



# Procesos cualitativos en la Comunicación de Catástrofes de Origen Natural: el discurso de los Expertos frente al discurso de los Periodistas

*Qualitative processes in Natural Origin Catastrophes Communication: Expert's speech against Journalist's speech*

DOI

ENRIQUE MORALES CORRAL, CARLOS LOZANO ASECIO, MARÍA LUISA SÁNCHEZ CALERO

## RESUMEN

Este artículo pretende mostrar una comparativa cualitativa entre los discursos de Expertos (Cruz Roja, Protección Civil, Unidad Militar de Emergencias...) que actúan en catástrofes de origen natural y el de los Periodistas especializados que cubren este tipo de situaciones. Esta comparativa se produce a partir de dos grupos de discusión (uno para cada grupo) y el apoyo de un análisis cuantitativo de 220 piezas informativas recogidas durante un año completo (entre mayo del 2013 y mayo del 2014), en los principales espacios informativos de tres cadenas de televisión españolas. Esta investigación fue realizada bajo la financiación de la Fundación Mapfre: Ayudas a la Investigación Ignacio H. de Larramendi, y titulada: *La construcción del mensaje sobre riesgos naturales en los medios de comunicación*, realizada por los firmantes de este artículo.

Nuestro objetivo es marcar los elementos claves de ambos discursos confrontando conceptos y desarrollos concretos. Para ello se ha utilizado el software informático Atlas.ti, en el que se han creado *Networks* o mapas conceptuales, para poder extraer sus líneas principales, con las que confrontar y comparar ambos discursos. El resultado ha sido un completo análisis cualitativo que demuestra la confrontación evidente en ambos discursos, mostrando elementos importantes en el discurso de ambos grupos.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN DE CATÁSTROFES; SOCIOLOGÍA DE CATÁSTROFES; MEDIO AMBIENTE; ANÁLISIS CUALITATIVO; ATLAS.TI

## **ABSTRACT**

This article shows a qualitative comparison between the speeches of Experts (Red Cross, Civil Protection, UME...) acting on natural catastrophes and specialized journalists who cover such situations. This comparison is produced from two focus groups (one for each group) and the support of a quantitative analysis of 220 news items collected over a full year (between May 2013 and May 2014), in the main news programs of three channels of Spanish television. This research was conducted under the funding of the Fundación Mapfre: Ayudas a la Investigación Ignacio H. de Larramendi, and entitled: The construction of the message on natural hazards in the media, written by the signatories of this article.

Our goal is to make the key elements of both speeches confronting concepts and concrete developments. For this we have used computer software Atlas.ti, which have created Networks or conceptual maps, to extract their main lines to confront and compare the two speeches. The result has been a complete qualitative analysis of the obvious confrontation in both speeches, showing important elements in the discourse of both groups.

**KEYWORDS:** CATASTROPHE COMMUNICATION; CATASTROPHE SOCIOLOGY; ENVIRONMENT; QUALITATIVE ANALYSIS; ATLAS.TI

## **1. INTRODUCCIÓN**

El estudio de la comunicación de catástrofes de origen natural supone un importante objeto de estudio, no solo ya por el vacío de estudios que sufre, sino por la importancia que este tipo de comunicación, si fuese efectiva, puede afectar a la población en general (Gil, 2003). No hay prácticamente investigaciones sobre el tema que analicen la forma, la estructura, el contenido, el medio, el tono, la incidencia, el posicionamiento... que este tipo de informaciones tienen en los medios de comunicación.

Este artículo intenta explicar y debatir una de las partes del análisis que los firmantes realizaron en su estudio del 2014: La construcción del mensaje sobre riesgos naturales en los medios de comunicación (Autores, 2014), en el que se intentó investigar cómo los medios de comunicación televisivos españoles emitían las noticias sobre situaciones de catástrofes de origen natural.

El origen de esta investigación surge de la observación que el equipo de investigadores hizo al comprobar cómo se desarrollaban y cómo se cons-

truían los relatos periodísticos (Piñuel, J. L., Gaitán, J. A. y Lozano C., 2013) de la mayoría de las catástrofes de origen natural. La necesidad de abarcar un campo de estudio manejable acotó el objeto a España, haciendo especial hincapié en una doble visión integradora: una primera investigación cuantitativa que localizase los elementos claves del discurso, y una segunda visión cualitativa entre dos de los grupos afectados directamente: periodistas especializados y expertos en este tipo de situaciones.

En el estudio cuantitativo se realizó una rigurosa selección de piezas informativas durante un año completo de tres de los principales informativos españoles: TVE1, Cuatro y Antena 3, pertenecientes a los tres principales grupos televisivos existentes hoy en día en España: RTVE, Mediaset y Atresmedia. A partir de estos datos se elaboraron una serie de conclusiones objetivas de un análisis pormenorizado mediante un protocolo específico de 24 preguntas creado *ad hoc* para este experimento. Estas conclusiones, de carácter más formal, necesitaban de un contraste cualitativo, que pudiese conformar un marco de conclusiones mucho más amplio, al incorporar los elementos discursivos de actores implicados en el objeto de estudio. Sus aportaciones son el núcleo de este artículo, que sin embargo hará constantes referencias a la parte cuantitativa, como complemento y base metodológica.

## 2. OBJETIVOS

La intención de este artículo es mostrar el proceso y resultados del análisis cualitativo de dos grupos de discusión, uno realizado a Expertos (Cruz Roja, Protección Civil, Unidad Militar de Emergencias...) que intervienen en este tipo de catástrofes de origen natural, y otro de Periodistas especializados en cubrir este tipo de noticias.

Se analizará también la relación entre estos discursos como parte fundamental del análisis cuantitativo, en el marco de la investigación ya mencionada: *La construcción del mensaje sobre riesgos naturales en los medios de comunicación* (Autores, 2014). La importancia del discurso se vuelve fundamental, si tenemos en cuenta que los elementos discursivos proporcionan un marco propio y único sobre el evento que ha acontecido. La visión particular del informador necesita de un mensaje claro y verídico por parte de los involucrados, debido a su proyección mediática y sus fundamentos de contraste intrínsecos.

