

# ICONOS

## REVISTA DE COMUNICACION

PUBLICADA POR EL CENTRO DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE RECURSOS INSTRUCCIONALES (CEDPRI)

DEPARTAMENTO DE COMUNICACION  
COLEGIO UNIVERSITARIO DE HUMACAO • UNIVERSIDAD DE PUERTO RICO

*Hacia la formación de una cultura de enfrentamientos de los  
desastres naturales vía los medios de comunicación:  
"El caso de los terremotos de 1985 en México"*

*Dr. Javier Esteinou, Madrid*

*La práctica de los cultos sincréticos en San Pedrito:  
Especialidades en la adoración de sus deidades*

*Lic. Isabel Taquechel y Lic. Margarita Moncada*

*La Línea en las artes visuales*

*Prof. Faustino Pérez*

# ICONOS

## REVISTA DE COMUNICACION

La revista ICONOS es una publicación del Centro de Diseño y Producción de Recursos Instruccionales (CEDPRI) adscrito al Departamento de Comunicación del Colegio Universitario de Humacao de la Universidad de Puerto Rico y se distribuye gratuitamente a la comunidad colegial.

Las colaboraciones pueden ser enviadas al Prof. Luis R. Alvarez, Depto. de Comunicación, CUH Station, Colegio Universitario de Humacao, Humacao, P.R. 00791.

Fax 850-9566.

E-Mail L\_Alvarez a cuhac.upr.clu.edu

*Norman Maldonado*  
Presidente

Universidad de Puerto Rico

*Roberto Marrero Corletto*  
Rector

Colegio Universitario de Humacao

DIRECTOR-EDITOR  
*Luis R. Alvarez Vázquez*  
Coordinador CEDPRI

JUNTA EDITORA  
*Roberto Mori*  
*José Rojas*  
*Max Dueñas*  
*Carlos Pérez*

DISEÑO DE PORTADA  
*Modesto Rivera*  
Departamento de Comunicación  
Colegio Universitario de Humacao

TIPOGRAFIA Y DISEÑO  
COMPUTADORIZADO  
*Eneida Rodríguez-Delgado*  
Adscrita a la Oficina de  
Rectoría/Comunicación  
Documentos en WP y Macintosh por  
Wanda Cuadrado y Fabiola González

FOTOGRAFIA  
*Gerardo Piñero*  
*Héctor R. Piñero*  
*Jack Delano*

IMPRESION  
Area de Artes Gráficas  
Centro de Comunicaciones  
Cayey, Puerto Rico

# INDICE

## ANALISIS

Página

- Hacia la formación de una cultura de enfrentamiento de los desastres naturales via los medios de comunicación: "El caso de los terremotos de 1985 en México"  
(*Dr. Javier Esteinou*) ..... 1
- La práctica de los cultos sincréticos en San Pedrito: Especificidades en la adoración de sus deidades  
(*Lic. Isabel Taquechel y Lic. Margarita Moncada*) ..... 9
- El diseño de la instrucción y las teorías de apoyo  
(*Prof. Gloria J. Yukavetsky Colón*) ..... 13

## OPCION AMBIENTAL

- Desarrollo espacial de la Reserva Natural del CUH en fotos aéreas  
(*Dr. Enrique López Cotto*) ..... 15
- El Delfín  
(*Anónimo azul*) ..... 19
- Día del Planeta Tierra ..... 21

## IMAGENES

- La Digitalización en Grabaciones de Audio  
(*Prof. Héctor R. Piñero Cádiz*) ..... 23
- La Línea en las Artes Visuales  
(*Prof. Faustino Pérez*) ..... 26
- Avión Presidencial (Air Force One)  
(*Prof. Luis R. Alvarez*) ..... 30
- Incorporación de la Técnica de Multimedia a un curso de Administración de Empresas utilizando "Multimedia Toolkit"  
(*Prof. Julian Hernández Serrano*) ..... 32

## NOTICIAS E INFORMACIONES

- Jack Delano ..... 36
- CEDPRI Documenta Aves en el Sistema de Estuarios de Humacao ..... 39
- Proyecto Atlantea de la UPR celebra EnRED....O 1997 ..... 42
- Se celebran congresos mundiales de Investigación-Acción en Cartagena, Colombia ..... 41
- Foro: La Transformación Tecnológica de las Empresas y .... Medios de Comunicación ..... 42
- IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Facultades de Comunicación Social ..... 43
- El Festival de Imagen y Sonido ..... 44

HACIA  
LA FORMACION  
DE UNA CULTURA  
DE ENFRENTAMIENTO  
DE LOS DESASTRES  
NATURALES  
VIA LOS MEDIOS  
DE COMUNICACION:  
"EL CASO DE  
LOS TERREMOTOS DE  
1985 EN MEXICO"

*Dr. Javier Esteinou Madrid*  
Prof. Investigador Titular  
del Departamento de Educación  
de la Universidad Autónoma Metropolitana,  
Unidad Xochimilco, México, D.F.

