

VIII. COMUNICACION VERBAL

Hay dos formas principales en que la información se mueve a través de las comunidades humanas desde un punto de origen (tanto si se trata de un anuncio oficial de la alcaldía, como de un policía que vaya de casa en casa, de una sirena de alarma pública o de todas las señales y presagios que anuncian un trastorno de la naturaleza).

La información puede desplazarse utilizando algún medio de comunicación, por los sistemas tecnológicos brevemente descritos en la última sección, apareciendo y reapareciendo dentro de una comunidad cuando las personas utilizan sus radios, leen los carteles murales o escuchan los altavoces públicos; o bien pueden pasar de una persona a otra mediante la comunicación verbal, utilizando en ocasiones el teléfono para salvar el tiempo y la distancia, o siendo escuchada a veces indirectamente como conversación entre otras personas, pero extendiéndose siempre por los cauces peculiares de la comunidad.

Hace falta saber más acerca de esa clase de difusión: ¿qué clase de información se solicita y se transmite? ¿quiénes son las personas que sirven de centros de información en esos cauces y con las que enlazan otras cadenas? ¿cómo pueden identificarse grupos determinados dentro de esa red de información? Por último, ¿se puede utilizar esa red con fines de información pública?

1. Cadenas humanas de comunicación

La naturaleza de la comunicación interpersonal se da siempre por sentada, y se ha descrito en docenas de libros de texto. El concepto de corriente de comunicación de dos escalones (en la que las ideas pasan de los medios de comunicación de masas a los dirigentes de la opinión y de éstos a los demás) fue introducido en un clásico publicado en 1940, The People's Choice. Ese modelo de flujo de dos etapas se ha elaborado desde entonces, convirtiéndolo en un modelo de muchas etapas, y la comunicación pública se considera ahora como un sistema complejo e interrelacionado en el que las ideas proceden de muchas fuentes y los medios de comunicación de masas pueden aparecer y reaparecer en diferentes etapas.

Se sabe algo de los efectos de esa interacción a través de estudios sobre los modelos de votación, la adopción de decisiones en las comunidades y la divulgación de noticias. Se ha hecho evidente, por ejemplo, que cuanto más importante es un acontecimiento desde el punto de vista de los afectados por él, tanto más activas son esas cadenas de comunicación humana. Durante los acontecimientos importantes, esos cauces oficiosos pueden difundir informaciones más de prisa y a mayor distancia que los cauces oficiales, que utilizan normalmente los medios de comunicación de masas. Sin embargo, muchas de esas cadenas humanas de comunicación tienen su origen en emisiones de los medios de comunicación de masas, y las redes de medios y las personales pueden entrelazarse en muchos puntos. Por ejemplo, las personas verifican a menudo lo que han escuchado por los medios de comunicación de masas con alguna otra persona, o a la inversa.

Un estudio, que siguió esas cadenas de persona a persona durante un acontecimiento importante para la comunidad, descubrió que casi la mitad de las personas de la comunidad habían escuchado antes la noticia por alguna otra persona^{56/}. Setenta y seis de esas comunicaciones fueron seguidas a lo largo de las cadenas de comunicación hasta el final, con el siguiente resultado, en el que cada escalón corresponde a una persona de la cadena: dos escalones - 35; tres escalones - 15; cuatro escalones - 9; cinco escalones - 5; seis escalones - 4; siete escalones - 4; ocho escalones - 3; y diez escalones - 1.

El estudio indica que la información llega a las personas de muchas formas, lo que sugiere un modelo de flujo de escalones múltiples:

- 1) mediante un contacto directo con el acontecimiento en calidad de víctimas, participantes u observadores;
- 2) mediante un contacto indirecto con el acontecimiento en calidad de intérpretes de señales y presagios;
- 3) mediante un contacto a través de los medios de comunicación de masas;

^{56/} Scalon, T.J. y Taylor, Brian, The North Bay Gas Explosion. Field Report 75/2, Emergency Planning Canada, Ottawa, mayo de 1975.

- 4) mediante un contacto con otras personas, a través del teléfono, una radio de frecuencia determinada, etc;
- 5) mediante un contacto directo con otras personas, por comunicación verbal;
- 6) mediante un contacto indirecto con otras personas, escuchando conversaciones ajenas.

Estudios análogos realizados por el mismo grupo indican que la comunicación humana durante los desastres adopta una forma exagerada de comportamiento normal. Las personas intentan primero hablar con las otras personas con que viven o trabajan, luego con las personas que conocen por diversos intereses comunes, y finalmente, si las circunstancias son suficientemente acuciantes, hablarán con los extraños y, en general, alterarán sus esquemas normales de comunicación. La mayor parte de los contactos de esas cadenas humanas se establecen entre personas que viven juntas en una misma familia, o entre personas que trabajan juntas o pasan juntas sus ocios.

