

Aproximaciones a la Comunicación  
del Riesgo desde los Ámbitos  
Académico, Institucional y  
Mediático de la Sociedad  
Actual

E. Lopera



Aproximaciones a la Comunicación del  
Riesgo desde los Ámbitos Académico,  
Institucional y Mediático de la Sociedad  
Actual

E. Lopera



Toda correspondencia en relación con este trabajo debe dirigirse al Servicio de Información y Documentación, Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas, Ciudad Universitaria, 28040-MADRID, ESPAÑA.

Las solicitudes de ejemplares deben dirigirse a este mismo Servicio.

Los descriptores se han seleccionado del Thesauro del DOE para describir las materias que contiene este informe con vistas a su recuperación. La catalogación se ha hecho utilizando el documento DOE/TIC-4602 (Rev. 1) Descriptive Cataloguing On-Line, y la clasificación de acuerdo con el documento DOE/TIC.4584-R7 Subject Categories and Scope publicados por el Office of Scientific and Technical Information del Departamento de Energía de los Estados Unidos.

Se autoriza la reproducción de los resúmenes analíticos que aparecen en esta publicación.

Catálogo general de publicaciones oficiales  
<http://www.060.es>

**Depósito Legal:** M -26385-2011

**ISSN:** 1135 - 9420

**NIPO:** 471-11-048-X

Editorial CIEMAT

## CLASIFICACIÓN DOE Y DESCRIPTORES

S29

ENERGY POLICY; RESEARCH PROGRAMS; ENVIRONMENTAL IMPACTS, RISK ASSESSMENT; COMMUNICATIONS; SPAIN; HEALTH HAZARDS

## **Aproximaciones a la Comunicación del Riesgo desde los Ámbitos Académico, Institucional y Mediático de la Sociedad Actual**

Lopera, E.  
33 pp; 2 fig; 41 ref.

### **Resumen:**

La comunicación del riesgo ofrece diversos enfoques. Desde las ciencias sociales lleva más de medio siglo siendo objeto de investigación, también se utiliza como una herramienta más dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones y, además, es motivo de atención por parte de los medios de comunicación debido a la alarma social y al interés que despiertan los temas/eventos de riesgo en la opinión pública. El objetivo de este informe técnico es presentar una aproximación a la comunicación del riesgo desde este triple enfoque: académico, mediático e institucional. En términos generales, la comunicación del riesgo tiene lugar en situaciones de crisis. Se considera crisis toda aquella situación que supone un peligro para las personas y/o el medioambiente y que, como consecuencia, despierta el interés de los medios de comunicación. Si la comunicación no se gestiona adecuadamente, la reputación de las organizaciones se puede ver seriamente perjudicada, hasta el punto de verse afectada la viabilidad de una compañía o la credibilidad de las autoridades en el caso de agencias públicas.

## **Approaches to Risk Communication from Academic, Corporate and Media Perspectives in Contemporary Society**

Lopera, E.  
33 pp; 2 fig; 41 ref.

### **Abstract:**

Risk communication can be tackled from different approaches. After more than half a century of research under the frame of the social science studies, risk communication is used by the organizations as a tool in corporate communication and it also is object of mass media attention considering the alarm and interest that risk issues/events raise on public opinion. The objective of this report is to address risk communication based on these three approaches: academic, corporate and mass media. Overall, risk communication is applied when a crisis takes place. Crisis is any situation which can pose a danger to persons and/or environment and, as a result, sparks off mass media attention. If risk communication is not properly managed, the reputation of the organizations can be seriously damaged, even compromising company feasibility or credibility and trust in authorities where government agencies are concerned.



# APROXIMACIONES A LA COMUNICACIÓN DEL RIESGO DESDE LOS ÁMBITOS ACADÉMICO, INSTITUCIONAL Y MEDIÁTICO DE LA SOCIEDAD ACTUAL

## INDICE

	Pag.
1. Introducción.....	5
2. La comunicación del riesgo desde la aproximación de las ciencias sociales.....	8
3. El papel de los medios de comunicación en la comunicación del riesgo.....	14
4. La comunicación del riesgo en las organizaciones: de un mera cuestión de cifras a la búsqueda de la complicidad.....	20
4.1. Fases tras el estallido de una crisis y gestión de los tiempos.....	21
4.2. Recomendaciones para una gestión de la comunicación del riesgo eficaz.....	24
5. Conclusiones.....	28
6. Bibliografía.....	31



## 1. Introducción

Desde mediados de los años noventa se viene utilizando el término “sociedad del riesgo” para hacer alusión al conjunto de inquietudes y controversias que se producen en los países avanzados respecto al progreso científico-técnico y sus consecuencias en las sociedades postindustriales (Beck, 2006). Según este sociólogo, la sociedad del riesgo se caracteriza por la aparición de movimientos sociales y la discrepancia pública de los científicos. Tanto en el lenguaje cotidiano como en el lenguaje científico, el concepto de riesgo tiene significados múltiples y dispares. En el caso de los riesgos tecnológicos, la definición más precisa es de la Comisión Internacional de Protección Radiológica: “riesgo es la posibilidad de que la exposición particular a ciertas dosis produzca determinados efectos” (Internacional Commission on Radiological Protection, 2007). En el concepto de riesgo hay que hacer una distinción importante (Nigg, 1995) entre peligro potencial (hazard), que es algún aspecto del ambiente que potencialmente amenaza el estatus de los individuos y la sociedad, y riesgo (risk), la verosimilitud (probabilidad) de que un peligro potencial tenga consecuencias negativas.

Una crisis que entraña riesgo es toda aquella situación que supone un peligro para las personas y/o el medioambiente y que, como consecuencia, despierta el interés de los medios de comunicación (Antolínez Merchán, 2007). Dentro de ese contexto, la comunicación del riesgo (en adelante, CR) ha ido incrementando su utilidad puesto que cada vez son más habituales las demandas de información de los ciudadanos a las autoridades y a las empresas de servicios y/o productos. A medida que las organizaciones han ido tomando consciencia de la relevancia de la CR se han ido poniendo en práctica los conocimientos adquiridos después de varias décadas de investigación académica; por ello, en la actualidad la CR forma parte de los procesos de análisis del riesgo, en concreto, se ubica dentro de la gestión del riesgo que llevan a cabo tanto las empresas privadas como las agencias públicas (Fischhoff, 1995), y ambos tipos de organizaciones tienen muy presente el papel que desempeñan los medios de comunicación en los procesos de CR.

Como se afirma en la literatura que se ha ocupado de investigar los procesos de comunicación del riesgo, la comunicación comienza antes de que se diga una palabra (Fischhoff, 1995). La comunicación es en sí misma una herramienta estratégica dentro de las actividades de cualquier organización, ya sea privada o pública, imprescindible para lograr una reputación corporativa o imagen de marca (entidades privadas) y para explicar en qué y cómo se invierten los impuestos de los contribuyentes en los países democráticos (entidades públicas). La importancia y atención que cada organización dedique a la

comunicación repercute en su prestigio y supone un valor añadido para sus productos y/o servicios. En situaciones de riesgo, esto es, aún si cabe, más importante. Si la comunicación no se gestiona adecuadamente, la reputación de las organizaciones se puede ver seriamente perjudicada, hasta el punto de verse afectada la viabilidad de una compañía o la credibilidad de las autoridades en caso de agencias públicas.

La CR es, por tanto, una tarea tanto política como científica en la que la percepción del público juega un papel clave, puesto que incorpora valores, cuestiones de poder, de confianza o desconfianza en la evaluación y gestión de las amenazas del entorno (Slovic y Weber, 2002). A lo señalado por estos autores habría que añadir la credibilidad que otorga el público a las fuentes de información.

Como una herramienta más de la gestión, la CR es un proceso social mediante el cual las personas son informadas y, a la vez, informan a otros sobre los riesgos a los que se enfrentan. La parte práctica consiste, primordialmente, en la creación y transmisión de datos sobre las amenazas del entorno y sus consecuencias que ayudan a las personas a tomar decisiones sobre los riesgos, y en este sentido se concibe como una herramienta para la elaboración y transmisión de los mensajes sobre los peligros sociales (National Research Council, 1989). La literatura mantiene que las sociedades de todos los tiempos han desarrollado mecanismos para anticipar, responder y comunicar los peligros a los que tenían que hacer frente. Prueba de ello son la imposición de prohibiciones o la recomendación de evitar ciertos alimentos, con la elaboración de mitos o tabúes sobre determinadas conductas o emigrando a fin de evitar desastres como guerras, hambrunas, desastres naturales y otros acontecimientos con consecuencias negativas (Kasperson y Stallen, 1991).