### 3. METODOLOGÍA

En este artículo se analizará especialmente la parte cualitativa del estudio, en sus dos vertientes: el discurso de los Periodistas especializados y el discurso de los Expertos involucrados en situaciones de catástrofes de origen natural. Los análisis cuantitativos de las piezas informativas recogidas y los estudios de triangulación relacionados con esta investigación se pueden ver más en profundidad en: Autores (2015), donde se analiza integralmente los tres factores en una visión mucho más general que lo aquí descrito.

El grupo de discusión es una técnica que pretende conseguir información científica válida a partir de una micro-representación de un proceso social (Gaitán, J. A. — Piñuel, J. L., 1998). Para nuestro experimento seguimos las directrices del socioanálisis conversacional que desarrolló Jesús Ibáñez a finales de los años setenta del siglo pasado (Ibáñez, 1979). Pretendíamos crear un discurso informado y profesional de cada uno de los dos grupos seleccionados con el que contrastar las conclusiones de nuestro estudio cuantitativo. Es por supuesto un grupo artificial, creado específicamente para el experimento, sin conexiones previas entre sus miembros que pudiesen distorsionar los resultados buscados. El número de participantes en ambos grupos ascendió a ocho, siguiendo las directrices marcadas por Ibáñez.

El análisis cualitativo se puede explicar en general como la simplificación de elementos de un discurso, elaborado en ideas y segmentos sencillos, con los que podemos establecer relaciones a la hora de ejemplificar la realidad ofrecida por el discurso. Se trata, en definitiva, de obtener datos simples (códigos) a partir de datos complejos (el discurso). A partir de esta estructura se puede observar la gran importancia inicial de las relaciones de determinados códigos. Este es el punto de partida de todo análisis, y ayuda a conformar las hipótesis iniciales de la investigación cualitativa.

Los grupos de discusión partieron de la siguiente pregunta de arranque: ¿Cómo se dan las noticias sobre catástrofes relacionadas con el tiempo en las noticias de la televisión española? Cada grupo discutió aproximadamente durante unos 120 minutos de manera ininterrumpida, las sesiones estuvieron moderadas por un integrante del equipo de investigación, para incentivar la fluidez de los discursos e interviniendo lo menos posible, para no influir o predisponer algún tema o comentario. Para la realización del análisis cualitativo se trabajó con el programa informático Atlas.ti como creador de los *networks*, o mapas conceptuales discursivos, que nos permiten proyectar los elementos y patrones cualitativos de los actores fundamentales. Con el programa Atlas.ti se pretendía componer el universo discursivo investigador,

con el objetivo de facilitar su organización, análisis y búsqueda de la información relevante.

Nuestro análisis responde a dos niveles de enfoque analítico: un primer nivel textual, en el que nos fijaremos en las citas más relevantes de los participantes, las cuales, transformaremos en códigos del discurso con los que señalaremos ejes y trayectorias. Para ello, elaboramos cuatro grandes categorías de códigos en función de su relevancia e importancia discursiva: los Códigos Centrales son aquellos que transcurren transversalmente, suponen el centro del discurso, que deben reunir al resto de códigos, porque son los recipientes discursivos que enlazan con el resto de apartados y con la parte cuantitativa del análisis. Los Códigos Relacionales son aquellos que forman el grueso del análisis discursivo, y surgen de las preguntas de investigación, de las hipótesis y del análisis en sí mismo. Los Códigos Secundarios son aquellos que se utilizan a modo de prospectiva, para indagar en temas subyacentes y ver cómo funcionan en el discurso de los entrevistados. Y los Subcódigos son aquellos que intentan clarificar o posicionar a los entrevistados en el discurso, y tienen como principal función establecer y comprobar los perfiles de los entrevistados. En total fueron treinta y dos códigos para el grupo de discusión de los Expertos y diecisiete para el de los Periodistas Especializados. La diferencia de número entre ambos se debe a la complejidad y dispersión del discurso en el primero, apareciendo más códigos que en el segundo.

Un segundo nivel es el conceptual, en el que establecemos las relaciones entre los elementos estructurales del discurso. Para ello hemos establecido alianzas discursivas entre los códigos, que facilitan en gran medida la construcción y análisis de este nivel. Se han usado sólo cuatro tipos de referencias para facilitar el análisis, pero hay que decir y resaltar que el programa informático permite bastantes más, dejando abiertas nuevas vías de explotación en futuras publicaciones. Las cuatro relaciones intracódigos utilizadas son: *Is part of*, que como su nombre explica se establece cuando un código forma parte de otro, es decir, está contenido en él, ya sea total o parcialmente. *Is associated with*, esta relación se establece cuando un código está relacionado con otro, es decir, existen vínculos entre ambos conceptos que crean una relación discursiva. *Is cause of*, esta relación muestra una relación causal entre dos códigos. En este código se pueden observar dos niveles de causa: una de igualdad entre la relación y otra de dominación de un código sobre otro. Y *Contradicts*, esta relación se establece cuando un código presenta una relación contraria o contrapuesta a otro. Es un código especialmente importante porque es capaz de contraponer líneas del discurso, lo que supone una información muy valiosa para un análisis cualitativo.

#### **4. ANÁLISIS DISCURSIVO**

##### **4.1 EL DISCURSO DE LOS EXPERTOS**

Los Expertos que participaron en este grupo de Discusión formaban parte de instituciones tan importantes como Cruz Roja o la Unidad Militar de Emergencias, más dedicadas al trabajo de campo, como de importantes centros de investigación y divulgación como el Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas (CIEMAT) o la Agencia Estatal de Meteorología (AEMET), que aportaban un discurso más académica, pero no por ello menos válido e interesante. El objetivo era conformar un discurso transdisciplinar, que pudiese aportar conclusiones y directrices concretas sobre nuestro objeto de estudio: cómo los medios de comunicación emiten las noticias sobre catástrofes de origen natural en España.

