

COMUNICACIÓN 2.0 EN EMERGENCIAS

LUIS SERRANO RODRÍGUEZ

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

En la sociedad del riesgo, llegar con nuestros mensajes de la manera más rápida y eficaz posible a las personas afectadas por una catástrofe se convierte en estratégico en la gestión de emergencias. Coordinación, cooperación y comunicación son elementos esenciales en la dirección de cualquier siniestro. Hasta hace poco, esa labor de información a la población se realizaba de forma unidireccional a través de los medios de comunicación de masas. Pero, hoy en día, las redes sociales han venido a completar la “panoplia” de herramientas comunicativas con un sistema bidireccional por el que los gestores de la emergencia conversan directamente con los ciudadanos.

Podría retrotraerme a experiencias alejadas en el tiempo que ya anunciaban la revolución comunicativa que se estaba gestando, como lo ocurrido en los terremotos de Haití o Chile e, incluso, en el rescate de los mineros chilenos en la mina San José.

Podría detenerme también en el papel esencial como plataforma de comunicación que en las revoluciones del norte de África han tenido las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, pero voy a hacerlo en dos ca-

tástrofes y un atentado terrorista que, sin duda, han terminado por dar carta de naturaleza a estas plataformas como elemento esencial en la gestión informativa de las emergencias.

El cambio de paradigma

Lo ocurrido en el terremoto de Japón ha abierto definitivamente los ojos a la opinión pública mundial, a los políticos y a los gestores de las emergencias. Los usuarios de las redes sociales ya lo sabían y los ciudadanos, en su conjunto, ya se están enterando. El escenario donde se van a gestionar directamente los procesos de comunicación de emergencia es el universo 2.0. Y no es que se vayan a abandonar los canales tradicionales. El proceso de mediación comunicativa –gestor de emergencia > medios > ciudadanos– seguirá siendo esencial. Pero, a partir de ahora, se puede hablar horizontalmente con los ciudadanos. Llegar a cada uno de ellos y recibir su *feedback*. La dirección del siniestro ya no puede guarecerse detrás de una comunicación vertical. Para lo bueno y para lo malo, estamos ya en red y el proceso no tiene vuelta atrás.

Se trata ahora de gestionarlo eficazmente. Con los mismos criterios de rigor y profesionalidad que se han aplicado hasta ahora, pero adoptando las nuevas reglas comunicativas. El objetivo sigue siendo la protección de los ciudadanos, los bienes y el medio ambiente. Sin embargo, ahora deberemos escuchar sus quejas y necesidades. Debemos, pues, atender estos requerimientos para mejorar la gestión de la protección civil.

Redundar los canales informativos

Una máxima en la gestión de la emergencia es no fiarlo todo a una única herramienta. Tampoco con la comunicación. Hasta ahora, los canales informativos se circunscribían a los medios de masas, las páginas webs, la megafonía estática y móvil y las redes de radioaficionados. Esto ha cambiado. Tenemos una herramienta más: la Web 2.0, con todas sus potencialidades, como Twitter, Facebook, YouTube, Crowdmap... Han llegado para quedarse y son ya una alternativa madura de comunicación. 700 millones de personas en Facebook, 400 en YouTube, 600 en Skype y más

de 200 en Twitter, sin contar con las redes propias de China o Rusia que compiten de tú a tú con estas.

Sin embargo, como todas las redes, tienen las limitaciones propias de la tecnología. Básicamente, el sostenimiento de la red (nodos y servidores) y del suministro eléctrico que las haga funcionar. En Egipto, vimos cómo el Gobierno de Mubarak intentaba ahogar la revolución cortando el acceso a

EL ESCENARIO EN EL QUE SE VAN A GESTIONAR DIRECTAMENTE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE EMERGENCIA ES EL UNIVERSO 2.0

internet. Sin embargo, Google y Twitter se aliaron para impedirlo. Ambos crearon una aplicación gratuita que permitía, a través de un teléfono fijo, llamar a un número al que dictar el tuit y que este se reprodujera en medio mundo. Además, llamando a otro número, era posible escuchar los mensajes tuiteados. La censura gubernamental quedaba burlada y la revolución, gracias a este y, por supuesto, a otros elementos, triunfó¹.

