

El desastre es el mensaje.

Un análisis de la prensa escrita y Facebook, sobre las inundaciones en Tultitlán, México

Oscar Adán Castillo Oropeza

Universidad Autónoma del Estado de México, México

ORCID: 0000-0002-3054-7993

oscaradan68@gmail.com

Nallely López Valdéz

Universidad Nacional Autónoma de México, México

ORCID: 0000-0003-4809-1493

nallelylvz@gmail.com

Cómo referenciar este artículo:

Castillo Oropeza Oscar Adán; López Valdéz Nallely (2019) **El desastre es el mensaje. Un análisis de la prensa escrita y Facebook, sobre las inundaciones en Tultitlán, México.** Revista Encuentros. Universidad Autónoma del Caribe. Vol. 17-01 de enero-junio.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15665/encuent.v17i01.1578>

Recibido: 17 de febrero de 2018 / **Aceptado:** 10 de diciembre de 2018

RESUMEN

En este artículo se analizan las formas de comunicación de riesgo o desastre que se presentan, a partir de las inundaciones ocurridas en el municipio de Tultitlán, Estado de México. Se trata de cuestionarse sobre cómo se construyen los discursos sobre el riesgo o desastre en los medios de comunicación, principalmente en la prensa escrita y las redes sociales, específicamente *Facebook*. Para ello, se realizó el análisis hemerográfico de diferentes noticias de dos principales periódicos y el seguimiento de noticias en diferentes páginas de *Facebook*. Además, se utilizaron algunos documentos oficiales y trabajos de investigación previos.

Palabras clave: Comunicación del riesgo o desastre, prensa escrita, *Facebook*, discursos, Tultitlán.

The disaster is the message.

An analysis of the written press and Facebook, on the floods in Tultitlan, Mexico

ABSTRACT

This article analyzes the forms of risk or disaster communication that are presented, from the floods that occurred in Tultitlan municipality, State of Mexico. It is a matter of questioning how discourse about risk or disaster is constructed in the media, mainly in the written press and social networks, specifically *Facebook*. For it, we performed the hemerographic analysis of different news from two main newspapers and the monitoring of news on different *Facebook* pages. In addition, some official documents and previous research were used.

Keywords: Communication of risk or disaster, written press, *Facebook*, speeches, Tultitlan.

O desastre é a mensagem.

Uma análise da imprensa escrita e do Facebook, sobre as inundações em Tultitlán, no México

RESUMO

Este artigo analisa as formas de comunicação de risco ou desastre que surgem, das inundações ocorridas no município de Tultitlán, Estado do México. Trata-se de questionar como os discursos sobre riscos ou desastres são construídos na mídia, principalmente na imprensa escrita e nas redes sociais, especificamente no Facebook. Para fazer isso, realizou-se a análise do jornal de diferentes notícias de dois jornais principais e o monitoramento de notícias em diferentes páginas do Facebook. Além disso, foram utilizados alguns documentos oficiais e pesquisas anteriores.

Palavras chaves: Comunicação de risco ou desastre, imprensa escrita, Facebook, discursos, Tultitlán.

1. Introducción

La urbanización en la Zona Metropolitana del Valle de México (ZMVM)¹, debido entre otras cosas, a la migración interna del campo a la ciudad, el desarrollo de la industria y el crecimiento inmobiliario, provocan una serie de dinámicas socioambientales que modifican los territorios locales de manera heterogénea. La alta concentración de población, el incremento de zonas de pobreza en las periferias urbanas, la generación de residuos, la criminalidad o los conflictos por el agua tanto en su carencia

(escasez) como en su abundancia (inundaciones), son algunas de las características de estos lugares.

Dichos conflictos y su relación con los desastres naturales², se consideran como “(...) construcciones sociales, creaciones culturales, que pueden modificarse según cómo se los aborde” (Torres, 2005, p.13). Es decir, de acuerdo con los intereses involucrados por parte de organizaciones, gobiernos y medios de comunicación, es como se establecen y adquieren relevancia en la esfera pública.

En el caso de la comunicación mediática sobre los asuntos socioambientales, esta juega un papel preponderante en la construcción de una cultura de la gestión del riesgo, debido a su lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de la sociedad, en donde la cultura cambia cuando las mediaciones tecnológicas (medios de comunicación) modifican el estatuto cognitivo del saber y la razón de una colectividad (Martín, 1992).

Es así como la comunicación del riesgo puede o no ser un proceso interactivo y horizontal, en el cual determinados actores definen lo que es o no un riesgo de desastre. A partir de ello se espera que, los comunicadores principalmente,

¹ La Zona Metropolitana del Valle de México está delimitada por 16 delegaciones del Distrito Federal, 59 municipios del Estado de México y 1 municipio del Estado de Hidalgo (CONAPO, 2013).

² Este artículo pretende contribuir a los estudios sociales sobre desastres, aquellos que consideran a los desastres no como eventos naturales, sino sociales en donde convergen fenómenos naturales y factores de vulnerabilidad social (Véase Maskrey et. al., 1993).

transmitan información para que la población tome precaución del impacto de algún desastre. Sin embargo, éstos suelen presentar dicho proceso como un evento, en función de determinada información que en su mayoría es incompleta y determinada por ciertas connotaciones ideológicas, socioculturales o técnicas concretas, que en general definen al desastre como un hecho relevante en el entorno social.

El tratamiento sobre esta perspectiva de los desastres, aunque no es reciente (Véase Newson, 1989; Molin & Villalobos, 1999) es aún escaso. Por lo que es un campo de estudio en construcción, en el cual actualmente varios autores (Esteinou, 2000; Farré, 2005; Rendón, 2005; Castillo, Martínez, & Batllori, 2008; González, 2008; Choconi, 2010; Cáceres, Sánchez, & Morales, 2013, Vallejos-Romero, Riquelme & Garrido, 2017) discuten sobre la necesidad de problematizar las diferentes medidas informativas y preventivas en caso de crisis o catástrofes, no solamente las que producen y reproducen las instituciones del Estado, sino las personas afectadas u otras organizaciones involucradas en el escenario de riesgo y desastre.

