

**INFORMACION Y CATASTROFES:
NO SOLO NOTICIAS, NO SOLO DESPUES**

Argumentos y problemas
para definir un aporte más eficiente de los medios de
comunicación para disminuir las catástrofes

*Documento producido por
Ferruccio Ferrigni
durante la preparación del Seminario reservado a
periodistas y expertos
que se llevará a cabo en Ravello, en la primavera de 1995*

Abril de 1994

Cuántas veces en los servicios informativos que se ocupan de pequeños desastres (una avalancha, un derrumbe, el incendio de una fábrica), los periodistas registran que la gente del lugar conocía muy bien ese riesgo, pero que las autoridades y los empresarios habían ignorado sistemáticamente sus advertencias y preocupaciones? Por otra parte, las normas de este oficio son claras: salvo en algunos casos especiales, las preocupaciones de la gente se vuelven "noticia" solo después que se haya presentado el evento que se temía.

Dar a conocer los miedos de la gente antes que se presente un desastre, puede ayudar a prevenirlo? Existen eventuales efectos negativos? Qué hay que hacer para que el conocimiento local de las situaciones de riesgo se vuelva "noticia"?

El conocimiento de los aspectos científicos de las diferentes situaciones de riesgo, es el fundamento de una correcta y eficaz acción de prevención y de un manejo más eficiente de las emergencias. Pero los mensajes que los medios de comunicación difunden (sobre todo los audiovisuales), deben ser claros, esenciales. Sobre todo en los casos en que está en juego la seguridad personal, no se aceptan respuestas interlocutorias, los matices críticos no son apreciados. Por lo tanto, a los expertos entrevistados sobre los riesgos de un sitio o después de una catástrofe, se les piden sobre todo seguridad. En lo posible se les pide que tranquilicen, o si esto no es posible, que por lo

menos suministren una clara identificación del peligro. Pero si los conocimientos científicos o la naturaleza del fenómeno permiten definir simplemente unas probabilidades o alternativas, la difusión por parte de los medios de comunicación de la opinión de los especialistas, puede llegar a ser contraproducente. La gente no cree que los peligros sean reales, o se alarma más de lo necesario, solo porque dichos peligros no han sido excluidos en forma categórica.

En situaciones de emergencia, cómo hay que conciliar las normas de la ciencia con las de la información? Cómo difundir en forma correcta y eficaz los conocimientos de los expertos para evitar desastres o para atenuar su impacto?

La identificación de un riesgo no implica automáticamente que el comportamiento de las diferentes entidades decisorias (autoridades locales y centrales, grupos de operadores, propietarios individuales) lo vayan a tener en cuenta. Las campañas de "sensibilización" pueden ayudar, pero logran modificar el comportamiento de la gente, solo si los destinatarios tienen confianza en quien las promueve (por lo general, las autoridades locales y centrales). Resulta entonces que a veces sean poco útiles, precisamente allí en donde la escasa organización de los servicios, haría más necesaria la difusión de una conciencia sobre los riesgos y sobre los medios para enfrentarlos.

Qué papel pueden jugar los medios de comunicación para hacer más eficiente la acción de las autoridades que dirigen las campañas de preparación de la población a enfrentar una emergencia?

Una condición necesaria para prevenir catástrofes (o por lo menos, para reducir sus consecuencias), es el conocimiento de las situaciones de riesgo, pero esto no es suficiente. Aún en los Países en donde existen servicios organizados de Protección Civil, los fondos disponibles se pueden utilizar para intervenir en caso de emergencia, o para reparar lo que resultó destruido, pero casi nunca pueden ser utilizados para interventos preventivos de fortalecimiento. Los políticos con poder de decisión, tienden a darle prioridad a las construcciones totalmente nuevas (que dan notoriedad, siendo que la inauguración de una obra nueva se vuelve noticia), con respecto a las reparaciones (el mantenimiento apropiado y continuo no es noticia).

Cómo se puede desplazar la atención del público y el interés de quienes toman las decisiones, de las obras nuevas?

En el pasado, el traslado de información entre poblaciones expuestas a los mismos riesgos favoreció la difusión y el establecimiento de una "cultura local del riesgo". Surgió de esto un conocimiento difundido, que casi siempre evitó modificaciones insensatas del territorio. Hoy en día el conocimiento de los

riesgos locales les corresponde a los especialistas, que no siempre viven en el lugar; la información sobre localidades que presentan situaciones análogas de riesgo - entre las que un intercambio de experiencias podría resultar particularmente útil -, se conoce (si se conoce), solo a nivel central; la tendencia creciente a centralizar los conocimientos y la información en mastodónticos bancos de datos, no ayuda a la formación de una "cultura del riesgo" en la población afectada, hace más difícil el acceso a la información por parte de los no encargados, y no estimula un flujo ágil de conocimientos.

En fin, el sistema informativo sobre emergencias tiende a orientarse cada vez más, de la periferia hacia el centro. La información sobre situaciones locales es actualizada con dificultad; no siempre, luego de ser re-elaborada, dicha información es devuelta a las estructuras locales que la suministraron inicialmente; y rara vez se difunde en otras localidades afectadas por riesgos similares.

Podrían los medios de comunicación conformar el vector centro-periferia de un sistema informativo global sobre situaciones de riesgo? Podrían asegurar la circulación de la información en un determinado nivel? Cómo se deberían conectar en forma constante con las estructuras responsables de la preparación para emergencias?

Si los medios de comunicación se utilizan en forma sistemática para hacer circular la información a nivel local, podrían jugar

un papel determinante en las campañas de preparación para emergencias. Las comunidades obtendrían ventajas evidentes.

Los editores verían aumentar sus ventas o audiencias? sería necesario dar incentivos?

El numeroso público lector de artículos y revistas que protegen los intereses de los consumidores, y los múltiples casos de mejoras impuestas a los productores gracias a campañas insistentes, demuestran sin embargo que los medios de comunicación pueden contribuir en forma determinante a que las indicaciones de la gente, logren modificar el sistema.

Es realista considerar que los programas que protegen a los "consumidores" del territorio de los cambios peligrosos o condiciones de riesgo, puedan obtener un interés análogo? Lo suficiente para llegar a ser rentables para su editor, y conformar un soporte útil de la acción pública encaminada a reducir los desastres?

Ravello, Abril de 1994