

STRATEGII DE COMUNICARE ÎN CONTEXTUL INTERVENȚIEI ÎN SITUAȚII DE URGENȚĂ – STUDIU DE CAZ

Marian COSAC

*Drd., Facultatea de Inginerie Industrială și Robotică,
Universitatea Politehnică din București, România*

Autorul corespondent: Marian Cosac, e-mail: marian.cosac@energie.gov.ro

Rezumat. *Prezentul text face o trecere în revistă a unor caracteristici esențiale ale comunicării în cadrul unei misiuni de intervenție determinate de un eveniment din categoria situațiilor de urgență la un obiectiv turistic. Comunicarea între cei implicați în limitarea și înlăturarea consecințelor unui astfel de eveniment este un instrument esențial în depășirea provocărilor care caracterizează o astfel de situație.*

Cuvinte-cheie: *comunicare, inspectorat, presă, informații, gestionare.*

Introducere

Comunicarea joacă un rol important în operațiile de răspuns la situații de urgență. Mijloacele de comunicare sunt numeroase: televiziunea, radioul, presa, internetul. Punerea la dispoziția publicului-țintă a unor mesaje și informații corecte și, mai ales, obținerea colaborării și încrederii acestuia se dovedesc, de multe ori, exerciții dintre cele mai dificile și provocatoare. Aplicarea corespunzătoare a acestui instrument de legătură socială prin „informații oportune, exacte și actualizate despre cauza și starea de urgență, acțiunile de protecție întreprinse pentru a asigura protecția individului, a sănătății, a proprietății și a mediului” [1] are multiple beneficii: împiedică răspândirea panicii, permite mobilizarea sprijinului din partea mediului economico-social, contribuie la creșterea încrederii în calitatea și profesionalismul structurilor cu atribuții în domeniul gestionării situațiilor de urgență.

Contextul general al evenimentului studiat

Având în vedere aceste aspecte, am analizat în cele ce urmează modul în care s-a realizat comunicarea în timpul unei situații de urgență generată de un incendiu produs la o clădire cu destinația de spațiu de cazare. Pentru motivarea alegerii acestui eveniment, considerăm necesară prezentarea câtorva date contextuale în ceea ce privește amplasarea imobilului la care s-a produs evenimentul propus pentru analiză. Studiul de caz este fundamentat pe o misiune de intervenție reală, dar datele care ar permite identificarea persoanelor implicate/afectate sunt anonimizate.

Astfel, localitatea în care se află obiectivul afectat este situată în vestul județului, la intrarea într-o trecătoare între două regiuni geografice ale țării. Este străbătută de un râu și se află la aproximativ 80 km de reședința județului. Așezarea și peisajul au contribuit la creșterea interesului turiștilor, iar oferta de servicii s-a dezvoltat în consecință. În ceea ce privește apărarea împotriva incendiilor, la nivel local este funcțional Serviciul Voluntar pentru Situații de Urgență, structură ce are în dotare, pe lângă mijloacele de primă intervenție, o autospecială de lucru cu apă și spumă. Cea mai apropiată unitate de intervenție specializată este o stație de pompieri, situată la circa 35 km distanță de localitate, iar detașamentul de pompieri din orașul reședință de județ se află la o distanță de aproximativ 70 km. Totodată, trebuie luată în considerare și amplasarea unității turistice într-o zonă montană, geografia zonei determinând o infrastructură a rețelei de drumuri caracterizată de diferențe de nivel și curbe multiple, aspecte ce îngreunează deplasarea unor autospeciale de mare capacitate cum sunt autospecialele de pompieri, prin reducerea vitezei de deplasare și, implicit, creșterea timpului parcurs până la obiectivul afectat.