El objetivo de este informe técnico es presentar las distintas aproximaciones desde las que se está trabajando actualmente en CR (académica, institucional y mediática) en el escenario de sociedad del riesgo que impera actualmente en los países desarrollados y democráticos. En el ámbito académico de las ciencias sociales ha existido interés por la CR desde los años cincuenta del siglo pasado, cuando la Administración estadounidense quería promover el uso pacífico de la energía nuclear y atenuar las connotaciones bélicas de este tipo de energía tras la Segunda Guerra Mundial; más recientemente, gracias a esta línea de investigación se ha comprobado, entre otras cosas, que existen muchas diferencias en la forma en que los expertos y el público lego evalúa los riesgos radiológicos (Prades et al., 2000; Solá Farré et al., 2009). Por otra parte, los investigadores también han centrado su interés en las representaciones mediáticas de distintos tipos de riesgos o alarmas (sanitaria, medioambiental, meteorológica, climática, seguridad ciudadana, etc.), en especial, aquellos

que incluían un alto componente de información científica. El análisis de la cobertura informativa de los distintos riesgos ha servido para identificar una serie de prácticas y rutinas profesionales a la hora de seleccionar qué es noticia y confeccionar la información, que sirven para explicar el porqué de determinados sesgos, carencias y lagunas de los que, con frecuencia, adolece la información periodística sobre los riesgos.

En el último apartado de este informe se trata la CR desde el punto de vista de los intereses de las organizaciones, incluyendo un protocolo de actuación y unas pautas generales para responder ante una situación de crisis, tanto en las empresas privadas como en las agencias de titularidad pública. Qué hacer y qué no hacer, a quién informar del riesgo, cómo, cuándo, etc. son algunas de las cuestiones prácticas clave que se intentan responder en la última parte de este informe a modo de breve guía básica sobre cómo actuar si se está al mando o se forma parte de una dirección de comunicación.

## **2. La comunicación del riesgo desde la aproximación de las ciencias sociales**

Conceptualmente, la CR es tanto una praxis como una disciplina de investigación. Se trata de un proceso que se enmarca dentro del análisis de los riesgos, un campo de estudio que, como puede verse en la Figura 1, se compone de dos áreas de análisis relacionadas: 1) la evaluación de los riesgos, que se centra en la identificación, cuantificación y valoración de los posibles peligros del entorno; y 2) la gestión, que incluye los procesos de comunicación, mitigación y toma de decisiones (Slovic y Weber, 2002).

Como disciplina de investigación, la CR está dirigida a conocer los procesos de comunicación, las características de los contenidos de los mensajes, los modos de transmisión y sus efectos en la audiencia. La bibliografía sobre la cuestión mantiene que la CR, como área de interés académico de las ciencias sociales, data de principios de la década de 1950 cuando se lanzó en Estados Unidos la campaña “Átomos para la paz”, diseñada por el entonces presidente Dwight Eisenhower (Kasperson y Stallen, 1991). El objetivo central de esta campaña era la desmilitarización y la eliminación del estigma de la energía nuclear así como la promoción de su uso comercial, lo que despertó el interés de la ciencia para estudiar las respuestas del público hacia el uso civil de la misma. Estos primeros estudios sobre CR se fundamentaban en la idea de que las personas hacían evaluaciones irracionales sobre los riesgos, y en que tomaban en cuenta factores que no tenían nada que ver con el concepto estadístico de probabilidad. Así, algunos científicos pensaban que existía la necesidad de educar al público lego para que adquirieran las destrezas adecuadas de modo que pudiesen evaluar los riesgos en la manera que creían apropiada, es decir, mediante el empleo de cálculos y técnicas estadísticas para medir la probabilidad. De este modo, la CR nació como un estudio de seguimiento o complementario de las investigaciones sobre la percepción social del riesgo (Puy y Cortés, 1998; Renn, 1991).

Con el surgimiento de los movimientos antinucleares en la década de 1970 y la ocurrencia de accidentes como el escape de dioxina de Seveso (Italia, 1976) y el accidente nuclear de Three Mile Island (Estados Unidos, 1979), entre otros, los estudios del riesgo tomaron un nuevo giro. Se aceptó que las personas tomaban en consideración factores subjetivos para evaluar los riesgos y que este tipo de evaluación no tenía por qué ser irracional. Además, se concluyó que dichos factores no sólo estaban influenciados por emociones, creencias y valores culturales, sino también por informaciones emitidas por fuentes terceras, entre las que se encontraban los medios de comunicación. De hecho, la incidencia de accidentes tecnológicos, como los mencionados previamente, captó la atención de la prensa, que

comenzó a dedicar buena parte de su espacio y su tiempo a sucesos de este tipo. Esto supuso, por un lado, un nuevo tema de interés científico y, por tanto, un aumento en las investigaciones sobre la comunicación del riesgo en los contenidos informativos. Por el otro, contribuyó a generar conciencia pública hacia los asuntos relacionados con la salud, la seguridad y el medio ambiente. También impulsó el crecimiento en las demandas de los ciudadanos para recibir información sobre los riesgos y sobre las soluciones disponibles. De esta manera, muchos gobiernos, empresas y otras entidades comenzaron a depender de las relaciones públicas para mejorar su imagen ante los recuentos de las noticias sobre su participación y responsabilidad en los acontecimientos comunicados (Allan et al., 2000; Kasperson y Stallen, 1991; Van Eijndhoven, 1991; Verón, 1981; Wilkins y Patterson, 1987).



De este modo, la CR pasó a ser una empresa política con repercusiones sociales y económicas importantes. En algunos países, como por ejemplo los Estados Unidos, se convirtió en una de las formas preferidas para la gestión política de los riesgos. Ejemplo de ello son las diversas normativas aprobadas por el gobierno estadounidense que obligan a las autoridades y empresas a informar al público sobre los peligros que representan las diversas tecnologías, desastres, enfermedades, como por ejemplo la Freedom of Information Act, la National Environmental Policy Act y la Community Right to Know, que reconocen el

derecho del público a ser informado sobre las amenazas que les afectan. Asimismo, enfatizan la responsabilidad del gobierno de explicar los criterios empleados en la selección de estrategias de actuación y de solicitar las opiniones de los ciudadanos en la selección de estrategias de actuación y sobre las decisiones tomadas. En Europa, tras el accidente de Seveso, la Comisión Europea fundó en 1982 la Directiva post-Seveso que obliga a informar a personas con altas probabilidades de ser afectadas por un accidente nuclear sobre las medidas de protección que deben llevarse a cabo en esos casos

(Kasperson y Stallen, 1991; National Research Council, 1989; Wynne y Van Eijndhoven, 1991).

En el caso de España, aunque no existen leyes que legislen directamente sobre la comunicación del riesgo ni que garanticen los derechos de los ciudadanos a ser informados al estilo de la Freedom of Information Act de EE.UU., algunas agencias están obligadas a informar sobre distintos riesgos. En el caso de los riesgos para la salud, en 1997 se crea la Agencia Española del Medicamento y Productos Sanitarios y, en 2001, la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición, ambos adscritos actualmente al Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad. Estos organismos tienen la obligación de proveer datos sobre los peligros que representan algunos medicamentos y alimentos. Por otra parte, el Instituto Nacional de Toxicología y Ciencias Forenses, adscrito al Ministerio de Justicia, en sus funciones de asesoramiento e información presta la asistencia necesaria para la prevención de intoxicaciones e información toxicológica. Dentro del Ministerio del Interior se ubica la Dirección General de Protección Civil y Emergencias, que tiene la misión de informar acerca de los peligros sobre los riesgos climatológicos y los desastres naturales como inundaciones o nevadas copiosas. La Dirección General de Tráfico, también adscrita al Ministerio del Interior, tiene estas mismas funciones referidas al tráfico.

Un problema de la CR en el ámbito académico es la falta de consenso entre los expertos para obtener una definición que pueda ser aplicada a todos los casos. De acuerdo con Kasperson y Stallen (1991), muchos de los estudios realizados hasta ahora están basados en las necesidades pragmáticas de los comunicadores del riesgo, algunos al servicio del gobierno o de las empresas privadas. Emplean métodos y definiciones basadas en técnicas de la publicidad y del marketing, que suponen que la tarea principal de este proceso es ser una herramienta para mantener el flujo de información desde el comunicador hacia el receptor y que su éxito depende de la recepción del mensaje. Prueba del desacuerdo es que buena parte de las definiciones de 'comunicación del riesgo' varían según el uso y propósito de la misma, o los enfoques de investigación seleccionados. Algunas de las definiciones más comunes son las siguientes:

1. La CR se define como cualquier intercambio de información sobre los riesgos ambientales y para la salud entre partes interesadas. En concreto, se refiere al acto de difundir o transmitir información entre dichas partes acerca de: a) los niveles de riesgos para la salud y el medio ambiente; b) el significado de dichos riesgos; c) las decisiones, actos o políticas destinadas a la gestión o control de los mismos. Entre las partes interesadas se incluyen agencias del gobierno, empresas, grupos industriales, sindicatos, la prensa, organizaciones científicas y profesionales, grupos de interés público y los individuos (Covello et al., 1986).
2. La CR es el traslado de información sobre los riesgos a los que se exponen los individuos (Otway, 1990). La CR es, en este caso, esencialmente una empresa unidireccional con una audiencia identificada a la que se alerta o se tranquiliza.
3. Existen peligros graves y moderados a los que la sociedad presta muy poca atención y peligros menores ante los cuales muestra alarma. La CR intenta crear un nivel de preocupación que se ajuste al grado de gravedad del peligro comunicado (Sandman, 1994). Esto es así especialmente cuando los mensajes proceden de las administraciones públicas, que tienden a asegurar que todo está bajo control.
4. La CR es un proceso interactivo de intercambio de información y opinión entre los individuos, grupos e instituciones. Esto incluye múltiples mensajes acerca de la naturaleza de los riesgos y otros mensajes que no tratan directamente sobre el riesgo pero expresan algún tipo de preocupación, opinión o reacción a los contenidos sobre los riesgos o a los arreglos legales e institucionales de la gestión de los riesgos (National Research Council, 1989).