A  
N  
A  
L  
I  
S  
I  
S

## I. México y los riesgos naturales

**M**éxico es un territorio de 1,967,138 Km<sup>2</sup> ubicado en el Norte del Continente Latinoamericano, con una población de 85 millones de habitantes distribuida con una densidad demográfica de aproximadamente 43 personas por Km<sup>2</sup>. Dicho espacio se caracteriza por estar dotado con enormes recursos naturales, renovables y no renovables, como son la existencia de petróleo, plata, minerales de hierro, oro, zinc, cobre, plomo, manganeso, carbón, selvas tropicales, enormes litorales en el Océano Pacífico y en el Golfo de México, etc. que le dan un gran potencial económico en la región.

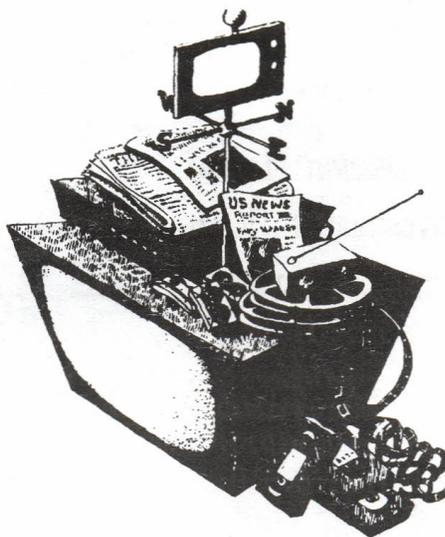
*Ante este marco repetitivo del comportamiento de la naturaleza no existe sólidamente construida una cultura preventiva para encarar los desastres naturales. Es por ello, que nos parece de capital importancia analizar el papel que ha ocupado la comunicación colectiva en el proceso de abordamiento de dichas catástrofes.*

Sin embargo, no obstante esta gran herencia energética que le ofreció la naturaleza a nuestro país, el territorio mexicano también enfrenta sistemáticos problemas cíclicos que se derivan de los desastres naturales. Así, la República Mexicana todos los años es azotada por enormes inundaciones, sequías, heladas, incendios forestales, sismos, deslizamientos de tierra, huracanes, y en algunos casos, explosiones volcánicas que generan cuantiosas pérdidas materiales y de vidas humanas. Situación que gradualmente se ha agravado más, pues debido al proceso generalizado de destrucción del entorno ecológico por el "Efecto Invernadero" y la pérdida de la Capa de Ozono, hoy ya no asistimos a la presencia de simples desastres, sino que hoy vivimos una nueva generación de problemas con la existencia de super catástrofes naturales como son las super inundaciones, los super incendios fores-

tales, los super terremotos, las super heladas, las super sequías, los super huracanes, etc. que afectan con mayor fuerza a nuestra sociedad.

Ante este marco repetitivo del comportamiento de la naturaleza no existe sólidamente construida una cultura preventiva para encarar los desastres naturales. Es por ello, que nos parece de capital importancia analizar el papel que ha ocupado la comunicación colectiva en el proceso de abordamiento de dichas catástrofes, para elaborar una "Cultura Básica de Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales". Dentro de esta perspectiva es muy conveniente examinar el papel que ocuparon los medios de comunicación ante los terremotos de 1985 en

la ciudad de México, para aprovechar las experiencias logradas y rescatar las enseñanzas que nos permitan avanzar en este difícil terreno de las emergencias nacionales.



## II. Los Medios de Comunicación y los Terremotos de 1985.

Reconstruyendo los aspectos fundamentales de los fenómenos sísmicos de 1985 en la ciudad de México, podemos decir que en los últimos 30 años los medios electrónicos de información en México han operado en función a cuatro principios de reproducción del orden establecido: la lógica de acumulación de capital, la lógica de la legitimación del sistema, la lógica de la evasión de la realidad y la lógica de la atomización de la conciencia. Dentro de este modelo cultural, se ha marginado el empleo sustantivo de los canales de información para el impulso a los proyectos de desarrollo social que ha requerido la población mayoritaria del país durante más de 5 décadas.

Sin embargo, a las 7:20 de la mañana del jueves 19 de septiembre de 1985, los medios electrónicos de comunicación cambiaron drásticamente su transmisión cultural. La causa fue la enorme agresión que la naturaleza arrojó sobre la ciudad de México, con la furia más violenta que se ha producido desde su fundación hace 500 años a través de un terremoto de 8.1 grados en la escala Richter (diez mil veces más fuerte que una explosión atómica subterránea).