Hay excepciones a esas afirmaciones generales. Cuanto más próximas se encuentren al acontecimiento mismo, tanto más probable será que las personas hablen con extraños y transmitan noticias a otros. Las personas que están realizando diversas clases de servicios - ayudando a llenar sacos terreros, rescatando víctimas entre los escombros o actuando como bomberos voluntarios hablan más fácilmente con personas con las que, normalmente, no hablarían.

Hay dos formas fácilmente identificables, en que la información toma direcciones inesperadas en una comunidad. Personas muy diferentes, con diferentes contactos humanos en la comunidad, pueden pertenecer a un mismo grupo (por ejemplo, sindicato, iglesia, mezquita, círculo deportivo) en el que se consideran mutuamente como amigos o conocidos. Esas personas compartirán la información de que dispongan. La otra forma consiste en escuchar conversaciones ajenas, lo que ocurre continuamente en circunstancias muy diferentes. Esto hace que una persona tenga acceso a una información que, normalmente, no recibiría, y la transmita entonces a sus amigos.

2. Red de la gran familia

Las víctimas de un desastre recurren primero a toda su familia en busca de ayuda. Cuanto menor sea el alcance del desastre que afecta a la comunidad, tanto más probable será que el conjunto de los parientes sea la principal fuente de ayuda. Esas conclusiones se basaron en observaciones hechas en unos cuarenta desastres de comunidades de Asia, Europa, la América septentrional y Centroamérica^{57/}.

Entre dos tercios y tres cuartos de las víctimas recibieron socorro y medios de rehabilitación de sus parientes. Las víctimas buscan primero la ayuda de los miembros de su familia y de sus amigos íntimos, luego de otros amigos y vecinos y, por último, recurren a personas y grupos de la comunidad. Este esquema es casi idéntico cuando se trata de pedir o de dar informaciones, lo que constituye también una forma de ayuda.

Se han hecho estudios antropológicos de la función y la estructura del parentesco en las sociedades primitivas, pero relativamente pocos sobre los de las sociedades industriales. De hecho, sólo recientemente ha comenzado el mundo desarrollado a redescubrir esas estructuras. Un artículo reciente sugiere que las relaciones de parentesco latentes se activan durante los desastres, porque la función protectora de la familia se refuerza por el miedo. El carácter fragmentario de los grupos de parentesco en las sociedades modernas puede ser útil, al permitir prestar ayuda y asistencia a las víctimas situadas fuera de la zona del desastre.

En las zonas del mundo en que se producen desastres con más frecuencia, la interdependencia de los miembros de la familia y los lazos comunales de parentesco — unidos a la menor escala de intervención gubernamental — han hecho que la red de la gran familia se convierta en el cauce fundamental de toda clase de asistencia, desde la información de alerta a la recuperación y la rehabilitación. En el Asia sudoriental, por ejemplo, los principales transmisores de información de la comunidad, que actúan también como agentes

^{57/} Quarantelli, E.L. "A note on the protective function of family in disaster", Marriage and Family Living, agosto de 1960.

persuasores del cambio social, son los parientes, vecinos y amigos, que normalmente se mezclan por los matrimonios dentro del grupo.

3. Ambientes de la comunidad

En las sociedades tradicionales existe un sentimiento profundo y subyacente de comunidad. Todo el mundo sabe a quién acudir en busca de consejo, aliento y ayuda, y sabe también lo que no debe hacer, o a dónde no debe ir. Normalmente, esas comunidades tribales son autosuficientes y sólo cuando toda la estructura es destruida las personas no saben a quién recurrir en busca de ayuda.

Las sociedades modernas están fragmentadas en muchas comunidades diminutas, aunque éstas pueden fusionarse en una gran comunidad si existe una presión exterior suficiente, como ocurre durante una guerra o cuando se produce un desastre. En los primeros días después de las inundaciones de 1953, en los Países Bajos, "en las calles, en los tranvías, en los trenes, en todas partes, el tema de las conversaciones era el desastre. Los extraños se hablaban e intercambiaban informaciones. Las emociones no se expresaban sólo mediante reacciones verbales sino mediante hechos. Todo el mundo estaba dispuesto a actuar".

La comunidad es una prolongación de la persona y el mercado cuando se trata de dar y recibir información pública. El conocimiento de la comunidad ayudará a establecer y administrar programas eficientes de información y educación públicas. Los modelos que deben adoptarse son cualesquiera movimientos de cambio social que utilice la comunidad para transformarse a sí misma: el desarrollo agrícola rural, por ejemplo, o la planificación de la población en las ciudades.

Un libro reciente contiene una descripción del Club de las Madres en la pequeña ciudad de Oryu Li, en la Corea meridional, y de la forma en que utilizó la comunidad para el desarrollo bajo la dirección de la Sra. Chung Moon Ja: trata de la forma en que se empleó la información para resolver los problemas sociales y económicos de los aldeanos mediante su propio trabajo intenso^{58/}.