La definición más aceptada del concepto de CR entre los científicos sociales es la última de las enumeradas anteriormente (Chatier y Gabler, 2001). La siguiente definición del NRC intenta abarcar todos los procesos de comunicación del riesgo existentes cuando afirma:

*La comunicación del riesgo incluye mensajes e interacciones asociadas con las decisiones sobre los riesgos. Por ejemplo, noticias, anuncios, advertencias e instrucciones que se trasladan desde las fuentes expertas hacia audiencias inexpertas. Además, incluye otros mensajes – sobre el riesgo y sus fuentes, o creencias personales y sentimientos relacionados con ellos. Aunque no todos los mensajes tratan exclusivamente sobre un riesgo, tienen alguna relación con ellos y con su gestión. Este proceso, asimismo, abarca mensajes que se mueven en varias direcciones – no sólo desde los expertos hacia los inexpertos sino también entre los propios inexpertos y desde los inexpertos hacia los expertos (National Research Council, 1989; p. 22).*

Desde diferentes perspectivas, incluyendo las científicas y las políticas, en las que existe un gran interés por los riesgos, como pueden ser los riesgos medioambientales, y por cómo la sociedad puede reaccionar para prevenir el daño, a veces se acude erróneamente a un modelo de comunicación simplista (Jasanoff, 1990). Este modelo consiste en los siguientes pasos (Weingart et al., 2000):

1. La investigación científica ayuda a descubrir el problema medioambiental.
2. Se identifican las opciones para solucionar el problema.
3. Los científicos informan a los políticos de estos hallazgos – tanto del problema detectado como de las posibles soluciones -.
4. Los políticos legislan para atajar el problema medioambiental.
5. O bien puede ocurrir que la toma de decisiones se retrase o se interrumpa debido a otros intereses contrarios a las preocupaciones medioambientales.
6. Si se da el último supuesto, los científicos también pueden intentar crear conciencia pública para fomentar la presión pública.

La idea básica de este modelo de comunicación del riesgo es que existe un flujo de información entre tres esferas (científica, política y pública), y se da por hecho que lo ideal sería que el contenido de la información avanzara sin interferencias y se iniciara la acción política casi automáticamente, siguiendo la “lógica racional”. Si la información (científica) no se plasma en acción (política), el modelo asume que los medios de comunicación no presentan adecuadamente la información científica o bien éste se escuda en la ignorancia de la clase política. Por ejemplo, de acuerdo con este modelo, la solución al fracaso de la comunicación de los riesgos medioambientales se puede conseguir con más y mejor información y procesos de aprendizaje cognitivo para todas las partes implicadas. Weingart et al. (2000) desdeñan este modelo por simplista y parten de un concepto de comunicación más amplio que también incluye las nociones de credibilidad, legitimidad, autoridad y novedad. Por otro lado, otra dificultad de la comunicación de riesgos como el cambio climático, el agujero de la capa de ozono o la pérdida de biodiversidad, es que son intangibles para los ciudadanos (Trumbo, 1996) aunque las sociedades tienen que ser conscientes de estos problemas medioambientales prácticamente invisibles y actuar para evitar las consecuencias globales que pueden llegar en un futuro.

Cuando la incertidumbre científica es alta, la CR bidireccional permite incluir la perspectiva tanto del experto como de la población lega en el proceso de toma de decisiones, lo que suele ayudar a que el proceso tenga éxito. Se ha llegado a sugerir que la interacción con el público en la toma de decisiones en caso de incertidumbre científica cambia de

comunicación a negociación (Covello, 2002). La “comunicación” implica una conversación en dos sentidos para compartir información y perspectivas, mientras que la “negociación” puede ser vista como algo más interactivo en donde se involucran múltiples formas de conocimiento y de experiencia. La negociación fuerza a los participantes a tratar con ambigüedades e incertidumbres y a aceptar que tanto el conocimiento de los expertos como el del público lego sobre un riesgo en particular puede ser insuficiente o irrelevante. La experiencia ha demostrado que la CR que habla de una seguridad falsa ante un riesgo sólo puede ser contraproducente a medio y largo plazo.

### **3. El papel de los medios de comunicación en la comunicación del riesgo**

La CR se inicia con la identificación de un suceso o una situación de peligro. En el caso de los medios de comunicación, en esta fase participan varias fuentes que proporcionan a los periodistas los datos que necesitan para la elaboración de la noticia. Una vez que los periodistas elaboran las noticias, los medios, por el modo en el que están constituidos, llevan a cabo un tipo de comunicación unidireccional aunque están inmersos dentro de un proceso bidireccional, ya que la reacción e interpretación de la audiencia de sus informaciones suele influir en sus contenidos (Penning-Rowell y Handmer, 1990). Se trata de un proceso que, según algunos autores sigue el modelo ya conocido (Westley y McLean, 1957), que ocurre dentro de los contextos sociopolíticos y culturales del comunicador y de la audiencia, que no tienen por qué ser necesariamente los mismos.

Diversas investigaciones realizadas en este campo de análisis han identificado una serie de prácticas que llevan a cabo los medios y que hacen que muchas de sus informaciones contengan sesgos y estén distorsionadas. De hecho, entre los investigadores parece haber acuerdo en que los medios, cuando comunican un riesgo, suelen centrarse en el escándalo, el miedo, la furia y otros aspectos dramáticos y sensacionalistas. Es decir, que tienden a ignorar aquellos datos que proveen explicaciones técnicas o científicas sobre las probabilidades de ocurrencia de un peligro, las posibles consecuencias y otras informaciones por el estilo (Sandman, 1996). Por esta razón, se les acusa con frecuencia de contribuir al desarrollo de percepciones erróneas y provocar actitudes y reacciones negativas en las personas ante los eventos sobre los que informan.

Nueve son los elementos que suelen tener en cuenta los medios a la hora de seleccionar las noticias (Bennet, 1999):

1. Atribución de culpas.
2. Misterio (secretos o encubrimientos).
3. Interés humano (héroes, villanos, víctimas).
4. Protagonistas conocidos.
5. Conflictos.
6. Presagios, predicciones, miedo.
7. Muchas víctimas y proximidad geográfica.
8. Visuales impactantes.
9. Sexo, crímenes y otras situaciones violentas.

Estas prácticas profesionales de los periodistas no se deben a su incompetencia o a una intención deliberada de distorsionar los contenidos, sino que se trata más bien del resultado de un modo de trabajo y del empleo de una serie de criterios muy arraigados en sus valores institucionales (Quarantelli, 2002). Según este autor, los medios son una especie de submundo gobernado por normas y definiciones propias sobre qué es una noticia y cómo los periodistas deben interpretar y describir lo que sucede en el entorno. Los contenidos informativos, por tanto, están estructurados por una serie de patrones culturales muy específicos en el que también intervienen criterios e intereses de otras áreas como la política, el sector religioso, las empresas o los anunciantes (Quarantelli, 1989), además de las rutinas, reglas y valores de los propios periodistas.

En esta línea puede decirse que los medios tienen una vinculación económica muy estrecha con otras empresas y con las instituciones gubernamentales (Chomsky y Herman, 1990). Por un lado, dependen de la publicidad para su crecimiento económico y para la obtención de ganancias. Por el otro, necesitan concesiones del gobierno para poder operar y requieren el desarrollo de políticas de empleo, de salarios, de beneficios laborales que les convengan y la creación de un ambiente favorable a su comercio local y exterior. Según estos mismos autores, esta dependencia es aprovechada por el gobierno y los anunciantes para imponer cierta disciplina, e intimidar a los medios mediante amenazas y ataques publicitarios. Esta dinámica tiende a recrudecerse en contextos de crisis económica como el actual en el que todos los agentes sociales padecen una mayor presión.