En el Gráfico 1 aparecen los vínculos de primer nivel del grupo de discusión de los Expertos, en el que se ven las relaciones de los códigos con las transcripciones y con las referencias discursivas de los participantes. Se muestra ya el inicio del análisis conceptual del discurso de los participantes. La media de las referencias discursivas está en 6,7, eso significa que los códigos que estén por encima de este número tienen mayor peso en el discurso, y que los que estén por debajo tienen menor carga. La primera valoración es que hay ocho códigos centrales que destacan sobre los demás, son los que vertebran el discurso. Son aquellos que superan ampliamente la media, tomando 10 o más referencias discursivas. Este dato (cuantitativo) cimienta la técnica cualitativa, resaltando los temas debatidos.

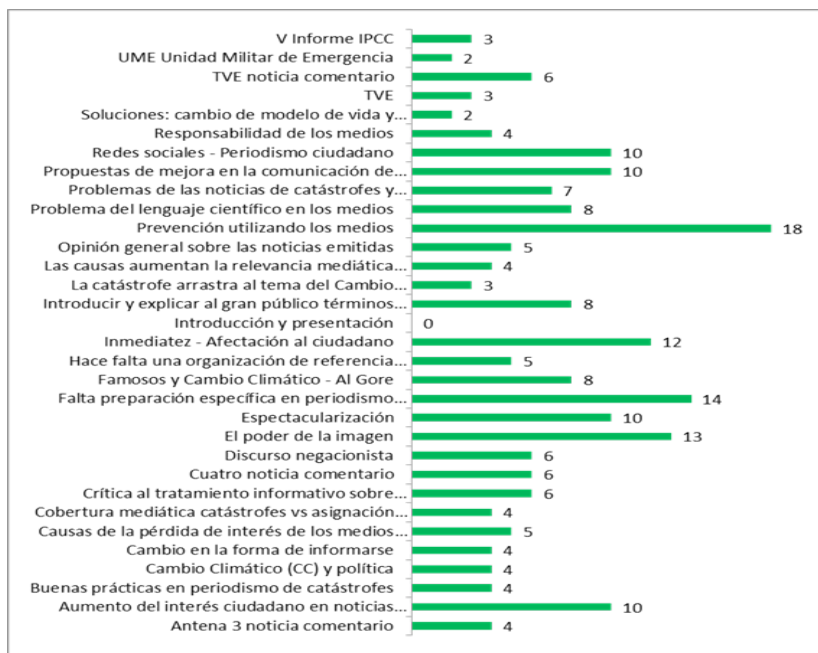


GRÁFICO 1: REPRESENTACIÓN DEL NÚMERO DE REFERENCIAS DE CADA CÓDIGO EN EL GRUPO DE DISCUSIÓN DE EXPERTOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Destacan los códigos *Prevención utilizando los medios*, con dieciocho referencias, *Falta de preparación específica en periodismo* con catorce, *El poder de la imagen* con trece e *Inmediatez – Afectación al ciudadano* con doce. Esto quiere decir que estos cuatro códigos son los más referenciados por los Expertos, y sobre los que más han debatido y hecho referencia. Como vemos hay razones de usabilidad, de educación, de modelo de negocio y de afectación al ciudadano. Son cuatro ejes que muestran las principales preocupaciones de este grupo, como forma de procesar y actuar frente a la Comunicación de Catástrofes de origen natural.

En relación con la representación del número vínculos entre los códigos del grupo de expertos en el Gráfico 2 podemos ver representado el segundo nivel del análisis cualitativo que tiene que ver con los vínculos entre los propios códigos. La media de vínculos está en 7,6, eso significa que los códigos que estén por encima de este número tienen una mayor cohesión discursiva con el resto, mientras que los que estén por debajo lo contrario.





GRÁFICO 2: REPRESENTACIÓN DEL NÚMERO DE VÍNCULOS ENTRE LOS CÓDIGOS EN EL GRUPO DE DISCUSIÓN DE EXPERTOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El mapa conceptual o *network* del código *Prevención utilizando los medios* se puede ver en el gráfico 3, donde se explica el proceso de análisis que se ha realizado. Este código central hace referencia a una de las necesidades intrínsecas que todos los medios de comunicación deben hacer para con sus receptores, y que no es otra cosa, que utilizarse como medio básico de información y formación, en este caso haciendo hincapié en la prevención de catástrofes y situaciones de riesgo. Con este código se establece uno de los ejes que transcurren transversalmente en el discurso. Reúne al resto de códigos ya que enlaza con el resto de apartados y con la parte cuantitativa del análisis.

Este código central presenta dieciocho vínculos con el discurso, lo que supone casi triplicar la media de referencias directas, que son 6,7. Es el código más referenciado por parte de los participantes mostrando que es uno de los

temas más importantes para ellos. La relevancia que adquiere es fundamental porque explica la necesidad intrínseca de que la difusión de una información sobre catástrofes sea un mecanismo de prevención adecuado, sobre todo si hay afectaciones humanas. Así mismo, presenta doce vínculos con otros códigos, como podemos observar en el gráfico 3, estando claramente por encima de la media (7,6) mostrando una relación sólida con el discurso de los participantes. La relación se muestra en dos aspectos, hacia el discurso con referencias directas y hacia el resto de códigos, por los vínculos intracódigos.

Este código se contradice en gran medida con el de *Espectacularización*, porque son dos formas de entender la comunicación de catástrofes. Uno de los expertos lo ve como una oportunidad perdida de aportar información significativa que pueda educar al espectador en aquello que le afecta directamente, para que pueda tomar medidas en consecuencia. La información no debe estar reñida con la formación, al revés, debería ser inherente en aspectos de esta temática tan delicada.

