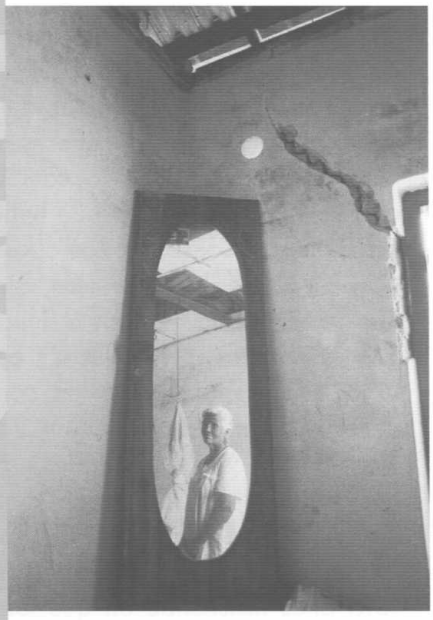
CAPÍTULO 5

Compartir información para la recuperación de Asia meridional

«No quiero ver ni una cacerola más; tengo más de las que me harán falta por el resto de mi vida. ¡Quiero saber donde vivirá mi familia dentro de un mes!», Parvita, una viuda del Estado de Tamil Nadu, India, resumía así lo que querían muchos damnificados, tres meses después del tsunami: hechos claros y contundentes sobre su futuro.



Yoshi Shimizu/Federación Internacional.

En la India, el tsunami se cobró 16.000 vidas y afectó millones más. Pasaron dos semanas antes que las ONG comenzaran a evaluar tan siquiera las necesidades básicas a lo largo de los 1.000 kilómetros de costa siniestrada. Debido a la gran afluencia de suministros, dinero y ONG, los organismos comenzaron a competir para dividirse el espacio y ocultaron información en lugar de compartirla.

El gobierno, apoyado por la Cruz Roja India, puso en marcha una intervención decisiva que fue muy apreciada. Aún así, la consiguiente información no llegó a los pueblos ni a grupos marginados como los dalits.

La cobertura sin precedente de los medios de comunicación dio lugar a intervenciones precipitadas. De ahí que muchos organismos perdieran de vista los riesgos a más largo plazo que conlleva una rehabilitación inapropiada La donación de demasiadas embarcaciones, por ejemplo, puede fomentar la pesca excesiva que es perjudicial. Las ONG con más experiencia hicieron evaluaciones en consulta con la gente del lugar y solicitaron su opinión sobre el impacto de los programas.

En Tamil Nadu, algunos grupos fuertes de la sociedad civil crearon redes locales para compartir información, plantear las necesidades y abogar por cuestiones prioritarias ante el gobierno. La más eficaz fue la célula de coordinación de Nagapattinam que empezó a funcionar tres meses después del tsunami y a la cual se incorporaron 400 ONG. Los voluntarios de dicha célula visitaron 100 pueblos para detectar las carencias de la intervención y conocer las prioridades de los

damnificados. Luego, la información recabada se transmitió a las autoridades y las ONG para mejorar las intervenciones.

Los organismos de ayuda se concentraron en los pescadores de la costa y dejaron de lado a otros damnificados: las mujeres que secan y venden el pescado, los dalits que lo empaquetan y transportan, los cesteros, los reparadores de redes de pesca, los carpinteros de ribera y las comunidades de pescadores de otras zonas. «La gente que vino de fuera no vio más allá de las embarcaciones y las redes destrozadas por lo que perdió de vista a otros grupos. Toda la economía de la región fue destruida, no sólo la pesca», afirmaba un militante local.

La información recolectada fue distorsionada porque los hombres solían subestimar la contribución económica de la mujer en la pesca. Omitir las necesidades de las mujeres tuvo graves consecuencias, principalmente, para las viudas que corrían el riesgo de endeudarse.

El sistema de castas fue otro obstáculo para obtener información y ayuda. Los dalits se quejaron de que los pescadores detuvieran la ayuda que les estaba destinada. Los colaboradores del quehacer humanitario con más experiencia se dirigieron directamente a los grupos marginados para recabar información y en ningún caso a intermediarios.

