



Terremoto y accidente nuclear en Japón. Gestión de la comunicación y redes sociales. Twitter, Facebook y Google

Ciudadanía, 23/04/2011

El terremoto de Japón y el desastre nuclear se ha convertido, por méritos propios, en el escenario donde han irrumpido con toda su fuerza, y de forma masiva y global, las redes sociales y el universo 2.0. Sin duda han acompañado a la catástrofe de más repercusión mediática del siglo XXI tras la caída de las torres gemelas.

No es que no haya ocurrido antes. Lo vimos en los terremotos de Chile y Haití. De nuevo tuvimos muestras de la revolución que se estaba produciendo en las inundaciones de Queensland o en las nevadas de Estados Unidos. El relato del rescate de los mineros chilenos también nos situó ante el cambio. Y sin duda las revoluciones del norte de África le han dado carta de naturaleza.

Sin embargo, lo ocurrido en Japón ha abierto, definitivamente, los ojos a la opinión pública mundial, a los políticos y a los gestores de las emergencias. Los usuarios de las redes sociales ya lo sabían y los ciudadanos, en su conjunto, ya se han enterado. El escenario donde se van a gestionar de forma directa los procesos de comunicación de emergencia es el universo 2.0.

Y no es que se vayan a abandonar los canales tradicionales. La mediación comunicativa. Gestor de emergencia > Medios > ciudadanos, seguirá siendo esencial. Pero a partir de ahora se puede hablar horizontalmente con los ciudadanos. Llegar a cada uno de ellos y recibir su "Feedback". Los gestores del siniestro ya no pueden guarecerse detrás de una comunicación vertical. Para lo bueno y para lo malo, estamos ya en red y el proceso no tiene vuelta atrás.

Se trata ahora de gestionarlo eficazmente. Con los mismos criterios de rigor y profesionalidad que se han aplicado hasta ahora, pero adoptando las nuevas reglas comunicativas. El objetivo sigue siendo la protección de los ciudadanos, los bienes y el medio ambiente. Sin embargo, ahora deberemos escuchar sus requerimientos, quejas y sus necesidades. Deberemos pues atenderlas en aras a mejorar la gestión de la protección civil.

Redundar los canales informativos

Una máxima en la gestión de la protección civil es no fiarlo todo a una única herramienta. Tampoco en comunicación de emergencias. Hasta ahora los canales informativos se circunscribían a los Medios de Comunicación de masas, las páginas

webs, la megafonía estática y móvil, y las redes de radioaficionados.

Esto ha cambiado. Tenemos una herramienta más. La web 2.0 con todas sus potencialidades. Twitter, Facebook, Yahoo, Crowsmap. Han llegado para quedarse y son ya una alternativa madura de comunicación. 650 millones de personas en Facebook, 400 en YouTube y más de 200 en Twitter, sin contar con las redes propias de China o Rusia que compiten de tu a tu con éstas.

Sin embargo, como todas las redes tienen las limitaciones propias de la tecnología. Básicamente el sostenimiento de la red (nodos y servidores) y de la energía eléctrica que las haga funcionar. En Egipto vimos como el gobierno de Mubarak intentaba ahogar la revolución cortando el acceso a Internet. Sin embargo, Google y Twitter se aliaron para impedirlo. Ambos crearon una aplicación gratuita que permitía llamar por teléfono para, a través de un teléfono convencional, llamar a un número de teléfono al que dictar el Tweet y que éste se reprodujera en mediomundo. Pero es que además era posible llamando a otro teléfono escuchar los Tweets. La censura gubernamental quedaba burlada y la revolución, gracias a éste y, por supuesto, a otros elementos triunfó. <http://www.abc.es/20110201/medios-redes/abci-google-twitter-egipto-201102010924.html>

Una prueba de la potencia que tuvo Twitter en los acontecimientos se puede ver en éste enlace en el que destaca la distribución "vírica" a través de nodos de gran influencia en el universo Twitter que son sistemáticamente Retuiteados por sus seguidores locales o internacionales, movilizandando la opinión pública mundial y, por lo tanto, a los gobiernos occidentales.

http://www.youtube.com/watch?v=2guKJfvq4ul&feature=player_embedded

Terremoto, Tsunami y desastre nuclear en Japón.

El 11 de marzo de 2011. Un terremoto de 9 grados en la escala de Richter sacude Japón y con él a las opiniones públicas del mundo. El temblor de tierra hizo colapsar las comunicaciones móviles. La caída de la red no supuso la interrupción de todas las comunicaciones. Los teléfonos fijos, por lo tanto las líneas ADSL, siguieron funcionando. Internet se sostuvo indemne.