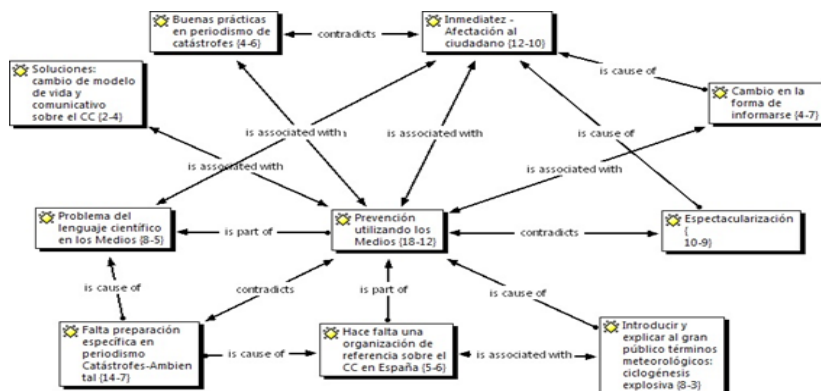


GRÁFICO 3: NETWORK O GRÁFICO DEL DISCURSO DEL CÓDIGO CENTRAL DEL GRUPO DE DISCUSIÓN DE EXPERTOS: PREVENCIÓN UTILIZANDO LOS MEDIOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

Este es uno sólo de los gráficos de discurso que se han analizado. No es lugar para una exposición larga y detallada de todos los mapas conceptuales. Se pueden ver todos en Autores (2014), pero queríamos mostrar, a modo de ejemplo, el proceso que se ha llevado a cabo en esta investigación.

Otro código muy importante para los Expertos es el de *Falta preparación específica en periodismo Catástrofes-Ambiental*. Este código central hace referencia a la falta de preparación específica que muchos profesionales adolecen y les hace cometer errores básicos de conocimiento específico en la creación de sus informaciones, pudiendo incluso agravar situaciones extremas al informar incorrectamente.

Los Expertos observan cómo el aumento del tiempo de los espacios televisivos relacionados con la meteorología ha desembocado en un aumento de la atención mediática sobre estas problemáticas, justifican su discurso mediante la relación de causalidad entre los códigos *Espectacularización* y *El poder de la imagen*. Otro aspecto que comenta el Experto 6, en referencia a la vinculación anterior: “A la gente le interesa las noticias sobre el clima y las repercusiones que tienen en nuestras vidas (...), y eso es una oportunidad de explicar las catástrofes. (...) Yo creo que si tú dedicas o inviertes tiempo en los medios a este tipo de informaciones, de alguna forma, es una inversión si hay un interés mediático”. El Experto 4 señala también la falta de acción por parte de los políticos y de los ciudadanos en estos temas, al diluirse y no llegar a una acción real.

El Experto 3 señala que se ha producido últimamente un “aumento de la atención mediática a los fenómenos meteorológicos extremos, pero también a episodios que no tienen por qué ser tan extraordinarios en realidad, como pueden ser una granizada en Castellón en abril”. Esto hace mención a la relación contradictoria entre este código y el de *Buenas prácticas en periodismo de catástrofes*. En algunos casos la *Espectacularización* está causada en gran parte por la necesidad de apaciguar la necesidad de inmediatez informativa que suelen requerir los afectados por una catástrofe, pero no es una justificación válida para regodearse en imágenes e informaciones demasiado sensacionalistas, como algunos medios reflejan, según la opinión de los expertos. Así lo afirma el Experto 1: “Telecinco hace un informativo que es un show, no es un informativo periodístico, no se prioriza la información periodística, sino que se prioriza la información visual y sobre todo si pueden ser sucesos mejor que mejor. Y les da buen resultado. Es un informativo relativamente barato y que muchas veces es el más visto del día”.

El Experto 5 vuelca su experiencia y opina que hay que ofrecer la mejor información al ciudadano. El Experto 2 coincide, pero destaca la importancia del uso de las redes sociales como mecanismos instantáneos y masivos. Incluso va más allá, mostrando la necesidad de mostrar bien las causas que nos ayuden a prevenirlas. El Experto 6, por su parte, aboga por ver las catás-

trofes como oportunidades con las que afrontar mejor las siguientes, aprender de ellas para mejorar: “Yo creo que las catástrofes son una oportunidad, de verdad, para divulgar la cultura de la catástrofes.” Este es un punto muy interesante del discurso porque se produce un cambio de tendencia en el discurso, a partir de este momento, el grupo de discusión dividirá sus comentarios en dos grandes vías: una visión pesimista, que resume lo que se está haciendo en la actualidad con la cobertura de este tipo de noticias, y una segunda vía que intenta construir nuevas formas de enfocar las noticias sobre estos fenómenos, aportando visiones más completas y con voces expertas que expliquen y justifiquen determinados comportamientos de la naturaleza, si es que es posible.

Las redes sociales son fundamentales para los Expertos, que las consideran el presente y el futuro de la comunicación de catástrofes. El Experto 1 expresa la gran revolución tecnológica que la comunicación está viviendo en nuestros días y que favorece, en gran medida, a que los fenómenos meteorológicos “se hayan convertido en una especie de show. Evidentemente con los móviles y con las cámaras actualmente y la facilidad para enviar imágenes, tanto fotografías como videos, hace que muchas veces las noticias se alimenten de estos videos caseros de granizadas, trombas marinas, inundaciones... Es decir, no te tienes que gastar dinero y recibes un material muy bueno. Y no solo para el espacio de información meteorológica sino muchas veces para el informativo en general”. El Experto 2 va más allá e incide en la importancia del uso de las redes sociales como una potente herramienta en gestión de crisis. El Experto 1 abre un debate muy interesante sobre la credibilidad de las noticias difundidas por las redes sociales, ya que por su naturaleza, son fuentes con poca veracidad, a no ser que esté probada la identidad del emisor como fidedigna.

