



THE IMPACT OF COMMUNICATION  
AND DISASTER MANAGEMENT ON  
THE POPULATION

## EL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN Y LA GESTIÓN DE DESASTRES EN LA POBLACIÓN

---

Silvia Bentolila

### Resumen

“Los desastres pueden reducirse considerablemente si la gente se mantiene informada sobre las medidas que puede tomar para reducir su vulnerabilidad y si se mantiene motivada para actuar”<sup>(\*)</sup>. A lo largo de las siguientes líneas se destaca la importancia de recibir la información pertinente y limitar, en la medida de lo posible, la fuerza con la que la pandemia acecha a la población argentina.

*Palabras clave:* desastre; información; crisis; impacto; comunicación.

(\*) Marco de Acción de Hyogo, Naciones Unidas, 2005.

### Abstract

“Disasters can be greatly reduced if people are kept informed about what they can do to reduce their vulnerability and if they remain motivated to act.” Along the following lines, the importance of receiving the relevant information and limiting, as far as possible, the force with which the pandemic stalks the Argentine population is highlighted.

*Keywords:* disaster; information; crisis; impact; communication.

Está por comenzar la función, se escucha un grito que llega desde el fondo de la sala: ¡¡¡Fuego!!! Desencadena una estampida de personas corriendo rumbo a la salida, en medio de la desesperación una joven cruza la avenida y es atropellada por un ómnibus. El poder de una sola palabra se hace presente ostentosamente en un instante –resultado de una inocente apuesta entre jóvenes que querían entrar al cine gratis–.

*“La prevención de los desastres comienza con la información”. (Organización de las Naciones Unidas).*

Así como la prevención de los desastres comienza con la información, esta premisa puede operar por su contraria. Muchos desastres o crisis han sido desencadenados o potenciados por una gestión inapropiada de la información. ¿Intencional? ¿Ignorante de sus efectos? O simplemente por azar, dimensión intolerable para una mente occidental.

Pese a la supuesta devaluación de la palabra, esta sigue siendo una de las vías más potentes de comunicación e intercambio entre humanos, aquello de la “palabra de honor” parece haber quedado como anécdota de un pasado remoto.

Así, la comunicación lejos de traer tranquilidad, puede potenciar una crisis y transformarla en un desastre. Hay sobrados ejemplos de ellos, basta con leer periódicos.

La pérdida de credibilidad en los líderes alimenta la desconfianza, se promueven mecanismos reactivos, la población desarrolla el aprendizaje de leer los mensajes en sus antípodas a partir de las experiencias vividas, y queda muchas veces atrapada entre la obediencia y sus impulsos.

La economía, por ejemplo, es un área sensible para el factor de la credibilidad pública. En países como Argentina, ha perdido credibilidad el pedido de calma o paciencia. Ciertos mensajes emanados desde los gobiernos operan casi como recuerdos traumáticos; “el argentino vive en hiperalerta” –y, a juzgar por la historia, tiene sus razones–, dicho vulgarmente “el que se quema con leche cuando ve la vaca”...

Así es que cuando a la comunicación en crisis nos referimos es posible afirmar que *“Comunicar fundamentalmente es construir cultura y el desafío es construir cultura de cuidado, de prevención y de promoción de la salud frente a posibles desastres naturales, antrópicos o mixtos”*<sup>1</sup>.

Es tan relevante la importancia de la comunicación en crisis respecto al impacto en la salud mental que se la

1 Ministerio de Salud de la Nación (2016).

considera un insumo clave en el manejo del incidente crítico. Dice Amaia Lopez, especialista de UN-OCHA *“Una buena estrategia de comunicación e información no reemplaza una mala estrategia sanitaria. Una mala comunicación e información puede hacer fracasar una buena estrategia sanitaria”*.

La información y la comunicación durante las situaciones críticas requieren ser gestionadas, nunca deberían ser espontáneas. Requieren ser planificadas, juegan un papel clave, su adecuada gestión ayuda a tomar decisiones asertivas, crea conocimientos o conciencia sobre un tema, un problema o una solución; refuerza conocimientos o actitudes ya existentes, incrementa la demanda o el apoyo para un tema o situación específica, desmiente mitos o percepciones erróneas y facilita la movilización de recursos<sup>2</sup>.

Tenemos sobradas muestras de ello en el presente, un líder ha pasado de decir que estábamos frente a una “gripecita” a ponerle el nombre a su hijo recién nacido de uno de los médicos que le asistieron en la Unidad de Cuidados Intensivos.

¿Resulta posible medir la diferencia del impacto de su comunicación inicial a la presente? Quizás hasta podría medirse en vidas humanas. Lo que los líderes, máxima autoridad de poder de un país, región, o comarca comunican tienen efectos, son actos comunicacionales que generan y desencadenan reacciones.

Una buena gestión de la comunicación es un factor de protección en todo I.C. y que, en términos de Salud Mental, forma parte de las estrategias de Primera Ayuda Psicológica (PAP)<sup>3</sup> por personal no especializado en Salud Mental.

- Permite mitigar la incertidumbre y el estrés colectivo en el momento agudo de un I.C.
- Facilita compartir y “normalizar” las reacciones emocionales agudas y contradictorias que son esperables ante un suceso inesperado.
- Ayuda a prevenir secuelas postraumáticas que podrían desencadenarse en el mediano y largo plazo.

