
EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE
COMUNICACION ANTE UN DESASTRE

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION ANTE UN DESASTRE

Lic. Gabriel Jacinto Rendón Hidalgo

INTRODUCCION

En su desarrollo histórico, el hombre ha conjugado una serie de mecanismos y procesos sociales con vistas a lograr un orden en sus instancias existenciales, ya que nunca ha sido solo, y tampoco puede enfrentar la vida como una unidad aislada. NADIE ES SIN EL OTRO, y en la búsqueda de mejores formas de convivencia y desarrollo con los demás, surgió la necesidad de la INFORMACION. Al principio sólo se requerían datos del medio ambiente que permitieran al hombre encauzar sus actos en busca del bienestar, tanto propio como colectivo. Posteriormente las necesidades de información se acrecentaron conforme las instancias sociales se tornaron más complejas, más elaboradas, y se requería un mayor número de datos para permitir una sola y primigenia instancia, que es la pauta de toda información permitir al hombre SITUARSE A SI MISMO FRENTE A LA REALIDAD.

Hoy día, en medio de una serie de vertiginosos cambios, nos enfrentamos ante una imperiosa necesidad de estar más y mejor informados, sobre todo ante una sociedad que cada día se torna más planetaria y donde estamos descubriendo que los acontecimientos del otro lado del planeta, repercuten tarde o temprano en los hechos que tienen lugar de este lado.

Además, una de las situaciones más complejas que enfrenta la sociedad actual es el haber convertido aquellos instrumentos que se diseñaron para potencializar el alcance de la información, en los exclusivos MEDIADORES DE LA REALIDAD, Hoy todo nos llega mediatizado, con el parecer y sentido que le proporcionan unos cuantos, quienes asumen el poder de decisión acerca de qué, cómo y en qué forma, es lo que se debe informar. La referencia es hacia los denominados Medios de Comunicación o MASS MEDIA, factor clave en la comprensión de la sociedad actual.

Si dicha instancia, los medios, a la que casi nos vemos obligados a recurrir para establecer nuestro lugar frente a la realidad, es casi una necesidad; si hemos aprendido a recurrir a ellos para obtener las pautas necesarias para el comportamiento social e incluso a veces para la comprensión misma del ser social, a lo que añadimos su innegable peso en la conformación de colectividades, ¿CUAL SERA SU PAPEL ANTE UNA CONTINGENCIA?

Para responder a esta pregunta creo que es necesario comprender primero la naturaleza de lo que es información, la comunicación y los mismos mass media.

I. LA COMUNICACION

¿Informar o comunicar? Aún cuando parezca que se esta utilizando sinónimos que refieren a una misma situación, diferenciar los dos actos permitirá encauzar esta disertación hacia el papel que deben tener los medios ante una contingencia. La una es fundamento de la otra, pero si bien toda comunicación implica información, no toda información puede ser catalogada como comunicación.

Por INFORMACION, puede entenderse TODO PROCESO DE ENVIO UNIDIRECCIONAL O BIDIRECCIONAL DE MENSAJES SIN POSIBILIDAD DE RETORNO, ENVIADOS A RECEPTORES PREDISPUUESTOS PARA UNA INTERPRETACION EXCLUYENTE.

Se trata de una transmisión lineal entre un transmisor, también llamado emisor, y un receptor dada en forma aislada donde el factor de comunicabilidad es mínimo y que por lo general busca desencadenar respuestas programadas.

La respuesta en este proceso resulta ser mecánica, preestablecida. Dentro de este concepto se puede asumir que los mensajes contenidos en la información resultan ser informaciones-ordenes dentro del ámbito del USO dado a muchos medios actualmente.

La COMUNICACION es algo más que una simple compilación de informaciones. Usualmente se concibe que el fin de la comunicación es influir en los demás, pero se olvida que gracias a la comunicación el hombre no sólo expresa su existencia, sino que también la lleva o representa hacia los demás. Al comunicarse no buscamos influir o persuadir a los demás, ello es posible en la información; pero al iniciar una comunicación la búsqueda es hacer común la realidad para transformar el entorno.