Un código muy interesante es el de *Inmediatez – Afectación al ciudadano*. El Experto 5 argumenta que para él es fundamental la rapidez en la difusión de las noticias sobre catástrofes porque se pueden salvar vidas, el bien más preciado. Así mismo, opina que para que el ciudadano coja conciencia y atienda complementemente, la catástrofe debería afectarle directamente o a su entorno. El Experto 1, por su parte, también justifica que los medios apuesten por la inmediatez porque es una realidad de nuestro día a día, que se ha trasladado a los medios de comunicación: “Es la tiranía del ahora que la mayoría de las veces nosotros mismos fomentamos, y que, en este momento, la televisión ha sido superada por las redes sociales e Internet, porque facilitan la instantaneidad del acceso a la información”. También echa en falta la necesidad de más tiempo para la realización de noticias relacionadas, para el análisis. “Los

medios de hoy en día no se pueden permitir el lujo de hacer noticias como hace unas décadas, el público no lo entendería y casi nadie las leería o las vería”, añade. El Experto 5 relata su experiencia con los medios, mostrando que los técnicos tienen muchas veces que responder de forma inmediata a sus preguntas, excusándose éstos en que es la audiencia la que lo requiere.

#### **4.2 EL DISCURSO DE LOS PERIODISTAS ESPECIALIZADOS**

Los Periodistas que participaron en este grupo de discusión tenían experiencia cubriendo eventos catastróficos de origen natural. Desgraciadamente no hay todavía una especialización en este tipo de informaciones, de hecho, es uno de las quejas tanto del grupo de Expertos como de éste, mostrando un preocupación sobre cómo se están emitiendo este tipo de noticias en los telediarios españoles.

Como ya hemos comentado, en el Gráfico 4 aparecen los vínculos de primer nivel, en el que se ven las relaciones de los códigos con las transcripciones y con las referencias discursivas de los participantes. Se muestra ya el inicio del análisis conceptual del discurso de los participantes. Son en total diecisiete códigos, bastantes menos que en el grupo de discusión de los Expertos porque el discurso no estaba tan polarizado, no había tantos temas diferentes, el grupo era mucho más homogéneo en su composición, lo que favoreció la focalización de temas. La media de las referencias discursivas está en 3,8. Eso significa que los códigos que estén por encima de este número tienen mayor peso en el discurso y que los códigos que estén por debajo de esta cifra tienen menor carga.

La primera valoración es que seis códigos centrales destacan sobre los demás, son los que vertebran el discurso. Son aquellos que superan ampliamente la media, tomando 4 o más referencias discursivas.



GRÁFICO 4: REPRESENTACIÓN DEL NÚMERO DE REFERENCIAS DE CADA CÓDIGO DEL GRUPO DE PERIODISTAS ESPECIALIZADOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

En el gráfico 5 podemos ver el segundo nivel de vínculos entre los diecisiete códigos con su número de relaciones entre ellos, mostrando la referencia al discurso que conforma con las claves del texto. La media de vínculos está en 4 entre las categorías que tienen referencias directas sobre la transcripción.

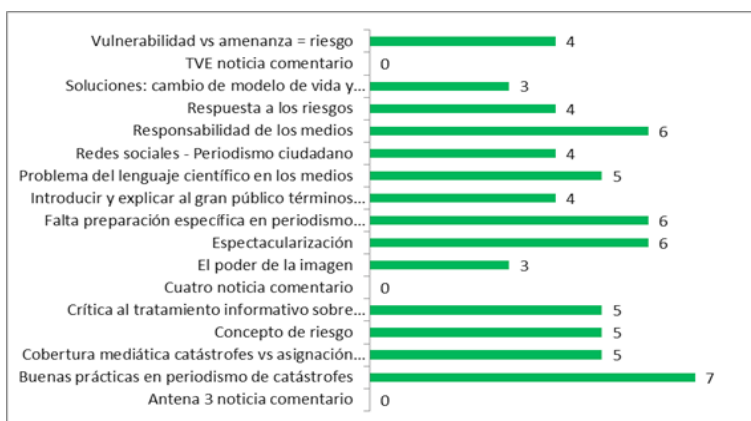


GRÁFICO 5: REPRESENTACIÓN DEL NÚMERO DE VÍNCULOS ENTRE LOS CÓDIGOS DEL GRUPO DE PERIODISTAS ESPECIALIZADOS. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El principal código del discurso que extraemos del grupo de discusión de los Periodistas Especializados es el de: *Buenas prácticas en periodismo de catástrofes*. Este código central presenta trece vínculos con el discurso, como podemos ver en el gráfico 6, lo que supone cuadruplicar la media de referencias directas (3,8). Es el código más referenciado por parte de los participantes. La necesidad de llegar a un acuerdo sobre las buenas prácticas en periodismo de catástrofes ha cimentado el discurso de los periodistas, ofreciendo interesantes referencias directas sobre el tema. Así mismo, presenta siete vínculos con otros códigos, casi duplicando la media (4), mostrando una relación sólida con el discurso de los participantes.

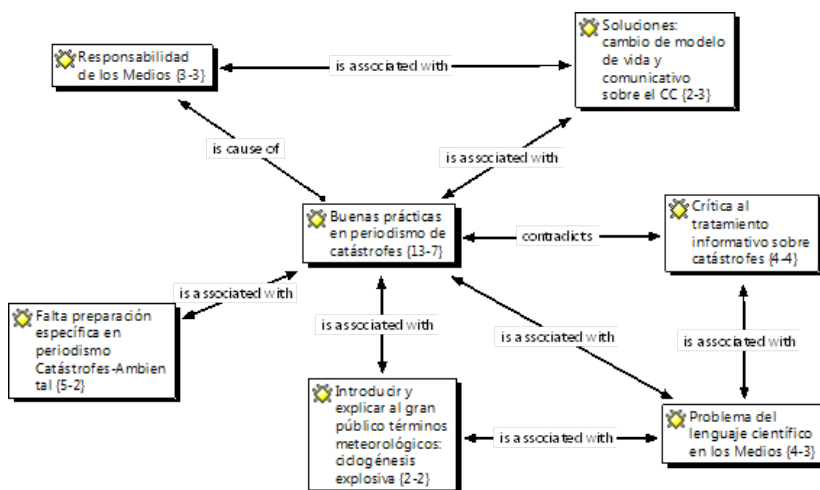


GRÁFICO 6: NETWORK O GRÁFICO DEL DISCURSO DEL CÓDIGO CENTRAL DEL GRUPO DE DISCUSIÓN DE PERIODISTAS ESPECIALIZADOS: BUENAS PRÁCTICAS EN PERIODISMO DE CATÁSTROFES. FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA.