Por lo cual, se considera pertinente contribuir a ese tipo de estudios, pero a partir del análisis de casos concretos, con la finalidad de identificar y analizar las maneras en cómo los

actores mediáticos han establecido la preponderancia de los contenidos en torno al riesgo o al desastre.

Por tanto, nos enfocaremos en las inundaciones ocurridas en el municipio de Tultitlán, Estado de México, 26 al 28 de julio del año 2016 cuando fue declarado como zona de desastre por la SEGOB (Secretaría de gobernación) Federal. En este lugar las inundaciones han sido recurrentes. De acuerdo al último informe de la Comisión del Agua del Estado de México (CAEM), entre el año 2002 y 2015, las inundaciones afectaron a una población aproximada de 27,324 personas (CAEM, 2016). Dicha reincidencia, incrementa la incertidumbre en relación a si existe o no una comunicación del riesgo.

Se trata de preguntarse sobre los diferentes discursos que se presentan en la prensa escrita y en las redes sociales, para analizar cómo se comunica el riesgo o el desastre, a partir de determinada información. En este caso, si el desastre se define como fenómeno natural (amenaza), como una cuestión técnica o de infraestructura (falla de las redes de drenaje) o como parte de la responsabilidad que los ciudadanos tienen de cuidar los servicios de drenaje, evitando tirar basura, por ejemplo.

Es decir, se ofrecen otros elementos de discusión sobre el riesgo de desastre por inundación en un espacio urbano

local, a partir de un caso concreto y con principal énfasis en el análisis de los discursos en la prensa escrita y *Facebook*.

2. Metodología

En el aspecto metodológico se consideró la aplicación de una estrategia de análisis de tipo documental y hemerográfica, de carácter fundamentalmente cualitativo. Por tal motivo, se establecieron principalmente dos niveles de análisis.

El primero, se refiere a la búsqueda y consulta de textos especializados sobre la influencia de los medios masivos de comunicación (especialmente escrita y redes sociales) y la representación que los medios hacen de las catástrofes, sus riesgos y el comportamiento humano, para definir dicha relación (Esteinou, 2000, González, 2009, Vallejos-Romero et al., 2017). El segundo, concierne al análisis de cómo definieron y comunicaron los actores mediáticos (prensa escrita y redes sociales) el riesgo o desastre por inundación en este lugar.

Se hizo un análisis crítico del discurso³, a partir de la revisión

³ El análisis crítico del discurso "es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el

de noticias publicadas en tres periódicos de circulación nacional: El Universal y Excélsior. La selección de los periódicos fue debido a la permanencia del mensaje tanto impreso como electrónico, porque figuran entre los de mayor difusión y tiraje (Ver Tabla 1) y además fueron los que realizaron la mayor cobertura de las inundaciones ocurridas en el municipio de Tultitlán.

Tabla 1. Tiraje diario de los periódicos seleccionados

| Periódico | Promedio de tirada |
|--------------|--------------------|
| El Universal | 180,000 |
| Excélsior | 90,000 |

Fuente: Elaboración propia con base en datos del Instituto Nacional Electoral (2014).

El otro medio que se consideró fue la red social *Facebook*, debido al impacto en cuanto a la transmisión en tiempo real la información⁴. Al igual que en la prensa escrita, aunque con sus claras distinciones, se realizó un análisis de los momentos y formas del discurso, pero desde la percepción de los afectados.

Para ello se consideraron las siguientes páginas: a) “De Tultitlán”, cuyo impacto asciende (en el momento de la investigación) a

contexto social y político” (Teun A. Van Dijk, 1990, p.23).

4 Como lo señala un estudio realizado en 2010-2011 por la Asociación Nacional de Internet (AMIPCI), en tan sólo cinco años la cantidad de mexicanos que utilizan las redes sociales en línea fue de 34.9 millones de usuarios lo que corresponde a un 61% de los mexicanos en línea (AMIPCI, 2014).

19,711 personas; b) “A Fondo Estado de México”, con un impacto de 231, 820 personas y; c) “Fuentes del Valle”, con 7,180 seguidores.

La selección de las páginas de *Facebook* fue en consideración del número de seguidores, la delimitación geográfica (municipio de Tultitlán) y las publicaciones compartidas durante las inundaciones, caracterizadas por la inmediatez y fluidez, lo que se esperaba favoreciera la comunicación entre los afectados.

En concreto se trabajó con un corpus de 9 notas, de las cuales 6 pertenecen a la prensa escrita y 3 a las páginas de *Facebook*. Todas publicadas entre el 27 de julio de 2016 y el 29 de julio de 2016, acerca de la inundación ocurrida en Tultitlán.

De forma complementaria, con el objeto de conocer diferentes acercamientos sobre el fenómeno, se consultaron documentos de carácter oficial (informes del Gobierno Municipal, Estatal y Federal, entre otros).

Este texto pretende contribuir a los estudios ya existentes, al presentar dos formas de análisis del discurso, que han sido poco exploradas, a pesar del impacto que tienen los medios de comunicación en la representación social del desastre.

3. Resultados

Para el análisis correspondiente se establece una directriz a partir de lo que se denomina como las *temporalidades del desastre* (antes, durante y después del desastre) (De Alba y Castillo, 2014). En el *antes* (señalado como un tiempo vital en el proceso de comunicación del riesgo), no existe una cobertura sobre las causas por las cuales se propician las inundaciones y, en consecuencia, tampoco se comunica sobre la manera de actuar ante una situación de desastre. Esto no se presenta en la prensa escrita ni en las redes sociales.