Así, COMUNICACION ES LA RELACION COMUNITARIA HUMANA CONSCIENTE EN LA EMISION-RECEPCION DE MENSAJES ENTRE INTERLOCUTORES EN ESTADO DE TOTAL RECIPROCIDAD. Se trata de una RELACION BIUNIVOCA DEL TIPO DEL CONSABER, ENTRE POLOS DOTADOS DE MAXIMOS COEFICIENTES DE COMUNICABILIDAD

Es por ello que la comunicación es ante todo un ACTO, que en la coexistencia social adopta formas de un proceso, pero que siempre deberá guardar sus características idóneas de Libertad, Uso de la Razón, Reciprocidad y Veracidad.

La COMUNICACION no es pues un epifenómeno agregado a la convivencia, sino un FACTUM ESENCIAL E INTRINSECO A LA ESENCIA DEL HOMBRE, lo que le confiere un carácter determinante en las formas que asume la sociabilidad humana.

"Sólo hay verdadera comunicación en casos de auténtica acción recíproca entre agente y paciente, en que cada interlocutor habla y es escuchado, recibe y emite en condiciones de igualdad (dialéctica del diálogo)". (Antonio Pasqualí. Comprender la Comunicación, Monte Avila Editores, Caracas,

1990, 4a.). Requiere pues de producir efectos de convivencia y de acciones recíprocas, de lo que se deduce que la relación comunicacional por excelencia es el DIALOGO. La comunicación es una de las más nobles formas que tiene el entendimiento humano para conocer la realidad.

Ahora bien, de las doce categorías del entendimiento, o maneras generales en que nos acercamos a la realidad, Immanuel Kant formó cuatro grupos; Cantidad, Cualidad, Relación y Modalidad. La Relación ha sido concebida desde entonces como la manera más general de Conocimiento. Kant, define tres grandes categorías de relación:

Inherencia: como sustancia y accidente; el color inherente a la flor.

Causalidad: relación de causa y efecto; algo que sucede por algo producido.

Comunidad: acción recíproca entre agente y paciente; fundamento de la comunidad universal de las cosas.

Partiendo de esta concepción me permito señalar que sólo en la categoría de RELACION POR COMUNIDAD es posible hablar de COMUNICACION, dada la situación existencial presente de SER CON EL OTRO, de una inter-dependencia que PROMUEVE EL DIALOGO, la confrontación de los pareceres, generando así COMUNIDAD o sociedad de públicos, donde el modelo convivencial es de simpatía y SOLIDARIDAD.

II. LOS MASS MEDIA

Habiendo llegado a una definición de comunicación, el siguiente paso es comprender los MEDIOS DE COMUNICACION. Tales medios, a los que suele añadirseles el calificativo de masivos, surgen como tales en el presente siglo XX. Ciertamente que algunos de ellos son ya centenarios, como el libro y los periódicos, pero la gama de nuestros días pertenece por completo a la sociedad industrializada y atomizada de la vigésima centuria.

Los medios de comunicación, denominados MASS MEDIA en el argot internacional, surgen en pleno desarrollo del capitalismo, primeramente como meros potenciadores de la transmisión de información, más tarde, ya como un producto cultural, como mediadores entre el hecho cultural, el acontecer social, y la sociedad misma.

El avance técnico y científico, en todos los terrenos pero en especial el de la electrónica, permitió el perfeccionamiento de tales instrumentos hasta llegar a su categoría actual de elemento indispensable para las relaciones comunitarias. Baste comprender que el censo de aparatos de radio y/o televisión existentes en una nación señalan a nivel estadístico el grado de desarrollo de una sociedad particular.

Sin embargo, precisamente es en el desarrollo de los grandes medios de comunicación, donde encontramos el nacimiento de la sociedad de la cultura basada en la extensión del conocimiento y en la capacidad del diálogo y de participación que se genera entre sus miembros. Somos una sociedad

que está formada, instruida, a través de los medios desde la infancia, y donde estos instrumentos cada día ocupan un mayor rango en la atención de las personas, a tal grado que el año pasado (1991) un niño de cuatro años dedicó un promedio de tres horas y media diarias a observar televisión en los países considerados industrializados. Al parecer, en muchos sentidos, actualmente hemos trasladado el aula de clase a la pantalla casera.

