

152  
20



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

ESTRATEGIA DE COMUNICACION PARA PROTECCION CIVIL EN LA SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

**TESINA PROFESIONAL**  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION  
**P R E S E N T A**  
**JOSE LUIS ROSAS HERNANDEZ**



ASESOR DE TESINA: LICENCIADA VIRGINIA REYES CASTRO.

CIUDAD UNIVERSITARIA. MEXICO, D. F.

1998.

TESTS CON FALLA DE ORIGEN

263702



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

Fue necesario que se conjugaran una serie de afortunadas circunstancias para que, por fin, este trabajo pudiera realizarse. En la conversión de esas circunstancias, siempre hubo personas que las hicieron posibles. Gracias a todas ellas:

### **A mis padres y hermanos:**

Por ese apoyo incondicional que siempre me han brindado.

### **A mi esposa Norma y a mis hijos Gabriela y Luis Alonso:**

Por su amor y por ser el motor de mi existencia, fuente de placeres, satisfacciones y por el tiempo que era suyo y que me prestaron para dedicarlo a este trabajo. ;

### **A mis amigos y compañeros de trabajo:**

Al Mayor Carlos Tapia Coutiño, por su impulso, consejos y facilidades otorgadas.

A mi cómplice-amiga Leticia Aguilar, por su trabajo, apoyo y aportaciones, cuartilla tras cuartilla y discusión tras discusión.

### **A la última y más constante de mis amigas y compañeras de generación:**

Ma. Dolores Martínez, por compartir nuestra historia académica.

### **En forma especial, por su paciencia, guía y consejos:**

A mi maestra de siempre Virginia Reyes Castro.

## Contenido

		Página
	Introducción	1
I.	La comunicación como estrategia	5
A.	La comunicación, factor de cambio	5
B.	La comunicación y la estrategia	11
C.	La mercadotecnia social como estrategia para el cambio	15
D.	Desarrollo de la estrategia	18
1.	Diseño de un producto social	18
a.	Demanda latente	18
b.	Demanda no satisfecha	19
c.	Demanda real	19
E.	Manejo de los costos de adopción	19
F.	Promoción a través de la comunicación masiva	20
G.	Promoción mediante comunicación selectiva	20
H.	Plan de medios	22
II.	La protección civil en México	23
A.	Situaciones de riesgo en México	23
B.	Qué se ha hecho en México en materia de protección civil	27
1.	El Sistema Nacional de Protección Civil	27
2.	La protección civil en S.E.P.	30
a.	Programa Interno de Protección Civil en S.E.P.	34
1)	Objetivo	34
2)	Subprograma de Prevención	35
3)	Organización	36
4)	Formulación del Programa Interno	37
5)	Diagnóstico de riesgos	38
6)	Directorios e Inventarios	39
7)	Señalización	40
8)	Programa de Mantenimiento	40
9)	Normas de seguridad	40
10)	Equipo de seguridad	41

11)	Capacitación	42
12)	Difusión y concientización	42
13)	Realización de ejercicios y simulacros	43
14)	Subprograma de auxilio	43
15)	Alertamiento	44
16)	Plan de emergencia	44
17)	Evaluación de daños	45
18)	Subprograma de recuperación	45
C.	Desastres, protección civil y comunicación	47
III.	Estrategia de comunicación	49
A.	Componentes de una estrategia	49
1.	Ilustración del entorno de la estrategia	49
2.	Análisis de la conducta de los destinatarios de la estrategia	51
3.	Desarrollo del producto social	52
4.	Identificación de necesidades	54
a.	Disonancia cognitiva	55
b.	Ejemplos generales de actitudes ante los desastres	57
5.	Comunicación selectiva	59
6.	Materiales de apoyo propuestos	60
7.	Calendario de distribución de medios	62
8.	Simulacros	65
B.	Programa anual de actividades	66
	Conclusiones	69
	Bibliografía	73

## **Introducción**

La comunicación es la actividad humana por excelencia, gracias a ella la humanidad ha sido capaz de desarrollar complejas sociedades en donde hay un constante deseo de progreso y superación hacia nuevas formas de vida, más cómodas, eficaces y, si es posible decirlo, felices. Sociedades a la medida de las posibilidades de sus integrantes, en donde se percibe una tendencia general hacia la globalización, en la cual usos y costumbres sean cada vez más similares.

Los avances de las organizaciones sociales y la modernidad, también traen consigo una mayor conciencia acerca de la vulnerabilidad de los sistemas sociales ante fenómenos perturbadores que pueden ser causales de desastres; surge así el concepto de la Protección Civil, el cual hace referencia a una serie de actividades y actitudes encaminadas hacia la prevención, mitigación y, en su caso, eliminación de los riesgos existentes. Estas actividades deben ser desarrolladas por todos los integrantes de las modernas sociedades en los distintos espacios en los cuales cotidianamente se desarrollan.

Entre estos espacios se cuentan, entre otros, el hogar y los centros de trabajo como los sitios en donde se transcurre mayor cantidad de tiempo.

Por lo anterior, la utilización de estrategias de comunicación mediante las cuales se motive a la gente a participar de los beneficios de la cultura de la protección civil es, desde el punto de vista social, una necesidad en los centros de trabajo; con mayor razón si estos centros

pertenecen a la organización federal, como es el caso de la Secretaría de Educación Pública, la cual, además, tiene ascendencia entre toda la población, por la naturaleza de sus funciones, relacionadas directamente con la mayoría de los núcleos familiares del país.

Por estas razones en el presente trabajo se propone, a partir de una, definición y valoración de conceptos básicos, tales como la comunicación, la estrategia y una aproximación a la cultura de protección civil, el desarrollo de una estrategia que promueva cambios de actitudes en los destinatarios de los mensajes emitidos en los medios seleccionados para esta estrategia.

De esta forma en el primer capítulo se abordarán aspectos relacionadas con la comunicación, qué es, tipos de comunicación y modelos clásicos para definirla. Es conveniente destacar el enfoque del presente trabajo orientado hacia la comunicación, entendida como un factor de cambio, pero se tiene claro que ese no es el único propósito de la comunicación. Puede hablarse de comunicación cotidiana, de comunicación para el reforzamiento de actitudes o ir un poco más allá, definir un tipo de comunicación en la cual el emisor busca con su mensaje generar una respuesta que provoque en él un cambio de conducta. La comunicación tiene o debe tener una relación directa con cada una de las actividades y necesidades humanas.

También se aborda una definición de estrategia, entendida como la forma en donde determinados objetivos de comunicación son traducidos en lenguaje inteligible para el público receptor, con el propósito de incidir en él para lograr un cambio de conducta. Se

utiliza el concepto de mercadotecnia social, con la pretensión de usar los recursos propios de la publicidad hacia la consecución de causas sociales, tales como las campañas de salud contra el SIDA, información sobre el control de la natalidad y para el caso presente, para difundir la cultura de protección civil.

En el segundo capítulo se hace referencia a las situaciones de riesgo en el país, a los antecedentes de la protección civil en México, al surgimiento del Sistema Nacional de Protección Civil. Se expone lo realizado en el país y en la Secretaría de Educación Pública sobre este tema, hasta llegar a la situación actual de la protección civil, de su relación con la comunicación y de la necesidad de ocuparse más de este tema en todos los sectores sociales, con el apoyo de los recursos de la comunicación.

En el tercer capítulo se propone una estrategia de comunicación, en concordancia con lo expuesto en capítulos anteriores. Se concluye el trabajo con la afirmación de la necesidad de aplicar estrategias de comunicación, permanentemente. Deben renovarse cada determinado tiempo, bajo el entendido de que no hay nada definitivo, ni terminado en ningún campo del quehacer humano, porque la conducta está en constante evolución, apoyada, impulsada e influida por los medios de comunicación y por quienes de manera consciente han decidido emitir mensajes con fines sociales.

Esta propuesta de estrategia de comunicación, es producto de más de 10 años de trabajo, con los temas de la comunicación y la protección civil, tratando de hacerlos empatar y por otra parte, de una



investigación sobre los aspectos teóricos que dieron sustento a esta estrategia con las características aquí descritas.

El presente documento, no debe considerarse un producto único y terminado, más bien como parte de un proceso sujeto a revisión continua para darle a la protección civil y a la comunicación su real importancia, con actividades continuas y cotidianas en la resolución de los problemas que la situación de vulnerabilidad el país nos originan.

## **I. La Comunicación como estrategia**

### **A. La Comunicación, factor de cambio**

En esta investigación se abordará el tema de estrategia de comunicación para Protección Civil en la Secretaría de Educación Pública, por lo tanto en este capítulo se hablará de la comunicación y las estrategias para provocar cambios de conducta bajo el entendido de que la comunicación puede constituirse en una estrategia.