La magnitud del impacto del tsunami complicó sobremanera la comunicación. Los organismos internacionales fueron más lentos que los grupos locales en compartir información. Las siguientes recomendaciones se basan en la experiencia de Tamil Nadu.

- **Compartir las evaluaciones de necesidades** para promover el intercambio de información sobre las intervenciones.
- **Reforzar los vínculos de información con redes locales** mediante estructuras simples de baja tecnología.
- **Planificar evaluaciones que engloben a toda la comunidad**, no sólo a una selección de hogares.
- **Celebrar consultas con los damnificados**, principalmente, después de la fase de emergencia.
- **Apoyar la comunicación democrática**, para que las prioridades de las personas más vulnerables encabecen el programa de recuperación.

A 1.500 kilómetros de la India territorial se encuentran las islas de Andamán y Nicobar que estaban en plena trayectoria del tsunami. A principios de febrero, un representante parlamentario de esas islas declaraba: «Creo que aquí murieron 20.000 personas.» Según las cifras oficiales hubo 1.927 muertos y 5.555 desaparecidos.

La geografía también complicó el cómputo. El archipiélago tiene una superficie de 800 kilómetros y las olas arrastraron mucha gente al mar. El censo de 2001 registra 356.152 isleños, pero observadores locales indican que son casi 450.000. Mandos del ejército reconocieron que la cifra oficial de muertos no incluía residentes ilegales.

Tres meses después, el número oficial de muertos fue revisado y pasó a 5.000. Mientras no se da con el paradero de las víctimas desaparecidas, su familia no puede reclamar la indemnización oficial que asciende a 2.300 dólares por persona.

Por otra parte, las organizaciones de ayuda tropezaron con grandes dificultades para acceder a las islas y hacer evaluaciones independientes. Las fuerzas armadas intervinieron, pero en un principio, mantuvieron al margen a las ONG. A mediados de enero, 71 de ellas seguían esperando la autorización de acceder a las islas siniestradas. Las restricciones se levantaron parcialmente en marzo.

En Sri Lanka, el tsunami segó más de 35.000 vidas y medio millón de personas perdieron su hogar. Murieron más mujeres que hombres, porque aprender a nadar es tabú para ellas. A muchas madres les resultaron fatales, los pocos minutos que tardaron en reunir a sus hijos. Además, el atuendo tradicional les impedía correr. Muchas mujeres jóvenes y solteras murieron por no atreverse a salir de su casa sin ser acompañadas por un pariente.

Las asociaciones de mujeres señalaron que en las operaciones de socorro no se tuvieron en cuenta consideraciones de género. Contadas organizaciones respondieron a las necesidades de las mujeres en términos de higiene, ropa interior y prendas de vestir apropiadas. La asistencia a embarazadas y madres que amamantaban fue insuficiente. El hecho de tener que compartir el espacio de los refugios con hombres desconocidos, inquietó mucho a las mujeres.

El interés de la prensa por las mujeres se focalizó en experiencias de víctimas. Se informó de violaciones y vejaciones en operaciones de rescate y refugios temporales, lo que dio pie a una cantidad de reportajes sensacionalistas. De ahí que el gobierno decidiera mandar policías y soldados a vigilar los campamentos.

Las militantes utilizaron los medios de comunicación para sensibilizar sobre la igualdad entre hombres y mujeres. En programas de la joven televisión asiática, las damnificadas volvían a contar sus experiencias y proponían soluciones para ayudar a reconstruir vidas.

Las asociaciones de mujeres también preconizaron el derecho de las damnificadas a participar en la toma de decisiones, lo que tal vez contribuyó a que en el mes de abril, el gobierno aprobara una propuesta para garantizar la igualdad entre hombres y mujeres, así como la representación de ellas en todos los mecanismos de socorro y rehabilitación.