^{58/} Dissanayake, Wikal, citado por Syed A. Rahim en "Communication Approaches in Rural Development", Communication and Change: the last Ten Years and the Next, Schramm y y Lerner (recop.), University Press of Hawaii, Honolulu, EE.UU., 1976.

La obra incluye también una descripción del proyecto Comilla de Bangladesh que, dirigido por Akhter Hameed Khan, consiguió establecer una comunicación entre los funcionarios gubernamentales y las aldeas, lo que, en su día, llevó a la planificación de la familia, reforzó las cooperativas agrícolas y los maestros, y capacitó trabajadores de extensión agrícola.

Estos y otros ejemplos innovadores utilizan la comunicación para el desarrollo de la comunidad, como parte del desarrollo nacional. La educación pública orientada a la prevención y mitigación de desastres puede ser parte de esas mismas actividades, porque se necesitan muchos proyectos como el de Comilla para contrarrestar los ciclones de Bangladesh.

4. Utilización de la población y de los medios de comunicación populares

La utilización de medios de comunicación tradicionales o populares, especialmente en las comunidades rurales, puede ser parte eficaz de un programa de educación pública para la prevención de desastres. Pueden emplearse esos medios para transmitir mensajes de alerta y preparación para los desastres — como los que indican qué se debe hacer cuando se produzca el desastre — siempre que se permita al artista traducir y escenificar el mensaje de forma que su público lo comprenda.

Un autor que ha colaborado en la utilización de medios tradicionales con esos fines en la India, Indonesia, el Pakistán, Malasia y Sri Lanka advierte en contra de la idea de que esto resulta fácil: "Lo más juicioso sería no hacer cambios fundamentales en el contenido y la estructura de los medios de comunicación tradicionales, utilizando en cambio sus formas para transmitir mensajes modernos"^{59/}.

Las clases de medios de comunicación populares que pueden utilizarse para esos fines son muchas y variadas: en el Caribe se ha empleado el calipso para hacer crítica social; en el Asia sudoriental se han utilizado los narradores populares, el teatro de sombras y el baile; el tam-tam, como instrumento de alerta, tiene en Africa siglos de antigüedad; el ballet se ha utilizado como vehículo de instrucción en China, y la pintura y la música se han usado para el

^{59/} Dissanayake, ibid.

mismo fin en la Unión Soviética. La lista continúa con los medios de comunicación impresos - octavillas, folletos, carteles y periódicos murales - y con otros aspectos del comportamiento popular: graffiti, canciones, juegos callejeros, representaciones callejeras de toda clase, artes y oficios artísticos, y hasta lo que se viste o se come, o el lugar donde se habita pueden decorarse con algún fin.

Todo programa de comunicación orientado a la población rural consistirá normalmente en una estructura de flujo vertical, desde un grupo relativamente pequeño de personas que planifican y ejecutan el programa hasta una gran masa de población que participa y se beneficia de él. Los mensajes son normalmente de dos clases: de exhortación, que justifican la acción colectiva y crean una solidaridad social; e informativos, que aumentan la conciencia, el interés, el conocimiento y la capacidad para adoptar decisiones racionales.

Los principales cauces serán los medios de comunicación de masas, los medios de comunicación populares y las comunicaciones interpersonales. Los cauces interpersonales están descentralizados y los mensajes fluyen cuando las personas hablan entre sí o intercambian escritos. Los principales cauces dentro de la población rural serán: a) las distintas familias, b) las comunidades y los grupos de las aldeas, y c) otras clases de agrupaciones de las comunidades.

Se ha descrito el programa de desarrollo de las comunidades en la India como base en la hipótesis de que la gran masa de población analfabeta y rural pobre constituye un recurso humano muy valioso. Puede enseñarse a las distintas familias y comunidades rurales cómo hacer frente a las fuerzas de la naturaleza si se les dan conocimientos prácticos de lo que puede realizarse. Incumbe al gobierno la responsabilidad de aunar las fuerzas de esa masa rural y de la tecnología. Esto puede lograrse del mejor modo mediante un sistema descentralizado de comunicación interpersonal. En el caso de la India, el trabajador capacitado situado en el nivel de las aldeas constituye el principal elemento de comunicación.

Los dirigentes locales y las organizaciones voluntarias de las aldeas pueden convertirse en eficaces agentes de extensión. Pueden utilizar la red de comunicaciones interpersonales e influencias de las aldeas mejor que los agentes

gubernamentales, que no conocen las condiciones locales. También se pueden organizar a los campesinos en cooperativas o asociaciones, y capacitar a los dirigentes de organizaciones para que realicen la labor de extensión utilizando esos grupos. Este método se emplea en los programas de animation rurale del Senegal, la Costa de Marfil, Benin y Togo.