Todos conocemos los grandes medios de comunicación: prensa, radio, televisión, cinematografía. En prensa bien podemos incluir tanto al libro como las publicaciones especializadas, aún cuando su rango de influencia en la comunidad es limitado. Los medios impresos enfrentan un creciente desinterés en nuestra actual sociedad, donde lo audio-visual cobra cada vez más fuerza. Podríamos señalar sin temor a exagerar que el siglo veinte es el siglo de la imagen; la transmisión de ideas y conocimientos por medio de la imagen nos ha llevado a concebir un mundo exterior que nos llega evocado por lo gráfico, por representaciones cada vez más cercanas a la realidad, característica que se denomina "grado de iconocidad de la imagen". Pero al fin y al cabo, se trata de un mundo evocado donde "...la palabra bien puede ser aquello que usamos cuando falla todo lo demás (Guiselle Freund).

Así, nos enfrentamos ante un mundo que reclama más participación de los medios electrónicos, sobre todo de la radio y la televisión, que hasta el momento y dadas las definiciones que mencionamos anteriormente, sólo han cumplido el papel de informadores más que el de comunicadores.

La principal función social de los mass media es la de ser portadores de signos. Comprenderemos al signo de acuerdo a la teoría de Charles Sanders Peirce, que lo señala como algo que está en lugar de otra cosa y representa algo para alguien. De esta manera comprenderemos que los medios requieren de tres instancias para cumplir su papel de portadores de signos, de mediadores entre significaciones; el objeto o hecho, la valorización del mismo o su significante (signo) y una **CONCIENCIA INTERPRETANTE**.

Toda la fuerza de los medios de comunicación radica exactamente en esa conciencia interpretante, en términos coloquiales, en el radio escucha, el televidente, el espectador, etcétera. Y al ser portadores de signos que han sido convencionalmente aceptados, los medios se han constituido -quizá sin proponerselo- en generadores de la sociedad.

Como producto cultural, que transmite cultura y por ende, busca asumir el poder de la cultura, el medio de comunicación tiene una responsabilidad social muy grande; los Mass Media son subsidiarios del desarrollo colectivo. Antes que mercadear información, diversión o entretenimiento para el tiempo de ocio, son los portadores de un conocimiento que implica para sus PERCEPTORES (lo sepan o no) situarse a sí mismos frente a la realidad. Es esta característica uno de los puntos centrales que demandan la transformación de los negocios de información y entretenimiento en responsables Empresas Informativas, empresas que proporcionan información para dar pauta a la acción exterior, que como dijimos al principio, requiere del otro.

III. INFORMAR, COMUNICAR, SERVIR

Dadas las características propias de los mass media, que nos hablan de la realidad sin ser la realidad misma, quienes accedemos a ellos tendemos a adoptar una actitud globalizadora frente a ellos: lo que se lee en la prensa es reafirmación de lo que se escucha en la radio que más tarde acrecentaré con aquello que vea por televisión, medios en que además "lo que se dice" se suma a la figura pública de "quién lo dice".

Esta característica globalizadora o de **TOTALIDAD** es la que permite la construcción de **ESTRUCTURAS INFORMATIVAS** y de **REDES COMUNICACIONALES**. Las primeras son todas aquellas que se forman a partir de una serie de instrumentos o medios a través de las cuales se proporcionarían datos o mensajes requeridos para dar pauta a la acción, pero tales estructuras llevan implícito el viejo modelo de Estímulo-Respuesta, el cual provoca una serie de respuestas programadas cuyos primeros efectos son los de atomizar las colectividades y volver excluyentes las relaciones sociales. Las **REDES DE COMUNICACION**, implican el uso de varios medios con una **INTENCIONALIDAD** específica y delimitada con el fin de propiciar la interdependencia entre los miembros de una **COMUNIDAD**, ya sea para la cotidiana relación existencial, para relaciones de conocimiento, o bien para la prevención de ciertos acontecimientos y/o la adopción de medidas que permitan restablecer el equilibrio comunitario (vrg: un desastre).