Por otra parte, el tsunami causó graves trastornos psicológicos. La mayoría de los damnificados por desastres de grandes proporciones suelen tener una reacción psicológica adversa. Entre el cinco y el 10 por ciento puede presentar trastornos que requieren

ayuda profesional. Dado que había muy pocos psiquiatras del lugar, ¿qué podían hacer las organizaciones de ayuda para facilitar la recuperación psicológica de los supervivientes?

La Cruz Roja Danesa se basó en la experiencia adquirida en el conflicto armado de Sri Lanka septentrional para ayudar a los damnificados por el tsunami. Después del desastre cundían el pesar y el sentimiento de culpa porque a la gente le era difícil acusar al mar del drama que estaba viviendo.

Algunos organismos se percataron de que desmentir falsedades contribuía a la salud mental. La Cruz Roja Belga explicó las causas científicas del tsunami, lo que ayudó a acabar con la superstición de que había sido un castigo divino. Una ONG nacional ayudó a los niños a sobreponerse, publicando avisos en el periódico, en los que se recalcaba que los tsunamis no eran frecuentes y que la playa seguía siendo un lindo lugar para jugar. Otros organismos ayudaron a la gente para que contara su experiencia en la radio, la televisión o los diarios.

Información fluída después del caos en las Maldivas

En las Maldivas perecieron 100 personas en el tsunami que afectó a dos tercios de los 300.000 habitantes y causó graves estragos en 80 islas del extendido atolón. En un país cuya superficie abarca 868 kilómetros de océano, las consecuencias del desastre fueron dantescas. Aún así, la operación de socorro en las primeras semanas cruciales se desarrolló sin mayores tropiezos.

Un elemento clave fue el Servicio Nacional de Seguridad, organismo estatal que interviene en casos de emergencia. En un principio, Malé, la capital, era el único conducto de intercambio de información y distribución de ayuda, lo que obligaba a los actores extranjeros a pasar por los canales estatales.

En las primeras horas de la emergencia, la información fue escasa. La red de telefonía móvil, de la que dependen en gran medida las islas, no funcionaba y se recibían muy pocos datos sobre daños y víctimas. En cuestión de horas, el gobierno decidió enviar suministros de socorro antes de evaluar las necesidades. Una semana después, se restablecieron las telecomunicaciones en todas las islas y se tuvo un cuadro más claro de la situación.

En comparación con la afluencia de más de 100 ONG internacionales a Sri Lanka, en Maldivas, después del desastre, sólo había siete de las organizaciones internacionales más importantes. Según Qasim Zahid, de la Federación Internacional, el hecho de que no hubieran una multitud de extranjeros participando en la intervención contribuyó a mejorar el intercambio de información y la coordinación. El flujo de información proporcionada por el gobierno a los organismos internacionales fue rápido y, lo que es más importante, exacto. «El gobierno compartió con nosotros toda la información que tenía», puntualiza Zahid. Las autoridades locales también desempeñaron un papel importante, ya que los jefes de las islas hicieron sus propias evaluaciones antes que llegaran las organizaciones extranjeras. ■

En toda Asia meridional, Joseph Prewitt Diaz de la Cruz Roja Estadounidense y su equipo formaron a 10.000 técnicos en intervención en casos de crisis. Después del tsunami, alentaron a los damnificados a retomar sus actividades: comer juntos, seguir adelante con su vida diaria o volver a trabajar. Según él, si la gente participa activamente en su propio bienestar pasa de víctima a triunfadora.

