmen. *La incidencia de Internet en la crisis de comunicación del 11-M*. Vara, Alfonso. *La comunicación en situaciones de crisis*, Ed. Eunsa, Pamplona, 2006, p. 227.

17. Comentario de Luis Estaún. Goicoechea, Ernesto. *Desastre y medios de comunicación. El caso de Biescas*. Ed. Emergencia112, 1998, p. 110.

18. CDC, *Crisis and Emergency Risk Communication* (CERC), septiembre de 2002.