El Departamento de estado USA informa, a través de Twitter, de la avería telefónica

Durante las primeras horas los japoneses escribían sus mensajes a un ritmo de 1.200 Tweets por minuto, según "Tweet-o-meter". Los Hashtag extendieron la información #japanearthquake o #prayforjapan, entre otros, ayudaron a ordenar la información. <http://mashable.com/2011/03/11/japan-tsunami/>

Las redes sociales permitían, no sólo contactar con sus familias, sino con los familiares al otro lado del mundo y con los Medios de Comunicación de todo el planeta. También podían enviar sus fotos y videos para dar fe de lo que ocurría o a través de Skipe contactar con sus familiares o con los Medios informativos de todo el planeta. Las televisiones de todo el mundo convirtieron, a coste cero, en auténticos corresponsales a sus nacionales en Japón.

El Gobierno Japonés.

Tal fue el colapso sufrido, que el propio gobierno de Japón, desbordado por lo acontecimientos, reaccionó eficazmente sumándose a la difusión informativa a través de las redes sociales. Horas después del terremoto se creó la cuenta @Kantei_Saigai en Japonés y unos días después se creó la cuenta @JPN_PMO para informar en inglés. Su cuenta en Twitter logró en poco tiempo más de 200.000 seguidores (Followers) mientras que la versión inglesa lograba también cerca de 20.000 seguidores.

En ellas se aportan mensajes e informaciones sobre evacuaciones, réplicas, las fugas radiactivas, la situación de los reactores nucleares y datos generales sobre las ruedas de prensa oficiales que el gobierno ofrece.

<http://www.h2acomunicacio.com/japon-usa-twitter-canal-comunicacion-desastre/>

Los usuarios de Twitter retransmitieron en directo lo ocurrido a través de Ustream y avisaron por Twitter de la llegada de las pequeñas olas del Tsunami a los seguidores de Hawai o la costa oeste norteamericana.

La eficacia del sistema lograba carta de naturaleza en Japón de la mano del sismo y las autoridades niponas empleaban la red con eficacia. Una nueva herramienta de protección civil capaz de tener un impacto inmediato y una repercusión mundial. Y todo esto conversando de tu a tu con los ciudadanos, lo que permitía pulsar también sus estados de ánimo, corrientes de opinión y los rumores circulantes para poder hacerles frente.

Sin embargo, los riesgos son evidentes. Las "menciones", los comentarios de los seguidores deben de ser atendidos siguiendo las premisas esbozadas más arriba. Y además teniendo en cuenta que se debe hacer de forma comprensiva a los acusadores y sobre todo respetuosa porque es la ciudadanía la que sufre la tragedia.

<http://etecnologia.com/tendencias/uso-redes-sociales-terremoto-japon>

La máxima será por lo tanto atender las demandas que se puedan logrando una auténtica y eficaz acción de protección civil que salvaguarde nuestros objetivos fundamentales: protección de los ciudadanos, sus bienes y el medio ambiente.

Google de nuevo marca el camino.

Como ya ocurriera en la revolución egipcia Google irrumpió en medio del desastre aportando soluciones revolucionarias. Para ello, ofreció gratuitamente una aplicación capaz de poner en contacto a las personas que buscan a desaparecidas con otros

ciudadanos o instituciones que quizá puedan tener datos sobre su paradero y todo eso preservando, al menos públicamente, el derecho a la intimidad.

<http://japan.person-finder.appspot.com/?lang=es>

Por si esto fuera poco, colgó en su web de Picassa una página donde alojar fotos de las listas de heridos, desaparecidos y fallecidos. Y en YouTube abrió un canal donde los japoneses colgaron sus videos para pedir ayuda con el fin de localizar a personas desaparecidas. Ya han tenido 120.000 reproducciones y más de 385 videos alojados.

<http://www.youtube.com/shousoku>

Canal YouTube Búsqueda desaparecidos

No olvidemos que se habla de unas 10.000 personas desaparecidas. Toda está información y, mucha más, la tenía ordenada en una web de recursos para la crisis.

Galería publica de Google Japan <http://picasaweb.google.com/tohoku.ampi>

Página de Picasa con los listados de víctimas y desaparecidos

Página de Google de recursos para la crisis en Japón <http://www.google.co.jp/intl/en/crisisresponse/japanquake2011.html>