A partir de estos momentos, los medios electrónicos de la comunicación que sobrevivieron (varias instalaciones de algunas industrias culturales como el Canal 2 de Televisa, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Radio Fórmula, el periódico La Prensa y otros más fueron destruidos y salieron del aire) reaccionaron y alteraron radicalmente, por algunos días, sus tendencias y lógicas de producción de la tradicional cultura de masas en el Valle de México y en otras áreas del país. Frente al desastre no hubo tiempo para esperar la ayuda internacional, ni para diseñar un proyecto meditado de difusión de información, por lo que aceptando las circunstancias radicales de la situa-

---

*Los medios recobraron el único sentido que los puede justificar en el país: su carácter altamente social.*

---

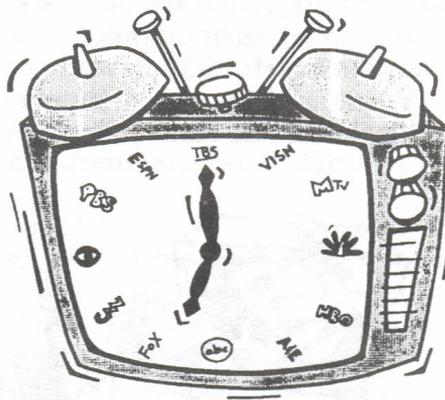
ción de super emergencia nacional los aparatos de comunicación colectiva improvisaron un desordenado y contradictorio, pero a la vez, enormemente útil, programa de conducción social. De esta manera, se olvidó por unas semanas la división y competencia entre instituciones públicas y privadas, y tanto medios oficiales como comerciales, trabajaron durante varios días con todo su poder tecnológico de movilización, convocatoria y persuasión de la población en una sola línea de apoyo social: el rescate de las víctimas, la asistencia a los dañados y la reorganización de la ciudad.

Aprovechando su capacidad de la relación ampliada con los receptores y ocupando los espacios tradicionales que momentos antes le correspondían al teléfono, al telégrafo y al telex que quedaron destruidos e inutilizados en un alto porcentaje, los medios de comunicación sobrevivientes se convirtieron en el principal sistema nervioso de la ciudad y actuaron como grandes organizadores culturales que enlazaron las urgentes demandas de auxilio con los apoyos de la colaboración espontánea que ofrecieron la multitud de ciudadanos afectados indirectamente.

El proyecto social emergió abruptamente en los medios y sepultó drásticamente las otras lógicas culturales, que media hora antes, sostenían otro programa ideológico antagónico. Los medios recobraron el único sentido que los puede justificar en el país: su carácter altamente social.

Desde ese instante los aparatos de comunicación funcionaron orgánicamente para vincular la información que transmitieron con las apremiantes necesidades sociales que debían encararse en todos los puntos cardinales de la ciudad y del interior de la República. Desde la

radio y la televisión se produjo un intuitivo y espontáneo proyecto de educación auditiva y visual que gobernó a la capital en estado de emergencia. En este contexto de urgencias desapareció la información parasitaria que abundaba en la atmósfera matutina hasta antes de la tragedia: se cohesionó orgánicamente la cultura de las masas, con los ur-



gentes requerimientos de socorro humano.

Así, a través de los medios se sensibilizó aceleradamente a la ciudadanía de la gravísima realidad que se vivía y se informó de los apoyos de urgencia que exigía la sobrevivencia social. Durante más de una semana se produjo un ambiente cultural que osciló desde la aportación de medicinas, para hospitales, Cruz Roja, centros de emergencia y puestos de socorro; hasta la donación de cascos, tiendas de campaña, serruchos para concreto, martillos hidráulicos, cortadoras de fierro, picos, palas, sierras, plumas mecánicas, camiones de carga, plantas de luz y grúas para las cuadrillas de rescate que tenían que remover los escombros. La entrega de alimentos preparados, conservas en latas, plasma sanguíneo, agua purificada en grandes cantidades, etc. para los 131 albergues de los damnificados.

Ante esta permanente distribu-

ción de información de emergencia por los aparatos de comunicación, se removieron los escombros de frialdad ciudadana acumulados durante muchos años sobre nuestras conciencias. La ruptura emocional que provocó el movimiento telúrico y que varió desde el miedo, la histeria, la angustia, la desesperación, el llanto, la tristeza, el dolor, la desolación y la hiperactividad, se convirtieron en un enorme movimiento de solidaridad y de heroísmo de todos los estratos sociales de la población.