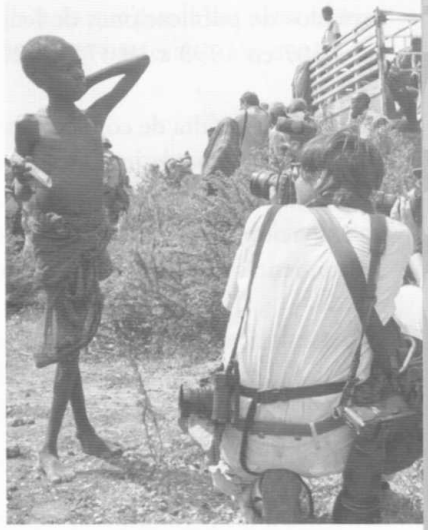
Capítulo escrito por: Anna Jefferys, periodista independiente que trabaja para Save the Children UK en cuestiones relativas a comunicaciones humanitarias, políticas y defensa de causas; Vijay Simha, periodista experimentado del semanario Tehelka, de Nueva Delhi, India, que este año estuvo tres veces en las islas Andamán para informar sobre el tsunami; Kumudini Samuel y Sepali Kottegoda, defensoras de los derechos de la mujer y codirectoras de Women and Media Collective, ONG de Sri Lanka, y Lena Eskeland, delegada de información sobre las actividades de la Federación Internacional en Asia meridional, relacionadas con el tsunami. El texto del recuadro es de John Tulloch, encargado regional de presentación de informes de la Delegación de Asia Meridional de la Federación Internacional.

CAPÍTULO 6

Acción humanitaria: La cobertura de prensa en la era digital

El tsunami del 26 de diciembre ocupó los titulares de la prensa del mundo entero hasta bien entrado el mes de enero, es decir, durante mucho más tiempo que cualquier otro desastre de la historia contemporánea. Después del tsunami hubo una metafórica ola gigante de donaciones. Los trabajadores de la ayuda humanitaria se inquietaron, pues temían que monopolizara el dinero de los donantes y la atención de los medios de comunicación en detrimento de los «desastres ocultos» del resto del mundo.

Muchos organismos de ayuda estiman que la cobertura de prensa de las crisis es selectiva y está estereotipada; no obstante, les sigue apeteciendo la publicidad con la esperanza que se destinen más fondos y se atienda más al socorro en casos de desastre.



© Paul Lowe/Panos Pictures.

En este capítulo se analiza la relación entre periodistas y colaboradores del quehacer humanitario, y se plantea la cuestión de saber qué pueden hacer los organismos de ayuda para promover una cobertura de prensa proporcional al sufrimiento humano.

La selección de noticias refleja criterios establecidos. Las noticias tienen que ser noticia. Los redactores establecen el orden de prioridades de los artículos en función del número de muertos. Se privilegia la cobertura de desastres poco frecuentes aunque explicables, que siembran muerte y destrucción en lugares accesibles que, se supone, interesan a la opinión pública, y se presta menos atención a otras crisis.

El imperativo comercial ha hecho que los periodistas vayan a la caza del «índice de audiencia». Hoy en día, los telediarios son mitad noticias, mitad entretenimiento. Por lo tanto, es comprensible que desastres repentinos y dramáticos como una erupción volcánica o un tsunami sean pan bendito para los noticieros a diferencia de las crisis de gestación lenta, difíciles de describir y más aún de filmar.

A menudo, las noticias son sólo cuestión de números. Las ONG deben proporcionar buenos datos a los periodistas. Una encuesta sobre la mortalidad en la República

Democrática del Congo revela que, desde 1998, murieron 3.800.000 personas a causa de la guerra, las enfermedades y la desnutrición. Sin embargo, la cobertura de la crisis fue desigual y, según Fergal Keane de la BBC, uno de los peores pecados de omisión cometidos en toda la historia de los medios de comunicación.

La dificultad de informar sobre la guerra del Congo radicó en la complejidad del tablero político, las grandes distancias y los combates esporádicos. Los corresponsales ponían mayor empeño cuando el conflicto armado se circunscribía a determinadas zonas – como en el caso de Bunia, en 2003 – o tenían que tratar temas concretos como los niños soldados, las violaciones, etc. Paradójicamente, la erupción del volcán Nyiragongo de enero de 2002 provocó una enorme afluencia de periodistas, pero en ese desastre murieron menos de 100 personas.

A pesar de las inquietudes de las ONG, en un exhaustivo estudio de 2004, dirigido por el Profesor Steve Ross de la Universidad de Columbia, se constató que la cobertura de prensa de las operaciones de ayuda estaba en aumento. El número mundial de artículos de publicaciones de lengua inglesa que mencionaban el sida en África pasó de 3.607 en 1998 a 19.375 en 2003.