Terremoto, ‘tsunami’ y desastre nuclear en Japón

El 11 de marzo de 2011, un terremoto de 9 grados en la escala de Richter sacude Japón y, con él, las opiniones públicas del mundo. El temblor de tierra hizo colapsar las comunicaciones móviles. La caída de la red no supuso la interrupción de todas las comunicaciones. Los teléfonos fijos y, por lo tanto, las líneas ADSL siguieron funcionando. Internet se mantuvo indemne. Durante las primeras horas, los japoneses escribían sus mensajes a un ritmo de más de 5.000 tuits por segundo. Los *hashtags* [etiquetas que sirven para clasificar un tuit e identificarlo con un tema concreto] *#japanearthquake* y *#prayforjapan*, entre otros— extendieron la información y ayudaron a ordenar la información.

Las redes sociales permitían no solo contactar con sus familias, sino con sus seres queridos al otro lado del mundo y con los medios de comunicación de todo el planeta. También podían enviar sus fotos y vídeos para dar fe de lo que ocurría o, a través de Skype, contactar con sus familiares y con

La máxima será, por lo tanto, atender las demandas que se pueda logrando una auténtica y eficaz acción de protección civil que salvaguarde nuestros objetivos fundamentales: protección de los ciudadanos, sus bienes y el medio ambiente³.

De nuevo, Google marca el camino

Como ya ocurriera en la revolución egipcia, Google irrumpió en medio del desastre aportando soluciones revolucionarias. Para ello, ofreció gratuitamente una aplicación capaz de poner en contacto a quienes buscan a desaparecidos con otros ciudadanos o instituciones que quizá puedan tener datos sobre su paradero, preservando, al menos públicamente, el derecho a la intimidad⁴.

Por si esto fuera poco, Google colgó en su web de Picasa una página donde alojaba fotos de las listas de heridos, desaparecidos y fallecidos. Y, en YouTube, abrió un canal en el que los japoneses colgaron sus vídeos para pedir ayuda en la búsqueda de desaparecidos. Tuvieron más de 120.000 reproducciones y más de 385 vídeos alojados. No olvidemos que se habló de unos 10.000 desaparecidos⁵. Toda esta información, y mucha más, la tenía ordenada en una web de recursos para la crisis.

Noruega y Breivik: la gestión de la información del atentado

Las dos acciones terroristas que tuvieron lugar en Oslo y en la isla de Utoya cogieron desprevenidas a las autoridades noruegas, acostumbradas a vivir en una sociedad apacible y exenta de graves conflictos. La falta de preparación en este campo tuvo claro reflejo en la gestión de la comunicación de la emergencia. Al menos, desde la perspectiva española, donde, lamentablemente, estamos acostumbrados a lidiar con el terrorismo. La información no fluyó con suficiente agilidad, pese a lo que se podía esperar de un país socialmente avanzado como Noruega. Hagamos unas reflexiones.

El primer atentado se produjo en torno a las 15:26 horas. Se trataba de una fuerte explosión en el corazón de la ciudad de Oslo y, aparentemente, estaba dirigido contra la sede del primer ministro. Los daños fueron muy importantes y los muertos y heridos, numerosos. Dos horas después, el supuesto agresor, el noruego Anders B. Breivik, se traslada a la isla de Utoya,

a 40 kilómetros de Oslo, donde estaban reunidas casi 600 personas en un acto de las juventudes del partido del Gobierno. Allí, disfrazado de policía, comienza su indiscriminada matanza.

Estaba previsto que el primer ministro visitará la isla. La situación era, por lo tanto, crítica en Utoya. Jens Stoltenberg no compareció ante los medios hasta dos horas y media después de la explosión de Oslo, y la información sobre el primer atentado fluyó de forma excesivamente lenta. De hecho, el único servicio de emergencia que ofreció algo de información constantemente en su web fue la policía⁶, frente al servicio sanitario⁷, que emitió una

.....