Esta situación hace que los medios de comunicación lleven a cabo una serie de prácticas en la elaboración de las noticias que contribuyen a que ofrezcan representaciones sesgadas o distorsionadas de la realidad social, especialmente en circunstancias de alarma social por algún riesgo (meteorológico, sanitario, medioambiental, seguridad ciudadana, etc.). Algunas son bastante conocidas y han sido ampliamente documentadas en diversas investigaciones. Por ejemplo, en los estudios sobre el tratamiento informativo de los desastres se ha observado una tendencia a orientar la información hacia el evento en sí, es decir, hacia los aspectos más llamativos o sensacionalistas del acontecimiento y se presta muy poca atención a las explicaciones de los expertos, quienes podrían brindar una versión más certera de lo sucedido. Dentro del lenguaje de los medios de comunicación apenas se usan fórmulas matemáticas o datos técnicos para explicar las probabilidades de ocurrencia de un peligro (Wilkins y Patterson, 1987). Lo normal es el empleo de palabras, de descripciones casi literarias y, especialmente, de fotos e ilustraciones con contenidos muy simbólicos. También existe una preferencia por incluir anécdotas en lugar de tablas o figuras y de emplear conceptos abstractos para explicar el grado de peligrosidad de un evento

(Sandman, 1996). El resultado es que algunos aspectos de los acontecimientos son exagerados y distorsionados de tal modo que la noticia contiene una determinada actitud hacia el suceso en cuestión (Wilkins y Paterson, 1990).

No obstante, esto no implica que los datos científicos sean omitidos por completo. A veces se utilizan para dar al lector alguna idea sobre la seriedad de un peligro y para añadir drama a la información (Singer y Endreny, 1993). Por ejemplo, las cifras de muertos y heridos suelen incluirse para ilustrar los costes humanos de un accidente, de un fenómeno atmosférico u otros eventos similares. Los medios juegan con las cifras y los datos científicos según les interese o les convenga (Sandman, 1993). Aquellas publicaciones con más inclinación hacia el sensacionalismo tienden a incluir datos que impresionan a la audiencia. Y los que se esfuerzan por ser neutrales, es decir, que destacan por la seriedad de sus noticias, por lo general combinan datos alarmantes con tranquilizadores para el equilibrar el contenido, de modo que se informe a la audiencia sobre la presencia de un peligro sin asustarla demasiado. El resultado, no obstante, no es necesariamente el esperado porque estas informaciones, en lugar de sosegar la posible preocupación del público, la pueden incrementar. Así, aunque se diga que un determinado suceso no representa un peligro para la sociedad, la mínima posibilidad de que lo sea puede tener efectos adversos en el público.

Los periodistas cometen muchos errores al interpretar los datos técnicos y prefieren trabajar con información poco científica debido a la llamada “tecno-fobia”, que es el aparente miedo o desinterés hacia los datos proporcionados por la ciencia (Sandman, 1996). De hecho, este mismo autor afirma que muchos periodistas a quienes se les asigna noticias sobre riesgos no tienen conocimientos adecuados para comprender e interpretar la información de los científicos, lo que también contribuye a que algunas noticias sean distorsionadas o incluyan información errónea. Esto se ha comprobado en estudios como el de la crisis del mal de las vacas locas o Encefalopatía Espongiforme Bovina (EEB) de 1996, cuando las autoridades inglesas informaron que existía la sospecha de que la EEB podía transmitirse a los humanos mediante el consumo de carne infectada. Hasta ese momento, se pensaba que la variante humana de la EEB, conocida como Creutzfeldt Jacob (vCJD, por sus siglas en inglés), era hereditaria y afectaba a las personas a partir de los 60 años. El hallazgo de una vCJD muy similar a la EEB manifestada en pacientes menores de la edad mencionada, levantó la preocupación de que esta última había saltado la barrera entre especies. La reacción de la prensa no se hizo esperar y, tras el anuncio de las autoridades británicas de este descubrimiento, aparecieron titulares por todos los medios británicos anunciando, de forma alarmante, la aparición de nuevo peligro para la salud humana. Un

análisis realizado a noticias publicadas por la prensa de prestigio británica, como el Financial Times y The Times, constató que la prensa malinterpretó los datos científicos y terminó por convertir una sospecha de la ciencia en un hecho. Según el autor del estudio (Dornbusch, 1998), la prensa relacionaba sistemáticamente las muertes que se iban produciendo con el consumo de carne infectada aunque nunca se ha logrado probar científicamente dicha teoría. Como recoge la literatura, los medios de comunicación tienden a convertir las hipótesis científicas en certezas (Weingart et al., 2000).

Este tipo de distorsiones y errores también se producen por la tendencia de los medios a depender en exceso de determinadas fuentes de información como, por ejemplo, las fuentes gubernamentales. Esta tendencia de los medios a depender de la información de las autoridades se ha comprobado en varios análisis de noticias sobre diversos tipos de riesgos. Al estudiar la cobertura informativa sobre el SIDA en EE.UU. (Cook, 1997), se observó que la prensa apenas prestó atención a la entonces creciente epidemia durante la primera mitad de los 80, a pesar de la gran cantidad de muertes que se estaban produciendo. Según este investigador, el SIDA saltó a la luz pública en 1985, cuando el famoso actor Rock Hudson confesó que padecía dicha enfermedad. Hasta esa fecha, el tema sólo aparecía en los medios de forma esporádica. Sólo los medios regionales, cuya principal audiencia eran los residentes de ciudades donde el SIDA había cobrado cierta importancia social – incluyeron esta enfermedad en su agenda de noticias. Asimismo, la gravedad de la entonces creciente epidemia era ignorada por la Presidencia de Estados Unidos y era considerada como un problema exclusivo de la comunidad gay norteamericana. Tras la declaración pública de Hudson en 1985, esta enfermedad no sólo acaparó los titulares de los medios en toda la nación, sino que también se convirtió en un tema importante de la política estadounidense. A partir de este momento se comenzó a hablar del SIDA como una emergencia sanitaria y, además, se empezaron a tomar las medidas apropiadas para su solución.

Una de las razones por las que el SIDA fue ignorado durante mucho tiempo por los medios de comunicación fue la costumbre de los periodistas de esperar a que una fuente eminente envíe un comunicado, convoque una rueda de prensa o conceda una entrevista (Cook, 1997). Según este autor, la prensa emplea poco tiempo en investigar cualquier situación, en parte porque no disponen de dicho tiempo y, en parte, por la apretada agenda de los periodistas y por la competitividad entre los medios que desvía la atención de los periodistas hacia temas más atractivos, aunque de menor importancia. En ocasiones los periodistas ven cómo muchos investigadores se niegan a proveer información y a conceder entrevistas, cosa que ocurre porque los científicos temen que los periodistas malinterpreten el resultado de sus investigaciones, bien creando falsas expectativas o bien exagerando los hallazgos

científicos. La regla general de los medios de comunicación a la hora de obtener información sobre temas de salud es ir a la búsqueda de un político o funcionario sediento de publicidad y/o esperar que llegue el anuncio de algún estudio, que incluya datos reveladores o que se haya realizado por algún científico importante.

Otro estudio (Sandman, 1996) comprobó esta excesiva dependencia de los medios de las fuentes de información poderosas. Este investigador llevó a cabo un análisis de contenido de las noticias sobre un escape químico en Nueva Jersey (EE.UU.), publicadas en 26 diarios de la localidad y encontró que el 57% de las fuentes citadas en todos los párrafos analizados procedían del gobierno, frente al 15% en que procedían de las empresas implicadas, el 7%, de los ciudadanos, el 6%, de los grupos de presión y el 6% de los expertos.

En el caso concreto de noticias sobre desastres, suelen seguir un guión basado en ideologías sociales y culturales (Wilkins y Patterson, 1990). Estos autores señalan que las catástrofes figuran entre los temas más difíciles de cubrir, en parte por tratarse de eventos complejos. Sostienen que para que los riesgos sean debidamente comprendidos tienen que ser explicados dentro de determinados contextos, puesto que sus causas suelen ser múltiples y a veces invisibles. Los medios se centran en lo evidente, en lo visual y en lo más fácil de cubrir que, según Wilkins y Patterson, suelen ser las consecuencias inmediatas y visibles. También tienden a enfatizar el drama humano porque suele ser lo que entretiene al público. Los autores añaden que cuando ocurre un suceso catastrófico, lo habitual es presentar primero la información como un melodrama en el que se destaca la naturaleza dramática del evento: la polémica, el miedo a lo desconocido o los estereotipos. También tienden a destacar los temas relacionados con las víctimas, en especial las mortales, ya que les permite ilustrar de forma rápida y eficaz la tragedia humana. Con este proceder, los medios terminan transformando los datos sobre accidentes complejos en relatos dramáticos sobre el sufrimiento humano, en lugar de explicar el riesgo.

