

Bomberos y los Medios de Comunicación

I. Introducción.

El derecho a estar informado es uno de los derechos fundamentales del hombre y está garantizado por la constitución y las leyes chilenas. Todo periodista no es más que un delegado del pueblo ejerciendo ese atributo esencial de información que no puede ser restringido sino en situaciones muy excepcionales. Bomberos debe saber responder a esa necesidad del ser humano a través de un manejo adecuado de sus comunicaciones hacia los medios y hacia el público.



Hoy en día, en un mundo globalizado donde la imagen corporativa lo es casi todo, no se trata de ser como somos sino de que nos vean como realmente somos. A través de nuestra historia, las grandes catástrofes han situado a Bomberos como la institución más confiable del país debido a que a través de esas emergencias extremas los medios han mostrado nuestra labor y la han llevado a millones de hogares.

Esa labor la hacemos día a día, pero al no estar en los medios, volvemos a desaparecer de la agenda pública. Por ello, es importante entender cómo funcionan los medios de comunicación masiva y qué requieren de nosotros, con el objeto de acceder a esos grandes portadores de la imagen pública y, en definitiva, acercarnos a nuestro fin primero y último: nuestros compatriotas, a quienes atendemos sin dobleces las 24 horas y los 365 días al año.

II. Los Medios de Comunicación: un nuevo desafío para los Bomberos.

1. Todo servicio bomberil en noticia

El incendio, el rescate o cualquier hecho que altere la tranquilidad, afecte a la vida humana o al medio ambiente es motivo de interés para los Medios de Comunicación de Masas: la televisión, la radio, los periódicos y las revistas.





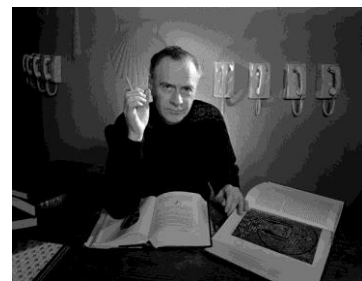
En todo acto de servicio bomberil, por pequeño que este sea, es posible atraer a los medios y, por lo tanto, se hace urgentemente necesario saber cómo enfrentar esta nueva exigencia.

Es casi una doctrina nacional bomberil el mantenerse alejado de los medios de comunicación, en lugar de utilizar la influencia de estos en grandes catástrofes y siniestros donde sea necesario instruir a la comunidad, tranquilizar a la población o bien dar consejos acerca de su seguridad.

Cómo enfrentar a los medios, qué decirles y cómo asociarlos a nuestra tarea en provecho de la comunidad y de Bomberos es uno de los desafíos que el presente impone a los voluntarios y por ello se hace imperioso incorporar el tema de las comunicaciones y del manejo de la prensa como uno de los conocimientos básicos para ejercer el mando durante una emergencia.

2. Comunicaciones masivas

Hace ya más de 40 años, teóricos de la comunicación masiva como Marshall MacLuhan profetizaron un mundo global, donde los medios pasarían a registrar gran parte de nuestra vida y se convertirían en una especie de extensión de las capacidades del hombre. Hoy, estos medios modernos llegan al 99% de la población y, por lo mismo, tejen un papel fundamental en la percepción de la realidad de las distintas sociedades.



Actualmente los grandes medios de comunicación obedecen a parámetros comerciales expresados en términos de ratings (TV), sintonía (radios) o circulación (prensa escrita). Para lograr este objetivo utilizan una serie de recursos entre los que se cuenta la noticia, como un elemento de gran valor para el público. Básicamente todos compiten por ser los primeros o los únicos en dar una información, por tener la imagen más exclusiva o impactante y por entregar las revelaciones más conmovedoras.

Así, en la actual dinámica de las comunicaciones, todos los actos de emergencia bomberil son eventualmente un elemento de gran atractivo para los medios. Para entenderlo basta con recordar un viejo adagio periodístico, cumplido al pie de la letra hasta el día de hoy, que señala que: "Las buenas noticias son las malas noticias".



El morbo, la curiosidad o la sensibilidad ante un suceso trágico hacen que las informaciones relativas a estos hechos despierten un interés masivo y de consumo fácil.

Cada periodista, cada informador, intentará contar una historia. En los medios de prensa, fundamentalmente esta historia será escrita y desarrollada a través de "crónicas", seguramente apoyada por fotografías; mientras en radio y televisión será presentada por las llamadas "notas".