IX. MENSAJES

La preparación del material de información pública requiere cuidado en varias esferas sensibles. Una de ellas es el problema de los prejuicios del equipo de producción: prejuicios de idioma, de clase, políticos o culturales. Hay otros prejuicios que podrían añadirse a la lista; por ejemplo, la tendencia a la tecnología en algunas regiones del mundo se manifiesta a menudo en un prejuicio tecnológico.

El equipo de producción debe partir de la base de que posee sus propios prejuicios, y examinar meticulosamente el material de información pública a fin de asegurarse de que no está teñido de prejuicios que resulten contraproducentes para el público al que se intenta llegar. Hay razones justificadas para que los materiales se produzcan nacional o incluso regionalmente, o para utilizar a los nacionales de un país cuando se trata de adaptar material que corresponde a un prototipo internacional.

Esto se aplica especialmente al considerar el contenido del material de información (incluida la elección de la composición y de las ilustraciones, en el caso de la imprenta). Se aplica también al código utilizado para formular ese contenido. Si puede decirse que el contenido expresa ideas, codificarlo significa formularlo en un lenguaje escrito, auditivo o visual que pueda ser fácilmente comprendido por el público a que se destina.

Por ejemplo, tanto el contenido como el código de los mensajes de los medios de comunicación de masas se orientan generalmente a un público urbano, porque los campesinos rurales no constituyen normalmente un mercado rentable, porque los servicios y el personal de los medios de comunicación de masas son normalmente de naturaleza urbana, y quizá por un prejuicio de clase en favor de la vida urbana frente a la vida rural.

Los profesionales de la información pública deben ser particularmente conscientes del contenido y el código más apropiados para el público al que intentan dirigirse, y esforzarse grandemente por modelar el mensaje siguiendo las pautas más apropiadas. Normalmente, la radio rural proporciona un excelente modelo, porque se ha creado especialmente para adaptarse a las ideas, el

vocabulario y el contexto de los oyentes rurales.

Todo esto puede expresarse como parte de la estrategia de los mensajes (véase la sección 1). Una vez producido el material, tiene que difundirse por diversos medios a los públicos especiales o generales. El funcionario no advertido que se limita a trasladar su producto al correo, la cinta o la película puede caer en muchas trampas. El hacer que se emita o imprima un mensaje no significa necesariamente que será escuchado ni leído. Hay muchas "cribas" a lo largo de la ruta de difusión, y una vez que el mensaje ha llegado al lector, el radioyente o el televidente tiene que sortear todavía esos escollos que se llaman "respuesta selectiva" y "retención selectiva". Todo esto podría llamarse "difusión" (véase la sección 2).

Una forma de divulgar el material (o de difundir las ideas) es hacerlo verbalmente mediante las cadenas humanas de comunicación anteriormente examinadas. Como la información tiene que pasar a través de tantas personas, está especialmente expuesta a ser deformada y a la aparición de informaciones erróneas o rumores (véase la sección 3).

Una vez que el mensaje ha llegado finalmente a su destino, es necesario saber si ha cumplido su misión. ¿Se ha producido un aumento de los conocimientos, ha ocurrido algo, se ha protegido a la población contra algún acontecimiento futuro, o ha sido advertida con éxito de algún peligro determinado? ¿Qué puede hacerse la próxima vez para mejorar el producto y sus resultados? Esas preguntas se examinan en la sección 4 del presente capítulo, titulada evaluación de la eficacia.

1. Estrategias de los mensajes

No se han hecho muchas investigaciones sobre la comprobación de material de información sobre desastres a fin de determinar los cambios de código o de contenido que podrían hacerlo más eficaz. La mayoría de las veces, el problema se ha resuelto pragmáticamente ensayando sobre el terreno mensajes con muestras de público. La Oficina de Defensa Civil de los Estados Unidos financió una serie de experiencias sobre estrategia de mensajes a finales del decenio de 1960, en los que se estudió la bibliografía existente y se verificaron esos estudios primitivos. Se examinó la situación de los elementos estructurales

del mensaje para determinar qué medidas tenían más éxito para mejorar la comprensión. Algunas de las pruebas y conclusiones fueron las siguientes:

- 1) Comparación entre el orden del contexto de la organización y el orden comparativo (es decir, entre ocuparse plenamente de un aspecto antes de pasar al siguiente o comparar los diversos aspectos uno por uno); se vio que el orden comparativo aumentaba la comprensión más que el orden contextual.
- 2) Comparación entre una introducción neutral y una introducción con conclusiones; se vio que existía muy escasa diferencia entre ambas.
- 3) Comparación entre la indicación temprana en el mensaje de su fuente o su indicación tardía; se vio que no había diferencia, aunque los ensayos realizados durante un período más largo mostraron que la indicación temprana de la fuente se traducía en una mayor comprensión.
- 4) Comparación entre la presentación cuantitativa de los hechos (utilizando cuadros y diagramas estadísticos) y la interpretación textual de esos hechos; se vio que había escasa diferencia entre los dos métodos.
- 5) Utilización del pronombre de segunda persona en comparación con la del pronombre de tercera persona: no se apreció ninguna diferencia.
- 6) El llamamiento emocional del final del mensaje, ¿debía referirse al lector mismo, al "bien de la familia" o al "bien de la sociedad"? No se llegó a ninguna conclusión clara.
- 7) Comparación entre las formas inductiva y deductiva de explicar puntos fundamentales (por ejemplo, comenzando por el punto principal y continuando con las pruebas de apoyo, o examinando todas las pruebas y llegando entonces a una conclusión); se

vio que el método deductivo era ligeramente más eficaz. Se vio también que un mensaje con explicación era más satisfactorio que un mensaje sin ella.

Los estudios recientes en la esfera conexas de la información pública para el desarrollo nacional son sumamente útiles. Muestran que los medios de comunicación que utilizan la imprenta y la difusión no abarcan el tema adecuadamente, especialmente cuando se trata de esferas sensibles. Los mensajes dirigidos a los públicos rurales, en general, no utilizan adecuadamente palabras, frases, ambientes y caracteres familiares, ilustraciones con explicaciones adecuadas, los dialectos rurales peculiares de las distintas regiones geográficas, ni formatos agradables que los harían atractivos para los agricultores y sus familias. Tampoco reflejan valores rurales profundamente arraigados, como el respeto por los ancianos y la autoridad, los lazos filiales, la importancia de los hijos, la solidaridad de la familia, etc.

Esos comunicados suelen prestar su atención a consideraciones técnicas, en perjuicio de los factores sociales, económicos, culturales o ambientales. El núcleo del mensaje es a menudo incompatible con las necesidades existentes y los bajos niveles de conocimientos de los públicos a que se destinan, y rara vez se coordinan con otras informaciones.

Los resultados muestran la necesidad de mensajes previamente ensayados. Aunque ese ensayo previo no tiene que realizarse durante mucho tiempo, debe hacerse con una muestra de público que incluya zonas geográficas distantes y culturas minoritarias que se encuentren en el público considerado como objetivo.

Un buen ejemplo de mensaje de alerta deficiente se produjo en una ciudad de México que estaba a punto de ser inundada. Según se dice, dos vehículos con altavoces recorrieron las calles durante varios minutos, repitiendo el siguiente mensaje: "Una crecida sin precedentes va a inundar la ciudad. Deben evacuarla inmediatamente". (Pausa). "El teatro presenta esta noche dos excitantes películas. No deje de verlas esta noche en el teatro". Se trata de un ejemplo absurdo de la forma en que los mensajes pueden ser contradichos, desvalorizados o anulados por otros mensajes que, en la mente del que los oye, pueden convertirse en parte del mensaje original.

2. Difusión

En los sistemas de alerta con evaluación, divulgación y respuesta utilizados por las organizaciones de medidas de emergencia o de defensa civil pueden distinguirse diversos modelos de transmisión:

- 1) Difusión abierta: mensajes transmitidos desde una fuente central, por ejemplo una emisora de radio, sin que se prevea una interacción o autocorrección.
- 2) Corriente de dos etapas: en la que los mensajes se transmiten a los dirigentes de opinión de las comunidades o "cribas", que los comunican a aquellos a quienes representan.
- 3) Transmisión individual selectiva: en la que los mensajes se hacen llegar a personas seleccionadas, en su trabajo o en sus hogares, mediante visitas, llamadas telefónicas, por correo o en circunstancias especiales, como cursos de formación.
- 4) Transmisión vertical de grupo: en que se reúne a las personas en un lugar y se les informa mediante discursos políticos, alocuciones con altavoces, proyecciones cinematográficas o audiovisuales, presentaciones o exposiciones. En este método no se recibe normalmente información del público.
- 5) Una variante del anterior, que permite la interacción y la autocorrección, como reuniones de debate, coloquios radiofónicos rurales, cineclubs y charlas.
- 6) Diálogo horizontal: en el que las mismas personas producen las ideas y se convierten en público para una interacción orientada a algún fin de la comunidad.
- 7) Diálogo vertical de dos sentidos: en el que se realiza una entrevista personal entre la comunidad y alguna persona informada, como un ministro del gobierno o un funcionario municipal.

- 8) La variante ascendente de ese diálogo vertical: en el que las mismas personas toman decisiones y comunican ascendentemente sus mensajes por diversos cauces oficiales u oficiosos.
- 9) Método de ensayo con autocorrección: en el que se someten los mensajes a una muestra de público, se cambian y se vuelven a ensayar en una serie de operaciones, hasta llegar finalmente al público considerado como objetivo.
- 10) Sistema central de reunión: en el que los mensajes se envían desde muchos lugares diferentes a una fuente central, en donde se elaboran y transmiten en todas direcciones por diferentes cauces.