En este sentido, se considera que la *comunicación del riesgo*, se establece precisamente en el *antes*, pues en el *durante* y *después* es más bien una *comunicación del desastre*. Lo ideal es que en el *antes* se elaboren mensajes, campañas y programas de acción comunicativa, las cuales permitan a la población ser consciente de las causas y consecuencias del riesgo de desastre. En cuanto al *durante*, poco se generó en las redes sociales, a pesar de la inmediatez que representan, en contraparte de la prensa cuyo alcance es nulo en dicho momento. Asimismo, la poca información emitida en las páginas de *Facebook* no generó una interacción entre los afectados.

Por tanto, en los componentes del discurso de las notas seleccionadas, se nota una serie de connotaciones políticas y sociales. Las noticias

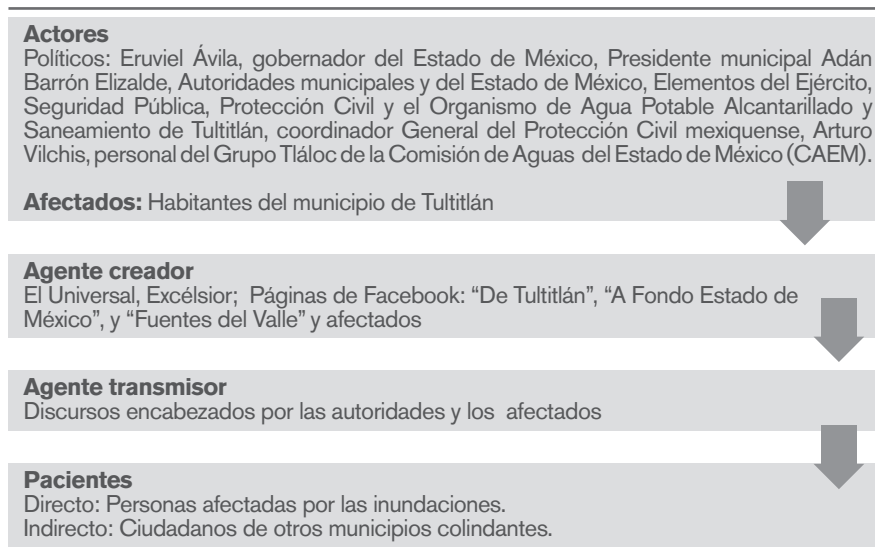
se construyeron en función de los intereses y necesidades de los actores más representativos, en este caso de las autoridades locales principalmente y de los afectados.

Para Manzano (2005) en la construcción del discurso se encuentran dos tipos de agentes (creador y transmisor) y dos tipos de pacientes (directo e indirecto). En primer lugar, el agente creador “tomará los elementos que considere del contexto (de forma más consciente o menos) y les añadirá otros, evitará también algunos y lo organizará en un todo argumental” (Manzano, 2005, p. 13). El agente transmisor por su parte referirá a las instituciones o agentes de poder detrás de los discursos. El paciente directo se concibe como aquel hacia quien concretamente está elaborado el discurso y el paciente indirecto se presenta cuando “el público receptor es muy superior al que justifica el diseño concreto del discurso” (Manzano, 2005, p. 13).

En el Diagrama 1 se presentan los actores mediáticos y no mediáticos que construyen el discurso de las noticias sobre la inundación.

En el discurso de los actores que se presenta en las noticias de periódico, pueden evidenciarse varios aspectos en común. Principalmente, son las consecuencias o afectaciones de las inundaciones el punto de mayor relevancia, eso indica que las

Diagrama 1. Disección de los discursos sobre las inundaciones.



Fuente: Elaboración propia.

causas del desastre o el riesgo no son importantes de informar.

Es importante resaltar que las noticias en cada uno de los periódicos son de una extensión breve, eso implica poca información y datos repetitivos entre las notas. En los tres diarios consultados, se presentan en primer plano las acciones que el gobierno local hace. Se legitima su acción aludiendo a que responde efectivamente a los daños y las necesidades de los afectados, fortaleciendo la imagen de los representantes políticos locales y del partido en el poder, ello debido a que se construye en los medios una idea de liderazgo, al tiempo que se destacan las capacidades y recursos que los representantes

tienen para actuar en beneficio de las personas afectadas. Es decir, la imagen política se usa para ampliar las capacidades de competencia, posicionamiento, diferenciación y rentabilidad electoral.

Se puede observar también que en la mayoría de las notas de periódico revisadas, se hace referencia a la inundación como un evento natural, causado por las intensas lluvias o por la acumulación de basura. Al respecto se dice:

“(…) el lodo y basura arrastrados por el agua de lluvia provocó que las coladeras se taparan y comenzara a generarse la inundación” (Excélsior, 28/07/2016).

“Autoridades de Tultitlán (...) mencionaron que la situación se complicó por la gran cantidad de basura que fue arrastrada al drenaje” (El Universal, 28/07/2016).

“Las autoridades locales insistieron en que las inundaciones se registraron por la cantidad de lluvia, lo que se agravó con la basura arrastrada y que generó el taponamiento de los drenajes” (El Universal, 29/07/2016).

Entretanto, en ninguna de las noticias se hace alusión a factores como la vulnerabilidad socioambiental, la amenaza o el riesgo, que son componentes inherentes de los desastres (Lavell, 1993). De ahí que la comunicación sobre las inundaciones que se presenta en este tipo de periódicos modela la mente de las audiencias (Castells, 2008) en relación a la definición y las causas del desastre, así como provoca una serie de reacciones sociales comunicativas diferentes.