Mientras que en las estructuras informativas tan sólo contemplamos la disposición de una serie de datos o de mensajes-órdenes para lo cual requerimos de un transmisor, un medio y un receptor; en las redes de comunicación los diversos medios empleados llevan como fin el mejoramiento social, la construcción de una comunidad, de una sociedad de públicos donde el término de masas queda por completo excluido con toda su carga de despersonalización. Aquí lo que será necesario contemplar es la existencia de un transmisor, un medio y un **PERCEPTOR**, una persona que cuenta con posibilidad de interpretar los signos que se le transmiten a través de los medios, signos que le representan la realidad, y que le permitirán un **CAMBIO CONCIENTE DE ACTITUD** hacia su entorno. La **ESTRUCTURA INFORMATIVA** compete a las máquinas y su uso para almacenar y trasladar datos. Las **REDES DE COMUNICACION** están pensadas para facilitar al hombre la obtención de los acontecimientos necesarios que le permitan actuar libremente no sólo en su mejoramiento o en el de las condiciones que le rodean, sino también en el mejoramiento de los demás, de todos aquellos con quienes se reconoce una comunidad, un ser social.

De ahí que los mass media o medios de comunicación requieren tomar los datos de sus mensajes de la realidad, especificar cuál es su intención al proporcionar cierto aspecto del universo informativo con un sentido específico (la importantísima intención), y ejercer su intrínseca vocación de **SERVICIO** comunicando la verdad a fin de propiciar que se genere conciencia entre los perceptores acerca de las actitudes que deben ejercerse, cambiarse, transformarse para mantener el equilibrio de lo comunitario, pero siempre dentro de los lineamientos de la libertad a fin de propiciar el diálogo, el hacer **COMUN** el conocimiento acerca de la **REALIDAD** para permitir la acción comunitaria, cuya raíz es la **SOLIDARIDAD**.

IV. LOS MEDIOS DE COMUNICACION ANTE UN DESASTRE

¿Cuál será entonces el papel que deben cumplir los medios de comunicación ante un desastre? ¿Deben ser considerados como simples portadores de signos, como intermediarios entre los hechos y el público? O bien, ¿acaso cuentan con posibilidades mayores a las de emitir una serie de informaciones que pueden perderse fácilmente en el tiempo-espacio?

Primeramente quisiera proporcionar mi comprensión de un desastre. Por DESASTRE entiendo un evento que se presenta en el tiempo y espacio como resultado de un agente perturbador que puede ocasionar daños de diversa índole: humanos, materiales, productivos, sociales, etc.

Los procesos que generan un desastre se engloban generalmente en cinco tipos de fenómenos: geológicos, hidrometeorológicos, químicos, sanitarios y sociales. No nos detendremos al análisis de esta cuestión, pues mi intervención en este lugar tiene otros motivos, además de considerarme lego en la materia. Pero si podemos definir cuál es el papel de los mass media ante un desastre.

Hemos señalado anteriormente a los medios de comunicación como gestores o generadores de la sociedad, toda vez que son un producto cultural que genera precisamente pautas de acción en las comunidades. Dado este enorme potencial de los medios, sobre todo de los grandes medios como la radio y la T.V., no aprovecharlos durante una contingencia es desperdiciar un factor plenamente identificado por los públicos de la sociedad. Comprendemos que a ellos se recurrirá por interés, necesidad de información y aún como factor de distracción o entretenimiento. Hay pues que utilizar las potencialidades de los medios en esos dramáticos momentos.

EL ROL DE INFORMADOR que compete a los medios en un desastre es primeramente DESCIFRAR LA REALIDAD, recolectar del medio ambiente los datos requeridos para conformar la serie de mensajes que se requieren emitir en esos momentos. Para ello es necesario que se defina la INTENCION con que se pretende informar. Punto muy importante será el considerar la información (o noticia, en caso dado) no como un producto a vender, sino como el reflejo de las circunstancias presentes en un momento dado y en un tiempo preciso a fin de que efectivamente sirvan como guía al establecimiento frente a la realidad y a las acciones externas. Al considerar que la información que tiene que proporcionar no es un producto disponible en el mercado, los medios tendrán que dirigir su acción hacia lo que aún se considera su función ideal: INFORMAR LA VERDAD. No queremos decir que los medios sean un mar de mentiras, sino que al ubicarse frente a la realidad y excluir de su contexto a la información como una mercancía, queda tan solo la posibilidad de informar la verdad, aquella que se recolecta de los hechos, con lo que se potencializa su papel de generador social. Al descifrar la realidad e informar la verdad se abre un cauce para el conocimiento certero de los acontecimientos, lo que permite a los informados tener datos válidos de lo exterior para dirigir su acción. Cabe recordar la importancia de concebir de esta manera a los mass media -como intermediarios entre los hechos y el público- toda vez que ante la presencia de un desastre, local, regional o de mayores proporciones, la sociedad se encuentra "fracturada".