LOS CIUDADANOS SÍ OCUPARON INMEDIATAMENTE SU ESPACIO EN LA RED CON VÍDEOS Y TESTIMONIOS, DADA LA FALTA DE INFORMACIÓN OFICIAL

breve nota sin aportar datos de víctimas.

La tercera comparecencia del primer ministro se produce a las 22:30 horas y todavía en ese momento se hablaba de unos 20 muertos. No es sino de madrugada cuando la policía confirma unos 80 muertos en la isla de Utoya y que la cifra puede seguir creciendo. Sí hay que reconocerles que la policía estableció un teléfono de información a las víctimas y que lo difundió a través de su página web.

Redes sociales en el atentado de Noruega

Otra debilidad fue el uso de las redes sociales. Al poco del atentado, se convirtieron en *trending topic* [tendencia, términos más repetidos en esta red social en un determinado momento] en Twitter los *hashtag* #Oslo, #Norway y, al poco, #Utoya⁸. Sin embargo, en esa conversación, no se encuentra presencia del Gobierno noruego ni de sus servicios de emergencia (o, al menos, yo no la he encontrado).

No abren, como hicieron los japoneses, una cuenta al efecto. Mientras, de nuevo, el Departamento de Estado Norteamericano sí usa este canal para informar a sus compatriotas. Sí se gestionó bien el uso de las redes de comunicación. La policía pidió a los ciudadanos que no usaran los teléfonos

móviles ni las conexiones de red para no saturarlas y poder dedicarlas a la emergencia. Quienes sí ocuparon inmediatamente su espacio en la red con sus vídeos y testimonios, dada además la falta de información oficial, fueron los ciudadanos. Sus imágenes nos mostraron, gracias a YouTube, el alcance de la tragedia, con vídeos que dieron la vuelta al mundo.

De nuevo, este atentado mostró la afinidad de los terroristas por las redes. En este caso, con un punto narcisista, dada la presencia del supuesto autor de la matanza en Facebook y Twitter⁹.

El sismo de Turquía: cómo las redes salvan vidas

Geófonos, sondas, perros adiestrados... Estos son algunos de los sistemas que habitualmente se emplean en la búsqueda de desaparecidos en derrumbamientos. Sin duda, técnicas y sistemas de gran eficacia que ahora tienen su complemento en las redes sociales. Es cierto que ya se habían dado casos de personas localizadas al llamar desde su móvil¹⁰. Acordémonos del derrumbamiento en la madrileña calle de Alberto Aguilera en marzo de 2001. Pero la tecnología lo ha superado. Un *smartphone* [teléfono inteligente] geolocalizado permitió la localización y el rescate de dos personas en las primeras horas de la tragedia turca. Es solo un ejemplo de lo que las redes

DOS CHICOS AVISARON DE SU SITUACIÓN EN TWITTER. UN REPORTERO LO VIO, ALERTÓ A LAS AUTORIDADES Y, EN DOS HORAS, FUERON RESCATADOS

sociales como Twitter supusieron en el terremoto de Turquía. Remontémonos al 8 de marzo de 2001. Ángel Luis López quedaba sepultado bajo el edificio que se desplomaba sobre él en la calle de Alberto Aguilera. Su teléfono móvil le permitió comunicar al exterior que estaba con vida y permanecer en contacto con los bomberos del Ayuntamiento de Madrid y el Samur casi hasta el final de su rescate. Cuando se le acabó la batería, poco antes del final de la operación de salvamento, le suministraron otro teléfono.

Los móviles ya habían entrado con fuerza en nuestras vidas, pero muy po-

cos pensaban en las redes sociales y menos en los *smartphones*. De hecho, en la región turca de Van, el grado de penetración de estos dispositivos no era tan alto como lo era el 11 de marzo de 2011 en Japón, o lo es hoy mismo en España. Sin embargo, la noticia marca, a mi entender, el inicio del empleo de estos dispositivos como sistemas con los que poder localizar a los ciudadanos en las más diversas circunstancias. Quizá este sea, hasta hoy, uno de los casos más espectaculares.