Los discursos que se construyeron sobre las inundaciones en *Facebook* son divergentes de lo comunicado en los periódicos. Aquellos que responsabilizan al resto de ciudadanos de ser los causantes de las inundaciones por tirar basura en las calles, lo cual tapa las redes de drenaje y otros que señalan a las autoridades correspondientes como

los principales causantes del mal funcionamiento de la red de drenaje, lo que imposibilita el desagüe del agua de lluvia y provoca las inundaciones.

En *Facebook* los afectados y población en general, mencionaron que las inundaciones que han afectado al municipio e incluso a municipios aledaños, se deben a la falta de mantenimiento de los sistemas de drenaje. Además, coinciden con lo que se menciona en las notas de periódico, sobre el papel preponderante de la acumulación de basura que implica la aparición del desastre, lo que puede constatarse en las siguientes declaraciones:

“Siempre buscamos a un culpable y porque no nos ponemos frente al espejo y veremos a los máximos culpables. Mejor hacer conciencia al tirar basura, porque todos tenemos culpa. No solo busquemos culpables mejor ayudemos y salgan a limpiar sus banquetas no esperemos ayuda que tal vez no llegará” (De Tultitlán, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/DeTultitlan/>)

“No todo se lo dejen a las “autoridades” Bastante contribuye la gente (...) que tira basura en la calle (Fuentes del Valle, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/fuentesdelvalle/?fref=ts>).

“(...) de todos es sabido, la problemática, y aunque no pueden prever desastres naturales, pueden prevenir muchas cosas, pueden hacer una campaña de limpia en la López portillo, pueden entubar los canales y/o ríos, pueden hacer un drenaje de mayor capacidad, pueden crear un fondo de ayuda a damnificados, pueden buscar crear cultura cívica, pueden pavimentar las calles y evitar encharcamientos” (De Tultitlán, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/DeTultitlan/>).

“Esto es por culpa del maldito gobierno, pero insisto voten por el PRI (...)” (A fondo Estado de México, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/AFondoEdomex/>).

“Quizás sea un fenómeno natural eso es comprensible, pero que tiene que ver en algo las administraciones si tienen que ver, tanto la pasada como la actual, no hacen nada por mejorar el estado del sistema de drenaje general, y eso es pedir mucho... Tan sólo las alcantarillas sobre la López Portillo, no tienen tapas, están rotas, etc. etc. Es un problema de hace mucho tiempo y no es un fenómeno aislado (...)” (De Tultitlán, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/DeTultitlan/>).

“Claro que es responsabilidad de los servidores públicos del ayuntamiento trienio tras trienio por la mala calidad de las obras hidráulicas, esto es y será año tras año y también somos responsables los que tiran la basura a la coladera, la basura de los tianguis la basura que tira el trailerero, el automovilista, el de a pie pero si realmente invirtieron los recursos para una buena obra hidráulica esto se reducirá considerablemente año tras año lloverá y trienio tras trienio será lo mismo y los otros responsables ya no tiremos basura. Todos somos responsables” (A fondo Estado de México, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/AFondoEdomex/>).

En contraparte, únicamente un usuario hizo referencia a la percepción de los desastres como una cuestión natural, como puede constatarse en el siguiente testimonio:

“No creo en la decencia ni la capacidad de ningún político, pero esto se trata de un desastre natural al igual que los que ocurren en todo el mundo, incluidos países como Estados Unidos y la Unión Europea” (De Tultitlán, 29/08/2016; recuperado de <https://www.facebook.com/DeTultitlan>).

Los discursos elaborados por la prensa están diseñados de tal manera que omiten de manera premeditada o porque desconocen información acerca de las condiciones de vulnerabilidad socioambiental en el municipio y las maneras de actuar para contrarrestar precisamente dicha vulnerabilidad. Esto a consecuencia de anteponer los intereses económicos e ideológicos del propio medio, pues es nulo el cuestionamiento o la opinión crítica hacia lo sucedido y el papel de las autoridades correspondientes en relación a la atención de los afectados.

Así se puede observar que para los afectados que emitieron información en *Facebook* las inundaciones son un problema de voluntad política, en relación a que las autoridades gubernamentales no hacen limpieza de las redes de drenaje o entuban los ríos o canales de aguas residuales. Pero, también señalan que es un problema de cultura cívica o ambiental, porque como habitantes de este lugar tiran la basura en la calle y en temporada de lluvias es lo que provoca que se tapen las coladeras, se acumule el agua y provoque inundaciones.

En las notas de periódico que se analizaron, ninguna cuenta con los testimonios de personas afectadas, siendo únicamente breves descripciones de los hechos ocurridos. En *Facebook* los afectados niegan la acción de las autoridades y exigen respuestas rápidas. Pero en ambos casos se piensa que las

inundaciones son eventos de la naturaleza, difíciles de predecir. En la información que se presenta, prevenir las inundaciones no implica mejorar las estrategias comunicativas de prevención de riesgo de desastre, sino de medidas técnicas.

En líneas generales, la comunicación del riesgo (antes), fue prácticamente nula. Al momento de la inundación (durante), en las fuentes periodísticas no se dijo nada, en las redes sociales sólo se comentó muy poco y no se registraron como un fuerte medio de comunicación entre los afectados. Finalmente, en el después, redes sociales y prensa desarrollaron reportes de los daños a consecuencia de la inundación, pero no se indagó en mayor medida las causas de fondo que desarrollaron el desastre.

4. Discusión

Existen distintas percepciones entrelazadas cuando se busca informar acerca de algún tipo de desastre en los medios masivos. Con base a nuestro análisis, aparecen al menos dos. Una referente a la simbolización de los desastres como algo dramático, que se vende y es memorable para la audiencia y, otra que se refiere a la exposición de información que generalmente no satisface las necesidades requeridas por las audiencias, el cómo, cuándo, dónde y por qué de las inundaciones.