Desfășurarea evenimentului studiat

Evenimentul studiat este definit de un incendiu la un imobil aparținând unei persoane juridice, având destinația de spațiu pentru cazare – hotel construit sub forma parter, etaj, mansardă care oferă cazare în camere duble. De asemenea, dispune de un restaurant și terasă cu aproape 200 de locuri, bar, săli de conferință moderne cu capacități de aproape 50 de locuri. La cerere, se pot organiza evenimente private. Hotelul dispune de acces la infrastructura de comunicații, conform cerințelor vizitatorilor (internet, TV). Imobilul este construit pe structură de lemn, iar mobilierul este, de asemenea, predominant din lemn.

Imediat după anunțarea incendiului la dispeceratul Inspectoratului Județean pentru Situații de Urgență (IJSU), a fost alertat Serviciul Voluntar pentru Situații de Urgență local și unitatea de pompieri cea mai apropiată. Membrii serviciului voluntar s-au deplasat la locul intervenției, acționând pentru localizarea și lichidarea incendiului cu o autospecială de lucru cu apă și spumă. De asemenea, din cadrul stației de pompieri a plecat către obiectiv o autospecială de lucru cu apă și spumă, iar IJSU a trimis două autospeciale de lucru cu apă și spumă, un autocamion având în dotare o motopompă și echipajele aferente. De asemenea, la fața locului s-a deplasat și grupa operativă a IJSU, însoțită de un membru al compartimentului Informare și Relații Publice din cadrul inspectoratului, care a filmat și fotografiat derularea intervenției pe timpul localizării și lichidării incendiului.

Având în vedere că imobilul era construit în mare parte din lemn, acest aspect a permis propagarea cu repeziciune a flăcărilor. Astfel că, în urma incendiului, au ars acoperișul hotelului (construit din lemn cu învelitoare din tablă ondulată – pe o suprafață de circa 500 mp), mansarda și etajul, aproximativ 150 mp din acoperișul, construit din lemn și învelit cu tablă, al extinderii parterului cu destinația de bloc alimentar și terasă-restaurant, precum și mobilier și televizoare din toate camerele destinate cazării. În urma cercetărilor efectuate imediat de către echipa mixtă de specialiști și definitivată în cursul zilei următoare, s-a stabilit că evenimentul s-a produs, cel mai probabil, din cauza unui coș-burlan de fum defect sau neizolat corespunzător față de materiale combustibile, aparținând centralei de încălzire. Din fericire, în urma incendiului nu s-au înregistrat victime omenești, pagubele înregistrate fiind numai materiale, valoarea acestora ridicându-se la aproximativ 500.000 lei.

Strategii de comunicare utilizate

În ceea ce privește comunicarea cu mass-media, putem menționa că, la scurt timp după confirmarea producerii evenimentului, au fost anunțați de izbucnirea incendiului corespondenții mass-media acreditați la acea dată pe lângă inspectoratul județean. Această acțiune a fost realizată de purtătorul de cuvânt al inspectoratului, în urma primirii acordului din partea comandantului structurii, și a avut în vedere asigurarea vizibilității pe timpul gestionării situației de urgență, tăcerea și invizibilitatea fiind considerate semne ale lipsei de voință, ale incompetenței și fricii, care pun sub semnul întrebării faptul că respectiva situație este sub control. Astfel, s-a luat legătura cu reprezentanți ai presei locale scrise, radio și TV, cât și cu reprezentanții locali ai mass-media naționale. Această acțiune de informare din oficiu a reprezentanților presei scrise și audio-vizuale s-a bazat pe considerentul că este necesară comunicarea din partea instituției care gestiona situația de urgență existentă despre producerea acesteia. În acest mod, se prezintă punctul de vedere autorizat al instituției referitor la evenimentul care este în desfășurare. Aflarea acestui eveniment de presă din alte surse decât cele care se ocupă în mod direct de gestionarea situației ar denatura și trunchia datele problemei, prezentând informația necomform adevărului, favorizând sau, dimpotrivă, defavorizând anumite părți implicate. Astfel, după comunicarea datelor preliminare referitoare la ora, locul producerii incendiului, suprafața aproximativă afectată și forțele participante la intervenție, purtătorul de cuvânt a comunicat permanent cu reprezentanții mass-media, răspunzând întrebărilor referitoare la intervenție și la diferitele stadii în care se afla aceasta, până la finalizarea misiunii. Reprezentanții mass-media care s-au deplasat la fața locului au fost sprijiniți în obținerea de informații referitoare la