Así, según publicó *The Globe and Mail*, dos adolescentes avisaron en Twitter de su situación entre los escombros del terremoto en Turquía¹¹. Un reportero lo vio y avisó inmediatamente a la asociación de rescates AKUT. En dos horas, habían sido rescatados. De hecho, fueron de las primeras personas localizadas tras el sismo. Sin embargo, no se trata de un caso aislado en los esfuerzos por emplear las redes sociales en las tareas de rescate de este sismo.

Cuatro voluntarios de AKUT fueron asignados a monitorear las redes sociales, e internet en general, a la búsqueda de signos de vida. De hecho, como comentó en *The Globe and Mail*, Memet Tanrisever, uno de los fundadores de AKUT, “todo el mundo está sorprendido de que haya funcionado”.

Más iniciativas en Twitter

Como es lógico, Twitter también agrupó miles de mensajes tanto locales como internacionales a través del *hashtag* #TurkeyQuake. Sirvió para la ayuda mutua y, cómo no, para las críticas al Gobierno por las deficiencias en la ayuda o por rechazar la ayuda internacional al comienzo de la crisis. Ha habido otras iniciativas interesantes, con resultados sorprendentes, como la de un periodista turco, Erhan Çelik, que ofreció a través de Twitter su segunda residencia para acoger a una familia damnificada¹². A las pocas horas, 17.000 ofrecimientos similares ocupaban la “tuitosfera”. Empleó el *hashtag* #EvimEvinDirVan con el lema “Mi casa es tu casa”. Siete horas después, tenía esos 17.000 correos ofreciendo también sus hogares. La información se la pasó al gobernador y, desde ese momento, fueron las autoridades locales quienes organizaron todos esos ofrecimientos.

También Facebook y Google tuvieron su papel

Como ocurriera en las catástrofes de Haití, Queensland (Australia), Japón y Egipto, Facebook tuvo su papel para organizar sobre todo la ayuda hacia los damnificados. Se crearon expresamente páginas para la ayuda o se gestionó a través de organizaciones como la Media Luna Roja. En cuanto a Google, como ya hiciera por primera vez en el terremoto de Japón, volvió a activar su buscador de personas desaparecidas, que además funciona en varios idiomas. No solo es una herramienta gratuita, sino que asimismo se puede incrustar en cualesquiera otras aplicaciones o webs, tanto privadas como gubernamentales. Algo a tener muy en cuenta.

Crowdmap: geolocalizando los incidentes

Con el *software* Ushahidi como base, Crowdmap¹³ sirvió también en esta catástrofe para que, de forma colaborativa, se pudiera conocer dónde se geoposicionaban las zonas de búsqueda y rescate, los lugares de albergue o dónde se producía el abastecimiento a los damnificados. Una aplicación más testada en los terremotos de Haití, Chile y Japón.

Turquía ha sido el siguiente paso en la comunicación 2.0 en emergencias, pero no será, desafortunadamente, el último banco de pruebas. Conviene, por lo tanto, que estemos atentos y tomemos nota. Algunos ya lo estamos haciendo y sabemos que funciona. ☒

NOTAS

1. <http://bit.ly/rVrSQP>
2. <http://bit.ly/vQ9zxt>
3. <http://bit.ly/g68vHe>
4. <http://japan.person-finder.appspot.com/?lang=es>
5. <http://www.youtube.com/shousoku>
6. https://www.politi.no/Kampanje_48.xml
7. <http://www.legevakten.oslo.kommune.no/>
8. <http://informaciondeemergencias.blogspot.com/search/label/Noruega>
9. <https://twitter.com/#!/@AndersBBreivik>
10. <http://mun.do/uRuPF1>
11. <http://bit.ly/rpHGKh>
12. <http://bit.ly/n58w1h>
13. <https://vandeprem.crowdmap.com/main>