Los medios de comunicación en caso de desastre han funcionado según cuatro principios de reproducción: a) una lógica mercantil; b) el dar legitimidad al sistema; c) una lógica que evade la realidad y; c) la atomización de la conciencia (Esteinou, 2000).

Al respecto Esteinou (2000) sugiere que, ante la presencia de escenarios de riesgo o desastre, el Estado y la sociedad civil tendrían que construir estrategias de comunicación para un mejor entendimiento, a través de la conversión y transparencia de contenidos informativos que los medios de comunicación de masas emiten hacia los receptores. De tal suerte, que se construirían nuevos canales de difusión entre los afectados.

Sin embargo, existe también la preferencia temática en la agenda mediática⁵. Pocas veces se considera lo relacionado con las causas de los desastres, pues únicamente puede verse un avance en la cobertura sobre temas referentes al cambio climático, generalmente enfocados a congresos, cumbres o seminarios (Cáceres, 2013).

En tanto, cuando las agendas

5 La teoría de la Agenda Setting señala que los medios le indican a la audiencia sobre los temas acerca de los cuales deben de pensar y la forma como deberían pensar sobre ellos, considerando entonces a los mass-media como creadores de la realidad del público, el cual es influido inconscientemente por el contenido (Diéguez, 2003).

mediáticas de las grandes empresas de los medios masivos, refieren a problemáticas de desastres, seleccionan temas donde se presentan los hechos tan impactantes como sensacionalistas, con el fin de hacer visible aquello que represente a los intereses de dichos medios, llegando al punto de construir una la realidad parcial y técnica de lo sucedido. Tan es así que se deja de lado la comunicación para la prevención y atención, pero se pone más atención en el durante del desastre, como se analizó previamente.

De igual forma, en los mass-media los desastres se definen como eventos imposibles de predecir, es decir, la comunicación gira en torno al desastre debido a que es únicamente perceptible y comunicable cuando acontece. Por ejemplo, cuando se presentan inundaciones, temblores, incendios u otros, se exhibe la información del instante, siendo prácticamente inexistente el análisis en términos de las causas de fondo. Por lo tanto, la comunicación del riesgo no existe.

Existe una comunicación del desastre que es siempre alarmante, esto con el objeto de presentar hechos vendibles ante las audiencias, noticias que tienen un cierto impacto en su seguridad, pues como lo establece Enrique Gil (2003, p. 171): “el miedo es el mensaje” o, en este caso, el *desastre es el mensaje*.

Otro de los puntos fundamentales para establecer una cultura del riesgo es el hacer una diferenciación entre informar y comunicar, pues como lo establece la Secretaría a cargo de la Estrategia Internacional para la Reducción de Desastre (EIRD, s.f.), son dos procesos estructurados en distintos niveles, pues el informar es un proceso unidireccional, es decir que no incluye posibilidad de *feedback*, pero conforma parte de la comunicación que surge precisamente cuando se rompe esa barrera unidireccional. Es así que:

(...) confundida muchas veces con información, la comunicación se eleva ya al rango de “proceso imprescindible” en toda acción preventiva o de respuesta, en toda planificación destinada a la reconstrucción o a la rehabilitación, en caso de desastre. Ella provee los insumos básicos para que tanto emisores y receptores se relacionen acertadamente, interactúen proactivamente y puedan establecer una óptima retroalimentación (Bratschi, 2007, p. 2).

Es fundamental entonces (re) pensar la función de los medios masivos desde la comunicación del riesgo, puesto que son vendedores del desastre y no desempeñan una función preventiva. No existe una neutralidad de lo que informan en cuanto a los desastres, son realidades

que se configuran de acuerdo a quienes los manejen o utilicen.

Los desastres son realidades que se venden, son parte de una producción mediática. No obstante, existen otros medios alternativos que ante dicha realidad, resultan importantes, como son las redes sociales.

Los medios alternativos pueden entenderse como fuentes de información que tienen un carácter independiente y por lo tanto se alejan del carácter empresarial/mercantil. Además, se componen de periodistas, comunicadores, organizaciones sociales o ciudadanos comunes, que reflejan una realidad más cercana a la experiencia de los sujetos, pues sirven como plataforma (*Facebook*) para dar voz a las audiencias, sus intereses, necesidades y pensamientos, que la mayoría de las ocasiones no son relevantes para los medios oficiales.

A partir de ello se desprenden entonces otros dos componentes fundamentales de lo que podría ser una comunicación del riesgo y no del desastre: los profesionales (comunicadores) y las audiencias (afectados).

El papel de los comunicadores radica en construir contenidos, mensajes o discursos, mediante un lenguaje sencillo, es decir alejado de tecnicismos poco comprensibles para las audiencias no expertas en temáticas de riesgo. De igual manera, los modelos comunicacionales que

estos actores transmiten deben evitar recurrir a estrategias de alarma social, pues esto suele provocar psicosis colectiva, paralizando las acciones de los posibles afectados.

Dicho de esta manera, se considera pertinente realizar constantes análisis de la percepción social del riesgo, en donde de cierta manera se “midan” los niveles de alarma social, desinterés, preocupación o cualquier otro estado que involucre al riesgo dentro de los imaginarios colectivos de la población.

Con respecto a esta última, es necesario considerar que como prosumidor⁶ mediático, a partir de que se desarrollan tecnologías y se dan formas distintas de interacción/relación entre los individuos, la audiencia forma parte de un proceso en donde se compone, comparte y difunde información. En este punto, también hay que reforzar la necesidad de alfabetización mediática con la que se logre que la mayoría de los ciudadanos entiendan no solamente qué significado tienen los mensajes transmitidos, sino que además, sean capaces de crear contenidos de

⁶ La palabra prosumidor –en inglés, prosumer– es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “producer” (productor) y “consumer” (consumidor). El concepto “prosumidor” fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos (Islas, 2008, p.35).

calidad que impulsen un diálogo y un compromiso cívico reflexivo.