Sin embargo, a los quince días de ocurrido el drama, los medios de información electrónica volvieron a ser atrapados lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual. Tendencias que más que continuar centrando la atención en la cruda situación nacional y en los difíciles caminos de la reconstrucción urbana que había que apuntalar, se desviaron nuevamente hacia los deportes, las series de entretenimientos, las telecomedias, la publicidad, los éxitos musicales, la programación extranjera, la propaganda institucional, los concursos juveniles, las fantasías infantiles, etc; y las realidades fundamentales, de la problemática nacional, exclusivamente, fueron recobradas, en el mejor de los casos, por los noticieros y uno que otro programa o mensaje especial.

---

*Los aparatos electrónicos volvieron a separar el corazón y la inteligencia del país que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino.*

---

Después de la respuesta inmediata de los medios ante el desastre, las viejas inercias del poder volvieron a ocupar dentro de éstos sus espacios perdidos durante algunos días. De esta forma, los aparatos electrónicos volvieron a separar el corazón y la inteligencia del país que días antes se unió en una sola expresión: la ayuda al vecino.

---

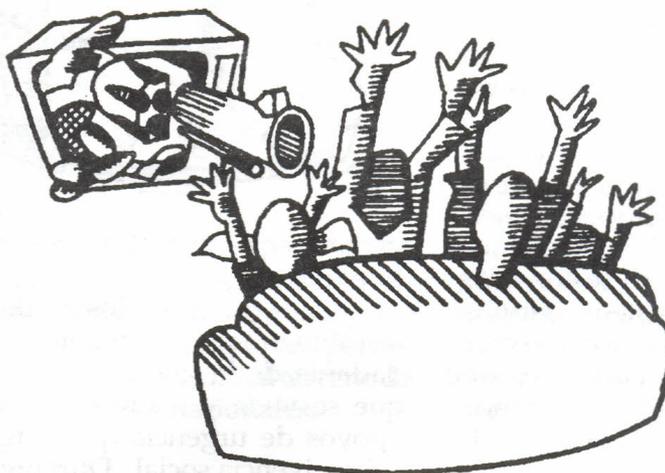
*Algo muy importante que el sismo de 1985 nos enseñó en la ciudad de México, fue que los medios de comunicación masivos son capaces de realizar muy exitosamente un proyecto colectivo de apoyo al rescate y crecimiento social.*

---

Situación que posteriormente fue reforzada por la mayor desmovilización ideológica que produce anualmente en nuestra República el ciclo cultural que impulsan los medios comerciales: la navidad. Fase en la cual, en 45 días de trabajo publicitario se desviaron los efectos, la energía colectiva y el presupuesto familiar hacia el consumismo. Hay que recordar que simplemente en diciembre de 1985, en plena crisis global del país, en la que se importaban alimentos, avanzaba el proceso de desertificación del campo, existía un déficit de 3 millones de viviendas, se aumentaba la deuda externa para financiar el desarrollo interno, se incrementaba la destrucción ecológica y ambiental, se agravaba la dotación de agua a las ciudades, etc.; las campañas navideñas provocaron en 24 días de propaganda una erogación artificial de más de 120,000 millones de pesos por concepto de compras artificiales, de los cuales 12,000 millones de viejos pesos se fueron en bebidas alcohólicas, 6,000 millones en adquisiciones de última hora, 4,000 millones en la cena de Noche Buena y 3,500 millones se destinaron a la basura por abarcar las envolturas de los regalos.

Ciclo mental que posteriormente fue reforzado por las vacaciones de fin de año en las cuales el conjunto social buscó vivir la catarsis que provoca el descanso y el olvido del peso de la crisis social acumulado durante todo el año. Realidad que más adelante fue rematada por la enorme desorganización ideológica, especialmente, de la juventud que provocó la celebración del Campeonato Mundial de Fútbol en nuestro país en los primeros meses de 1986.

Algo muy importante que el sismo de 1985 nos enseñó en la ciudad de México, fue que los medios de comunicación masivos son capaces de realizar muy exitosamente un proyecto colectivo de apoyo al rescate y crecimiento social. Que cuando todos los canales de difusión trabajan en una sola línea son capaces de producir un proceso de desarrollo social de infinitas dimensiones que anula las más viejas inercias de poder que cultivan las ciu-



dades y genera la participación social solidaria. Pero paralelamente a este aprendizaje, también hemos aprendido que la conservación de un programa de promoción social a través de las industrias culturales en situaciones de emergencia nacional o local, no se mantiene por la sola presencia de la catástrofe, por más grave que esta sea; sino que requiere la presencia y acción constante de nuevas fuerzas y actores sociales que orientan el uso de estas instituciones mentales hacia la resolución de las principales necesidades comunitarias.