Como el drama sólo dura unos días, para poder mantener la noticia “viva”, los medios enfocan el contenido hacia el misterio o la búsqueda de las causas y de los responsables de lo sucedido (Wilkins y Patterson, 1990). Los autores matizan que esto ocurre más en los casos de desastres provocados por accidentes tecnológicos que en los ocasionados por fenómenos naturales, puede que porque en las sociedades democráticas se espera que haya un culpable. También hay ocasiones en que ocurre como en Japón en 2011, donde se produjo un desastre natural (tsunami) seguido de un desastre tecnológico (fugas en centrales nucleares debido a los daños causados por el tsunami). Estos mismos autores

observaron que en la cobertura del desastre químico de Bophal, los medios estudiados le dieron más importancia a los fallos técnicos de la planta que a los problemas socioeconómicos o las decisiones políticas que contribuyeron a que la planta jugara un papel en el accidente. El resultado, según los investigadores, es que los desastres y sus riesgos terminan siendo representados en las noticias dentro de los marcos culturales dominantes y dentro de las ideologías que defienden los medios de comunicación.

Otros trabajos (Wilkins y Patterson, 1987) comprobaron que en las noticias sobre el accidente de Chernobyl, los medios de comunicación seleccionados describieron a la Unión Soviética como una nación tecnológicamente inepta y atrasada, con un gobierno incompetente en el que imperaba el secretismo y que no mostraba la más mínima consideración hacia sus ciudadanos. Es decir, atribuyeron la responsabilidad por la tragedia a la política soviética y no ofrecieron un análisis más profundo de las condiciones sociales y económicas que facilitaron que el accidente ocurriera. Estos mismos autores matizan que aunque las catástrofes son sistemas complejos, no todas tienen los mismos niveles de dificultad.

Desde el punto de vista de las empresas y administraciones públicas, el diseño de la comunicación del riesgo incluye la decisión sobre cuál es la audiencia, qué datos o fuentes se van a añadir en el contenido y de qué forma o por qué vía se va a hacer llegar a la sociedad, principalmente a través de los mass media. Cuando el mensaje sobre el riesgo llega a las redacciones de los medios de comunicación, los periodistas lo reelaboran al redactarlo con el formato de una noticia, con titular, entradilla, texto, la selección del material fotográfico o audiovisual y, no menos importante, la decisión sobre cuál será su ubicación dentro del diario o en la escaleta del informativo. También los periodistas tienen que aplicar las técnicas de redacción para que los mensajes sean claros, concisos y, sobre todo, que sigan las pautas establecidas sobre lo que debe contener una noticia. Una vez preparado el mensaje, se le comunica al lector mediante el medio de transmisión seleccionado, ya sea el papel impreso, la televisión, la radio o Internet. Cabe señalar que este proceso no culmina con la recepción del mensaje por parte de la audiencia. Las interpretaciones y reacciones del público actúan en calidad de feedback dentro del contexto sociopolítico y cultural del comunicador e influyen, de varias maneras, en el propio proceso de comunicación del riesgo y en las decisiones que se toman sobre dicho riesgo (Arkin, 1989; Cook, 1997; O'Riordan, 1981; Penning-Rowsell y Handmer, 1990).

#### **4. La comunicación del riesgo en las organizaciones: de una mera cuestión de cifras a la búsqueda de la complicidad**

La comunicación del riesgo forma parte de la gestión de los riesgos que se viene realizando tanto desde las corporaciones privadas como desde las instituciones públicas de las sociedades democráticas (Fischhoff, 1995) desde hace más de tres décadas. No obstante, la forma de abordar la comunicación dentro de los procesos de gestión del riesgo ha ido evolucionando en los últimos 30 años. En esta evolución se distinguen ocho etapas y cada una de ellas se ha diseñado en función de los resultados de las etapas anteriores en relación a la respuesta del público. Fischhoff (1995), las describe de la siguiente manera:

1. Todo lo que tenemos que hacer es conseguir las cifras correctas sobre cuál es el riesgo objetivo.
2. Todo lo que tenemos que hacer es decirles las cifras correctas.
3. Todo lo que tenemos que hacer es explicarles qué queremos decir con las cifras.
4. Todo lo que tenemos que hacer es mostrarles que han aceptado riesgos parecidos en el pasado.
5. Todo lo que tenemos que hacer es mostrarles que van a tener muchos beneficios.
6. Todo lo que tenemos que hacer es tratarles bien.
7. Todo lo que tenemos que hacer es convertirles en cómplices.
8. Hacer todo lo anterior.

Aparte de las consideraciones generales sobre cómo ha cambiado la forma de afrontar la gestión del riesgo desde el punto de vista de la comunicación, la mejor manera de abordar la CR ante una crisis es anticiparse a dicha crisis, en la medida de lo posible. Para ello, el responsable del departamento de comunicación tiene que tener un contacto permanente con los medios de comunicación y mantener buenas relaciones con los periodistas, además de tener un profundo conocimiento de su organización, sus productos, sus directivos, servicios y/o competencias.

La diferencia entre persuadir y comunicar ha sido pobremente definida, pero en términos generales descansa en que muchas veces la comunicación tiene la función de hacer que los individuos actúen sobre ciertos asuntos (Tompkins, 1994). En el caso de los riesgos, se intenta concienciar al público sobre una determinada situación de riesgo y se les anima a que tomen medidas ante los mismos. Otras veces se pretende lo contrario: tranquilizarles y hacerles ver que el riesgo en cuestión no es tan grave. En este sentido, se puede decir que los mensajes de riesgo que difunden los medios están contruidos a partir de parámetros culturales, de modo que la información se convierte en una herramienta para provocar

cambios en las actitudes, las percepciones y, por tanto, en los procesos sociales, políticos y económicos.

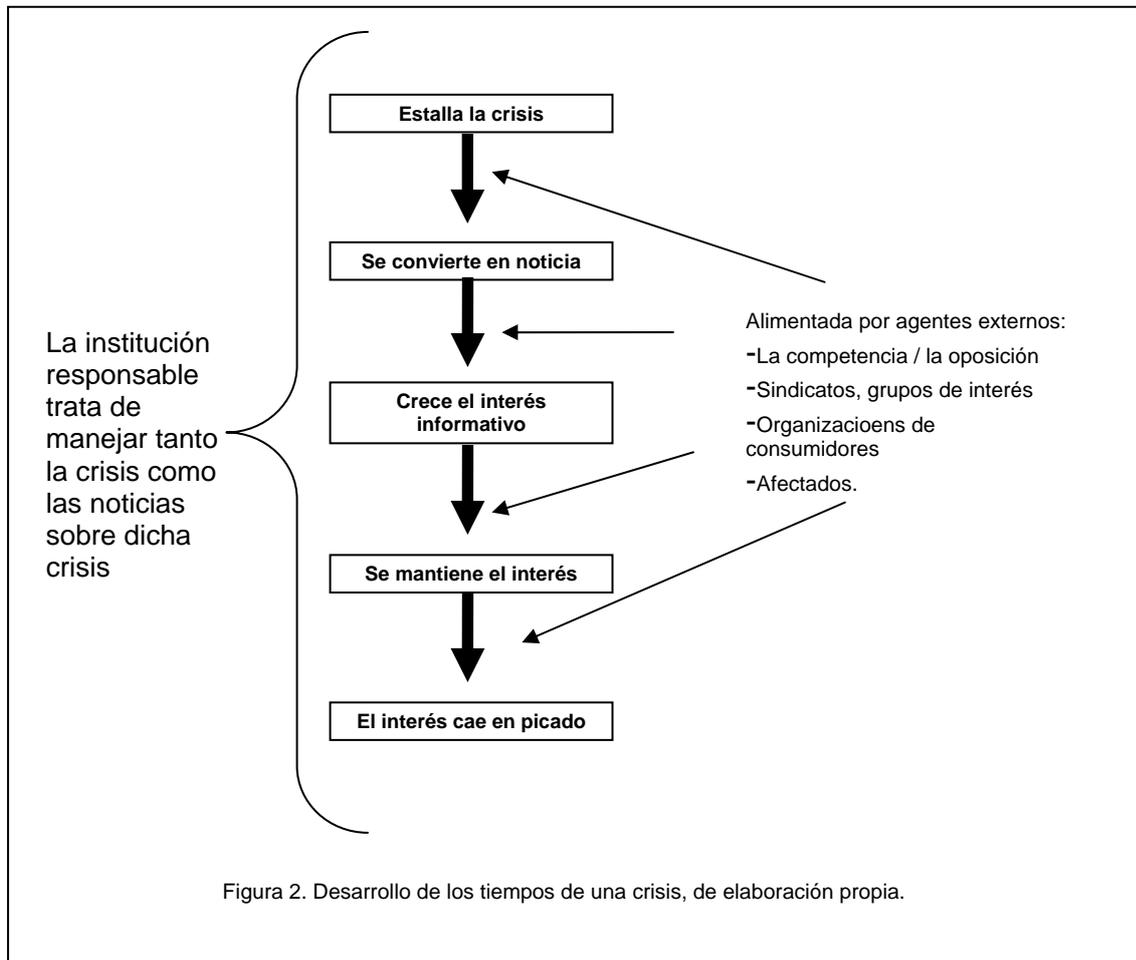
Como recoge la literatura (Fischhoff, 1995), la comunicación es en cierto modo como una póliza de seguros; es decir, tiene un coste fijo que puede prevenir futuros daños o, al menos, reducirlos. Como ocurre con otras actividades o gastos dedicados a la protección, siempre resulta más fácil de justificar el desembolso cuando existe una amenaza clara, es decir, cuando se ha producido una situación de riesgo.