Ross crítica la falta de conocimientos sobre cuestiones y fuentes humanitarias, los presupuestos escasos, la impaciencia y el desgano de los periodistas respecto a las crisis. Pero también crítica a las ONG por no saber manejarse con la prensa, no divulgar información, confundir mercadotecnia y relaciones con la prensa, y no explotar las herramientas que ofrece la Internet.

Los comunicadores del quehacer humanitario tienen que poner mayor empeño en dar visibilidad a la crisis «ocultas». Cultivar las relaciones con los periodistas es mucho más importante que emitir comunicados de prensa que, a menudo, se ignoran. Los reporteros están más interesados en las *fuentes*.

Dirigirse a los periodistas apropiadas también es importante. Por ejemplo, en caso de sequía, es más probable que la información provenga de un corresponsal de medio ambiente que de una oficina de noticias. La rapidez es crucial mientras la cuestión está candente. Los organismos deben estar siempre alerta y liberarse de trabas burocráticas.

Cabe hacer una distinción entre *noticias y asuntos de actualidad*. En muchos casos, los desastres «olvidados» no sólo son crónicos y difusos, tampoco cambian demasiado de un día para otro. Es difícil que esas crisis se consideren noticia, pero existe la posibilidad que se incluyan en la sección de asuntos de actualidad, principalmente, de los sitios web de las organizaciones de noticias.

Ello no quita que algunas *actualidades* nutran artículos y reportajes. Los recientes huracanes y olas de calor en los países desarrollados reavivaron el interés de la prensa

por el calentamiento del planeta y los desastres «naturales». Los temores y responsabilidades en relación con el cambio climático son materia de titulares.

Por otra parte, las organizaciones de ayuda tienen que explotar la tecnología de las comunicaciones digitales para ofrecer fotos y material audiovisual a los periodistas que no disponen de presupuestos para gastos de viaje. La tecnología digital facilitó enormemente la cobertura televisiva de la crisis de Darfur en 2004. La técnica de compresión digital de almacenamiento y retransmisión de datos revolucionó la cobertura televisiva de noticias, pues permite mandar vídeos de alta calidad desde zonas lejanas mediante conexiones telefónicas de banda angosta vía satélite. Encargados de prensa de algunas ONG propusieron visitas de terreno para que equipos de televisión aprovecharan a fondo esa tecnología. La televisión es el medio de comunicación ideal para sacar a la luz las crisis ocultas.

Ahora bien, una cobertura televisiva en demasía plantea sus propios dilemas. Medio de comunicación ágil, que transmite todo el día y en cuestión de horas hace llegar a los hogares el pleno impacto emocional de un desastre repentino, la televisión incentiva la donación de fondos, pero también las exigencias de acción inmediata, lo que puede dar lugar a intervenciones de ayuda muy mediatizadas, pero que no se basan en una evaluación meticulosa de las necesidades.

Si bien es cierto que los organismos deberían invertir más en captar las necesidades locales, la prensa también tiene sus fallas. Los aviones fletados especialmente, que surcan el cielo rugiendo, salen en los noticieros vespertinos, las misiones de evaluación no.

Otro resultado de la mediatización es la perspectiva de recaudar demasiado dinero. El 3 enero, Médicos sin Fronteras de Francia dio por terminado su llamamiento en favor de las víctimas del tsunami, pues la suma recaudada era el séxtuplo de la que había recibido en dos meses para Darfur. Algunas organizaciones reconocieron que tendrían problemas para gastar todo el dinero en forma responsable.

Según un socorrista de Sri Lanka, «alguien tiene que preguntarse si era realmente necesario mandar botellas de agua por avión de Europa a la zona siniestrada.» Después de todo, los principios de la ayuda estipulan que en toda intervención se han de tener en cuenta las capacidades locales.