3. Las preguntas básicas

Para cumplir el objetivo de cada medio de comunicación, escribir una crónica o editar una nota radial o televisiva, el periodista deberá atenerse a una regla básica, la de responder las preguntas fundamentales.

Así, la prensa siempre estará presente intentando obtener las siguientes preguntas: ¿Qué?, ¿Quién?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?



Llevado al terreno bomberil y aplicado a cualquier acto, el Oficial a Cargo o su vocero, debe tener claro que se enfrentará a estas cuestiones y que deberá saber responderlas a tiempo.

¿Qué se quema?: Un centro comercial – ¿Quién es el afectado?: El local 34 del nivel azul – ¿Cómo empezó?: Está siendo investigado por servicios técnicos – ¿Cuándo?: El fuego fue detectado por los rondines cerca de las 3 de la mañana – ¿Dónde comenzó el incendio?: En el sector de la cocina – ¿Por qué demoraron tanto en ingresar la centro comercial?: Porque los accesos se encontraban cerrados y hubo que abrirlos a la fuerza.

Las respuestas a las cuestiones fundamentales de los periodistas eliminará de inmediato toda presión informativa y hará más expedito el trabajo de Bomberos.

Conocidas las preguntas básicas, los periodistas estructuran sus noticias de acuerdo a diversos esquemas, pero el más utilizado en la información del tipo policial o bomberil es el de la "Pirámide invertida". Este esquema se utilizaba ya en el siglo pasado y consistía en organizar la información de tal modo que lo más relevante estuviera arriba o encabezando la nota, la cual se iba estructurando en orden decreciente de relevancia.



4. Tipos de Medios de Comunicación y su formato

a. Escritos

Se trata de diarios, revistas y agencias noticiosas. Normalmente publican para el día siguiente -a excepción de los vespertinos- y necesitan primordialmente fotografías e información en profundidad.



Las noticias se presentan en texto que puede ir de una a varias columnas. Es un hecho cierto que el índice de lectura decae, por lo que muchos medios son una mera suma de párrafos, donde siempre se va a privilegiar una buena fotografía por sobre la noticia escrita.

b. Radios



Son medios de comunicación que privilegian la instantaneidad de la información. Viven de la noticia en el momento y son los de mayor credibilidad según las encuestas. Son los que mejor pueden hacer un seguimiento inmediato a un incidente bomberil. Se nutren de la palabra, por lo que la voz de los Bomberos es fundamental.

Las noticias se pueden presentar a través de la lectura de un libretto o de un reporte en directo. Salvo situaciones muy excepcionales, no exceden de los dos minutos como máximo. Esta tendencia puede romperse cuando un incendio está en desarrollo.

c. Televisión

Es el medio audiovisual de mayor impacto. Su complejidad tecnológica y su penetración le dan gran relevancia entre el público. No tiene tanta instantaneidad como la radio, pero su poder de penetración es enorme. Se nutre de las imágenes y cuanto más espectaculares, mejor.



El formato de noticias difiere de la televisión abierta a los canales de noticias por cable. Los primeros cuentan con tiempos restringidos, por lo que sus informes periodísticos suelen ser breves, no más de un minuto y medio, mientras que los canales de cable poseen mucho más tiempo para desarrollar las noticias.

Durante grandes emergencias o accidentes de mucho impacto, los canales pueden romper su programación habitual para transmitir en vivo de manera continuada.

d. Medios electrónicos



Son los portales de Internet, twitters y blogs. Componen un nuevo estamento, más libre, más inmediato y más democrático. Cualquiera puede nutrirlos y por lo tanto nuestro actuar debe considerar que habrá ciudadanos comunes y corrientes capaces de convertirse en corresponsales bomberiles. Este hecho constituye un desafío mayor para Bomberos. Por una parte, una foto captando un buen trabajo bien puede significar elevar la imagen de la Institución, un comentario o foto de un ciudadano narrando un mal trabajo puede significar que la noticia pase a ser el error bomberil por sobre el origen de la emergencia.

Estos medios condensan los formatos anteriores, pudiendo utilizarlos todos para entregar sus contenidos. Es decir, podemos encontrar texto, videos, fotos y audio en una misma noticia.

5. Plazo de cierre

Ya está claro que ante Bomberos, la misión de un reportero es contar una historia que sea de interés masivo, que impacte y consiga audiencia y que reúna las respuestas básicas. Sin embargo, cada periodista debe atender una presión adicional: el plazo de cierre o de despacho.