A pesar de la importancia social que tiene, la CR no siempre resulta efectiva por tratarse, en parte, de un proceso relativamente nuevo (Covello y Sandman, 2001). Uno de los principales problemas, según la organización estadounidense National Research Council (1989), es que muchas personas – incluidos los científicos, gestores de emergencias y encargados de tomar decisiones – tienen expectativas poco realistas sobre lo que puede lograrse con los mensajes sobre los riesgos. En este sentido, los agentes sociales implicados suelen tener unas expectativas demasiado altas sobre lo que se puede conseguir con una CR efectiva. Se ha observado que tienen poco efecto a la hora de evitar o reducir la incidencia de conflictos entre grupos, pues las decisiones tomadas siempre benefician a unos y afectan a otros. Además, los individuos que se enfrentan a un mismo peligro no necesariamente comparten los mismos intereses o valores. El National Research Council sostiene que, por ejemplo, las decisiones que se toman sobre los riesgos relacionados con las tecnologías suelen crear fuertes polémicas ya que tienden a afectar a colectivos con intereses diferentes que, por lo general, luchan por conseguir soluciones que les favorezcan. Estas batallas suelen ser emocionales y altamente frustrantes tanto para los expertos y encargados de solucionar los problemas como para los afectados y otros implicados. De acuerdo con este organismo estadounidense, los inexpertos se frustran por el poco acceso al conocimiento que necesitan para formar sus opiniones y por la existencia de información demasiado simple o excesivamente técnica o en tono intransigente. Los expertos se frustran cuando sus explicaciones sobre el conocimiento disponible son recibidas con apatía, incredulidad o ira (National Research Council, 1989)

#### **4.1. Fases tras el estallido de una crisis y gestión de los tiempos**

Por lo que respecta a la gestión de los tiempos, una crisis siempre tiene unos plazos definidos dependiendo de su gravedad y de cómo se maneje la situación desde la propia organización. En la medida de lo posible, se debería prestar la máxima atención a la duración de la crisis y, para ello, primero es necesario ser consciente de cuáles pueden ser

sus fases desde que estalla hasta que desaparece de las noticias y/o, felizmente, se soluciona.



La figura 2 muestra cuáles son las principales fases o tiempos en el desarrollo de una crisis, tanto dentro de la organización afectada, como en los medios de comunicación y la opinión pública. Todas estas fases tienen que ser tenidas en cuenta a la hora de gestionar la revelación de información a través de ruedas de prensa, notas de prensa o entrevistas. En primer lugar se produce el estallido de la crisis debido a algún hecho concreto más o menos cuantificable, que puede abarcar desde un vertido (ej. Prestige en 2002 o Aznalcóllar en 1998) hasta una crisis alimentaria o de salud pública. Desde que se producen los hechos objetivos que constituyen per se la crisis hasta que aparece la noticia, crece el interés informativo por la cuestión y se mantiene, pues distintos agentes sociales externos a la organización se ocupan de alimentar la crisis.

En todas las fases representadas en la figura 2, hay que informar de forma regular a los medios de comunicación sin dejar de ser proactivos a la hora de contactar con los periodistas, aunque no se tenga mucho contenido que comunicar. Como ya se ha dicho, una

de las primeras medidas que hay que tomar ante la aparición de una crisis es la creación de un gabinete de crisis que, ante todo, debe ser operativo. Lo ideal es que esté liderado por una persona de la Dirección de Comunicación, aunque debe estar apoyada y respaldada por el Departamento Legal y, dependiendo del asunto que se trate, por los demás departamentos de la organización. El portavoz de la organización debe de ser muy asequible y debe tener una gran dedicación y disponibilidad.

El hecho de que sea la organización en la que se ha producido la crisis, o que es responsable de solucionarla, la que contacte con los medios da una imagen de apertura y transparencia que ayuda a allanar el camino para los mensajes que se quiere transmitir. También ayuda el hecho de que los medios de comunicación se sientan bien atendidos en todo momento. Por otra parte, no hay que olvidar que es necesario realizar una revisión pormenorizada de todo lo que se publique en los medios de comunicación con objeto de detectar y corregir errores o inexactitudes en la información.

Según Covello (2002), siete son los pasos a seguir para elaborar lo que él llama “mapa del mensaje”, una herramienta viable para los comunicadores del riesgo, pues asegura que la información sobre el riesgo tenga la mayor probabilidad de ser escuchada, entendida y recordada:

1. Identificar quiénes son los agentes externos (interesados, afectados, partidos políticos, sindicatos, grupos de interés, etc.) relacionados con el riesgo.
2. Elaborar una lista completa con las preocupaciones específicas que puede tener cada grupo de agentes externos. Esta información puede extraerse realizando un análisis de contenido de las noticias, de los foros en Internet, o mediante entrevistas con expertos, grupos focales, encuestas, etc.
3. Analizar la lista de preocupaciones específicas para identificar grupos comunes de preocupaciones generales subyacentes.
4. Elaborar mensajes clave como respuesta a las preocupaciones (generales y específicas) de los agentes externos relacionados con el riesgo. Estos mensajes clave se desarrollan en sesiones de tormenta de ideas que reúne a un grupo compuesto por un experto en el tema a tratar, un especialista en comunicación, un experto en políticas, aspectos legales o administrativos y un *facilitador*. En estas sesiones surgen una serie de palabras clave y cada mensaje no debe tener más de tres palabras clave. Esto es así porque, por ejemplo, durante una crisis la mayoría de las personas se encuentra tan alteradas que le cuesta escuchar, entender y recordar información, puesto

que el ruido mental reduce hasta en un 80% su procesamiento. Por ello, el reto de los comunicadores del riesgo durante una crisis es vencer las barreras que este ruido crea, producir mensajes precisos para diversas audiencias y lograr la mayor efectividad posible en la comunicación dentro de las propias limitaciones de la situación.

5. Elaborar pruebas y hechos que apoyen cada mensaje clave.
6. Llevar a cabo una validación sistemática de los mensajes utilizando procedimientos estandarizados; primero con expertos en el tema, pero distintos de los que han participado en la sesión de tormenta de ideas para crear la lista de palabras clave, para comprobar la precisión técnica del mensaje; y en segundo lugar, la validación debe realizarse con personas representativas de las audiencias objetivas.
7. El resultado de los pasos anteriores se comunica a través del Departamento de Comunicación o portavoz autorizado, que hace llegar el mensaje a los medios de comunicación. Esta información va a ser muy valiosa a la hora de organizar adecuadamente conferencias de prensa, entrevistas con medios de comunicación, intercambio de información, reuniones públicas, páginas web, respuestas grabadas en líneas telefónicas de emergencia, etc.

#### **4. 2. Recomendaciones para una gestión de la comunicación del riesgo eficaz**

Hay que partir de la base de que una crisis se puede presentar de múltiples formas, que no hay dos situaciones iguales y que cada crisis tiene sus propias peculiaridades y, por consiguiente, la respuesta desde el punto de vista de la comunicación tendrá que adaptarse a dichas peculiaridades. Dicho esto, sí que existen una serie de pautas generales sobre qué hacer y qué no hacer al comunicar información ante una crisis:

1. Mantener la calma y no dejarse llevar por el pánico.
2. Recabar toda la información posible sobre la situación, averiguando todos los hechos.
3. Crear un gabinete de comunicación de crisis.
4. Nombrar un único portavoz que hará de enlace entre la organización y los medios de comunicación.
5. Establecer prioridades sobre a quién, cómo y cuándo se debe informar. El “quién” se refiere al listado de periodistas y sus correspondientes medios de comunicación. El “cómo”, a la manera de informar, verbalmente o mediante un comunicado de prensa.