En las postrimerías del segundo milenio de nuestra era, la comunicación ocupa un lugar preponderante como factor de progreso de la humanidad, nuevas tendencias en su estudio, en el marco de la globalización de todas las actividades de la sociedad mundial, cuyo rasgo distintivo es el "...crecimiento y aceleración de redes económicas y culturales que operan en una escala mundial y sobre una base mundial"<sup>1</sup>, donde las nuevas tecnologías y redes de comunicación, a través de la computación, satélites, televisión por cable, entre otros, han contribuido a ese proceso globalizador y reclaman estudios específicos sobre los efectos de la comunicación en este proceso.

Ante este panorama, se impone una revisión de las distintas corrientes que han propuesto definiciones de comunicación en este contexto globalizador y elegir las más adaptables a la moderna visión del mundo.

---

<sup>1</sup> O'SULLIVAN Tim, et al., *Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales*. p. 168.

La definición más general de comunicación la ofrece Paoli "Entiendo la comunicación como el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante la cual se evoca en común un significado".<sup>2</sup>

Podría dejarse en ese nivel la definición, sin embargo, conforme se valora, interpreta y utiliza a la comunicación, se van añadiendo nuevos y mejores elementos para su definición hasta concretar teorías, algunas complementarias y otras contradictorias de acuerdo a la intencionalidad de cada autor. O'Sullivan nos ofrece las siguientes definiciones:

"La comunicación es un proceso en virtud del cual:

A envía un mensaje a B, que provoca en este un efecto".<sup>3</sup>

Siguiendo a O'Sullivan, se propone una segunda definición que caracteriza a la comunicación "(...)como una negociación y un intercambio de sentido, donde mensajes, gente perteneciente a una cultura y realidad interactúan para que se produzca un sentido o un entendimiento".<sup>4</sup>

En la primera definición se aborda la comunicación desde cada una de sus fases, sus funciones y el efecto que producen en el proceso general; así Laswell (1948)<sup>5</sup> propone este modelo: "¿ Quién dice qué, en qué canal, a quién y qué efecto le produce?".

---

<sup>2</sup> Paoli J., Antonio, *La Comunicación. Sociología. Conceptos*. P. 15

<sup>3</sup> O' Sullivan, Tim, Op-cit. P. 66

<sup>4</sup> *Ibíd*em, p. 67

<sup>5</sup> Citado el O'Sullivan, et. al., *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*,

A la comunicación se le puede abordar desde diferentes perspectivas, todas ellas válidas y relacionadas con la intención del autor y de los aspectos más destacados; lo que no se puede ignorar, es su importancia para el desarrollo de la humanidad.

El estudio de la comunicación abarca distintos ámbitos y tipos, de tal suerte que se habla de comunicación animal, de comunicación vegetal, de comunicación humana. En esta última, se encuentran todavía más ramificaciones, se habla de comunicación masiva, comunicación no verbal, comunicación grupal y comunicación interpersonal.

Justo es abordar aquí el tipo de comunicación que interesa destacar: la comunicación humana y la comunicación de grupos, para llegar a la comunicación interpersonal.

La comunicación entre grupos es aquella en la cual un determinado conjunto de personas comparten el papel de emisor y otro conjunto representa el papel de receptor. En este proceso existe un objetivo manifiesto de incidir en la conducta del grupo o sector, pues el mensaje se concibe como un producto del trabajo del grupo emisor y sólo se concretará un producto final cuando haya incidido en la percepción y actuación del grupo receptor.

Es evidente que el intercambio de roles enriquece más este esquema de comunicación, pero aquí entra en juego la importancia de la intencionalidad:

¿Quiénes desean establecer comunicación y con qué propósito? Y por la parte del grupo receptor, es necesario identificar quiénes son y si desea información, si acepta esa responsabilidad.

La evocación de significados comunes entre grupos está inmersa en circunstancias condicionantes de voluntad y aceptación para, efectivamente, evocar en común y actuar en consecuencia.

En este contexto conviene formular algunos principios para lograr lo que Kolb<sup>6</sup> denomina retroacción del grupo receptor y para efectos de este trabajo implicaría además de una respuesta al mensaje, un cambio de conducta: Los mensajes deben ser descriptivos en lugar de evaluatorios; específicos y no generales; se deben considerar las necesidades de los emisores y de los receptores; deben dirigirse hacia las conductas controlables y presentarse en forma de solicitudes y, no de imposiciones.

Se ha destacado el papel de la comunicación en el desarrollo de la humanidad, más todavía, se atribuye a la capacidad del hombre para comunicarse, el grado de progreso desarrollado como especie.

De acuerdo con lo anterior, se han organizado grupos en el ámbito internacional cuyo eje central de sus actividades es el establecimiento de líneas de comunicación entre las distintas naciones, para lograr acuerdos en problemas de carácter mundial; grupos tales como la Organización de las Naciones Unidas; la Organización Mundial de la Salud, la Organización de Países Exportadores de Petróleo y varias

---

<sup>6</sup> Kolb A, David, et. al. *Psicología de las organizaciones, experiencias*. p. 129

más que han orientado sus intereses comunes, de acuerdo con programas específicos.

Tenemos entonces la existencia de distintos niveles de comunicación, de acuerdo con la naturaleza y alcances de los integrantes de los grupos que la conforman.

Así los grupos internacionales estarán formados por integrantes que representen los intereses de una nación, al interior de una nación se conformarán grupos de trabajo en cada órgano de gobierno, en la sociedad civil y en todos aquellos lugares donde se tengan necesidades de trabajar conjuntamente.

Para que la comunicación sea efectiva en los grupos de trabajo, cada integrante del equipo debe saber exactamente cuál es su función, su compromiso con el grupo del cual forma parte; en cada grupo hay roles definidos: el líder, el creativo, el tomador de decisiones, el impulsor, el operativo, administrativo, por mencionar sólo algunos ejemplos. Estos roles se cumplen independientemente del cargo formal que desempeñen en el grupo, aunque generalmente la estructura de la organización es de tipo pirámide, donde la punta generalmente representa la toma de decisiones, los niveles intermedios generan actividades de supervisión y mediadores y en la base, se ubican los operativos; hay tantas pirámides como grupos de trabajo.

En este punto, es necesario introducir algunos conceptos nuevos para comprender mejor el tema: de acuerdo con Flament<sup>7</sup> "Canal es el conjunto de condiciones materiales que permite a un individuo dirigir comunicación a otro"; una red de comunicaciones es el conjunto de canales de comunicación que existe en un grupo y, una estructura de comunicación es el conjunto de comunicaciones intercambiadas en el grupo.

Así, la estructura de comunicación en un grupo de trabajo abarca los canales y redes existentes en su interior y contemplan la comunicación verbal entre los que trabajan en una oficina, las llamadas telefónicas, reuniones de trabajo, conferencias, oficios, circulares, memoranda, y toda la actividad cuyo objetivo sea comunicar.

Conviene destacar la importancia de la comunicación como factor de cambio, pues se observa como en el desarrollo de sus actividades cotidianas, los grupos humanos van desarrollando actitudes, habilidades y conocimientos que les permiten existir como grupo.

La naturaleza de las actividades de cada grupo de trabajo determinará el tipo de comunicación generada y hacia qué otros grupos pretenda incidir; se habla entonces, de la existencia de una intencionalidad manifiesta en la comunicación utilizada entre los grupos y se puede hablar de eficacia de la comunicación, cuando se cumple una intención - objetivo, es aquí en donde la comunicación adquiere el

---

<sup>7</sup> Flament C. "Estructuras y redes de comunicación". En Goded, Jaime (compilador) *Antología sobre la comunicación humana*. pp. 217-224.

papel de estrategia.

## **B. La comunicación y la estrategia.**

En sentido estricto, una estrategia se entiende “como el acto de dirigir las operaciones militares, arte de coordinar todo tipo de acciones para la conducción de una guerra a la defensa de un país, en términos generales, es el arte, traza para dirigir un asunto”.<sup>8</sup>

Otra definición de estrategia la proporciona Carlos Ruiz Sánchez “Una estrategia involucra el tacto, la oportunidad, el compromiso en los aspectos en que es admisible, el convencimiento, la persuasión, la alianza, además de diversos grados de coerción - acción de contener-refrenar o sujetar, que son patrimonio de la actividad política.”