Indudablemente, existen otros muchos modelos de transmisión en funcionamiento en otras partes del mundo, además de los enumerados. Los funcionarios de información pública deben tener en cuenta todas esas posibilidades al intentar decidir qué modelo de comunicación se adaptará mejor a una situación determinada. No existe una solución universal.

En los últimos decenios han surgido literalmente millares de estudios sobre difusión. En el decenio de 1970, el modelo clásico de difusión fue muy atacado por investigadores de los países en desarrollo, que se preguntaron si aportaba realmente algo a las poblaciones de Asia, Africa y América Latina. Por ejemplo, las investigaciones sobre comunicación de Europa y de la América septentrional se ocupan normalmente de los efectos de los medios de comunicación de masas, pero los investigadores de los países en desarrollo han descubierto que los cauces interpersonales son mucho más importantes.

Se ha iniciado una nueva era de investigaciones sobre difusión en las que se toma en consideración el contexto social y que, en su día, deberían producir nuevos resultados utilizables en la labor de información pública.

En la esfera de las innovaciones agrícolas, por ejemplo, se ha comprobado lo siguiente:

- 1) La mayoría de las poblaciones rurales tienen cierta

dificultad para identificar las opciones que se les presentan y elegir entre ellas, en relación con los recursos de que disponen o que podrían esperar razonablemente;

- 2) Muchas poblaciones rurales tropiezan con dificultades para expresar sus necesidades y preferencias: con frecuencia, los instrumentos del mundo urbano lo les son familiares;
- 3) Pocos grupos de una sociedad de bajos ingresos están en condiciones de hacer que sus opiniones sean seriamente consideradas en los niveles más altos de gobierno.

El método de innovaciones agrícolas incluye ahora diversas etapas para ayudar a resolver esos problemas, como la formación de la población rural en técnicas de comunicación; la creación de mecanismos de autocorrección; la educación de gran número de personas mediante los medios de comunicación de masas; el "aumento de la conciencia" de los dirigentes de las comunidades; la ayuda a las organizaciones y los portavoces rurales; y el apoyo a los medios locales de comunicación autónomos, como los boletines de noticias de las comunidades.

Todas esas son ideas que podrían adaptarse muy bien a cualquier programa de educación en gran escala orientado a informar en general al público sobre prevención y mitigación de desastres. Parafraseando los objetivos de las innovaciones agrícolas, habría que responder a tres preguntas:

- 1) ¿Cómo pueden hacerse más persuasivos los mensajes sobre prevención y mitigación de desastres y hacer que reciban mayor atención por parte del hombre del campo?
- 2) ¿Qué cauces de distribución agruparán mejor las aportaciones de los diversos organismos públicos y privados para alcanzar ese objetivo?
- 3) ¿Qué cauces y mecanismos de comunicación ayudarán al público más afectado por un desastre a comprender

claramente sus posibilidades, organizar sus recursos y hacer que las personas ajenas a la comunidad cobren conciencia de sus necesidades?

3. Rumores e informaciones erróneas

Se ha hecho muy pocos estudios sobre los rumores durante los desastres, aunque en general se acepta que los informes verbales de destrucciones y muertes pueden aumentar los temores y el miedo anticipado de las personas que no son sus víctimas. Se registraron varios de esos casos en la segunda guerra mundial, en los que una comunidad no afectada se vio inundada por la afluencia de refugiados de una ciudad muy bombardeada.

Un número reciente de Mass Emergencies^{60/} publicó un análisis detallado de varias cadenas humanas de comunicación participantes en un rumor (sobre un niño muerto como consecuencia de un gran vendaval, aunque en realidad sólo había resultado ligeramente herido). El estudio sugiere varias hipótesis:

- los rumores se transmiten normalmente entre personas de la misma condición socioeconómica;
- quienes transmiten rumores no están normalmente preocupados por la importancia de la información para ellos;
- los rumores se igualan, agudizan y asimilan al ser transmitidos;
- los rumores tienen a veces una fuente concreta;
- los rumores rara vez rompen las barreras entre sexos, excepto cuando intervienen personas de la misma familia;
- los rumores no traspasan normalmente las barreras del idioma.