Así como las máquinas salen de los cuarteles a la caída de los timbres, los periodistas tienen un "plazo fatal que cumplir" y es el que les impone su propio medio de comunicación para que la noticia se incluya en la oferta al público.

En todos los medios ese plazo se llama "cierre" y tiene que ver con el último minuto en que se permite agregar una nueva información al diario, al noticiero radial o televisivo.

Esto difiere en los medios electrónicos, donde el cierre puede darse en cualquier momento y desde el lugar mismo de los hechos.



Los canales tienen prácticamente estandarizados sus horarios de 6 a 8 AM, de 13 a 14,30, de 21 a 22.15 y después de la medianoche.

Las radios coinciden casi con ese formato, mientras los diarios tienen dos cierres; uno que va cerca de las 20 horas para sus ediciones de provincias y después de la 1 AM para la zona central del país. Transcurrido ese plazo, no es posible ser incluido en la edición siguiente.

Es importante tener presente el plazo de cierre de los medios de comunicación, ya que ello puede generar mayor presión para requerir información de parte de los periodistas.

No hay que perder de vista este concepto que le da urgencia al acceso a la información.



6. Recomendaciones básicas para enfrentar a un reportero

Es importante considerar que en los medios de comunicación los Bomberos son vistos, tradicionalmente, como héroes comunitarios.

No permitamos que una mala relación con la prensa deteriore esa imagen. Atendamos las siguientes recomendaciones, las que darán mayor seguridad y mantendrán la percepción social acerca de la nobleza de nuestra misión.

- Mantener la calma: Trate al reportero con cortesía. Reconozca que está realizando su trabajo cuando hace las preguntas, escribe notas, toma fotografías o filma. Permita que sepa que usted le va a ayudar tanto como sea posible.
- Disimular las emociones: Los reporteros están entrenados para preguntar de una manera que pueden hacer que usted revele lo que piensa en ese momento, sus opiniones y reacciones acerca de quienes crearon la situación. Nunca confronte a los reporteros. Ellos están probablemente preinformados.
- Contar los hechos: Haga sus declaraciones cubriendo los hechos básicos sobre la escena antes de que el reportero tenga la oportunidad de ponerle a la defensiva con preguntas probables que requieran opiniones y respuestas interpretativas.



- Ser amable: La cortesía y cooperación de su parte le llevarán a una situación que establezca su credibilidad. La meta de un reportero es una historia; déle oportunidad de contar esa historia la que involucra su Compañía o al Cuerpo.
- 
- Contestar lo que se pregunta: No de opiniones voluntarias. Permita al reportero hacer su trabajo.
 - Regular la información: En la respuesta de alguna pregunta inconveniente hecha por los reporteros, indique que no puede hacer comentarios por el momento. Un simple: "Sin comentarios" o "No estoy autorizado para entregar esa información", dicho de manera firme pero cortés, bastará para terminar la presión.
 - Cumplir la palabra: Si para responder cierta pregunta requiere informarse de hechos adicionales hágalo saber e indique que después dará la respuesta. Si se compromete, cumpla su palabra, así acrecentará su credibilidad.
 - Ser preciso: Cuando entregue números, cantidades o estadísticas, esté seguro de que está en lo correcto. No estime la magnitud de los daños ni menos entregue cifras acerca de las pérdidas. Esa es tarea de los peritos o de las compañías de seguros. Si no hay forma de decirlo o cuantificar algo, dígalo también. Hay que tener el mismo cuidado y atención al proporcionar nombres, títulos, números telefónicos, etc.
- 
- Contar con testigo: Si el reportero llega a su oficina solicite la presencia de una tercera persona siempre que le sea posible. Dicha persona simplemente estará presente de manera amistosa y no participará de la entrevista.
 - Hablar alto: Tómese su tiempo y deje que los reporteros tomen notas con libertad.
 - Revisar la información proporcionada: Siempre que se posible, antes de enfrentar a la prensa, confeccione un resumen de la información a entregar: "Ahora, les vamos a informar las causas del siniestro.. ". Un buen reportero apreciará esto último.
 - Cooperar ante requerimiento gráfico: Una imagen vale más que mil palabras dicen los periodistas. Permita que éstas se tomen cuando no haya peligro pero esté alerta. Usted puede a menudo ser fotografiado en una manera que comprometa su causa. En todo caso, una buena foto de Bomberos trabajando vale más que mil palabras de apoyo a la Institución. Por contraparte, una mala foto puede destruir la imagen que por años costó construir.