Específicamente en comunicación, se tendría la siguiente definición “la forma en que determinados objetivos de comunicación, son traducidos en lenguaje inteligible para nuestro público receptor”.<sup>9</sup>

Se entenderá así a la estrategia como el conjunto de acciones planeadas, meditadas y orientadas hacia la consecución de uno o varios objetivos; si se habla de la comunicación como estrategia, se entendería que las acciones a las que se hace referencia se encuentran inmersas en el ámbito de la comunicación.

---

<sup>8</sup> Diccionario Oceano Uno Color, *Diccionario enciclopédico ilustrado*, p. 644

<sup>9</sup> Ferré Trezano, José M. Y Ferré Nadal Jordi, *Políticas y estrategias de comunicación en publicidad*. p.11



Si se entiende a la comunicación como una estrategia y se acepta que hay distintas estrategias en donde se tienen que considerar algunos elementos que van desde la definición de recursos, los canales a utilizar, el tipo de mensajes, los objetivos de cada mensaje; todos ellos encaminados hacia la consecución de un gran objetivo orientado a incidir sobre la conducta de los receptores:

Así se habla de estrategias de medios, de estrategias de grupos, de estrategias de comunicación de alta tecnología, por mencionar algunos ejemplos que muestran las formas, el cómo se emplea a la comunicación como recurso.

La comunicación interpersonal se considera como una estrategia en virtud de implica un flujo de interacciones y comunicaciones intensivas entre los emisores y receptores, en donde en el flujo de mensajes se incluye información e instrucción, persuasión, recomendación y motivación para que se acepte la ayuda y el servicio que se ofrece a los destinatarios.

Todas las acciones enunciadas están orientadas a incidir en el comportamiento humano.

En el presente trabajo interesa destacar las estrategias de comunicación entre grupos; las formas de comunicación elegida se basan en consideraciones de la eficacia de la comunicación interpersonal como factor de cambio, así, es posible identificar las siguientes estrategias, si así convenimos en llamar a estas formas de comunicación entre personas:

**Conferencia:** Acto mediante el cual un especialista en algún tema expone ante un auditorio y propicia la reflexión en torno a lo expuesto.

**Mesa Redonda:** Varios especialistas en un tema exponen sus puntos de vista, su información, con el propósito de lograr consensos con relación a lo que exponen; en ocasiones, frente a un público que participa a través de preguntas de los expositores.

**Seminario:** Es un organismo docente en donde a través del trabajo de alumnos y maestro, se adiestra a los primeros en la investigación de alguna disciplina.

**Simposio:** Es el evento de comunicación deliberativa en donde intervienen de manera secuencial varios emisores - espectadores, quienes exponen en el nivel especializado, diversos enfoques de un solo tema.

**Comisiones:** Entidades de trabajo, constituidas por mandato de los niveles jerárquicos superiores, a fin de coordinar esfuerzos formalmente para la obtención de metas mediante comunicación deliberativa.

Todas ellas, son formas de comunicación en donde están presentes los componentes básicos del proceso que la constituye: emisor,

mensaje, receptor y las distintas posibilidades de intercambio de ideas que ofrece cada una de ellas. Factor distintivo de estas formas de comunicación, es que se produce de manera directa, sin intermediación de canal alguno, por ello, se considera que la comunicación interpersonal es garantía de una mayor eficacia en la consecución de los objetivos planteados.

Una estrategia global de comunicación interpersonal constituye una acertada combinación de las formas de organización, así como el grado de intervención de los grupos participantes en los grupos del proceso de la comunicación. Esta calidad de comunicación directa cara a cara, sin intermediación alguna, es garantía de una mejor y más efectiva comprensión.

### **Medios de comunicación impresos**

Toda estrategia de comunicación debe considerar también los medios impresos, tales como los siguientes:

El cartel.- Es un pliego de papel que puede fijarse en lugares públicos para comunicar su mensaje, el cual debe captarse a primera vista, sus principales características son: un justo equilibrio entre imagen y texto, este último generalmente breve, que expresa ideas completas.

El folleto.- Publicación impresa que normalmente no excede de 30 páginas, brinda la posibilidad de ser más abundante en la información que se pretende difundir sobre un tema específico.

Tríptico.- Publicación cuyo formato permite dar a conocer información en forma concreta y sencilla, sus principales ventajas son: económico y de fácil circulación.

Además, existen los libros, periódicos y revistas que también son medios impresos, pero que no se mencionan aquí, por no haberse considerado en esta propuesta.

En cuanto a los medios electrónicos citamos el circuito cerrado de televisión, mediante el cual se pueden enlazar varios inmuebles de la S.E.P., a través de un sistema satelital, al cual es posible tener acceso mediante la instalación de antenas receptoras y acondicionamiento de tele-aulas.

Y, en cuanto a los medios magnéticos, el video-cassette que es un medio de grandes alcances por el uso generalizado de video-grabadoras.

### **C. La mercadotecnia social como estrategia para el cambio**

Phillip Kotler y Eduardo L Roberto<sup>10</sup> retoman el concepto de Mercadotecnia Social como una estrategia para cambiar el comportamiento público y lo explican de la siguiente manera " El término Mercadotecnia Social apareció por primera vez en 1971, para describir el uso de los principios y técnicas de la comercialización encaminada al apoyo de una causa, idea o conducta social."

---

<sup>10</sup> Kotler, Phillip y Roberto Eduardo L., *Mercadotecnia social, estrategias para cambiar el comportamiento público*. p. 33

“La Mercadotecnia Social es una estrategia para el cambio de la conducta y combina los mejores elementos de los enfoques tradicionales al cambio social, en un marco integrado de planeación y acción, al tiempo que utiliza avances en la tecnología de las comunicaciones y en las técnicas de comercialización”.<sup>11</sup>

Este concepto resulta muy apropiado para los fines de este trabajo y quizá lo más rescatable sea la propuesta de utilizar los conocimientos obtenidos en prácticas comerciales hacia la estimulación de conductas sociales de acuerdo con los siguientes pasos generales: establecimiento de objetivos mensurables, indagación de necesidades humanas, señalamiento de productos para grupos especializados de consumidores; la posibilidad de presentar los productos para que se adapten a los consumidores, comunicación efectiva sobre sus beneficios; vigilancia permanente de los cambios en el medio ambiente y la capacidad para adaptarse al cambio.<sup>12</sup>

De acuerdo con Kotler<sup>13</sup> es posible enunciar de manera genérica los siguientes pasos para instrumentar una estrategia completa para lograr los objetivos propuestos:

1) Ilustración del entorno de la estrategia que contempla al conjunto de fuerzas externas a la campaña de cambio social y que afecta la capacidad para desarrollar y mantener una influencia exitosa sobre sus destinatarios.

---

<sup>11</sup> Idem. p. 33

<sup>12</sup> Ibidem. p. 35

<sup>13</sup> Ibidem. p. 55

Básicamente se deben considerar seis fuerzas: Demográficas, Económicas, Físicas, Tecnológicas, Político/Legales y Socio-culturales. Entendidas como la intensidad de un grupo de personal con respecto a una meta que resulta de una predisposición antes de que sea recibido un mensaje y de su nivel de estimulación.

Así una fuerza demográfica se refiere a la cantidad de personas a las que va dirigida la estrategia y a su disposición para participar.

La fuerza económica se refiere a los recursos que se van a invertir, tanto por parte del organizador de la estrategia como aquéllos que invierten los destinatarios.

Las fuerzas físicas, hacen alusión a la condición de las personas y el ambiente en el que se desenvuelven y que pueden ser condicionantes de su participación en las conducta propuestas por la estrategia.

Las fuerzas tecnológicas, abarcan los medios tecnológicos: radio, televisión, circuito cerrado, satélites, televisión por cable, etcétera. Los cuales pueden ser usados para desarrollar la estrategia.

Las fuerzas político-legales, sustentan los mecanismos que regulan las actividades propuestas en la estrategia.

Las fuerzas socio-culturales, abarcan aspectos inmersos en las formas de organización de los grupos, sus usos y costumbres y la percepción generalizada que como grupo tienen sobre el tema abordado en la estrategia.

La consideración de estas fuerzas en el diseño de una estrategia de comunicación permitirán predecir y corregir a tiempo los obstáculos que pudieran presentarse debido a su presencia.

## 2) Análisis de la conducta de los destinatarios de la estrategia.

El éxito de las estrategias requiere de la capacidad para predecir cómo se comportarán los destinatarios ante los mensajes emitidos; en este sentido se trata de lograr que adopten las propuestas de conducta que se les presenta vía un conocimiento previo de su capacidad de aceptación hacia “Los productos sociales” que se ofrecen.