Asimismo, es menester tener en cuenta otros factores respecto a la relación entre los profesionales de la comunicación y la audiencia, pues en todo momento debe considerarse el contexto espacio-tiempo de los implicados para que los mensajes sean los más claros, entendibles y adecuados, evitando la distorsión de la información que en su momento ha tenido repercusiones en la forma de actuar ante los riesgos y los desastres. Este conjunto de factores: comunicadores, audiencias, contextos y discursos serán fundamentales para lograr una comunicación del riesgo. El fin entonces es que se logre pasar “de una simple información de arriba hacia abajo a una forma interactiva, iterativa y participativa en la toma de decisiones entre los gestores y los gestionados” (Vallejos-Romero et. al., 2017, p.4).

5. Conclusiones

Los medios de comunicación, como uno de los primeros constructores de la realidad social, han sido transmisores de ideas ambiguas en tanto el riesgo, la amenaza, la vulnerabilidad y el desastre. A partir del caso analizado se considera que las inundaciones son simples actos de la naturaleza y, por tanto, se han definido como inevitables.

Los contenidos presentados por los comunicadores, tratan sobre el desastre y no sobre el riesgo, mencionan las consecuencias inmediatas, el conflicto, los escándalos políticos y el drama de las víctimas. De igual forma, como parte de este proceso, las agendas establecidas se adecuan siempre a los intereses de quienes controlan los medios, por lo cual el sesgo en la información transmitida está presente en todo momento.

Entonces, las noticias expuestas por los medios a las audiencias no representan de ninguna forma una posibilidad de comunicación adecuada del riesgo. Más bien, bajo el estandarte de “cuanto más catastrófico, más vendible”, se genera en los receptores una tendencia al sensacionalismo, y con ello, su alienación a contenidos superficiales y ambiguos. Por lo que el *desastre es el mensaje*.

En este caso perdura una esquematización simplista de la información en tanto al desastre. Existe una despersonalización de la tragedia, se presenta de tal manera que se rechaza la situación como propia, considerando las noticias superfluas y ajenas al espectador, lo que acompañado del sensacionalismo cada vez más frecuente, impide que se lea la magnitud real de los mismos.

De igual forma, se individualiza la pérdida debido a que en muchas

ocasiones, los afectados tienen que hacer frente a la situación con recursos propios, dejando de lado entonces la obligación que el Estado tiene para con la población.

Por otra parte, a pesar de la facilidad de acceso que representan las redes sociales como *Facebook*, por ejemplo, no se logra todavía entablar un proceso de alfabetización mediática, en la cual los afectados generen lazos de mayor trascendencia, sólo se señalan a los culpables.

En tanto, no puede hablarse de una comunicación del riesgo, debido a la nula cobertura que se da a las condiciones de vulnerabilidad y amenaza en las temporalidades previas a los hechos. El seguimiento hemerográfico evidenció una comunicación del desastre y no del riesgo, por lo que los elementos empíricos nos permiten hablar de ello y de la manipulación mediática que se da en torno a los sucesos catastróficos.

La actual transformación de la tecnología de la comunicación en la era digital, amplía el alcance de los medios de comunicación a todas las esferas de la vida social, en una red que es a un tiempo global y local, genérica y personalizada. Sin embargo, como se muestra en el caso analizado, aún no existen suficientes elementos que permitan que los administradores y usuarios de las páginas de redes sociales como *Facebook*, entablen canales de comunicación de riesgo.

Por lo cual, resulta necesario que los medios de comunicación (no solo la prensa), en conjunto con los actores involucrados (científicos sociales, autoridades e instituciones de los tres niveles de gobierno y población en general) establezcan programas de comunicación y cultura del riesgo, promoviendo la creación de modelos de desarrollo y educación los cuales ayuden en la mitigación del daño.

La comunicación se entrelaza con estrategias de prevención de los desastres en el sentido de cerrar la brecha entre la generación del conocimiento científico-técnico, la gestión de normas políticas y técnicas y la apropiación social de la información. Dicha información se convertirá en conocimiento y éste a su vez, se podrá traducir en decisiones y acciones sociales concretas que permitan entonces un cambio cultural de la gestión del riesgo (Molin & Villalobos, 1999).

Principalmente, el trabajo del comunicador social recae en el compromiso de entablar a partir de los distintos canales, un modelo de comunicación viable para la mitigación de los riesgos que afectan a la población. Paralelamente, deberá construir mensajes adecuados para que el común de los afectados, pueda entender fácilmente dicha información trascendental en el desarrollo cotidiano de sus vidas, pues se entiende, por ejemplo, a las inundaciones como sucesos

que esporádicamente tienden a repetirse.

De igual manera existe una urgente necesidad de (re)pensar a dichos medios de comunicación, presentándolos como plataformas colectivas en donde se atiendan necesidades reales y de urgencia social, que compartan no sólo los contenidos “tradicionales”⁷ que han predominado desde su establecimiento comercial/ mercadológico, sino también programación enfocada en situaciones y demandas de desarrollo ciudadano, como lo es la comunicación del riesgo.

Para lograr que las poblaciones puedan educarse a partir de aquello transmitido por los distintos actores mediáticos y con ello, tomar hábitos y acciones para promover su seguridad, es necesario que los contenidos sean constantemente repetidos, considerando inclusive distintas maneras de presentar la información con el fin de que pueda ser entendible para cualquier persona (Esteinou, 2000). Es importante que los mensajes se realicen en la primera temporalidad de desastre para lograr establecer un proyecto de comunicación más acorde a la realidad.