- No dudar al responder: Si la entrevista es para una radio o un canal de televisión, estos medios siempre tienen un tiempo limitado y necesitan respuestas concretas y resumidas.
- Jugar siempre de local: Si se concreta una entrevista, trate de que se haga en un medio favorable para usted; puede ser su oficina, el Cuartel General o su propia Compañía. Esto le dará mayor seguridad.



III. Trabajo con la prensa en emergencias mayores

1. Vocero bomberil

Cualquier catástrofe natural, cualquier incendio de proporciones o cualquier accidente con muchas víctimas generarán una cobertura periodística que hará necesario disponer de una preparación mayor.



Dado los requerimientos de la acción, seguramente el Comandante no podrá atender a la prensa sino hasta que la emergencia esté controlada. Esto no aminorará el interés periodístico por saber que sucede, sino por el contrario estimulará a los medios a obtener declaraciones o informaciones que les sean útiles. Sin embargo, esto también puede generar una serie de especulaciones que no favorecerán nuestra labor.

Para evitar el rumor y la especulación, es necesario generar una figura, una función de vocero en alguien cercano a la estructura de mando que pueda hacer de nexo entre el Cuerpo y los medios de comunicación, hasta que el Comandante pueda hacer su balance final.

El vocero bomberil puede cumplir las siguientes funciones:

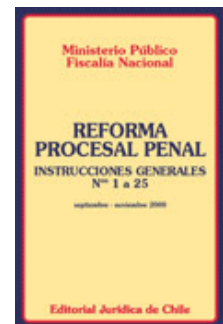
- Ser la cara de Bomberos ante la comunidad.
- Hacer de enlace entre el Comandante y los medios de comunicación.
- Organizar la oficina de prensa provisional.



2. La tarea del vocero bomberil

En una emergencia de gran magnitud, el vocero bomberil u Oficial de comunicaciones deberá realizar una serie de tareas tanto logísticas como comunicacionales que es necesario repasar:

- Habilitar un área de prensa donde sea posible efectuar conferencias o entrevistas y donde estén disponibles las facilidades de trabajo para la prensa. Esto puede ser en un carro de transporte o, en un caso de una emergencia de larga duración, habilitar una oficina para tal labor. En este punto, es necesario establecer una persona de contacto con la prensa para suministrar información posterior. Todos los representantes de la prensa deberán registrarse para recibir nuevas informaciones.
- Preparar una lista completa de bajas, muertos, daños y pérdidas. Los nombres pueden ser dados a los medios de comunicación **solamente después de la notificación a los parientes cercanos**. También proporcionar los nombres de los heridos y el de los hospitales a los que fueron enviados.
- Determinar la extensión del daño. Relacionar planos de las áreas que involucran a la calle y otras marcas familiares de la comunidad. No especular a los medios de prensa con las pérdidas en dólares o pesos.
- Determinar la causa general de la emergencia pero evitar especulaciones y especificaciones, especialmente en cuanto a asignar culpabilidades. Bajo el sistema procesal actual, las declaraciones de bomberos constituyen elementos de prueba que bien pueden ser rebatidos por la contraparte, por lo que una declaración sobre hechos no 100% comprobados pueden derivar en complicaciones legales
- Combinar todos los hechos conocidos en una noticia o declaración escrita.
- Instruir un plan de seguridad para admitir a los reporteros con apropiada identificación de prensa.
- Escoltar a todos los representantes de prensa a un área administrativa designada como "sala de prensa".



- En la "sala de prensa", dar a los reporteros una cortés bienvenida y ayudarlos en todo lo que sea posible, consistente con diplomacia política para reunir la información requerida.
- Escortar a la prensa a las áreas dañadas solamente si los Oficiales de seguridad así lo consideran. No forzar en proporcionarles cascos y otros equipos de seguridad requeridos.
- Llevar a los fotógrafos a las latitudes necesarias en la compañía apropiada y después que el área sea declarada segura por el Oficial a cargo. No intentar prohibir la toma de fotografías ya que no se tiene el derecho legal para hacerlo.
- Asegurarse que todos los reporteros están apropiadamente informados y han sido actualizados con la información que hasta ese momento hay disponible, incluyendo la revisión de las listas de bajas.
- Alertar a los representantes de los medios locales de información de lo que ocurre en la escena. Las estaciones de radio estarán especialmente interesadas en un reporte breve de la situación.
- No especule ni consienta las especulaciones de los reporteros quienes buscarán la confirmación de Bomberos para afirmar algo.
- Hacer sentir a la prensa de que se es la mejor fuente de información y que se está dispuesto a cooperar totalmente con ellos.