### **D. Desarrollo de la Estrategia.**

**1. Diseño de un producto social.** Implica la identificación de las necesidades de los destinatarios para que en función de ello se ofrezca un producto que los satisfaga, para tal efecto, se deben considerar las necesidades que en torno al producto tienen los destinatarios y expresarlas o tipificarlas en forma de demandas, de las cuales es posible identificar de acuerdo a su grado de manifestación, las siguientes:

**a. Demanda latente:** Una demanda latente es cuando una cantidad de personas comparten una fuerte necesidad de un producto o servicio social que no existe, como el control de la contaminación, prevención de incendios y prevención de catástrofes en general. Se requiere convertir esa demanda en demanda real.

**b. Demanda no satisfecha.-** Es el caso de una demanda en donde los productos o servicios disponibles no son suficientes y no satisfacen la demanda.

**c. Demanda real.-** Es cuando la necesidad existe, se tiene conocimiento de ella y se tiene un deseo manifiesto de que sea satisfecha.

La intención de establecer estas demandas es estimar las necesidades del mercado.

Los ejemplos que nos pueden servir para ilustrar la naturaleza de los productos sociales son: Campañas antitabaquismo, contra el SIDA, de donación sanguínea, en donde lo importante es saber incidir en los destinatarios a través del conocimiento del problema para que acepte participar en su solución.

Otro de los puntos importantes en este tema es la de los canales de distribución. Un canal de distribución es una red de “Instituciones y Organismos” involucrados en la tarea de desplazar productos desde los puntos de consumo.

#### **E. Manejo de los Costos de Adopción.**

Se refiere básicamente a la necesidad de contabilizar los costos que implica implementar, organizar y aplicar una campaña por parte del emisor. Existe otro tipo de costos no monetarios que son atribuibles



al receptor, se refieren a la conducta del desgaste de la energía física a la molestia de tener que pedir permiso en el trabajo, la molestia de dar una explicación al compañero de trabajo.

En el caso de Protección Civil, el temor que provocan los desastres debe contemplarse como otra categoría de costos, que se refiere a un riesgo psicológico percibido. Para atender esta situación, se deben proporcionar productos sociales que ofrezcan recompensas psicológicas contra un riesgo social percibido se debe de recabar con fuentes de apoyo para evitar la molestia que implica la adopción del producto.

#### **F. Promoción a través de la Comunicación Masiva.**

Se refiere al uso de los medios de comunicación para en el caso que se requiera informar y convencer en un período determinado al mayor número de destinatarios sobre la forma en que el producto se adapta a sus necesidades. Además de que los medios de comunicación masiva representan la mejor forma de hacer mercadotecnia social por su alcance y gran penetración, por su obligada presencia en la vida cotidiana de la sociedad.

#### **G. Promoción mediante Comunicación Selectiva.**

En este caso, se identificarán a las personas que requieran mayor información. En este sentido la comunicación selectiva a diferencia de la comunicación masiva, puede informar y persuadir a un conjunto de destinatarios en forma más directa y flexible, aquí se puede

considerar el correo directo, la entrevista y las conferencias como tipos de comunicación selectiva y personal.

En lo referente a la estructuración de estrategias para cambiar los comportamientos, existen muchas y variadas opiniones en donde confluyen distintas disciplinas: la mercadotecnia, la publicidad, la propaganda, la psicología social, la organización en la administración pública, entre otras, de tal suerte, que cada una de ellas puede enriquecer sustancialmente una visión de la propuesta de campaña.

Así tenemos que Tchakhofine<sup>14</sup> quien propone un plan de campaña con los siguientes puntos:

- a) La diferenciación del grupo de individuos a quienes pretendemos influir.
- b) La fijación de las metas psicológicas por alcanzar en los elementos distintivos de cada grupo.
- c) La creación de órganos adecuados para ejecutar las acciones dirigidas hacia estos fines.
- d) La creación a su vez por estos órganos de formas de acción propagandística.
- e) La distribución de las actividades en el espacio y en el tiempo.

---

<sup>14</sup> Citado en González Llaca, Edmundo. *Teoría y práctica de la propaganda*. pp 177-178

f) La coordinación de estas actividades y

g) El control de la campaña, especialmente en cuanto a la preparación de las acciones, su ejecución y sus efectos.

#### **H. Plan de medios.**

Comprende la utilización oportuna y racional de los medios de comunicación, en donde se define los medios que se utilizarán: impresos, electrónicos, magnéticos, en donde se planifica la cantidad de mensajes, tiempos de duración, fechas de emisión, con el objeto de lograr la permanencia del tema en la retentiva del destinatario para, finalmente, lograr su aceptación.

En resumen, la comunicación es un elemento imprescindible para comprender el desarrollo de la humanidad, de allí la importancia de su estudio como factor de cambio.

Se define como un intercambio de significados donde interactúan la gente, su cultura y sus mensajes para que se produzca un entendimiento. Existen distintos tipos y niveles de comunicación, de los cuales interesa destacar la comunicación humana entre grupos, resaltando que existen entre los grupos roles definidos de emisores y receptores, en donde se presenta la intención manifiesta de los primeros, de comunicar significados a los segundos, para lograr una conducta esperada; para tal efecto, se considera a la comunicación

como una estrategia, con elementos de apoyo para lograr los objetivos del grupo emisor.

Así, una estrategia de comunicación es un conjunto de acciones planeadas, meditadas y orientadas hacia la consecución de un objetivo, consistente en lograr un cambio de conducta entre el público receptor, la estrategia a la que en este trabajo se hará referencia, contempla los siguientes pasos:

- 1.- Ilustración del entorno de la estrategia.
- 2.- Análisis de la conducta de los destinatarios de la estrategia.
- 3.- Desarrollo de la estrategia.
- 4.- Manejo de los costos de adopción.
- 5.- Promoción mediante comunicación masiva.
- 6.- Promoción mediante comunicación selectiva.

A los que hemos agregado un séptimo punto, que se refiere a los mecanismos de evaluación.

## **II. La Protección Civil en México.**

### **A. Situaciones de Riesgo en México.**

En el presente capítulo se abordará el tema de las situaciones de riesgo en la República Mexicana, de lo que se ha hecho en el país para enfrentar estos problemas; de lo realizado en la Secretaría de Educación Pública para, finalmente, llegar a la identificación del

como una estrategia, con elementos de apoyo para lograr los objetivos del grupo emisor.

Así, una estrategia de comunicación es un conjunto de acciones planeadas, meditadas y orientadas hacia la consecución de un objetivo, consistente en lograr un cambio de conducta entre el público receptor, la estrategia a la que en este trabajo se hará referencia, contempla los siguientes pasos:

- 1.- Ilustración del entorno de la estrategia.
- 2.- Análisis de la conducta de los destinatarios de la estrategia.
- 3.- Desarrollo de la estrategia.
- 4.- Manejo de los costos de adopción.
- 5.- Promoción mediante comunicación masiva.
- 6.- Promoción mediante comunicación selectiva.

A los que hemos agregado un séptimo punto, que se refiere a los mecanismos de evaluación.

## **II. La Protección Civil en México.**

### **A. Situaciones de Riesgo en México.**

En el presente capítulo se abordará el tema de las situaciones de riesgo en la República Mexicana, de lo que se ha hecho en el país para enfrentar estos problemas; de lo realizado en la Secretaría de Educación Pública para, finalmente, llegar a la identificación del

problema, entendido como el papel de la comunicación en el desarrollo de las actividades preventivas.

La situación geográfica del país, privilegiada en muchos aspectos por sus recursos naturales, belleza de paisajes, grandes litorales, extensas y hermosas playas también conlleva a numerosos riesgos, pues se encuentra ubicada dentro del cinturón de fuego del Pacífico en donde se genera gran actividad sísmica y volcánica.

En el país están ubicados numerosos volcanes de los cuales 14 han tenido actividad en tiempos históricos; en los últimos 5 años el Popocatepetl, el volcán de Fuego en Colima, el Tacaná y el Everman han tenido actividad.

Además, el país está situado en la conjunción de las placas tectónicas de: Cocos, Ribera y Pacífico y las del Caribe y Norteamérica, por esto el territorio nacional se ve permanentemente afectado por los sismos de magnitud significativa.

De acuerdo con el Servicio Sismológico Nacional se registran un promedio de 37 sismos al año, con magnitudes mayores de 5 grados en la Escala de Richter, son los que pueden producir daños.

La ubicación del País en la Región Intertropical está expuesta a que en las costas del Mar Caribe, Océano Pacífico y Golfo de México, los huracanes ocasionen en forma recurrente daños a las poblaciones.