Por todo ello, pensamos que uno de los desafíos centrales de la

reconstrucción de nuestras ciudades y de nuestros países en etapas de urgencia civil se enfrenta en el terreno cultural: es desde aquí, desde donde se moviliza solidariamente o se inmoviliza individualistamente al conjunto social, frente al proyecto de reedificación de nuestras comunidades. De no trabajar arduamente en esta esfera, los monótonos ritmos de vida cotidiana y las tendencias enajenantes de la vida urbana, insensibilizan nuestra participación y convierten el anhelo de reconstrucción de nuestra urbes y de nuestras naciones en tortuosos procesos burocráticos como ha sucedido en México con el sismo de 1957, el temblor de 1973 en Cd. Serdán (Puebla), las recientes inundaciones

y desastres naturales en el Bajío y la explosión del gasoducto en Guadalajara, Jalisco en 1990.

Por ello consideramos de la más alta prioridad política que la sociedad civil que existe en el país y en el resto de las naciones latinoamericanas trabaje

en la línea de orientar el funcionamiento de los medios electrónicos hacia la atención de los conflictos centrales que atorran nuestro proyecto de desarrollo nacional, particularmente, en las fases de emergencia nacional.

### III. Propuestas

Dentro del marco de permanente encaramiento de catástrofes naturales por parte de los gobiernos de América Latina es importante formar una "Cultura Básica para el Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales". Para ello, es conveniente considerar, entre otros, los siguientes 12 aspectos que pueden

contribuir a formar dicha cultura:

1- Es necesario que todos los gobiernos de América Latina construyan de forma preventiva una "Cultura Básica para el Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales", que de manera adelantada nos ayude a prepararnos colectivamente para encarar los desastres naturales.

2- Para abordar con mayor precisión y eficacia la prevención de los desastres naturales dentro de esta "Cultura Básica para el Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales", es necesario distinguir la existencia de dos tipos de catástrofes que se presentan en nuestras sociedades y que pueden resolverse de manera diferenciada: los conflictos ocasionales que aparecen repentinamente y se desvanecen en periodos cortos de vida; y los fenómenos cíclicos que se caracterizan por presentarse de forma repetida todos los años o en períodos de tiempo más o menos regulares.

3- Ante los desastres impredecibles o excepcionales los medios de comunicación no tienen otra alternativa más que informar lo más objetiva, oportuna, plural y participativamente sobre los acontecimientos espontáneos de la agresión de la naturaleza que suceden en nuestras naciones, porque sobre estos eventos el grado de control o planificación preventiva que se puede ejercer es extremadamente reducido. Por ejemplo, poco se puede planificar sistemáticamente sobre las explosiones de las plantas de energía o sobre la presencia de los terremotos.

4- Es frente a las catástrofes repetitivas o cíclicas que acontecen en las entrañas de nuestras sociedades que los medios de comunicación tienen que enfocar, básicamente, a medio y largo plazo, el diseño de sus políticas de contenido informativo, porque es sobre estas realidades que la acción comunicativa se puede adelantar a los acontecimientos e incidir con fuerza en la corrección de las consecuencias que

se van a provocar.

Hay que tener en cuenta que es a través de estos ciclos naturales que la sociedad organiza de forma muy importante su racionalidad, sus emociones, su libido, sus sentimientos, su energía, sus pensamientos, su conciencia, su placer, su religiosidad, etc. todas las semanas, meses, años, trienios, sexenios, décadas, períodos, ciclos y épocas de la vida nacional. Por ello, los canales de difusión colectiva deben formar, a través de su programación, mapas de conciencia y sentimientos ciudadanos que permitan anticiparse a estos sucesos para generar las actitudes y comportamientos colectivos que posibiliten resolver las urgentes necesidades de la población frente a cada uno de estos eventos.

Por ejemplo, es completamente posible planificar los contenidos informativos que producen y difunden los medios de información ante las inversiones térmicas pues todos los años aparecen en el Valle de México y otras zonas metropolitanas. Ante la falta de agua pues se repite todas las épocas de estiaje, especialmente, en las ciudades. Ante los incendios forestales que se repiten con gran precisión cada temporada de sequía. Ante la fase de huracanes que vuelven a aparecer todos los años en las costas en las mismas fechas. Ante las heladas que surgen todos los años en los mismos períodos. Ante los desbordamientos de los ríos en las mismas etapas de fuertes lluvias, etc.

5- Ya localizados y diferenciados los fenómenos naturales eventuales y los cíclicos en nuestras sociedades, el Estado y la sociedad civil deben construir sus estrategias de comunicación para el desarrollo de las urgencias sociales a través de la conversión específica de sus problemáticas a contenidos informativos de los medios de comunicación de masas que distribuyen a los receptores. De esta forma, el puente o la mediación a través de la cual se podrá reducir la distancia existente

entre los conflictos sociales de emergencia y los márgenes de formación de una nueva conciencia del auditorio, será la estructura informativa de los canales de difusión colectiva.