El Periodista 4 comenta las dificultades que la AEMET tiene para explicar determinados conceptos científicos al gran público. La asociación con el código *Problema del lenguaje científico en los Medios*, se refleja en este comentario: “la predicción probabilística es un tema muy técnico. Estamos intentando explicar en la web los mapas de la predicción probabilística de precipitación. Y por ello necesitamos contar con el trabajo de los periodistas en la AEMET”. El Periodista 5 corrobora que no es lo mismo quién da las alertas de riesgo en España y quien las comunica.

Otra relación de este código interesante es la asociación con el de *Soluciones: cambio de modelo de vida y comunicativo sobre el Cambio Climático*. El Periodista 4 comenta que la cultura de la prevención es habitual en otros países (hace referencia directa a EE. UU.), mientras que en España no es tan normal. En su opinión se necesita un cambio en el modelo para mejorar nuestra respuesta antes catástrofes de todo tipo: “Este es un tema de formación que en Estados Unidos lo aplican desde pequeños”.

El Periodista 6 comenta la interesante necesidad que experimenta el público al ver noticias sobre catástrofes. También se muestra la asociación entre éste código y el de *Problema del lenguaje científico en los medios* cuando se menciona las prisas con la que los medios demandan la información sobre esta temática, sin poder esperar a análisis profundos que mitigarían en gran medida posibles errores.

El segundo código que queremos destacar es el de *Espectacularización*. Este código central presenta ocho vínculos y duplica la media de referencias directas. Cuenta con seis vínculos con otros códigos, superando la media. El Periodista 4 señala que algunos medios sólo buscan audiencias a la hora de tratar catástrofes y no muestran la realidad. Ahondan en la necesidad de la espectacularización como reclamo máximo, obviando las buenas prácticas del periodismo. Justifica la contradicción con el código *Buenas prácticas en periodismo de catástrofes*, dejándose arrastrar por *El poder de la imagen*: “Algunos medios con estas noticias solo buscan adjetivos para su emisión, intentan enganchar al público y, en ocasiones, no transmiten la realidad sino que su objetivo es llamar la atención”. Este comentario también explica la relación causal que el código denominado *Crítica al tratamiento informativo sobre catástrofes* tiene con el aquí explicado. El Periodista 3 también lo corrobora: “Muchas informaciones se centran sólo en los titulares”.

El Periodista 1 muestra la necesidad que algunos medios tienen de mostrar un espectáculo y no un verdadero periodismo: “La mayor autocrítica es que el rigor está yéndose por el sumidero, en base al espectáculo, donde el peso de la imagen está siendo fundamental y contagia.” La explicación de este proceso nos la muestra el Periodista 6 en su comentario: “Los medios son empresas que buscan beneficio y se olvidan de la función de servicio público con la que deben de cumplir”. Y es que éste parece ser el argumento de peso con el que los periodistas explican este proceso comunicativo.

Debido a estos dos códigos surge el de *Falta de preparación específica Ambiental en periodismo de Catástrofes*, que constituye una conclusión y recomendación del trabajo aquí descrito. Son los propios profesionales los que se quejan amargamente de la falta de especialización que esta disciplina



tiene en las facultades de periodismo, ofertas de másteres y secciones en los medios de comunicación generalistas. Explican que notan que no es un tema importante para la inmensa mayoría de televisiones, periódicos y medios de comunicación; sin embargo debería, ya que una buena información en situaciones de catástrofes puede incluso salvar vidas. La existencia de protocolos específicos en los principales medios de comunicación podría suponer un importante punto de inflexión en la difusión de informaciones y actuaciones en situaciones de riesgo elevado para la población.

El Periodista 1 comenta las malas prácticas que algunos medios tienen cuando alertan a la población sin razón aparente, mostrando avisos en zonas muy extensas sin explicarlas. También relata como en el terremoto de Haití de 2010 algunos periodistas se convirtieron en protagonistas como si fuesen víctimas, tuvieron que ser atendidos por los servicios de emergencias porque no iban lo suficientemente preparados. El Periodista 5 asume la necesidad de mejorar la comunicación, no sólo porque el público lo demande, sino por una función pedagógica, que puede facilitar y ayudar en el día de mañana labores de prevención básicas.

El Periodista 2 introduce en el discurso una nueva variable interesante y que justifica la relación de asociación con los códigos *Concepto de riesgo* y *Crítica al tratamiento informativo sobre catástrofes*, cuando se refiere a que los expertos y científicos de otros países, sobre todo de EE.UU, distinguen entre la investigación y la difusión de sus resultados: “Realmente en el tema de ciencia hablas con un investigador estadounidense y no tiene nada que ver con uno español. Hace un gran esfuerzo de divulgación y te explica correctamente el tema para que el periodista lo sepa transmitir”. El Periodista 5 defiende un sistema más coordinado que permita una mejora en la actuación de todos los implicados en situaciones de emergencias: “Los americanos no hacen bloques estrictos: donde uno comunica, otro avisa y otro alerta. Es lo mismo que hace AEMET, ya que ella avisa pero a la vez comunica por prensa en la página web, redes sociales y los medios tradicionales”.