El *Manual Periodístico para la Cobertura Ética de las Emergencias y los Desastres*<sup>4</sup> advierte: *“Quien hace periodismo*

2 *Ibid.*

3 Primera Ayuda Psicológica: Se define como la respuesta humana, de apoyo a otro ser humano que está sufriendo y puede necesitar ayuda. Consiste en: brindar ayuda y apoyo prácticos, de manera no invasiva; evaluar las necesidades y preocupaciones; ayudar a atender necesidades básicas (por ejemplo, información); escuchar, pero no presionarlas para que hablen; reconfortar a las personas y ayudarlas a sentirse calmas; ayudar a las personas para acceder a información, servicios y apoyos sociales; y proteger a las personas de ulteriores peligros. (OMS- 2012).

4 Organización Panamericana de la Salud (2011).



*trabaja con materia delicada: las personas (...) El criterio ético primordial debe basarse en el respeto a la integridad y la imagen del otro. No se puede perder de vista que una información distorsionada, equivocada o mal intencionada, puede destruir a terceras personas que carecen de recursos para defenderse”.*

Para la Organización Panamericana de la Salud “es fundamental que los profesionales de la prensa comprendan el impacto psicosocial de un desastre y reflejen un trato respetuoso hacia las personas afectadas”. Sin embargo, en la cobertura de un I.C. se prioriza la inmediatez y con gran frecuencia, no se profundiza en los contextos y antecedentes de la situación acontecida, hay poco cuidado por los efectos psicosociales y las formas cómo se entrevista a los afectados, abundan detalles innecesarios, escabrosos, que pueden hacer revivir e intensificar el dolor, se difunden fotografías en primer plano o imágenes detalladas de video de cuerpos de personas fallecidas, heridas o familiares en situación de duelo. Se reiteran una y otra vez esas imágenes impactantes que dan la sensación de que el IC no finaliza, sino que se perpetúa inmutable en el tiempo. Esto tiene el agravante de que las imágenes subidas a la web permanecerán allí omnipresentes. Los relatos y crónicas periodísticas tienden a incluir términos como terrorífico, macabro, desolador, inhumano, infierno, pesadilla, etc. que les otorgan una fuerte e innecesaria valoración. Los medios suelen reproducir mitos y estereotipos reduccionistas y sesgados, que pueden encasillar a las personas –héroes, villanos– y las reacciones (pánico, histeria colectiva, indefensión, caos) frente a eventos críticos. Se tiende a banalizar y convertir en triviales emociones complejas se presentan hipótesis catastrófica que puede aumentar la incertidumbre (ej. los más de XX desaparecidos pueden elevar XX el número de víctimas).

Butcher y Dunn afirman que los medios pueden llegar a provocar lo que se denomina segundo trauma: *“las víctimas y los familiares (...) generalmente no están acostumbrados a arreglárselas con la prensa. Los reporteros en la búsqueda de una historia abusan duramente de familiares o amigos apenados o de una víctima en estado de shock”* (citado en Mar Valero Valero et al., 2012).

En *“Salud, comunicación y desastres: guía básica para la comunicación de riesgo en Argentina”* se define «rumor» como *“una información incierta que no puede verificarse pero que resulta verosímil para los medios y la población”*. En el atentado en Ramblas de Barcelona (2017), diferentes instituciones y organizaciones alentaron a la población a que se evite la difusión de rumores e imágenes sensibles, lo cual es una medida de protección de la salud mental.

## A mayor transparencia mayor será la confianza, y la construcción de confianza es un pilar fundamental en el manejo de toda crisis.

Hoy es casi imposible ocultar al público la información sobre el impacto de la emergencia; tarde o temprano, esta saldrá a la luz. Por lo tanto, y para impedir que circulen rumores e información errónea que impidan enmarcar el suceso, es mejor hacerla pública lo antes posible. Los anuncios tempranos, a menudo se basan en información incompleta y a veces con errores; es fundamental reconocer públicamente que la información inicial puede cambiar a medida que se comprueba o se obtiene más información.

Transparencia, es una palabra clave. El mantenimiento de la confianza del público durante la emergencia requiere transparencia, es decir, que la comunicación sea veraz, se comprenda fácilmente, sea completa y se atenga exactamente a los hechos. Aunque la transparencia, por si misma, no garantiza la confianza, los ciudadanos deben ver que se están tomando decisiones competentes. Pero, en general, a mayor transparencia mayor será la confianza, y la construcción de confianza es un pilar fundamental en el manejo de toda crisis.

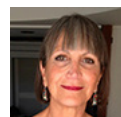
*“Los efectos reales de un desastre pueden empeorar por los efectos subjetivos de una población psicosocialmente afectada. Se incrementan los rumores que aumentan la sensación de incertidumbre. Si los medios reproducen esa situación, propia de cualquier desastre, estarían faltando a su responsabilidad social de promover una información clara y rigurosa para reducir la incertidumbre y facilitar la toma de decisiones correctas”* (Aznar, 2005, citado por la Organización Panamericana de la Salud, 2011).

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ministerio de Salud de la Nación (2016): *Salud, comunicación y desastres: guía básica para la comunicación de riesgo en Argentina*. Disponible en: <http://www.msal.gov.ar/images/stories/rvc/graficos/0000000832cnt-2016-05-guia-salud-comunicacion-desastres-isbn.pdf>

Organización Panamericana de la Salud (2011): *Manual Periodístico para la cobertura ética de las emergencias y los desastres*. Costa Rica.

Valero Valero, M.; Gil Beltrán, J. M. y Caballer, A. (2012): *Reacciones de adolescentes ante desastres y emergencias: aspectos psicosociales derivados del 11 de marzo*. Editorial Académica Española.



**Silvia Bentolila**

Capacitadora de la Dirección Nacional de Salud Mental en Argentina.

@BentolilaSilvia