Es decir, el contenido de los mensajes de los medios de información será el instrumento mediante el cual el Estado y el sector civil sintonizarán armónicamente las tensiones sociales de urgencia que existen en el seno de la comunidad con su intervención cultural masiva sobre los campos de conciencia de la población.

Por ello, la producción de contenidos de los medios que pretenden impulsar el desarrollo deben girar alrededor de la dinámica de la resolución de las demandas civiles fundamentales. Esto implica, que se debe formar un curriculum de información colectiva de emergencia que transmita una nueva racionalidad que constantemente sea acorde con las realidades más apremiantes que se deben enfrentar en las coyunturas de urgencia social, para educar a la población frente a tales situaciones y provocar el cambio de conducta colectiva. Dicho curriculum cultural debe abarcar y ordenar como mínimo el encaramiento de las temáticas más álgidas que impiden el crecimiento de los espectadores y sus diversas alternativas de solución. Esto generará una nueva lógica comunicativa que permitirá la presencia de una comunicación especializada por necesidades nacionales que dará otro sentido, función e imagen a los medios de comunicación colectivos.

La realización de este nuevo curriculum de masas exige reestructurar la mentalidad de los cuadros humanos encargados de decidir y ejecutar la programación para introducir el criterio de construcción de ésta desde las necesidades de sobrevivencia social y no desde la dinámica de las publi-relaciones o de los medios autónomos divorciada de las principales demandas nacionales. Este paso es especialmente importante considerarlo cuando

---

*La enorme transnacionalización y globalización ideológica vía los medios electrónicos, plantea nuevos y mayores obstáculos para planificar la formación de una conciencia local o nacional a través de los canales de difusión.*

---

observamos que antes de la fase de la internacionalización de la televisión de 1930 a 1950 era posible planificar con mayor facilidad el desarrollo cultural de una sociedad; pero en la época actual de mediados de los años noventa la enorme transnacionalización y globalización ideológica vía los medios electrónicos, plantea nuevos y mayores obstáculos para planificar la formación de una conciencia local o nacional a través de los canales de difusión.

---

*Por consiguiente, hay que alejarse de las lógicas de mercado o de poder como directrices nacionales, para retomar como guía de la producción de las políticas informativas de las estaciones públicas, la dinámica social de solución de las principales necesidades de cada comunidad.*

---

6- La construcción de esta nueva propuesta de contenidos mentales de los medios de comunicación colectivos debe propiciar el avance de sus espectadores y no su involución. En este sentido, la elaboración de este nuevo modelo de contenidos informativos de emergencia local o nacional no puede ser edificado desde las viejas lógicas que sostienen a los medios tradicionales de información que existen en nuestros países. Su arquitectura tiene que ser levantada desde las nuevas demandas de comunicación centrales que está exponiendo la sociedad y que provienen de las solicitudes de elevación de sus niveles materiales, culturales y espirituales de sobrevivencia en los momentos de

urgencias sociales. Por consiguiente, hay que alejarse de las lógicas de mercado o de poder como directrices nacionales, para retomar como guía de la producción de las políticas informativas de las estaciones públicas, la dinámica social de solución de las principales necesidades de cada comunidad. Hay que evitar seguir reproduciendo la comunicación autónoma o independiente de la resolución de los conflictos nacionales y regionales.

Para romper con el modelo hollywoodense de información que surge desde la cúpula de la pirámide social a partir de intereses muy particulares y restringidos que no consideran las demandas básicas de contenido que solicita la población; ahora se requiere posibilitar el que los grandes grupos sociales se expresen a través de los medios de difusión. Para ello, primero requerimos conocer cuales son las necesidades primordiales que tiene la so-

ciudad en los momentos de emergencia en cada zona geográfica, para derivar de éstas las urgencias de comunicación que enfrenta la comunidad y que deben ser tomadas por los medios colectivos.

7- Cada una de estas realidades esporádicas o cíclicas debe ser analizada en su perspectiva histórica, su fase actual, las causas que la producen, sus consecuencias, las soluciones respectivas y las propuestas de acción televisiva factibles de proponer para contribuir a resolverlas.

Cada ciclo debe precisar como mínimo el año, día y mes en que sucede cada hecho, el evento y período en que se efectúa, las características del fenómeno, las causas que lo originan, los efectos que pro-

duce sobre la población, las soluciones pertinentes para atenuarlo, las propuestas culturales para desarrollarse a través de los medios de comunicación colectivos y los efectos de cambio ideológico y afectivo que produce sobre la población.