desfășurarea situației de urgență și la modul de gestionare al acesteia de la reprezentantul inspectoratului care a condus intervenția. Având în vedere că nu se puteau transmite în format scris informații ce nu erau verificate și luând în considerare ora târzie la care s-a încheiat intervenția, redacțiile ziarelor fiind de mult închise, a fost remis un buletin informativ presei în dimineața celei de-a doua zi.

Literatura de specialitate recomandă ca mesajul central care trebuie difuzat într-o situație de urgență să fie „«situația este sub control»; acest mesaj este urmat de prezentarea măsurilor luate” [2] exprimate prin verbe la timpul prezent. Conceptele-cheie care stau la baza elaborării mesajelor se recomandă să fie „de tipul: control, grijă, intervenție rapidă, eficiență, cooperare, întraajutorare, reciprocitate, ajutor, controlul riscului” [2].

În timpul unei situații de urgență, jurnaliștii au nevoie nu doar de material pentru știri, ci și de informație de bază. Media dorește date de la sursă, descrieri operaționale, ghiduri și planuri, descrieri de sarcini etc. Textele trebuie să fie scurte și se folosește un limbaj simplu. Fotografiiile și graficele fac mai ușoară înțelegerea unei informații complexe. Ziariștii încearcă să vină în întâmpinarea întrebărilor publicului și să răspundă acestora în termeni de știre. Astfel, informarea transmisă către mass-media a cuprins date referitoare la data, ora și locul producerii incendiului, forțele participante pentru localizarea și lichidarea acestuia, precum și pagubele rezultate. În cuprinsul acestui buletin informativ, s-a precizat că împrejurarea și cauzele care au favorizat izbucnirea incendiului erau în curs de stabilire pe parcursul zilei următoare de către echipa mixtă de specialiști, precizări referitoare la concluziile rezultate fiind transmise celor interesați. Totodată, informării transmise i-au fost anexate și imagini de la locul producerii evenimentului, poze preluate apoi de majoritatea ziarelor cu apariție locală. De asemenea, purtătorul de cuvânt a răspuns și pe parcursul acestei zile solicitărilor jurnaliștilor, majoritatea întrebărilor fiind axate pe pagubele înregistrate în urma evenimentului și pe cauza care a dus la izbucnirea incendiului. Două aspecte importante de luat în considerare în acest punct sunt gestionarea mesajului, care trebuie să fie clar, coerent, sincer și transparent; dacă mesajul este fals, incoerent, prematur sau nebazat pe fapte care sunt la dispoziția publicului, atunci nu trebuie difuzat. Presa și populația afectată reacționează, mai ales, pe baza percepțiilor de competență, adevăr, deschidere, transparență, cinste, onestitate etc. Dacă nu se comunică aceste valori, atunci poate să apară percepția opusă. Dacă se instaurează o percepție negativă încă de la începutul unui răspuns în caz de urgență, ulterior această percepție este foarte greu de înlăturat.

În ceea ce privește mediatizarea evenimentului, prezentarea este susținută de aparițiile în mass-media locală, știrile apărute în mass-media regională și națională fiind dificil de cuantificat. Astfel, în ziua imediat următoare producerii incendiului și în următoarea au apărut în presa locală peste 20 știri (presa scrisă și radio-TV). Având în vedere că în cea mai mare parte publicul va judeca răspunsul la urgențe al instituțiilor implicate aproape numai pe baza știrilor apărute în mass-media, percepția publicului despre acțiunile care urmăresc rezolvarea situației de urgență va fi în cea mai mare măsură determinată de modul în care se comunică. Astfel, se poate observa unitatea de mesaj, în materialele apărute neexistând alte surse din interiorul instituției care ar fi putut prezenta o imagine – probabil – inexactă și/sau denaturată. În conținutul acestor materiale este identificat punctul de vedere al instituției, prezentat de două persoane: purtătorul de cuvânt al inspectoratului și comandantul dispozitivului de intervenție.