Al difundir la información, los medios también pueden ser utilizados para abarcar un mayor espacio territorial con el fin de **DIFUNDIR NORMAS Y ACCIONES** que permitan encauzar las medidas que deberán observarse dada la contingencia. Aprovechando las mismas características técnicas de los medios, estos pueden ser espléndidamente utilizados para transmitir al público todas las medidas que debe observar acerca de su comportamiento, tránsito por el lugar de los hechos, puestos de socorro y emergencia, localización de personas; normas que se deben seguir con respecto a las bebidas y alimentos, requerimientos sanitarios, etc. Mensajes precisos, sencillos y con gran fuerza simbólica que nos remitan a lograr un cambio expedito de actitud serán de gran ayuda para asistir a restablecer el equilibrio social, que tanto se deteriora en un desastre. Está de más el señalar que los medios pueden ser utilizados de forma local, regional o nacional inclusive, de acuerdo a las necesidades.

Para aprovechar al máximo la capacidad difusora de los medios es conveniente contar con planes de acción que permitan una elaboración rápida de los mensajes. Aún sería mejor el contar con personal capacitado dentro de los mismos medios que en caso de una contingencia supiesen cuáles son las primeras acciones que deben ejercer, dado que ante estas eventualidades el tiempo es muy importante. Si se tiene definido lo que es un desastre, los procesos que lo generan y aún las zonas de riesgo, sería conveniente la existencia de una posición directriz (un manual, por ejemplo) que guiase de inmediato la acción de los medios.

Resumiendo, si ante un desastre los medios **DESCIFRAN LA REALIDAD, DIFUNDEN NORMAS Y ACCIONES, E INFORMAN SOBRE LA VERDAD**, forzosamente adoptarán la calidad de **COMUNICADORES**, al convertirse en un **MEDIO QUE POTENCIALIZA EL CONOCIMIENTO**. Al comunicar los conocimientos necesarios para generar comunidad, los medios estarán cumpliendo su papel de servidores, de subsidiarios públicos, constituyéndose en una herramienta eficaz dentro del proceso de recuperar el equilibrio y restablecer la armonía en la comunidad afectada.

Descifrar, difundir, informar... pero principalmente comunicar, buscar el bienestar de los públicos, dar cauce al restablecimiento de la armonía social, proporcionar el entretenimiento sano que permita a las personas descansar de la tensión y angustia surgida por el desastre, informar sobre la realidad para permitir una correcta acción de situarse frente a lo exterior, y comunicar con una intención fundamental, con la causa que señala para qué es la comunicación: **SOLIDARIDAD**, esa noble acción humana que nos lleva a **SER CON EL OTRO**, a asistir a los demás por el bien común.

INDUSTRIA, RIESGOS Y BENEFICIOS

INDUSTRIA, RIESGOS Y BENEFICIOS

M.C. Eduardo Marambio Dennett.
Prof. Titular C de la Facultad de Química UNAM

Las sociedades contemporáneas, se han distinguido por la generación de una gran cantidad de desechos que se arrojan al medio ambiente con el consiguiente deterioro del mismo.

Con el elevado incremento poblacional en espacios físicos reducidos, surge recientemente el interés por estudiar los efectos que los desechos tienen sobre el entorno ambiental. Tal es el caso de la Ciudad de México que en el año de 1900 contaba con 541 mil habitantes distribuidos en 2 mil 713 hectáreas y para 1980 albergaba a 14 millones 500 mil habitantes en 100 mil hectáreas¹. En la actualidad, no es suficiente conocer el daño causado por los contaminantes, sino que se busca prevenir y minimizar los efectos perjudiciales sobre el hombre y su habitat.

La industria desempeña un papel importante en la modernización de la sociedad al generar satisfactores, empleos, y activar la economía en todos los niveles, sin embargo, también es una de las fuentes generadoras de contaminantes.