La sequía es otro fenómeno que se presenta de manera constante en el territorio nacional, se asocia a los cambios climatológicos y a eventos de repercusión global, como las corrientes perturbadoras de los océanos, además de la acción del hombre que acelera fenómenos como el efecto invernadero, la reducción de la capa de ozono de la atmósfera y desertificación.

Asociado con las sequías y altas temperaturas se encuentran los incendios forestales; otro factor de riesgo se produce debido a las condiciones económicas de extrema pobreza que sufren algunas zonas del país, se han incrementado las enfermedades gastrointestinales y bronquiorespiratorias.

La contaminación ambiental es uno de los problemas relativamente nuevos, pero que han provocado algunas molestias en las vías respiratorias y malestares en los ojos de la población.

Por otra parte, existen los riesgos de incendios y explosiones ocasionados por instalaciones obsoletas y falta de mantenimiento en algunas industrias.

Todos estos riesgos están contemplados en la tipología de calamidades<sup>15</sup> que los clasifica de acuerdo con su origen, de la siguiente manera:

- a) Agentes perturbadores de origen geológico: sismicidad y vulcanismo.

---

<sup>15</sup> *Atlas Nacional de Riesgos*. Secretaría de Gobernación, Dirección General de Protección Civil.

- b) Agentes perturbadores de origen hidrometeorológico: ciclón tropical, inundaciones, sequías, tormentas de granizo y nevadas.
- c) Agentes perturbadores de origen químico: incendios y explosiones.
- d) Agentes perturbadores de origen sanitario: contaminación ambiental, desertificación y epidemias.
- e) Agentes perturbadores de origen socio-organizativo: concentraciones masivas de población, accidentes aéreos, terrestres, marítimos y fluviales, interrupción o desperfecto de los servicios y sistemas vitales, tales como instalaciones eléctricas, hidráulicas y de comunicación.

Estas situaciones de riesgo son conocidas desde hace ya algún tiempo, sin embargo, su estudio y comprensión como factores causales de desastres son actividades realmente nuevas, diríase que hace apenas dos décadas; de hecho en México, apenas en 1985 se dieron los primeros pasos para estudiar a los fenómenos perturbadores desde una perspectiva más amplia, en donde se pretende abarcar, no nada más una situación posterior a un desastre sino, sobre todo, instrumentar acciones de carácter preventivo.

Por esto, es importante hacer una revisión en el pasado reciente para identificar aquellos elementos que han conformado lo que hoy se conoce como el Sistema Nacional de Protección Civil.



## **B. ¿Qué se ha hecho en México en materia de Protección Civil?**

### **1. El Sistema Nacional de Protección Civil.**

En la República Mexicana, el concepto de la protección civil es relativamente nuevo y, generalmente, poco comprendido, ya que se tiene una idea fragmentada, en el mejor de los casos, de lo que en realidad es; no puede ni debe limitarse a labores de rescate, distribución de ropa y alimentos y asistencia a los damnificados por algún fenómeno perturbador; más bien, debe verse como un conjunto de acciones que van desde las normativas y preventivas hasta las operativas.

En México la protección civil, como un concepto que engloba la participación de todos los sectores de la sociedad, tuvo su origen en los sismos de septiembre de 1985, en donde se estableció como objetivo prioritario abrir espacios de participación para todos los sectores sociales, una vez visualizada en su justa dimensión la participación de toda la población. En este punto, es importante mencionar los esfuerzos de la sociedad civil de encauzar positivamente su solidaridad ante la tragedia, sin embargo, justo es decirlo, a pesar de todo el potencial de la sociedad, no fue posible alcanzar un aceptable grado de eficiencia, faltó organización, orientación y preparación. Estos sucesos nos tomaron desprevenidos.

Así, paralelamente a las tareas de reconstrucción, se fue definiendo el perfil de lo que se quería y de lo que se necesitaba para enfrentar a los fenómenos perturbadores. De esta forma y por iniciativa del Gobierno Federal, surge el Sistema Nacional de Protección Civil.

El objetivo de este sistema es: "Proteger a la persona y a la sociedad ante la eventualidad de un desastre provocado por agentes naturales o humanos, a través de acciones que reduzcan o eliminen la pérdida de vidas humanas, la destrucción de bienes materiales y el daño a la naturaleza, así como la interrupción de las funciones esenciales de la sociedad."<sup>16</sup>

En 1988, el Gobierno de la República decidió la creación de la Subsecretaría de Protección Civil y de Prevención y Readaptación Social, de la cual depende, jerárquica y funcionalmente, una Dirección General de Protección

Civil y el Centro Nacional de Prevención de Desastres respectivamente, con funciones complementarias y orgánicas entre sí. La estructura del Sistema está integrada por las dependencias y entidades de la administración pública, por la coordinación entre la federación, estados y municipios y por la representación de los sectores privado y social a través de la dirección y coordinación del C. Presidente de la República y en su ausencia por el Secretario de Gobernación.

Las entidades participantes son:

- El gobierno, tanto en sus unidades centrales como paraestatales.
- El gabinete especializado.

---

<sup>16</sup> *Agenda 1996, Secretaría de Gobernación p. 2*

- Unidades o áreas de cada dependencia o entidad paraestatal de protección civil.
- Los responsables de las actividades de protección civil estatal o municipal, dentro de los órganos de coordinación existentes y a través de convenios entre federación y estado.
- Los consejos Nacional, Estatales y Municipales.
- Los mecanismos de participación social.
- La comunidad científica y académica.

Los Consejos de Protección Civil tienen el propósito de encauzar la más amplia participación de la sociedad en el análisis y solución de problemas en la materia.

Los Grupos voluntarios de protección civil, cuya organización debe responder a cuatro bases: territorial, profesional, adscripción a organismos ya existentes, y de acciones específicas.

Por su parte, la Dirección General de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación, tiene como funciones: integrar, coordinar y supervisar el Sistema Nacional de Protección Civil, para garantizar, mediante una adecuada planeación, la seguridad, auxilio y rehabilitación de la población y de su entorno, ante situaciones de desastre, además de integrar las estrategias de participación de todos los sectores de la sociedad.

El Centro Nacional de Prevención de Desastres tiene, entre otras, las siguientes actividades: investigar, estudiar y observar los peligros, riesgos y daños provenientes de elementos, agentes o fenómenos naturales o humanos que pueden dar lugar a desastres, integrando y ampliando los conocimientos de tales acontecimientos, en coordinación con las dependencias responsables, promover, apoyar y llevar a cabo la capacitación en la materia, de los profesionales, especialistas y técnicos mexicanos.

## **2. La Protección Civil en S.E.P.**

Como consecuencia de los sismos de septiembre de 1985, en el mes de noviembre del mismo año y, como parte de las acciones de la Coordinación de Educación - dependiente del Comité de Auxilio Social, de la Comisión Nacional de Reconstrucción -, el Secretario de Educación Pública "ordenó la instalación del grupo de trabajo sobre Seguridad, Emergencia Escolar y Participación Social, a través del acuerdo No. 123 y se estableció el objetivo básico de instrumentar el Programa Nacional de Seguridad y Emergencia Escolar y su posterior incorporación a los planes y programas de estudio, a fin de que maestros, alumnos, padres de familia, servidores públicos y miembros de la comunidad, dieran una respuesta oportuna y coherente ante un posible desastre".<sup>17</sup>

Durante los primeros años, la operación del Programa quedó a cargo de la Unidad de Higiene Escolar. En el año de 1989 se creó el área que más adelante sería la Dirección General de Protección Civil y Emergencia Escolar, dependiente de la Oficialía Mayor y se erigió

---

<sup>17</sup> *Programa Nacional de Seguridad y Emergencia Escolar. Bases y lineamientos. 1986. p. 11.*

como órgano normativo de los Programas Nacionales de Emergencia Escolar y de Protección Civil para Unidades Administrativas.

Las reestructuraciones que se han generado en el seno de la propia Secretaría y el proceso de descentralización educativa, propiciaron la necesidad de revisar las facultades y obligaciones de los responsables de la operación de los referidos Programas, para que estuvieran acordes con las nuevas circunstancias.

Como resultado de esta revisión, para el año de 1992, cuando el Maestro José Angel Pescador Osuna estuvo al frente de la Subsecretaría de Servicios

Educativos para el Distrito Federal, la Dirección General de Protección Civil y Emergencia Escolar pasó a formar parte de la estructura de esa Subsecretaría, reconocida únicamente como Dirección de Emergencia Escolar, circunscribiendo su ámbito de competencia a los planteles de Educación Básica del Distrito Federal. Durante los años de 1992 y 1993 se fue delineando la dinámica de esta Dirección dentro de su tramo de control y se atendieron, aunque de manera tangencial, las necesidades que sobre la materia presentaban los edificios ocupados por unidades administrativas y los otros niveles educativos bajo el tramo de control de la S.E.P. en el Distrito Federal.