8- Por cuestiones estratégicas de avance más acelerado en la realización de este proyecto de formación de una "Cultura de la Emergencia Social", hay que considerar que dentro de todo el conjunto de medios de comunicación deben abordar con mayor rapidez y profundidad aquellos que son solicitados destacadamente por la sociedad civil. De esta forma, dentro del universo de contradicciones graves que existen en el seno de nuestras comunidades nacionales se deberán retomar principalmente aquellas demandas expuestas por los grupos sociales organizados, pues son éstas preocupaciones las que ya cuentan con el respaldo de un público motivado para su solución; y que en consecuencia, encontrarán mayor apoyo ciudadano para su resolución.

Por lo tanto, las directrices de las políticas de contenidos audiovisuales deben provenir del examen sistemático que los científicos sociales (antropólogos, sociólogos, políticos, comunicólogos, médicos, psicólogos, planificadores, etc.) realicen sobre las necesidades centrales de emergencia de los auditorios. Ello quiere decir, que los contenidos de la programación de los medios debe de surgir del análisis, la reflexión y la discusión de los requerimientos objetivos que encara la vida de los públicos y no de la telaraña de "presiones" o "relaciones públicas" que se despliegan alrededor de las autoridades de los medios para autorizar la producción de series informativas.

En otros términos, en la conducción política de los medios de información, especialmene en los períodos de emergencia, hay que elevar a rango de prioridad estratégica el trabajo de investigación so-

gica el trabajo de investigación social sobre las necesidades de crecimiento material, cultural y espiritual de los espectadores, para convertirlo en el criterio guía desde el cual se construyan las políticas comunicativas de las emisoras; y evitar así, seguir fomentando la elaboración de torrentes informativos desde las directrices de la mercadotecnia lucrativa o de legitimación política. La vanguardia y la ofensiva del proyecto de medios ante las urgencias sociales se logrará en la medida en que su dinámica cultural parta del descubrimiento y la resolución de las grandes problemáticas de superación humana o social de la población, a través del ejercicio de la investigación; y no de los fuertes compromisos que imponen las publirrelaciones del poder público o privado.



*La información diseminada por los medios debe despertar y movilizar a las células básicas que soportan a la sociedad para impulsar su desarrollo.*

9.- La información producida en las fases de urgencia social no debe quedarse en la mera exposición de las contradicciones existentes, sino que debe incitar a la movilización de los auditorios hacia las propuestas de soluciones prácticas que ofrecen las secretarías o ministerios de gobierno sobre cada una de las áreas del desarrollo nacional. Es decir, los mapas de subjetividades sobre nuestros conflictos, deben romper el esquema de tratamiento pasivo del receptor que promueve el modelo hollywoodense de comunicación para crear una atmósfera de participación activa de éstos ante los impedi-

mentos que obstaculizan su superación material y psíquica de cada coyuntura de emergencia.

De esta forma, la información diseminada por los medios debe despertar y movilizar a las células básicas que soportan a la sociedad para impulsar su desarrollo. Así, por ejemplo, los paquetes de comunicación distribuidos en los hogares deben revivir a los maestros como los coordinadores más cerca-

nos a la juventud; a la familia como el centro protector de los desvalidos; a las agrupaciones campesinas como los sectores abastecedores de alimentos; a los movimientos ecologistas como células defensoras de la naturaleza; a las cooperativas pesqueras como los grupos generadores de comestibles marinos; a los partidos políticos como los gremios representativos de la sociedad; a las cámaras industriales y de comercio como los organismos aglutinados del sector privado, etc.

10.- La generación de estos cuadros informativos de emergencia deberán prepararse en estricta cola-

boración con los órganos de gobierno especializados en la promoción y coordinación de cada rama de desarrollo social y la presencia de los núcleos civiles preocupados en apoyar estas áreas del crecimiento nacional. Esto implica que los medios deben dejar de funcionar como empresas aisladas del resto de las secretarías y órganos de gobierno para trabajar en forma intersectorial produciendo y esparciendo aquellos conocimientos orgánicos que apoyan las acciones de reconstrucción concreta que ejecutan los distintos aparatos de Estado.

En otros términos, para organizar a las sociedades latinoamericanas, a través de los medios, en función a un nuevo proyecto de superación de las condiciones de emergencia por vía de la institucionalidad establecida; sólo se deberá formar conciencia sobre aquellas realidades que pueden ser atacadas realísticamente por la infraestructura de acción médica, educativa, tecnológica, urbana, política, fiscal, jurídica, agraria, comercial, económica, etc. del Estado y la sociedad civil. Esto es, hay que producir conciencia colectiva sobre nuestros conflictos de desarrollo muy acorde con los programas de trabajo de los órganos de gobierno y de las demandas de apoyo que ofrece la sociedad civil.