Lo anterior, sin perder tampoco la suma de factores en cuyo primer

momento está sí la información (a partir de la comunicación del riesgo), pero que si no se llega a la acción material/política generada entre todos los actores involucrados, es decir, ciudadanos, gobierno y medios, no habrá un avance social, esto en el entendido de que la comunicación funciona como un motor o como freno de la evolución del hombre, pero por sí sola no produce un desarrollo (Esteinou, 2000). En otras palabras, se requiere no sólo de políticas comunicativas adecuadas, sino también de apoyo institucional y civil que en conjunto consiga una cultura de educación ante los riesgos.

Las acciones que permitan hablar de un desarrollo deben realizarse en conjunto entre los distintos actores pues “si los seres humanos pueden modificar su entorno para empeorarlo, sus valores y acciones también pueden desempeñar un papel clave en la prevención y mitigación de los desastres naturales (Villalobos, 1998, p.6).

En el caso que se abordó se refleja el papel que los periodistas han desarrollado en tanto a su formación profesional, denotando su incapacidad para informar aquello referente al riesgo y al desastre y, sus diferencias. De igual manera, en las redes sociales no se cuenta con los conocimientos pertinentes para transmitir información en las diferentes temporalidades del desastre.

Esto nos dirige hacia una reflexión más amplia sobre cómo están diseñados los programas de formación tanto de los comunicólogos y comunicadores, frente a otras realidades como: el cambio climático, riesgo y desastre. Por lo cual, parece necesario ampliar la ventana de conocimiento sobre esos temas para tratarlos de la manera más imparcial posible e informar de forma objetiva.

A partir de ello, es importante recalcar el papel ético de la profesión que será la encargada de construir mensajes claros, constantes/ oportunos, realistas y no fatalistas, así como acordes a la audiencia. Aún falta mucho hacer.

Con base en las evidencias presentadas y en el análisis realizado acerca de la manera en que los distintos actores mediáticos han construido el discurso sobre las inundaciones en el municipio de Tultitlán, México, se puede observar un sesgo informativo que se genera tanto en la prensa escrita como en las redes sociales, exhibiendo el desastre como un hecho que desde su visibilidad es necesario atacar, tomando medidas para poder contrarrestar los daños. En otras palabras, no existe *comunicación del riesgo* sino *comunicación del desastre* y, en este sentido, se hace palpable la intencionalidad de mostrar a los desastres como un tema más en el amplio mercado mediático referido a los “males de la naturaleza”.

7 Cuando se hace mención de contenidos tradicionales se refiere a los que son de constante repetición en la televisión como: telenovelas, *talk-shows*, *realities*, programas deportivos, entre otros.

Referencias bibliográficas

Arrasa lluvia con autos y anega casas en Tultitlán. (29 de julio de 2016). El Universal. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/edomex/2016/07/29/arrasa-lluvia-con-autos-y-ane-ga-casas-en-tultitlan>

Asociación Mexicana de Internet. Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2014. Recuperado 15 de agosto de 2016 de https://www.amipci.org.mx/estudios/habitos_de_internet/Estudio_Habitos_del_Internauta_Mexicano_2014_V_MD.pdf

Bratschi, G. (2007). La comunicación social en la gestión del riesgo. Algunos conceptos para recordar y aplicar. Revista Estrategia Internacional para la Reducción de Desastres. Recuperado 13 de agosto de 2016 de <http://www.eird.org/esp/revista/no-14-2007/art8.html>

Cáceres, M.; Sánchez, M. & Morales, E. (2013). La representación televisiva del cambio climático: las noticias sobre la Cumbre del Clima de Cancún en las cadenas españolas. Recuperado 17 de agosto de 2016 de https://www.ucm.es/data/cont/docs/268-2013-06-18_Caceres_Sanchez_Morales_RepresentacionTV_Tarragona.pdf

Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la Política. *Revista Telos* n° 74. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado 15 de noviembre de 2016 de http://www.sgp.gov.ar/contenidos/inap/Cuerpo1/Docs/2012/biblio_seminario_INAP/comunicacion/Castells-Comunicacion_y_poder_Revista_Telos.pdf

Castillo, D.; Martínez, J. & Batllori, E. (2008). Los medios de comunicación masiva ante los fenómenos naturales. *Espacios Públicos*, vol. 11, núm. 21, pp. 240-254 Universidad Autónoma del Estado de México, México. Recuperado 02 de octubre de 2016 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67602113>

Choconi, G. (2010). Comunicaciones de riesgo, una aproximación conceptual.

Comisión del Agua del Estado de México (2016). Reincidencias. Atlas de Inundaciones. Recuperado 10

de noviembre de 2016 de <http://caem.edomex.gob.mx/reincidencias>

Consejo Nacional de Población (CONAPO) (2013). Delimitación de las zonas metropolitanas de México 2010. Recuperado 05 de agosto de 2016 de http://www.conapo.gob.mx/ES/CONAPO/Zonas_metropolitanas_2010

De Alba, F. & Castillo, Oropeza Oscar Adán. (2014). Después del desastre... viene la informalidad. Una reflexión sobre las inundaciones en la metrópolis de México. Revista Iberoamericana de Urbanismo. España. Recuperado 22 de noviembre de 2016 de http://www.riurb.com/n11/11_Riurb.pdf

Diéguez, V. (2003). Manejo de Derechos Humanos en noticieros de televisión abierta mexicana. Tesis Licenciatura. Ciencias de la Comunicación. Departamento de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad de las Américas Puebla.