Si la comunicación es escrita, hay que prestar especial atención a los siguientes elementos del texto:

- a) La descripción de los hechos.
  - b) Qué datos se están manejando dentro de la empresa u organismo y cuáles se han confirmado.
  - c) Qué personas han sido afectadas.
  - d) Qué acciones está tomando nuestra organización.
  - e) Y de todo lo anterior, seleccionar qué datos se pueden comunicar.
6. Independientemente del tipo de comunicación que se utilice, verbal o escrita, debe hacerse lo antes posible “dando siempre la cara”.
  7. Mostrar preocupación por los hechos.
  8. Responder con respuestas breves.
  9. No dar por cerrado el caso, por el contrario ofrecerse para próximos contactos con el fin de seguir esclareciendo los hechos.
  10. Decir siempre la verdad y, sobre todo, NO MENTIR. Mas tarde o más temprano sucede que se descubre la mentira, y si se descubre pronto el portavoz y, por extensión la empresa o institución, corren el riesgo que quedar invalidados como interlocutores veraces; esto supondría en la práctica una pérdida absoluta de credibilidad por parte de los periodistas en todo lo que se comunique a partir del descubrimiento de la mentira.
  11. Además de no mentir, NUNCA se deben cometer los siguientes errores:
    - o No dar la cara.
    - o Tardar en dar una respuesta.
    - o Especular con los hechos.
    - o Frivolizar, ser cínico.
    - o Contestar “sin comentarios” a algunas preguntas.
    - o Contradecirse en las respuestas.
    - o Permitir que varias personas de nuestra organización respondan y aporten versiones contradictorias de los hechos.
    - o Pretender hablar “off the record” con los periodistas. Aunque prometan que no van a publicar una información, es conveniente ser cautos y tener muy presente que todo lo que hablemos con ellos puede aparecer en las noticias. Por tanto, antes de dar una información hay que reflexionar sobre como puede verse afectada nuestra organización si dicha información se difunde.

Las comunicaciones que se emitan deberán ir siempre en tres direcciones y, a ser posible, de manera simultánea para que todo el mundo reciba la misma información al mismo tiempo:

1. Comunicado a los medios de comunicación.
2. Comunicación interna a los empleados.
3. Comunicación a la administración pública (o entre ministerios, si la organización es una institución pública).

Por lo que respecta a la elaboración del material, en unas circunstancias ideales en las que no exista premura de tiempo (cosa que casi nunca ocurre), el primer paso en la elaboración de los textos sobre la comunicación del riesgo es conocer a la audiencia, sus características sociales, culturales, económicas y experiencias vividas, así como la percepción de la audiencia respecto al riesgo, de cara a adaptar la información a dichas características sociales. Desafortunadamente, dada la falta de tiempo con la que hay que responder ante una crisis, es común centrarse en tres cuestiones clave a la hora de redactar los textos para consumo público: a) qué es lo que ya sabe la gente; b) qué es lo que quiere conocer; c) qué es lo que la organización o institución quiere que se sepa.

A pesar de estas recomendaciones, hay que ser consciente de que la precisión del mensaje se va a ver afectada por la credibilidad que tenga la organización como fuente de información, por las declaraciones previas que se hayan realizado, por los mensajes contradictorios de otros agentes externos, por la incompetencia (real o percibida) de la fuente y por la forma en que se presente la información.

Hay que definir con claridad la información que se va a transmitir, pues si bien muchos individuos querrán saber todo, otros sólo estarán interesados en conocer si la situación es segura o no. Algunas recomendaciones para llegar al término medio pasan por:

- Informar sobre los hechos importantes que la gente necesita conocer.
- Proporcionar la información básica que contextualice y ayude a entender dichos hechos.
- Proporcionar datos adicionales para evitar interpretaciones erróneas, en especial ser cuidadosos para que la credibilidad no se vea comprometida.
- Dar respuesta a las preguntas y preocupaciones del público.

Se supone que un texto es fácil de entender cuando es visualmente atractivo, está organizado con lógica, se puede entender con una única lectura, usa oraciones cortas, pronombres en singular, el tiempo presente y la voz activa. Incluso la tipografía debe ser

racional, discreta pero con impacto (Covello, 2002). La inclusión de fotografías, dibujos, caricaturas y gráficos puede ser útil si se presentan de forma clara, precisa, atractiva y relacionada con el mensaje escrito. El mensaje sobre el riesgo no siempre tiene que ser un texto escrito o un mensaje oral al uso. Por ejemplo, en áreas rurales de Asia se utiliza el teatro guiñol para la educación ambiental y también se podría utilizar para comunicar riesgos, si fuera necesario.

En cualquier caso, hay que tener presente que evitar todo conflicto no es un objetivo realista ni legítimo de la comunicación del riesgo (Fischhoff, 1995). Lo que sí se puede y se debe es aspirar a tener menos conflictos y a afrontarlos de mejor manera. Según este autor, algunos conflictos se evitarían previniendo malentendidos innecesarios, otros previniendo o rediseñando proyectos de todo punto inaceptables. En todo caso, la comunicación tiene que ser tomada muy en serio, y no esperar que unos pocos mensajes preparados precipitadamente puedan apaciguar una controversia de gran difusión.

## 5. Conclusiones

Las principales conclusiones de este informe técnico sobre la comunicación del riesgo (CR) son las siguientes:

1. La CR es tanto un concepto teórico como una herramienta dentro de la comunicación corporativa de las organizaciones. En ambos casos ha sido objeto de interés académico desde distintas disciplinas de las ciencias sociales con el fin de saber más sobre los factores que intervienen en la percepción del riesgo por parte del público. El origen del interés académico por la CR se remonta a la década de los años cincuenta en EE.UU., cuando se buscaba erradicar las connotaciones bélicas de la energía nuclear y promocionar su uso civil.
2. La CR forma parte de la gestión del riesgo en momentos de crisis, considerando crisis toda aquella situación que supone un peligro para las personas y/o el medioambiente y que, como consecuencia, despierta el interés de los medios de comunicación y del público (crisis sanitarias, alimentarias, medioambientales, tecnológicos, etc.). Algunos ejemplos son el vertido del petrolero Prestige en las costas gallegas, en 2002, la crisis de las vacas locas, en 1996, o más recientemente la alarma sanitaria por la gripe A y la alarma nuclear a raíz del terremoto y posterior tsunami de Japón, que afectó a la seguridad de varias instalaciones nucleares.
3. Como resultado de la investigación académica se ha comprobado que en la percepción del riesgo que tiene el público intervienen los valores, cuestiones de poder, de confianza o desconfianza, la incertidumbre científica, así como la credibilidad otorgada tanto a los medios de comunicación como a las fuentes de información de las que éstos se nutren.
4. En los últimos 30 años se ha producido una evolución constante en la forma que tienen las organizaciones de abordar la CR y que la literatura describe en ocho etapas: 1) conseguir las cifras correctas sobre el riesgo objetivo; 2) decir al público cuáles son esas cifras; 3) explicar qué se quiere decir con dichas cifras; 4) mostrarles que antes han aceptado riesgos parecidos; 5) mostrarles que van obtener muchos beneficios; 6) tratarles bien; 7) convertirles en cómplices; y 8) hacer todo lo anterior.

5. Desde el punto de vista de las organizaciones, el primer paso en la elaboración de cualquier texto sobre determinado riesgo es conocer a la audiencia, sus características sociales, culturales, económicas y experiencias previas, así como su percepción de dicho riesgo, de cara a adaptar la información a dichas variables sociodemográficas. Una vez que se conoce lo que sabe la gente y lo que desea saber, hay que plantearse que es lo que nuestra organización quiere que se sepa.
6. Con independencia del tipo de riesgo o crisis que se aborde, existen una serie de recomendaciones generales para redactar los mensajes que se quieren comunicar, tanto desde el punto de vista de las organizaciones, como del periodista que elabora las noticias. 1) describir en qué consiste el riesgo, cuáles son los hechos y el contexto que ayuda a entenderlos; 2) dar una información neutral, no alarmante ni excesivamente tranquilizadora; 3) poner el énfasis en las acciones que tengan que hacer los receptores; 4) redactar con un lenguaje conciso, frases cortas y léxico asequible; y 5) respetar las preocupaciones de la audiencia.
7. Los textos sobre al CR que se generen en el seno de las organizaciones deberá ir siempre en tres dicciones y, a ser posible, de manera simultánea: 1) a los medios de comunicación; 2) a los empleados; y 3) a la administración pública o a otros ministerios (si la organización es una institución pública). Si se trata de una crisis de máxima gravedad, es recomendable la organización de una rueda de prensa.
8. Al igual que existen determinadas recomendaciones generales sobre lo que hay que hacer ante un crisis desde el punto de vista de la CR, también hay una serie de recomendaciones sobre lo que no hay que hacer en ningún caso: además de NO MENTIR, hay que evitar no dar la cara, tardar en responder, especular con los hechos, frivolar o ser cínico, contestar “sin comentarios”, o contradecirse en las respuestas.
9. El análisis del contenido de los medios de comunicación ha revelado una serie de prácticas profesionales que hacen que las noticias sobre riesgos puedan contener sesgos o distorsiones: los medios tienden a ignorar explicaciones científicas y probabilidades de ocurrencia para centrarse en el miedo, la furia, el escándalo y

demás aspectos dramáticos y sensacionalistas. Estas prácticas periodísticas no se deben a la incompetencia profesional o una intención deliberada de distorsionar la información, sino que son mayoritariamente resultado de la aplicación de una serie de criterios arraigados en sus valores institucionales: la búsqueda de culpables, misterio, interés humano, protagonistas conocidos, conflictos, presagios y miedos, muchas víctimas y mejor cuanto más próximas, imágenes impactantes, sexo, crimen y violencia.