El Periodista 2 asegura que cada vez hay menos periodistas especializados para cubrir este tipo de informaciones, lo que repercute directamente en la calidad de la información. El Periodista 1 comenta cómo la pobreza de la información no sólo se corresponde con la asignación de medios, sino también con una pobreza de criterio periodístico, que no distingue la importancia de cubrir eficazmente este tipo de eventos: “La pérdida de efectivos y capacidad económica de los medios manda mucho. Pero los grandes acontecimientos se cubren cada vez con más colaboradores, free-lance, agencias, etc. Y no sólo es una cuestión de empobrecimiento económico de los medios, sino

de empobrecimiento de criterio del propio medio que se ampara en el presupuesto”. Es un buen ejemplo de la relación de causalidad que este código muestra con el de *Espectacularización*.

El Periodista 5 interviene justificando la relación de este código con el de *Problema del lenguaje científico en los Medios*, porque explica claramente los dos componentes del concepto riesgo: “El riesgo tiene dos componentes: la amenaza y la vulnerabilidad. Nosotros (AEMET) damos avisos de amenazas meteorológicas, y en este marco insertamos avisos meteorológicos de amenazas. Empleamos términos técnicos militares que avisan de la posibilidad de amenazas de tormentas, granizos, etc., pero no vemos las consecuencias”. Describe la falsa creencia de que la AEMET es responsable de los riesgos meteorológicos, afirma que muchas veces se confunden los términos riesgo y vulnerabilidad, lo que da lugar a situaciones comunicacionales no deseadas. Para evitarlas hace falta mejorar la preparación de los profesionales asignados, justificando la asociación entre este código y el de *Falta preparación específica en periodismo Catástrofes-Ambiental*: “Muchas personas creen que AEMET es la responsable de los riesgos meteorológicos y esto no es verdad ya que en esta situación existen dos componentes: la comunicación y el tema de la vulnerabilidad. Puede granizar en el desierto de Almería y no se entera nadie”.

El Periodista 1 explica cómo está cambiando el canal de comunicación masiva entre el público y los periodistas. Las redes sociales son hoy en día un instrumento fundamental de difusión que no puede dejarse de lado. Su difusión es masiva e instantánea: “La gente quiere información rápida y esta inmediatez y urgencia está causando estragos”. El Periodista 2 critica duramente a las redes sociales, por considerarlas confusas, y alude a la relación de *Responsabilidad de los medios* como verdadera fuente fidedigna: “Las redes sociales tienen mucho peligro porque juegan siempre con la emergencia y esto confunde.” Ofrece además la relación con el código *Crítica al tratamiento informativo sobre catástrofes* si se realiza por este canal, afirmación que comparten los periodistas 1, 6 y 3: “Y aquí está precisamente el error de los medios, en creernos los tweets. Nuestra labor siempre es identificar a las fuentes y contrastarlas. Tenemos que volver a que alguien con experiencia y criterio lo valore. Muchas fotos llegan haciendo uso de otras publicadas en las redes sociales y eso confunde. Tenemos que localizar a la fuente fiable”. Aluden también a la necesidad de aprovechar las oportunidades que los nuevos medios ofrecen a los periodistas de formar a la ciudadanía y de establecer un diálogo más directo e instantáneo.

Los medios deben ofrecer información de servicio (Sánchez, M<sup>a</sup> L., 2005).

No deben interpretar, sino informar correctamente con precisión. Para ello se debe realizar una correcta búsqueda de información, sobre todo si apostamos por información de catástrofes o de situaciones de riesgo.

El Periodista 5 muestra su opinión sobre la necesidad de educar en situaciones de riesgo desde el nivel escolar, con el objetivo de crear una cultura asociada y evitar problemas de desconocimiento o fallos en los protocolos establecidos. De nada sirve un protocolo si nadie sabe seguirlo. “Estoy nuevamente hablando de educación en las escuelas. El problema de las amenazas solo es algo que se trata en los medios de comunicación, ya que existen pasos previos o protocolos establecidos.” Este comentario justifica la asociación entre los códigos *Responsabilidad de los Medios* y de *Buenas prácticas en periodismo de catástrofes*. Su opinión se complementa también con este comentario: “En el sistema educativo estadounidense a los niños se les enseña en las escuelas entre los meses de abril y mayo a defenderse de los tornados, aunque no los haya. Existe por tanto un plan de prevención y educación muy implantado en las escuelas. Los profesionales del Centro Nacional de Huracanes enseñan en los países caribeños a defenderse de ellos”.

El Periodista 1 hace una referencia directa que justifica su relación con el de *Espectacularización*, la de causalidad con el de *Cobertura mediática catástrofes vs asignación recursos* y la asociativa con el de *Crítica al tratamiento informativo sobre catástrofes*: “La mayor autocrítica es que el rigor está yéndose por el sumidero en base al espectáculo, donde el peso de la imagen está siendo fundamental y contagia”. En este comentario se produce una fuerte autocrítica sobre el periodismo que desmonta gran parte de los mitos de la profesión. La última palabra del comentario es importante: “contagia”, porque hace referencia a cómo el periodismo sufre también modas de emisión que pueden dirigir formatos en períodos y temas concretos

## 5. CONCLUSIONES

Consideramos que en la actualidad existen temas de gran calado social y trascendencia, como son: el Medio Ambiente, el Cambio Climático, la Ecología, o los Fenómenos Meteorológicos extremos. Todos exigen un tratamiento riguroso y clarificador por parte de los profesionales de la información, lo que no siempre se consigue, como ponen de manifiesto muchos de los ejemplos mostrados por actores implicados en los dos grupos de discusión que hemos realizado.

Se intenta buscar un equilibrio en el papel que deben desempeñar las

agencias de meteorología, las empresas, los medios de comunicación y las instituciones u organismos implicados como agentes, que deben cumplir con su función en la gestión del riesgo derivado de circunstancias extremas de origen meteorológico. Un protagonismo que no solo implica actuar cuando se desarrolla la situación de riesgo, si no en actuar como agente de alerta asumiendo cada una de las consecuencias derivadas en la posterior evaluación de los daños del evento catastrófico.