De lo contrario, crear mediante los medios públicos mayores niveles de expectativas colectivas más allá de las posibilidades reales de respuesta del Estado y de la sociedad civil, sería desestabilizar al sistema y por consiguiente ahorcarlo, pues no se tendría margen de respaldo concreto para resolver lo ofrecido. El despertar de la conciencia colectiva vía los medios de comunicación para resolver los conflictos de las emergencias nacionales debe ser gradual y dirigida en base a las capacidades de solución real de la sociedad.

Ante ellos, es muy importante tener en cuenta que el éxito del desarrollo de una comunidad no se da

por la sola presencia de información o conciencia sobre las problemáticas en cuestión, sino por la existencia paralela de acciones materiales y políticas que sustenten los conflictos detectados. De no existir estas realidades paralelas de apoyo, no se logrará propiciar el avance social, pero no porque haya fracasado la implementación de las políticas comunicativas de emergencia del Estado, sino por la ausencia de las otras contrapartes institucionales de respaldo indispensables. La información que distribuyen los medios de información sólo logrará producir el crecimiento social si existen los recursos complementarios que los posibiliten: la comunicación por sí misma no produce desarrollo, sino que sólo es un catalizador o retardador de la evolución humana.

Por lo tanto, la conciencia grupal generada por los medios de comunicación en fases de urgencia civil sólo será útil si es canalizada hacia un soporte organizado de instituciones que respalden con acciones concretas las demandas surgidas. De lo contrario, se formará un nuevo margen de sensibilidad colectiva que no encontrará dirección y respuesta, y por consiguiente, propiciará la frustración o los estallidos desesperados de la población con su consecuente reacción represiva por parte del Estado.

11. Considerando que el proyecto de comunicación pública estará cimentado sobre las problemáticas cíclicas y no coyunturales de las sociedades latinoamericanas, la difusión de los mensajes deberá adelantarse a la presencia de los hechos e intentar su corrección.

Por ello, los paquetes informativos producidos por los medios se deben difundir con anticipación a la repetición de los fenómenos, para dar tiempo a educar a la sociedad frente a cada suceso y propiciar las conductas colectivas correctivas que fomenten el desarrollo de las comunidades. De no adelantarse a los eventos, el proyecto comunicativo

no podrá modificar los hábitos de los ciudadanos, y por consiguiente, la inversión de todo este esfuerzo se reducirá sustancialmente.

12. Para alcanzar el objetivo central de los medios para educar y

sobre las propuestas de urgencia expuestas y no abrumarlos al grado de provocar el rechazo de los mismos.

Por todo lo anterior, la sociedad civil debe crear, a través de los apa-

---

*Por todo lo anterior, la sociedad civil debe crear, a través de los aparatos de comunicación, una atmósfera cultural que recobre la nueva jerarquía de valores humanos que produce la "Cultura Básica de Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales".*

---

modificar los hábitos de la población frente a sus conflictos en situaciones de excepción social, los paquetes de subjetividades producidas frente a estas realidades deben transmitirse a los espectadores con un alto grado de frecuencia. Hay que tener en cuenta que lo más difícil es el cambio de costumbres o conductas, y que el desafío de los canales de difusión es la reeducación de los públicos frente a sus realidades que los limitan, por lo que la modificación de las actitudes concretas guarda una relación estrecha con el porcentaje de difusión de los mensajes específicos. De lo contrario, si sólo se transmiten esporádicamente, su impacto será muy reducido o nulo.

ratos de comunicación, una atmósfera cultural que recobre la nueva jerarquía de valores humanos que produce la "Cultura Básica de Enfrentamiento de las Emergencias Nacionales", para que oriente el proceso de reconstrucción social en los tiempos de emergencia ciudadana y combatan con ello la devastadora vorágine cultural que producen los medios de información comerciales sobre nuestras conciencias. De lo contrario, de no producir esta nueva carga cultural se volverá a vivir la profunda contradicción entre cultura nacional y proyecto de desarrollo global. Cada uno se disparará por senderos distintos: la cabeza social avanzará por un lado y el cuerpo social por otro.

---

*No podemos olvidar que la creación de nuevas bases de desarrollo para las sociedades de América Latina, requiere de la producción de un nuevo eje cultural, y éste, en nuestros países latinoamericanos creemos que hoy día debe girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación social.*

---

Sin embargo, en esta estrategia de comunicación no habrá que confundir la continua presentación de mensajes, con la saturación informativa de los auditorios, pues el efecto será totalmente contrario al esperado. Hay que trabajar gradual, dosificada y sistemáticamente sobre la conciencia de los públicos para sensibilizarlos y convencerlos

No podemos olvidar que la creación de nuevas bases de desarrollo para las sociedades de América Latina, requiere de la producción de un nuevo eje cultural, y éste, en nuestros países latinoamericanos creemos que hoy día debe girar alrededor de la renovación de los medios de comunicación social.