3. Tres puntos a recordar para una información precisa

3.1. Usted no está solo



En una emergencia o situación de crisis donde otros están involucrados (Policías, Bomberos, Agencias gubernamentales, etc.) antes de entregar una declaración, hay que asegurarse de hablar previamente con todos ellos a fin de estar seguro de la exactitud de la información que se entregará. Si es posible, lograr que cada grupo tenga un representante en la "conferencia de prensa" o en el área de la entrevista.

3.2. Establecer acuerdos

Antes de entregar la información a los medios de comunicación establecer acuerdos entre todos los grupos involucrados en la información. Siempre es mejor llegar al acuerdo que sea sólo una persona la que haga las veces de vocero. En muchos casos, una agencia gubernamental, tal como la Onemi, será oficialmente la encargada de la situación. En este caso, los oficiales de asuntos públicos serán la mejor opción.



3.3. Actualizar la información



Es importante actualizar periódicamente la información sobre lo que se está trabajando. En una emergencia hay nuevos cambios rápidamente. Se debe estar seguro de que la situación no ha cambiado desde que se ha dado la última declaración a los medios.

4. Uso de los medios en campañas de bien público

En momentos de no emergencias, los medios de comunicación masivos pueden ser de gran ayuda para un Cuerpo de Bomberos, tanto para distribuir sus mensajes como para acrecentar su imagen de servicio de utilidad pública.



Es conveniente hacer un inventario de los medios de comunicación disponibles en la comunidad y en los alrededores.

Las redes de radio con cobertura nacional, las estaciones de televisión de amplia cobertura, los periódicos nacionales y locales, y aun las revistas deben ser consideradas como fuentes posibles de contacto con el público. Especialmente en áreas urbanas, las redes sociales hoy constituyen una red de información que muchas veces es más eficiente que los medios tradicionales de comunicación.

Se debe establecer una nómina de los reporteros asignados comúnmente a cubrir noticias de emergencias, con números telefónicos y horas de contactos, pues éstos se pueden necesitar en cualquier momento.

La familiaridad con estos profesionales puede hacer incluso más fluido el trabajo con los medios de comunicación.

Generalmente, cada medio está obligado en cierto grado a proveer mensajes de servicio público a su audiencia sin costo alguno a la fuente o surtidor de la información. Es a través de esta obligación que los medios de comunicación se hacen aliados valiosos al momento de generar programas educativos relacionados con la prevención de incendios.

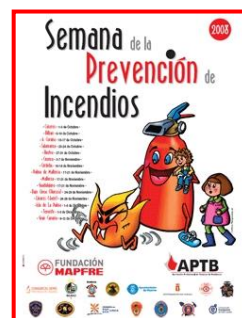
Un espíritu de cooperación debe ser generado y alimentado entre el Cuerpo de Bomberos y los medios de comunicación.



En la relación de "dar y recibir" entre dos organizaciones, cada una trata de mantener la integridad de su estructura y propósitos mientras ayuda a la otra. Aunque usted entienda la importancia del mensaje, convenga a los medios de comunicación

de las utilidades del mismo y asegúreles que el mensaje o noticia que usted quiere dar al público será de utilidad mutua para ambos partidos involucrados. Muestre un interés por la reputación del periódico, la televisión o la radiodifusora, y no les pida que emitan una noticia que será vergonzosa para ellos más tarde o que será perjudicial a sus propósitos.

Una consideración importante al emitir una noticia o reportaje en los medios de comunicación es escoger quién será más beneficiado por el mensaje que se desea presentar. No sería productivo usar un periódico o teledifusora de noticias para dar un mensaje de la prevención de incendios a los niños. Igualmente, los ancianos recibirán poca información acerca de las "medidas de seguridad con calefacción" en folletos distribuidos en centros comerciales.



En el proceso de diseñar los mensajes específicos, recuerde considerar cuáles recursos de los medios de comunicación son los más factibles a usar para la agrupación interesada escogida.

- Texto: Marco Antonio Cumsille Eltit, Secretario General del Cuerpo de Bomberos de Santiago, Instructor Escuela de Bomberos de Santiago, Voluntario Honorario 18ª Compañía, CBS.
- Aportes, estilo y gráfica: Víctor Arias de la Fuente, Instructor, Asesor Técnico Pedagógico, Departamento de Desarrollo Académico, Escuela de Bomberos de Santiago, Voluntario Activo 16ª Compañía, CBS.