10. Por último, hay que ser consciente de que la CR no siempre resulta efectiva, lo que contradice las expectativas no realistas que en ocasiones depositan en ella los científicos, los gestores de emergencias y los decisores. Por ejemplo, se ha observado que la CR es poco efectiva cuando lo que se intenta es evitar conflictos entre grupos o cuando se trata de riesgos tecnológicos que suelen afectar a colectivos con intereses diferentes que buscan soluciones que le favorezcan. Por tanto, aunque la CR es necesaria dentro de los procesos de gestión de los riesgos y en situaciones de crisis, no se le puede exigir que por sí misma elimine las polémicas que suelen surgir en estos contextos.

## 6. Bibliografía

- Allan, S., Adam, B. y Carter, C. (2000). Introduction: The media politics of environmental risk. In S. Allan, B. Adam & C. Carter (Eds.), *Environmental risk and the media*. Londres: Routledge.
- Antolínez Merchán, P. (2007). Los dos hundimientos del Prestige. In J. de Dios Ruano Gómez (Ed.), *El riesgo en la sociedad de la información* (pp. 9-19). La Coruña: Universidade da Coruña - Servizo de Publicacións.
- Arkin, E. B. (1989). Translation of risk messages information for the public: Message development. In V. T. Covello, D. B. McCallum & M. T. Pawlova (Eds.), *Effective risk communication. The role and responsibility of government and non governmental organizations. Proceedings of the workshop on the role of government in health risk communication and public education* (pp. 127-135). Washington.
- Beck, U. (2006). *La sociedad del riesgo global* (J. Alborés Rey, Trans.). Madrid: Siglo XXI.
- Bennet, P. (1999). Understanding responses to risk: some basic findings. In P. Bennet & K. Calman (Eds.), *Risk communication and the public health* (pp. 3-19). Londres: Oxford University Press.
- Cook, T. (1997). News coverage of AIDS. . In *Politics and the press: The news media and their influences* (pp. 217-236). Colorado: Lyne Reiner.
- Covello, V. T. (2002). Message mapping., *Workshop on Bio-Terrorism and Risk Communication*. Ginebra: WHO.
- Covello, V. T. y Sandman, P. (2001). Risk communication: evolution and revolution. In A. Wolbarst (Ed.), *Solutions to an environment in peril* (pp. 164-178). Baltimore: John Hipkins University Press.
- Covello, V. T., Slovic, P. y Von Winterfeldt, D. (1986). Risk communication: A review of the literature. *Risk Abstracts*, 3(4), 172-182.
- Chatier, J. y Gabler, S. (2001). Risk communication and government: Theory and application for the Canadian food inspection agency: Canadian Food Inspection Agency.
- Chomsky, N. y Herman, E. S. (1990). *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Crítica.
- Dornbusch, D. (1998). An analysis of media coverage of the BSE crisis in Britain. In S. Ratzan (Ed.), *The mad cow crisis* (pp. 138-152). Nueva York: New York University Press.
- Fischhoff, B. (1995). Risk perception and communication unplugged: twenty years of process. *Risk Analysis*, 15, 137-145.
- Internacional Commision on Radiological Protection. (2007). *Annals of the ICRP - The 2007 Recommendations of the International Commision on Radiological Protection* (No. Publication 103).
- Jasanoff, S. (1990). *The Fith Branch*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Kasperson, R. E. y Stallen, P. J. M. (1991). Risk communication: the evolution of attempts. In R. E. Kasperson & P. J. M. Stallen (Eds.), *Communicating risk to the public: International perspectives* (pp. 1-42). Londres: Klower.
- National Research Council. (1989). *Improving risk communication*. Washington, D. C.: National Academy Press.
- Nigg, J. M. (1995). Business disruption due to earthquake-induced lifeline interruption, *Symposium/Workshop on post-earthquake rehabilitation and reconstruction*. Kunming, Yunnan, República Popular de China.
- O'Riordan, T. (1981). *Environmentalism*. Londres: Pion.
- Otway, H. (1990). Communicating with the public about major hazards: Challenges for European Research. In H. B. F. Gow (Ed.), *Communicating with the public about major hazards. Commission of European Communities*. Londres: Elsevier Applied Sciences.
- Penning-Rowsell, E. y Handmer, J. (1990). The changing context of risk communication. In J. Handmer & E. Penning-Rowsell (Eds.), *Hazards and the communication of risk* (pp. 3-15). Hants: Gower House.
- Prades, A., Solá Farré, R., Martínez-Arias, R., Arranz, L. y Macías, M. T. (2000, 15-17 de mayo). *Risk perception of radiological applications in Spain: Experts and the public*. Paper presented at the Conference on Foresight and Precaution, Edimburgo, Escocia.
- Puy, A. y Cortés, B. (1998). Percepción social de los riesgos y comportamiento en los desastres. In J. I. Aragonés & M. Américo (Eds.), *Psicología Ambiental*. Madrid: Pirámide.
- Quarantelli, E. L. (1989). The social science study of disasters and mass communication. In L. M. Walters, L. Wilkins & T. Walters (Eds.), *Disasters and mental health* (pp. 41-73). Washington, D.C.: US Department of Health and Human Services.
- Quarantelli, E. L. (2002). The role of the mass communication system in natural and technological disasters and possible extrapolation to terrorism situations. *Risk Management*, 4(4), 7-21.
- Renn, O. (1991). Risk communication and the social amplification of risk. In R. E. Kasperson & P. J. M. Stallen (Eds.), *Communicating risk to the public: International perspectives* (pp. 234-234). Londres: Klower.
- Sandman, P. (1993). *Responding to Community Outrage: Strategies for effective risk communication*. Fairfax: American Industrial Hygiene Association.
- Sandman, P. (1994). Risk communication. In R. Eblen & W. Eblen (Eds.), *Encyclopedia of the Environment* (pp. 620-623). Boston: Houghton.
- Sandman, P. (1996). Mass media and environmental risk: Seven principles. *Risk - Health, safety and environment*, 251-260.
- Singer, E. y Endrey, P. (1993). *Reporting on risk: How the mass media portray accidents, diseases, disasters and other hazards*. Nueva York: Sage.

- Slovic, P. y Weber, E. U. (2002). Perception of risk posed by extreme events, *Risk management strategies in an uncertain world*. Palisades, Nueva York.
- Solá Farré, R., Prades, A., Espluga, J. y Real, M. (2009). Trust, uncertainty and the social perception of the advanced technologies. A case study. *Revista Internacional de Sociología*, 67(1), 161-175.
- Tompkins, R. K. (1994). On risk communication as interorganisational control: the case of the aviation safety reporting system, *Colloquy on natural and technological hazards*. University of Colorado: Boulder.
- Trumbo, C. (1996). Constructing climate change: claims and frames in US news coverage of an environmental issue. *Public Understanding of Science*, 5, 269-283.
- Van Eijndhoven, J. (1991). Risk communications: The need fro a broader perspective. In R. E. Kasperson & P. J. M. Stallen (Eds.), *Communicating risk to the public: International persepectives* (pp. 393-412). Londres: Klower.
- Verón, E. (1981). *Construir el acontecimiento: los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*. Barcelona: Gedisa.
- Weingart, P., Engels, A. y Pansegrau, P. (2000). Risks of communication: discourses on climate change in science, politics, and the mass media. *Public Understanding of Science*, 9(3), 261-283.
- Westley, B. H. y McLean, M. S. J. (1957). A conceptual model for communication research. *Journalism Quarterly*, 34, 31-38.
- Wilkins, L. y Patterson, P. (1987). Risk analyses and the constructions of news. *Journal of Communication*, 37(3), 80-94.
- Wilkins, L. y Patterson, P. (1990). The political amplification of risk: Media coverage of disasters and hazards. In J. Handmer & E. Penning-Rowell (Eds.), *Hazards and the communication of risk* (pp. 79-94). Hants: Gower House.
- Wynne, B. y Van Eijndhoven, J. (1991). Risk communication in Europe: Ways of implementing art. 8 of the post-Seveso directive. In R. E. Kasperson & P. J. M. Stallen (Eds.), *Communicating risk to the public: International perspectives*. Londres: Kluwer.