Algunos estudios indican que los medios de comunicación de masas crean o transmiten inexactitudes, informaciones erróneas y, en ocasiones, rumores. La información de los medios de comunicación sobre varios desastres mostró que las organizaciones de noticias eran generalmente rápidas en responder a los acontecimientos de épocas de crisis, pero sus reportajes solían contener errores

^{60/} Mass Emergencies, Vol. 2, 1977.

e inexactitudes de detalle. Los primeros informes eran normalmente los más incompletos. Los medios de comunicación tenían con frecuencia dificultades para hacer estimaciones de la víctimas, los daños en los bienes y el número de personas afectadas, pero, no obstante, con frecuencia comunicaban datos y cifras concretos. Las inexactitudes del texto se hacían a menudo más patentes por la utilización de titulares y epígrafes que reflejaban esa información errónea.

La forma en que una información errónea puede convertirse en un rumor peligroso queda demostrado por el siguiente ejemplo. Cuando el "Huracán Diana" llegó a una de las ciudades orientales de los Estados Unidos, la población se sentía temerosa e insegura con respecto a un enorme embalse situado sobre la ciudad. El jefe de policía publicó una declaración en el sentido de que se estaban abriendo las compuertas de la presa para aliviar la presión. Este mensaje tenía por finalidad tranquilizar al público, pero se interpretó en el sentido de que la presa estaba a punto de romperse y circuló el rumor de que se había roto ya. El jefe de bomberos telefoneó al puesto para comprobar la veracidad del rumor, pero cuando los restantes bomberos lo escucharon, supusieron que era cierto y recorrieron la ciudad con sus coches, haciendo funcionar las sirenas y dando órdenes de evacuar la ciudad. Una gran parte de los habitantes huyó, presa del pánico.

4. Evaluación de la eficacia

Teniendo en cuenta el volumen de la información que se proyecta hacia un público confiado y el deseo confesado de los profesionales de obtener una información de respuesta, resulta sorprendente observar lo poco que se sabe sobre los efectos de lo que se hace.

En un documento sobre evaluación de campañas de los medios de comunicación de masas aparece la siguiente declaración: "Nadie conoce mejor que el funcionario de información pública la importancia de evaluar exactamente los efectos de su programa de comunicaciones basándose en fragmentos de información obtenidos de cartas de seguidores, informantes officiosos y otras fuentes de carácter fortuito." El autor continúa diciendo que hoy es posible obtener una información relativamente fiable, objetiva y exacta sobre los efectos de los medios de comunicación, mediante la utilización de las técnicas generales de

investigación desarrolladas en sociología.

Es cierto que hay archivados miles de estudios de análisis de contenido, pero todavía se carece de una información normalizada objetiva sobre la efectividad, obtenida sobre el terreno; otro método es establecer proyectos experimentales y centrar la evaluación en un programa en pequeña escala antes de pasar a campañas más importantes.

Lo que ocurre con más frecuencia es que se realiza un esfuerzo por responder subjetivamente a una lista de preguntas, como las siguientes:

- ¿Se planificó el programa adecuadamente?
 - ¿Entendieron los interesados la labor que había que realizar?
 - ¿Cooperaron todos los departamentos y administradores afectados?
 - ¿Cómo hubieran podido hacerse más eficaces los resultados?
 - ¿Se llegó a los públicos pertinentes?
 - ¿Podían haberse tenido más en cuenta las circunstancias imprevistas?
 - ¿Se matuvo el programa dentro de los límites presupuestarios y, si no fue así, por qué no?
- e irónicamente,
- ¿Qué provisiones se hicieron con antelación para medir los resultados?

Se han sugerido tres modos de medir el efecto de los programas de información pública: mediante un estudio experimental, en el que se compare un grupo expuesto con un grupo de control; mediante una encuesta por muestreo; y mediante un estudio de grupo en el que se entrevista al mismo grupo de personas, transcurrido cierto tiempo. Pueden citarse tres métodos para determinar la eficacia de los medios de comunicación: análisis de la información, mediante encuestas entre el público; análisis de la respuesta, registrando las reacciones a los programas o intentando relacionar el contenido de éstos y las reacciones individuales durante entrevistas intensivas; y análisis del proceso, intentando modelar las diversas etapas de la divulgación del programa.

Esas técnicas y otras se han examinado en muchos de los textos sobre comunicaciones que han aparecido en los últimos años. Uno de esos textos contiene capítulos sobre análisis de contenidos, análisis de interacciones y análisis estilístico, escalas de actitudes y escalas de valoración. Esa clase de investigaciones pueden hacerse por miembros del personal capacitados en técnicas sociológicas, o por expertos, consultores o servicios comerciales de investigación. Puede capacitarse a personas no especializadas para que se ocupen de la evaluación.

Es posible que esos métodos de investigación resulten demasiado costosos, eruditos, en pequeña escala o sin interés para un programa determinado. Pero al menos deben formularse las cuatro preguntas que siguen, y las respuestas deben ser tan imparciales y objetivas como se pueda.