Es importante remarcar también las propuestas que los expertos han volcado en su discurso para mejorar la comunicación de catástrofes, destacando, sobre todo, la mejora en la formación de los profesionales implicados y la creación de una agencia que pueda centralizar toda la información de una manera eficaz y coordinada entre expertos, autoridades y mecanismos de salvamento.

Los Periodistas especializados apuestan por ir introduciendo, poco a poco, terminología avanzada para captar la atención del público y conseguir que lleguen sus mensajes, sobre todo en situaciones de alerta o de complicaciones graves, que pueden acarrear situaciones de riesgo para la población. Es un ejercicio importante donde todos los implicados (periodistas, expertos, audiencias, educadores, políticos, etc.) debemos ser conscientes y mostremos autocritica hacia una mayor responsabilidad en la construcción del mensaje sobre riesgos y situaciones de catástrofes de origen natural en los medios de comunicación.

Es importante señalar que los discursos de los Expertos y de los Periodistas especializados están muy relacionados, ambos son actores fundamentales en el proceso que saben que deben colaborar si quieren mejorar la comunicación al gran público. Se observa también una mayor dispersión en el número de temas en el primer grupo de discusión, algo lógico si pensamos que el grupo no podía estar tan cohesionado como el segundo, mucho más natural en la creación de un discurso propio de afectación particular.

Ambos coinciden que la comunicación en este tipo de eventos es bastante mejorable y aducen que como principal causa es la falta de formación específica de los periodistas que cubren este tipo de noticias, y la necesidad de espectacularización que los medios televisivos promueven en casi la totalidad de sus informaciones. El grupo de Expertos señala especialmente que este tipo de noticias pueden tener una importante función de prevención y de información de consecuencias imprevistas por las situaciones de catástrofes. Es decir, ven la comunicación como una oportunidad que no se puede dejar pasar, ya que en muchos casos hay vidas en juego. Señalan también que la importancia de las redes sociales como canales de información alternativos, y

el aumento progresivo de la ciudadanía en este tipo de noticias.

Las noticias a propósito de riesgos y catástrofes de origen natural no se diferencian del resto de noticias (Cáceres M<sup>a</sup> D. - Sánchez Calero M<sup>a</sup> L. - Morales, E., 2012), porque se emiten de forma muy similar en todas las cadenas, con independencia de que su gestión sea pública o privada. Esta homogeneidad consigue que las audiencias perciban la complejidad del entorno como algo único y sin aristas.

El grupo de Periodistas especializados coincide en gran medida con el de Expertos, sobre todo al hacer referencia a la oportunidad que se está dejando pasar al no cubrir por gente especialista estos eventos, pero señala que uno de los principales problemas que se encuentran es la dificultad de “traducir” el lenguaje científico cuando preguntan a Expertos. Se encuentran con una gran responsabilidad ante la importancia de la noticia y una gran presión por parte de los medios que requieren de información constante y espectacular con la que rellenar sus escaletas de sus telediarios.

La rapidez y la ilusión sobre la verdad y la realidad suelen primar sobre la información sosegada y basada en conclusiones (Painter, J., 2012), no hay rigor ni ética en los medios generalistas que informan corriendo, como si el directo y la presencia en el evento fuesen más importantes que la propia noticia. Hay que repensar seriamente el papel del periodismo en este tipo de noticias, si no queremos convertir a las catástrofes de origen natural en verdaderos espectáculos. Se comentó en uno de los grupos de discusión como el terremoto de Haití del 2010 había inaugurado una nueva forma de hacer periodismo de catástrofes en España, en el que el sensacionalismo y el directo primaron sobre los valores fundamentales sobre los que se sustenta toda noticia y que rigen parte del código deontológico del periodismo: el respeto a la verdad, perseguir la objetividad aunque se sepa inaccesible, contrastar los datos con cuantas fuentes periodísticas sean precisas y diferenciar con claridad entre información y opinión.

Esperemos que investigaciones como esta sean replicadas en otros países y provoquen que los medios se tomen en serio este tipo de periodismo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CÁCERES M<sup>a</sup> D. - SÁNCHEZ M<sup>a</sup> L. - MORALES, E. (2012) “La representación televisiva del cambio climático: las noticias sobre la Cumbre del Clima de Cancún en las cadenas españolas”. *Actas del congreso de la AE-IC: Comunicación y Riesgo*. Tarragona, España.

- GAITÁN, J. A. – PIÑUEL, J. L. (1998) *Técnicas de investigación en comunicación social: Síntesis*.
- GIL CALVO, E (2003) *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- IBÁÑEZ, J (1979) *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- LOZANO, C (2009) “El medio ambiente como una referencia dominante en la construcción social del acontecer catastrófico”, en Carabaza, J. y Lozano, J. C. (eds.) *Comunicación y Medio Ambiente. Reflexiones, análisis y propuestas*. Monterrey, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. Pp.132-159.
- AUTORES. (2015) “La comunicación del riesgo: análisis del acontecer en los informativos de televisiones españolas”. *Actas publicadas del VI Congreso Internacional Latina de Comunicación*. Dirección: [http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014\\_actas.html](http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas.html) (Última consulta: 22/03/2016)
- PAINTER, J. (2012) “Comunicar incertidumbres: los escépticos del clima en los medios internacionales”, en PIÑUEL, J. L. ET. AL. *Comunicación, controversias e incertidumbres frente al consenso científico acerca del Cambio climático. Cuadernos Artesanos Latina 30*. La Laguna, Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 53-80.
- PIÑUEL, J. L., GAITÁN, J. A. y LOZANO C. (2013). *Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad*. Salamanca: Comunicación Social.
- SÁNCHEZ, M<sup>a</sup> L. (2005) *La información meteorológica como servicio*. Madrid: Centro de publicaciones de la AEMET.
- AUTORES (2014) *La construcción del mensaje sobre riesgos naturales en los medios de comunicación*. Madrid: Fundación Mapfre. Dirección: <https://goo.gl/5ZwhhL> (Última consulta: 22/03/2016)