Pentru cei responsabili privind comunicarea, „mass-media trebuie să fie privită ca un important coparticipant în gestionarea unei situații de urgență. Este cel mai rapid mijloc de a transmite mesajul către public. Ea monitorizează, analizează și critică, descrie și prezintă. De aceea, este important pentru echipa de management al situației să cunoască imaginea situației de urgență pe care o difuzează și o comentează mass-media, deoarece percepția publicului în acest sens este formată de către relatările și comentariile mass-media”[3]. Astfel, în ziua imediat următoare producerii incendiului, încă de dimineață, purtătorul de cuvânt a întocmit sinteza aparițiilor din presă, prezentând concluziile rezultate conducerii inspectoratului. Materialul adunat a fost analizat din perspectiva mai

multor întrebări: Imaginea transmisă este corectă? Care sunt actorii care apar? Ce declarații au fost făcute? Cum sunt portretizate autoritățile? Cursul evenimentelor este descris corect? Se oferă informații noi despre echipa de management a urgenței? Se transmit zvonuri? Există erori în prezentarea faptelor? Analiza trebuie să ofere o viziune asupra modului în care imaginea transmisă de mass-media poate afecta modul în care urgența evoluează și este gestionată și trebuie să identifice evoluții și probleme potențiale. Rezultatele acțiunilor de comunicare în legătură cu evenimentul au fost favorabile instituției [4].

Concluzii

Prin prisma meseriei lor, pompierii participă la acțiuni și intervenții care implică invariabil situații ce pun în pericol viața cetățenilor, dar și bunurile materiale ale acestora. Toate aceste situații se desfășoară în contextul unor emoții puternice, care contribuie direct la starea de spirit și atitudinea cetățenilor față de echipele de intervenție. Când se declanșează o situație de urgență, primul răspuns al structurii de intervenție este să aducă situația sub control, după care să se asigure că cea mai mare parte a faptelor sunt cunoscute. Iar dacă nu toate sunt cunoscute, este important să se înceapă campania de comunicare prin indicarea acestui aspect și transmițându-se mesajul că informațiile ulterioare vor fi puse la dispoziție pe măsura aflării lor.

În ceea ce privește strategiile și tehnicile de comunicare folosite, amintim comunicarea directă cu reprezentanții mass-media, sprijinirea acestora pe timpul documentării în teren, facilitarea obținerii de declarații și interviuri de la persoanele de interes pentru jurnaliști, cât și transmiterea de informații prin intermediul buletinului de presă. În gestionarea comunicării acestor evenimente, nu se transmit comunicate de presă, mape de presă și nici nu se organizează conferințe de presă, considerându-se că astfel de tehnici sunt utilizate pentru cazuri de amploare mai mare, cum ar fi dacă în urma incendiului s-ar fi înregistrat pierderi de vieți omenești.

Referințe

1. Inspectoratul pentru Situații de Urgență Sălaj. *Ghidul de comunicare pentru situații de urgență* [online]. [accesat 7.03.2022]. Disponibil: http://www.isusalaj.ro/uploads/Anexa13_Ghid_comunicare.pdf
2. Primaria Curățele. *Planul de analiză și acoperire a riscurilor - Comuna Curățele* [online], 2020. [accesat 7.03.2022]. Disponibil: https://curatele.ro/fisiere_incarcate/fisiere/site/paar_2020.doc
3. Gurgu, E. PR și managementul comunicării în situațiile de criză, de risc și de urgență. In: *Revista Management, Accounting and Management Information Systems*, 2018, (6), pp. 116–126.
4. Cosac, M. *Cercetări privind soluții pentru stingerea incendiilor la obiective din cadrul obiectivelor industriale: Raport științific nr. 3*. București (RO): Universitatea „Politehnica din București”. 06.2020.