- 1) Volumen del público: ¿cuál es el volumen del público?
¿es representativo de la población a la que se quiere llegar?
- 2) Respuesta del público: ¿producen los mensajes el efecto deseado? ¿reacciona el público favorable o desfavorablemente?
- 3) Efecto de las comunicaciones: ¿recordará el público esos mensajes y actuará en consecuencia en circunstancias apropiadas?
- 4) Proceso de influencia: ¿hasta qué punto es eficaz el programa para influir en las opiniones y el comportamiento del público general? ¿por qué cauces y mecanismos se produce esa influencia?

X. NECESIDADES FUTURAS

En el presente capítulo se indican veinte esferas concretas de necesidades futuras relacionadas con aspectos de información o educación públicas de la prevención y mitigación de desastres. Aquí se enumeran cronológicamente, y el volumen concluye con algunas sugerencias para atender a esas necesidades.

- 1) Hace falta saber más sobre las necesidades concretas de información pública en las diversas clases y etapas de los desastres.
- 2) El público general debe conocer sus derechos y deberes en materia de información pública.
- 3) Hace falta saber más sobre la composición de los diversos públicos (tanto generales como especiales), en el plano regional o local.
- 4) Hay que investigar más el comportamiento humano en situaciones difíciles en los países en desarrollo más afectados por los desastres, tanto para la utilización de los resultados en esos países como para hacer comparaciones entre culturas.
- 5) Debe disponerse de informes gubernamentales y de otros informes de las instituciones sobre los desastres, a fin de aprender de la experiencia.
- 6) Los profesionales de la información pública deben saber más sobre el comportamiento humano en casos de desastre en el plano regional o local, antes de decidir las políticas.
- 7) Hace falta saber más sobre la forma en que las personas se comunican en el plano local y sobre la forma de utilizar esa "red popular".
- 8) Hace falta saber más sobre la utilización de la radio en épocas de desastre en los países propensos a sufrir desastres, y hacen falta más investigaciones entre culturas para relacionar esos datos con los conocimientos actuales sobre los medios de comunicación de masas.

- 9) Deben prepararse directrices para los periodistas extranjeros sobre la forma de informar sobre los desastres.
- 10) Puede proporcionarse más información sobre el papel de información pública de la policía o el ejército en diversos países.
- 11) Debe elaborarse una metodología para programas de educación pública orientados a aumentar el grado de conciencia en relación con los desastres.
- 12) Hacen falta tres clases de formación en materia de desastres cuando se trata de información y educación públicas: para el público general; para públicos determinados; y para los propios agentes de comunicación.
- 13) Debe introducirse la formación en materia de información pública en ejercicios simulados, seminarios y ocasiones análogas, especialmente en los niveles regional o local.
- 14) Los encargados de la formación en materia de educación pública deben recibir formación en relaciones humanas y en técnicas prácticas de comunicación.
- 15) Hace falta saber más sobre la forma en que funciona la red de comunicación verbal en el plano de las comunidades, a fin de ayudar a la divulgación de los mensajes.
- 16) Por la misma razón, hace falta saber más sobre las redes de la gran familia y de la comunidad.
- 17) El contenido y el código de los mensajes deben ser ensayados y debe investigarse la mejor estrategia de mensajes para el caso de que se trate.
- 18) ¿Hasta que punto constituyen una barrera las informaciones erróneas y los rumores en la cadena de transmisión en el plano local?

- 19) Hace falta una forma objetiva normalizada de evaluar los programas de información pública.

- 20) Por último, hay una necesidad general de más información sobre la forma en que la información y la educación públicas se realizan en la actualidad.

Algunas de esas necesidades son muy generales y sólo se atenderán cuando más personas se percaten de ellas y de las posibilidades que presentan. Otras son muy concretas y podrían atenderse mejor mediante reuniones, seminarios o material de información, como las directrices propuestas para periodistas extranjeros. Algunas podrían agruparse como temas para seminarios regionales o nacionales, en los que los participantes intercambiarían experiencias y elaborarían un informe para orientación de otros. Estas incluirían los apartados 3), 7), 15) y 16), que se ocupan de las redes de comunicación en el plano de las comunidades y de cómo utilizarlas de forma más eficaz; el 4) y el 6), que se ocupan de la reacción del público a los mensajes y de cómo elaborar sistemas más eficaces de divulgación; y el 8), que se ocupa de la utilización de la radio como vehículo de difusión.

La formación constituye un desafío especial y ofrece muchas posibilidades, como se sugiere en los apartados 11), 12) y 13). Hacen falta reuniones y materiales sobre programas de educación pública, y esto implica la formación de los interesados. Podrían organizarse diversas clases de programas de formación en los niveles nacional, regional o internacional, para miembros de públicos especiales, incluidos los propios profesionales de la información pública.

Es posible prever seminarios regionales o incluso una institución centralizada, dedicados a la información o la educación públicas y a la formación, que reúnan recursos humanos y materiales para utilizarlos en la prevención y mitigación de desastres en las zonas que más los precisen.