La siguiente tabla, nos compara las cantidades de contaminantes (valores relativos totales anuales) en el aire emitidos en el Valle de México por tres diferentes fuentes²:

Emisión de Contaminantes en el Valle de México

Contaminante	Vehículos	Industria	Naturales	Totales
Partículas	41,241	128,000	251,000	420,241
SO ₂ (1)	7,291	236,000		243,291
HC (2)	309,890	137,500		447,390
CO (3)	3,573,427	53,000		3,626,427
NO (4)	111,324	68,000		179,324
Totales	4,043,173	622,500	251,000	4,916,673

1. Bióxido de Azufre
2. Monóxido de carbono

3. Hidrocarburos
4. Oxidos de Nitrógeno

Celulosa y papel	32.4%	Metálica ferrosa	3%
Cementera	15.2%	Maquinaria y equipo	1.2%
Textil	10.8%	Hulera	0.9%
Química	9.9%	Metálica no ferrosa	0.7%
Vidriera	9.7%	Otras industrias	3.8%
Alimentaria	6.6%		

De los datos enlistados en la tabla anterior, podemos concluir que del total de partículas emitidas al medio ambiente, aproximadamente el 20% corresponde a las generadas por la industria; sin embargo, el daño a la salud que éstas causan es comparativamente mayor a las emitidas por los automóviles.

También, se debe considerar que no todas las industrias contaminan de la misma forma y con la misma intensidad. Es así como de las aproximadamente 30,000 industrias declaradas en el Valle de México, solamente 400 se consideran "críticas" en el Balance Ambiental de la Industria en la Zona Metropolitana, elaborado por la Dirección de Planeación Ecológica del Departamento del Distrito Federal³. En el cuadro siguiente, se indica el porcentaje de la contaminación que se le atribuye a diferentes ramas de la industria.

La forma en que cada industria contamina difiere del tipo de industria que se trata. Es así como la industria cementera genera partículas suspendidas (óxidos, carbonatos, silicatos, etc.), que con la lluvia pueden caer al suelo; por otra parte, la industria del papel y la celulosa contamina con desechos líquidos como aguas residuales que se descargan a la red de desague de la Ciudad de México. En la mayoría de los casos, la reglamentación de protección al medio ambiente existente, regula la forma en la que las industrias deben actuar buscando el bienestar de la comunidad.

Anteriormente, las industrias se encontraban ubicadas en localidades rurales ad hoc, hoy en día se ven rodeadas por la mancha urbana. Con esto, se modifica radicalmente el diseño de plantas industriales; considerandolas no como una entidad aislada, sino como parte de una comunidad, si se cambia de ubicación, los riesgos son equivalentes, por lo que lo que debe modificarse hacia procesos más limpios y con menos riesgos. Si antes se erigían grandes complejos, ahora se crean varias plantas pequeñas en las que el riesgo se reduce. De la historia aprendemos: Feyzin, Francia, 1964 (explosión de hidrocarburos); Flixborough, Inglaterra, 1974 (explosión de vapores de ciclohexano); Bophal, India, 1984 (escape de isocianato de metilo)⁴. Todos estos siniestros muestran defectos en los sistemas de seguridad e/o irresponsabilidad en el manejo de los procesos y equipos. La irresponsabilidad, no es solo de los encargados de la planta, es de todos los empleados que en ella laboran. Dándole un nuevo sentido a la palabra calidad, ahora como calidad total, no se habla de un

producto que reúne las especificaciones que el comprador requiere, se habla de alta eficiencia en toda la planta.

La permanente revisión y actualización del reglamento acorde con las necesidades de nuestro país resolverá muchos de los problemas, pero además, cada empresa debe comprometerse a establecer programas eficientes de control de emisiones contaminantes, así como una revalorización de los diferentes procesos que se emplean en las plantas, buscando minimizar las fuentes de contaminación y riesgo.

En la mayoría de los casos, la salud de la comunidad dependerá de la ética de un grupo que debe de buscar el correcto equilibrio entre un beneficio económico y los perjuicios que pueden causar.

Los canales para llevar esto a cabo existen; es nuestra obligación el utilizarlos y exigir su aplicación.'

1. Víctor Ballinas, La Jornada 30 de Marzo de 1992. pg 19.
2. El Financiero. 30 de Marzo de 1992. pg 80.
3. Revista Epoca. 23 de Marzo de 1992. pg 11.
4. B. Ruiz L., El Financiero, 27 de abril de 1992, pg. 92.