En febrero de 1994, la Oficialía Mayor creó la Subdirección de Protección Civil, integrada a la Dirección de Seguridad, delimitando su ámbito de competencia a las unidades administrativas de esta

Secretaría y sus organismos desconcentrados; situación que prevaleció hasta noviembre de 1996, ya que el 1o. de diciembre del mismo año, fue elevado el nivel jerárquico de esa Subdirección a Dirección de Protección Civil.

El 26 de marzo de 1994, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la última versión del Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública, en el cual se incluyeron los aspectos relacionados con la Protección Civil, como a continuación se describe:

En el Capítulo III, se hace alusión a las facultades de los Subsecretarios, en el Artículo 6 Fracción XV dice: “Coordinar el establecimiento y operación del Programa Interno de Protección Civil, en las Unidades Administrativas que se le adscriban.”<sup>18</sup>

En la misma publicación se establecen las facultades que, en materia de Protección Civil, tiene el Oficial Mayor, de acuerdo con lo estipulado en el Artículo 7, Fracción XXVI que dice: “Coordinar el establecimiento y operación del Programa Interno de Protección Civil, para el personal, instalaciones, bienes e información de la dependencia.”<sup>19</sup>

En el Artículo 41 correspondiente a las atribuciones de la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios, en la Fracción X, estipula:

---

<sup>18</sup> *Diario Oficial de la Federación*. 26 de marzo de 1994. p.6

“Supervisar el establecimiento y operación de las normas de seguridad a nivel Nacional por parte de las unidades administrativas de la Secretaría, así como también proponer las que resulten conducentes.”<sup>20</sup>

Y, es en las facultades de la Dirección General de Operación de Servicios Educativos para el Distrito Federal, donde se observa un mayor desglose de las atribuciones que, en materia de Emergencia Escolar, tiene esta dependencia, de acuerdo con el contenido del Artículo 34, Fracciones VI, VII, VIII, IX y X que a la letra dicen:

VI.- Diseñar programas y aplicar acciones encaminadas a la prevención de emergencias escolares y mantenerlas actualizadas.

VII.- Instrumentar mecanismos de supervisión para verificar el cumplimiento de la normatividad sobre emergencia escolar y actualizar, permanentemente los sistemas de seguimiento e información en los planteles de la Secretaría ubicados en el Distrito Federal.

VIII.- Programar y desarrollar, de conformidad con los lineamientos de la Dirección General de Recursos Materiales y Servicios, campañas de difusión orientadas a la prevención de emergencias escolares en los planteles de la Secretaría, ubicados en el Distrito Federal.

IX.- Establecer mecanismos de coordinación con instituciones, organismos y agrupaciones para la protección civil, con el fin de que éstos brinden a los directivos, docentes y alumnos asesoría, orientación y, en su caso, atención en caso de desastres;

X.- Gestionar ante las autoridades competentes la adquisición y dotación de material de primeros auxilios y equipo de seguridad

---

<sup>19</sup> *Ibidem.* p. 7.

<sup>20</sup> *Ibidem.* p. 29.

a los planteles de educación inicial, especial, básica y normal en el Distrito Federal.”<sup>21</sup>

#### **a. Programa Interno de Protección Civil de la S.E.P.**

En la Secretaría de Educación Pública, como parte del Sistema Nacional de Protección Civil, se tiene integrado un Programa Interno de Protección Civil acorde con la normatividad emitida por la Secretaría de Gobernación.

##### **1. Objetivo:**

Establecer los lineamientos normativos con el propósito de unificar criterios para la implementación del Programa Interno de Protección Civil, en las Unidades Administrativas de la Secretaría de Educación Pública.

El Programa Interno de Protección Civil de la SEP es un instrumento de planeación, que debe aplicarse en cada uno de los inmuebles ocupados por sus unidades administrativas.

El propósito de este programa es: establecer acciones de prevención y auxilio destinadas a salvaguardar la integridad física de los empleados y de las personas que visitan las instalaciones de la S.E.P., así como proteger los bienes e información vital, patrimonio de esta institución, ante la ocurrencia de cualquier situación de emergencia.

---

<sup>21</sup> *ibidem*. pp. 24-25.



El Programa contempla el establecimiento de medidas y dispositivos de seguridad y protección para el personal, usuarios y bienes, para ser aplicados antes, durante y después de la eventualidad de un desastre.

Estas acciones se encuentran comprendidas en tres Subprogramas, el de Prevención, el de Auxilio y el de recuperación.

## **2. Subprograma de Prevención:**

Es el conjunto de medidas tendientes a evitar y/o mitigar el impacto destructivo de las calamidades de origen natural o humano sobre la población y sus bienes, así como sobre el medio ambiente.

Las funciones contempladas en este Subprograma son 11 básicas:

1. Organización
2. Formulación de un programa interno.
3. Diagnóstico de riesgos
4. Directorios e inventarios
5. Señalización
6. Programa de mantenimiento
7. Normas de seguridad
8. Equipo de seguridad
9. Capacitación
10. Difusión y concientización
11. Realización de ejercicios y simulacros

Estas actividades no son limitativas y los responsables de su aplicación, pueden determinar la realización de aquellas que consideren necesarias para lograr los objetivos propuestos.

### **3. Organización:**

El primero de estos 11 puntos es la organización que contempla la adecuación del Reglamento Interior, a fin de incluir las acciones de protección civil de manera formal y ubicar a la unidad interna dentro de la estructura organizacional de la dependencia para lograr permanencia y solidez.

En el caso de la Secretaría de Educación Pública, la materia de Protección Civil fue incluida por primera vez en el Reglamento Interior publicado el 17 de marzo de 1989 y reafirmado en la última versión de este ordenamiento jurídico, publicado también en el Diario Oficial de la Federación el día 26 de marzo de 1994.

Cada dependencia debe crear o actualizar su Unidad Interna de Protección Civil a través de un levantamiento y formalización de un acta constitutiva.

En el acta se designará a un Coordinador o responsable del inmueble, un suplente, jefes de piso en número acorde a las características del inmueble y brigadistas de prevención y combate de incendios, primeros auxilios, evacuación de inmuebles y búsqueda y rescate de lesionados.

Estas brigadas deben integrarse considerando la proporción de un elemento por cada diez personas.

Es recomendable sólo que en inmuebles compartidos por dos o más dependencias, se constituya solo una Unidad Interna de Protección Civil, con el fin de que la implementación y aplicación de las tareas que sobre el particular se realicen, estén debidamente coordinadas, evitando con esto la duplicidad de funciones y el entorpecimiento de su desarrollo. La unidad administrativa con mayor jerarquía o aquella que tenga mayor cantidad de personal bajo su responsabilidad, será la responsable de coordinar las tareas de protección civil.

Una vez que el acta constitutiva ha sido debidamente requisitada con la firma de todas las personas que intervinieron en ella, se remite una copia a la Dirección de Protección Civil de esta Secretaría, para su registro y posterior envío a la Secretaría de Gobernación.

#### **4. Formulación del Programa Interno.**

El objetivo de esta función es que cada Unidad Interna de Protección Civil cuente con un documento rector y debe contener todos los aspectos que conforman el Programa Interno de Protección Civil y debe incluir:

- El desglose de las actividades específicas a desarrollar dentro de los Subprogramas de Prevención, Auxilio y Recuperación.
- La calendarización de estas actividades.
- La designación de los responsables de su cumplimiento.
- La determinación de la periodicidad con que deben realizarse reuniones de evaluación.

- Períodos de elaboración de informes y avances.

Este documento no es limitativo y puede adecuarse a las características de la Unidad, tantas veces como sea necesario, es indispensable que sea difundido entre los integrantes de la unidad para su debida observancia.

### **5. Diagnóstico de riesgos:**

Esta función comprende dos aspectos generales: el primero corresponde a la identificación de riesgos al interior del inmueble y condiciones generales del mismo; el segundo aspecto se refiere a la identificación de riesgos al exterior del inmueble, según la zona donde se ubique; se estima pertinente revisar las estadísticas de los fenómenos destructivos de mayor incidencia en el lugar, ocurridos por lo menos en los últimos 5 años.

Durante el recorrido por la zona circundante al inmueble se identificarán los riesgos externos. Para ello es conveniente llevar consigo o elaborar un croquis, el cual además de servir como guía para marcar las áreas vulnerables o de riesgo, es útil para señalar la ubicación de las rutas de evacuación y del equipo de seguridad instalado.