Esteinou, J. (2000). Medios de comunicación colectivos y desastres naturales. Revista Razón y Palabra. Número 16, Año 4. Recuperado 13 de diciembre de 2016 de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n16/jesteinu16.html>

Estrategia Internacional para la Reducción de Desastre (s.f.). ¡Alto a los desastres! Un juego de simulación de los desastres de la EIRD de las Naciones Unidas. Recuperado 11 de octubre de 2016 de <http://www.stopdisastergame.org/es/isdr.html>

Farré, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Revista Comunicación y Sociedad*. Departamento de Estudios de la Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Número 3. Recuperado 13 de noviembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/html/346/34600305/>

Gil Calvo, E. (2003) El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid: Alianza editorial.

González, N. (2008) La comunicación del riesgo en la prensa escrita: un estudio del tratamiento informativo del naufragio del petrolero "Prestige" en los diarios "El País" y "El Mundo. Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de

Sociología VI (Opinión Pública y Cultura de Masas). Recuperado 10 de octubre de 2016 de <http://eprints.ucm.es/8157/1/T30350.pdf>

Iglesias, S. (2001). La información: ¿bien social o mercancía? Una reflexión sobre la ciudadanía en la sociedad de la información. Contrastes. Revista Interdisciplinaria de Filosofía. Vol. VI. Pp. 189-198. Universidad de Málaga, España. Recuperado 12 de agosto de 2016 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/208083.pdf>

Instituto Nacional Electoral (INE) (2014). Catálogo Nacional de Medios Impresos y de Internet 2014. Recuperado 21 de octubre de 2016 de http://www.ine.mx/archivos2/DS/recopilacion/JGEor201401-24ac_01P04-01x01.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2015). Número de habitantes por municipio. Recuperado 20 de octubre de 2016 de <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/mex/poblacion/>

Islas, J. (2008). El prosumidor. El actor comunicativo de la sociedad de la ubicuidad. *Palabra Clave*, vol. 11, núm. 1, Universidad de La Sabana. Bogotá, Colombia. Recuperado 30 de noviembre de 2016 de <http://www.redalyc.org/pdf/649/64911103.pdf>

Lavell, T. (1993). Ciencias Sociales y desastres naturales en América Latina: un encuentro inconcluso. Revista EURE - Revista de Estudios Urbano Regionales, 19(58). Recuperado 12 de octubre de 2016 de <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1121>

Manzano, V. (2005). Introducción al análisis del discurso. Recuperado 22 de septiembre de 2016 de: <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>

Martin Barbero, J. (1992). *De los medios a las mediaciones*. México: Gustavo Gili.

Molin, H. & Villalobos, M. (1999). Riesgos y desastres. El papel de los comunicadores sociales para el cambio cultural hacia la prevención. Recuperado 15 de agosto de 2016 de <http://bvssper.paho.org/tutorial6/fulltext/doc12545.pdf>

Newson, D. (1989). Comunicación, crisis y desastres naturales. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

Rendón, G. (2005). El papel de los medios de comunicación ante un desastre.

Reportan 90% de calles desazolvadas en Tultitlán. (29 de julio de 2016). El Universal. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/cdmx/2016/07/29/reportan-90-de-calles-desazolvadas-en-tultitlan>

Salieron de inundación en Tultitlán en tráiler. (29 de julio de 2016). El Universal. Recuperado de <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/edomex/2016/07/29/salieron-de-inundacion-en-tultitlan-en-trailer>

Se desborda canal de aguas negras en Tultitlán. (28 de julio de 2016). El Universal. Recuperado de: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/metropoli/edomex/2016/07/28/se-desborda-canal-de-aguas-negras-en-tultitlan>

Spadoni, E. (2009). Los Conflictos socioambientales en el contexto Latinoamericano. Fundación Cambio Democrático. Recuperado 22 de agosto de 2016 de [http://www.ifpew.eu/resources/ConflictosSocioAmbLatAm\(esp\).pdf](http://www.ifpew.eu/resources/ConflictosSocioAmbLatAm(esp).pdf)

Torres, R. (2005). Sociedad de la información / Sociedad del Conocimiento. Recuperado 13 de septiembre de 2016 de <http://www.ub.edu/prometheus21/articulos/obsiberprome/socinfsocon.pdf>

Toro, B. (2011). Medios Masivos de Comunicación: una construcción de la realidad. Revista Pequén. Vol. 1, N° 1. Recuperado 11 de septiembre de 2016 de <http://www.ubiobio.cl/miweb/webfile/media/265/Discursos%20hegemonicos%20y%20medios%20masivos%20de%20comunicacion.pdf>

Tultitlán registra severa inundación luego de tormenta. (28 de julio de 2016). Recuperado de: <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2016/07/28/1107772>

Vallejos-Romero, A.; Riquelme, C. & Garrido, J. (2017). Comunicación y conflictos socioambientales:

una aproximación a la gobernanza de riesgos. Los casos de Castilla e HidroAysén en Chile en

Van Dijk, T.A. (1999). El análisis crítico del discurso en *Anthropos* (Barcelona), 186, septiembre-octubre, pp. 23-36. Recuperado 11 de octubre de 2016 de <http://www.discursos.org/oldarticles/El%20an%20E%20cr%20del%20discurso.pdf>

Villalobos, M. (1998). Uso de los medios de comunicación en la prevención de desastres. Revista Biblio-des. No. 26. Recuperado 02 de diciembre de 2016 de: http://www.cridlac.org/PDF/bibliodes26/B26_art2.pdf

Páginas de Facebook

De Tultitlán, (29 de julio de 2016); recuperado de <https://www.facebook.com/DeTultitlan/>

A fondo Estado de México, (29 de julio de 2016); recuperado de <https://www.facebook.com/AFondoEdomex/>

Fuentes del Valle, (29 de julio de 2016); recuperado de <https://www.facebook.com/fuentesdelvalle/?fref=ts>