Ahora bien, durante un desastre, periodistas y socorristas se necesitan mutuamente para decidir desde que ángulo abordarán el tema. Al parecer, criticar a los organismos de ayuda en la prensa es tabú, pues se parte de la hipótesis que no se debe socavar la confianza de la opinión pública. Pero, tal vez, eso esté cambiando. Según el Profesor Ross, uno de cada cuatro periodistas sostiene que en la prensa, las críticas y el escepticismo acerca de las organizaciones de socorro están en aumento. Por su parte, John Twigg, experto en desastres, considera que los periodistas deberían evitar las respues-

Trucos del oficio: Cómo «vender» las emergencias olvidadas

Según un análisis de 200 periódicos de lengua inglesa de distintas partes del mundo, el tsunami ocupó más columnas en seis semanas que las 10 mayores emergencias «olvidadas» en todo el año anterior.

El bombardeo de la prensa desencadenó una generosidad sin precedente. En febrero de 2005, la comunidad internacional había donado 500 dólares por damnificado del tsunami, mientras que en el caso de los afectados por 18 años de guerra en Uganda, esa cifra fue tan solo de 50 céntimos de dólar por persona.

¿Qué pueden hacer los organismos de ayuda para que los medios de comunicación se ocupen de emergencias complejas de larga data? A continuación se hacen algunas propuestas.

- **Invertir en relaciones con la prensa:** Impartir formación en comunicaciones a todo nivel, incluido el local, para disponer de la pericia necesaria.
- **Mantener el diálogo con la prensa:** Entregar el material de referencia sobre emergencias complejas con suficiente antelación y no, 15 minutos antes de que venza el plazo.
- **Dar cifras:** El número de muertos sirve de base a los periodistas para estructurar sus artículos y, en cierta medida, se orientan a cuantificar lo inimaginable.
- **Solicitar la colaboración de personalidades:** Aunque sea objeto de controversia, esa colaboración puede funcionar, pues la prensa que les sigue a todas partes termina por informar sobre las causas que apoyan.
- **Difundir imágenes:** Nada «vende» mejor una historia que una buena imagen. En el caso de los desastres, los organismos de ayuda tal vez sean los únicos que dispongan de fotos.
- **Ser creativos y dinámicos:** Relatar el fondo de la historia a través de sus protagonistas. Incluir en el temario de noticias, lo que están haciendo. Organizar viajes para reporteros.
- **No cejar:** En este juego, la tenacidad siempre redunda en beneficios. ■

tas fáciles. A su juicio, la prensa trata los desastres en forma estereotipada: el socorro es heroico o ineficaz y no hay términos medios.

Algunas tendencias de la prensa favorecen verdaderamente el quehacer humanitario: la preponderancia que está cobrando el cambio climático; los avances técnicos de la recolección de noticias en vídeo; el enfoque de África como una cuestión geopolítica; el postulado de que existen vínculos entre pobreza y terrorismo; la creciente comunicación medial entre usuarios, y el vencimiento del plazo de 2015 para alcanzar los objetivos de desarrollo que cada vez está más cerca. La Internet y la difusión de noticias las 24 horas del día ampliaron bastante el mercado del testimonio humanitario.

De ahí que las ONG tengan que posicionarse para capitalizar esas tendencias y pensar en términos de *minutos*, no de días; multiplicar los contactos con corresponsales especializados; explotar la nueva tecnología; adquirir sólidas competencias de prensa;

emitir menos comunicados y organizar más conferencias de prensa, dar menos opiniones y comentar más lo que ocurre en el terreno.

Sobre todo, las organizaciones humanitarias deben ofrecer un mejor contenido. Los comunicadores del quehacer humanitario tienen que focalizarse en las experiencias humanas, pues hacen reaccionar a la audiencia. Cuanto más se parezca ese contenido al periodismo o la investigación, más interesará a los periodistas y la opinión pública; cuanto más se parezca a técnicas de relaciones públicas, menos interés despertará.

Capítulo escrito por Alex Wynter, ex productor y jefe de noticias de un canal de televisión comercial. El texto del recuadro es de Tim Large, Redactor Adjunto de AlertNet de Reuters.