Es recomendable contar con un croquis en el que se detallen las calles que lo delimitan, las instalaciones riesgosas que en un momento dado pongan en peligro la integridad física de las personas que laboran en el inmueble bajo la responsabilidad del Coordinador del Programa Interno de Protección Civil.

En el croquis de referencia se señalarán las zonas de seguridad, puntos de reunión adecuados para dar cabida a todo el personal, en caso de realizarse evacuaciones del edificio. Asimismo, deberá registrarse la presencia de instituciones que pudieran prestar apoyo, en caso de presentarse situaciones de emergencia, se debe anotar el tipo de institución, domicilio, nombre del responsable y números telefónicos.

El diagnóstico de riesgos es el producto de la investigación de los miembros de la Unidad en donde se detallan las características de su inmueble y su entorno inmediato, así como los recursos humanos y materiales disponibles para elaborar planes de emergencia tendientes a minimizar los efectos destructivos que pudiera ocasionar una situación de emergencia.

#### **6. Directorios e Inventarios:**

La elaboración de los directorios e inventarios, independientemente del uso interno que esta Secretaría les dé, sirven para apoyar al Sistema Nacional de Protección Civil, alimentando al Centro Nacional de Comunicaciones de la Dirección General de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación.

La información contenida en estos directorios servirá de apoyo para sustentar la toma de decisiones del Centro Nacional de Operaciones, ante la eventualidad de un desastre; por tal motivo, debe elaborarse un directorio de integrantes de la Unidad Interna de Protección Civil, un inventario de recursos materiales y un directorio de instituciones de apoyo externo.

### **7. Señalización:**

En esta función se encuentran comprendidas las actividades de adquisición e instalación de señales de tipo informativo, prohibitivo, restrictivo, preventivo y de obligación, en todos los inmuebles de las dependencias de la Secretaría de Educación Pública.

La intención de esta función tienen el propósito de homogeneizar colores, tamaños, tipo de material y figuras, conforme a la Norma Oficial Mexicana “Señales y avisos para Protección Civil, colores, formas y símbolos a utilizar” (NOM-S-PC-1992) publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 13 de julio de 1992, la cual regula los aspectos antes mencionados.

### **8. Programa de mantenimiento:**

Corresponde a cada dependencia de la Secretaría de Educación Pública realizar los trámites necesarios para la aplicación de normas y procedimientos internos de conservación de carácter preventivo y correctivo. El propósito de esta actividad es disminuir la vulnerabilidad de los inmuebles, mediante el óptimo estado de los sistemas eléctricos, hidro-sanitarios, de comunicación, gas y equipo de seguridad evitando posibles fuentes de riesgo y/o encadenamiento de calamidades.

### **9. Normas de seguridad:**

De acuerdo con las características del inmueble y el tipo de actividad o servicio, deben emitirse normas de observancia obligatoria para control de acceso a los inmuebles, mediante el registro de personas;

uso de gafetes o engomados de identificación; regulación del uso de aparatos eléctricos y restricción de entrada a zonas prohibidas.

#### **10. Equipo de seguridad:**

Con base en la estimación del o los riesgos y a la vulnerabilidad del inmueble, se procede a la determinación del equipo de seguridad que debe ser instalado en el mismo. El equipo contra incendios deberá ser adquirido de acuerdo al tipo de material que pudiese ocasionar fuego, se considerarán las características de los sistemas electrónicos y equipos de trabajo instalados, la red de hidrantes y tomas siamesas. Estas últimas, deben ser colocadas en sitios estratégicos y al alcance de los bomberos, los detectores de humo o de calor deben instalarse particularmente en zonas de alta concentración de materiales inflamables; los aspersores de agua o expulsores de granadas de gas halón deben ser instalados considerando el valor económico, cultural o artístico del material y equipo que se encuentre guardado, archivado o almacenado, el equipo personal de los brigadistas debe ser adquirido en cantidad y calidad adecuada para su utilización en caso de emergencia; los botiquines para aplicación de primeros auxilios deben contemplar el material mínimo de curación y ser instalados en sitios accesibles, al menos uno por piso, asimismo deben colocarse sistemas de alarma electrónicas o manuales y darlos a conocer entre el personal a fin de que el sonido y el código utilizado pueda ser fácilmente identificado.

De todo este equipo de seguridad debe elaborarse un inventario detallado a fin de permitir su fácil acceso y utilización en caso de emergencia.

## **11. Capacitación:**

Es importante que las dependencias u organismos estructuren programas de capacitación teórico-práctico en cada uno de sus inmuebles, con el fin de inducir, formar y actualizar al personal en general, en temas relativos a la protección civil.

En la definición temática de los cursos y talleres que se impartirán, se consideran aspectos básicos sobre las causas que dieron origen al Sistema Nacional de Protección Civil, integración de brigadas y elaboración del soporte documental del Programa. P

Por otra parte, deben establecerse mecanismos de coordinación con instituciones especializadas para solicitar su apoyo en la impartición de cursos sobre prevención, combate y control de incendios, primeros auxilios, evacuación de inmuebles y búsqueda y rescate de lesionados.

## **12. Difusión y concientización:**

Una tarea de protección civil es concientizar y promover entre el personal de la dependencia, una cultura de protección civil, a través de la elaboración y distribución de materiales impresos (carteles, folletos, trípticos, entre otros). Estos materiales tendrán indicaciones de actuación para antes, durante y después de la ocurrencia de situaciones de emergencia, asimismo, se contempla la elaboración de audiovisuales y la realización de conferencias y seminarios sobre protección civil o temas afines.



### **13. Realización de ejercicios y simulacros.**

Esta función comprende el desarrollo de ejercicios y simulacros en cada inmueble, entendiendo éstos como una representación imaginaria de la presencia de una emergencia. Deben ser planeados con fundamento en la evaluación de riesgos a los que está expuesto el inmueble, así se fomenta en las personas la adopción de conductas de auto-cuidado y auto-preparación y de actitudes de prevención, constitutivas de una cultura de protección civil.

Dichas actividades pueden ser por su operatividad: ejercicios de gabinete o simulacros de campo; por su programación, con previo aviso o sin él y, por su frecuencia; deberán realizarse en primera instancia los ejercicios de gabinete, comprendiendo desde la revisión del diseño y la diagramación hasta el proceso de toma de decisiones, y como consecuencia los simulacros de campo, por lo menos 3 veces al año.

Las acciones realizadas en estos simulacros deben ser evaluadas por personal interno y externo, con el fin de corregir las desviaciones que se puedan presentar para minimizar la incurrencia de fallas, en caso de presentarse un evento real.

### **14. Subprograma de Auxilio**

Es el conjunto de acciones destinadas principalmente a salvaguardar a la población que se encuentra en peligro, y a mantener en funcionamiento los servicios y equipamiento estratégicos, la seguridad de los bienes y el equilibrio de la naturaleza. Su instrumento operativo son los planes de emergencia, que serán

aplicados como respuesta ante la ocurrencia de una calamidad, asimismo comprende el desarrollo de funciones de alertamiento y evaluación de daños.

#### **15. Alertamiento:**

Esta función comprende el establecimiento de un sistema de alertamiento, en el que se podrán utilizar alternativa o complementariamente, sirenas, timbres, campanas, luces, o cualquier otro medio de utilidad. Una vez instalado el sistema, deberá darse a conocer entre el personal a fin de que el sonido y el código utilizado pueda ser fácilmente identificado durante las distintas fases de evolución de las diferentes situaciones de emergencia que pudieran presentarse, es importante definir con toda claridad el nombre y ubicación del responsable y suplentes de la operación de este sistema, a efecto de que quien detecte la presencia o proximidad de una calamidad, la reporte de inmediato con la persona indicada.

#### **16. Plan de emergencia:**

El objetivo básico de este plan es la puesta en marcha y la coordinación de las actividades y procedimientos destinados a garantizar la protección de quienes laboran o acuden a la dependencia u organismos del propio inmueble y su entorno y, de los bienes y recursos que el mismo alberga, como consecuencia del impacto de una calamidad interna o externa.

El plan debe considerar la designación de un responsable y su suplente, el establecimiento de un centro de comando, establecimiento de un centro de comando debidamente identificado e intercomunicado para emergencias. Este tendrá bajo su responsabilidad la coordinación de la ejecución de las operaciones, las actividades a cargo de las brigadas y de las organizaciones de emergencia participantes, la óptima y oportuna utilización de los recursos humanos y materiales disponibles; de los recursos humanos y las operaciones que con arreglo a los distintos tipos de riesgo, interno y externos diagnosticados para el inmueble deban llevarse a efecto, como la concentración de las personas en las zonas de seguridad, el censo de las mismas y la evaluación de la situación de emergencia.

#### **17. Evaluación de daños.**

Esta función debe contemplar los mecanismos y parámetros para determinar, por conducto de las brigadas existentes en el inmueble, la dimensión de la calamidad, la estimación de daños humanos y materiales, las necesidades a satisfacer y la consideración de eventos secundarios o encadenados, para poder convocar correctamente cuerpos de emergencia adicionales o apoyo técnico especializado.

#### **18. Subprograma de Recuperación**

Este tercer Subprograma se propone debido a que la reconstrucción y vuelta a la normalidad del inmueble, corresponde directamente a las autoridades institucionales y/o propietarios de los mismos. Estas acciones están en función de la evaluación de los daños ocurridos, del análisis de riesgos y de los planes de desarrollo económico y social de la zona.

Debe contemplar todas aquellas acciones y rutinas de revisión y análisis de las condiciones físicas internas y externas del inmueble, así como de la salvaguarda de los individuos que ahí laboran o acuden y que, como consecuencia de la calamidad, hayan sido evacuados del mismo, a efecto de garantizar que su acceso a la dependencia u organismo se llevan a cabo en las mejores y más seguras condiciones posibles.

Se deberá revisar, por parte de especialistas, de la estructura de la edificación, particularmente si la misma revistiera daños aparentes; verificar la seguridad de instalaciones eléctricas y de suministro de gas, a efecto de constatar que no estén en posibilidad de provocar una explosión o incendio subsecuente; que no existan derrames de sustancias peligrosas; que el mobiliario y equipo, particularmente aquel de gran peso no se encuentre desprendido o en posiciones inseguras que faciliten su caída; que no existan ventanas, lámparas, falsos plafones u otras instalaciones temporales que se pudieran desprender.

Una vez que se concluyó la revisión física del inmueble, el responsable dará la autorización para que el personal, bajo la guía del jefe de piso correspondiente, así como de las brigadas, retorne a su lugar, o en su caso se elaboren los programas de reconstrucción a corto y mediano plazo.

### **C. Desastres, Protección Civil y Comunicación.**

El interés del hombre por conocer la naturaleza de los desastres tiene una relación directa con una función específica de la raza humana que es la supervivencia, la cual plantea las siguientes interrogantes: ¿Es posible evitar los desastres? ¿Prevenirlos? ¿Disminuir su impacto? Quizá se quiera llegar más lejos, hasta el extremo de poder controlarlos.

En la resolución de estas interrogantes, la comunicación representa un papel muy importante, pues se constituye en el hilo conductor de las actividades que deben desarrollarse. En este sentido la comunicación, como actividad sustantiva debe abordarse, cuando menos, desde tres perspectivas complementarias.

- a) Como aviso oportuno de la inminente presencia de un fenómeno perturbador para que la población pueda tomar las medidas necesarias.
- b) Como medio de enlace durante el desarrollo del fenómeno y en las actividades de reconstrucción y vuelta a la normalidad.
- c) La tercera perspectiva se refiere a la comprensión de los fenómenos perturbadores como elementos con los cuales debemos aprender a convivir sin arriesgar la vida.

Ante este panorama, los esfuerzos de los especialistas están orientados hacia la creación de mejores formas de comunicación ante situaciones de emergencia. Como el Servicio Meteorológico; el Sistema de Alerta Sísmica en la Costa Guerrerense con el cual es posible avisar de la ocurrencia de un sismo con epicentro en esa costa con repercusiones en la Ciudad de México, en sólo 40 segundos

después de ocurrido en el lugar referido. El Centro Nacional de Comunicaciones de la Dirección General de Protección Civil y toda la infraestructura de medios existentes, la cual en un momento dado tendría la función de comunicar a la sociedad sobre la situación generada por el fenómeno perturbador, son ejemplos de estos esfuerzos.

Para lograr la aceptación, primero es la puesta en marcha de Programas Internos de Protección Civil, después es necesaria la instrumentación de estrategias de concientización que motiven la participación ciudadana en estas tareas. En este punto es importante mencionar que se han realizado grandes esfuerzos que abarcan desde campañas en los medios, producción de revistas, libros, folletos y audiovisuales, hasta ciclos de conferencias y diplomados para formar especialistas en la materia. Sin embargo, todos estos esfuerzos todavía son insuficientes, en tanto que todavía no se logre el objetivo de hacer que la cultura de protección civil pueda considerarse como un bien de todos los mexicanos.

Varios factores han influido para que la situación previamente descrita prevalezca, sin embargo, en el presente trabajo se considerará uno relacionado con la naturaleza de la protección civil y que motiva el rechazo de la gente. Se considera un tema poco grato, doloroso, inquietante y se puede llegar al extremos de considerarlo innecesario.

Ante esta serie de supuestos reflejados en las actitudes de la gente, la mejor forma de enfrentar el problema es presentar a la protección civil como un producto social deseable, útil, con beneficios tangibles para

preservar la vida ante la presencia de cualquier fenómeno perturbador. Este sería el tema central del siguiente capítulo.

### **III. Estrategia de Comunicación.**

#### **A. Componentes de una estrategia.**

En el presente capítulo y conforme al esquema planteado en este trabajo de investigación, se estructurará una estrategia realista de comunicación en Protección Civil al interior de la Secretaría de Educación Pública. En concordancia con lo expresado en capítulos anteriores y de acuerdo con los recursos disponibles para tal efecto.

#### **1. Ilustración del entorno de la estrategia.**

De las estrategias propuestas en el primer capítulo, se adoptará la de Kotler<sup>22</sup> en lo referente a la definición de los pasos a seguir para instrumentar una estrategia de comunicación.

En el primer punto se refiere a la ilustración del entorno de la estrategia en donde se consideran básicamente seis fuerzas:

##### **a) Fuerza Demográfica.**

En la Secretaría de Educación Pública, la definición de este entorno comprendería lo siguiente: Una población aproximada de 26 millones 300 mil personas, las cuales, según el último censo se dividen de la siguiente manera: 26 millones de estudiantes a nivel nacional y un millón 300 mil personas entre trabajadores administrativos y docentes. Esta última población es sobre la cual se

---

<sup>22</sup> Kotler, Op. cit. P. 55.

preservar la vida ante la presencia de cualquier fenómeno perturbador. Este sería el tema central del siguiente capítulo.

### **III. Estrategia de Comunicación.**

#### **A. Componentes de una estrategia.**

En el presente capítulo y conforme al esquema planteado en este trabajo de investigación, se estructurará una estrategia realista de comunicación en Protección Civil al interior de la Secretaría de Educación Pública. En concordancia con lo expresado en capítulos anteriores y de acuerdo con los recursos disponibles para tal efecto.

#### **1. Ilustración del entorno de la estrategia.**

De las estrategias propuestas en el primer capítulo, se adoptará la de Kotler<sup>22</sup> en lo referente a la definición de los pasos a seguir para instrumentar una estrategia de comunicación.

En el primer punto se refiere a la ilustración del entorno de la estrategia en donde se consideran básicamente seis fuerzas:

##### **a) Fuerza Demográfica.**

En la Secretaría de Educación Pública, la definición de este entorno comprendería lo siguiente: Una población aproximada de 26 millones 300 mil personas, las cuales, según el último censo se dividen de la siguiente manera: 26 millones de estudiantes a nivel nacional y un millón 300 mil personas entre trabajadores administrativos y docentes. Esta última población es sobre la cual se

---

<sup>22</sup> Kotler, Op. cit. P. 55.



pretende incidir de manera más cercana y de estos últimos se trabajaría de manera casi personal con el 10% que son quienes integran las Unidades Internas de Protección Civil y que multiplicarían la cultura de Protección Civil hacia el resto de la población, mediante las estrategias aquí propuestas.

#### **b) Fuerza Económica.**

Esta fuerza debe analizarse desde dos perspectivas: la primera se refiere al costo que tendría la instrumentación de esta estrategia por parte de los promotores, en este caso, la Dirección de Protección Civil y la otra perspectiva, es el costo para los destinatarios, la adopción del producto social propuesto. En este caso únicamente comentaremos que la fuerza económica es absorbida por la Administración Pública Federal en ambas vertientes y del público se requiere, básicamente, voluntad, pues las propuestas que se le hagan no representan, por su parte ninguna inversión económica.

#### **c) Fuerza Física.**

Sobre este punto es conveniente precisar que los procedimientos de actuación para casos de desastres, requieren de esfuerzos de esta naturaleza, de movilización, de preparación no solamente física, sino psicológica; en este sentido, esta fuerza tiene un papel importante como aspecto para evaluar la eficacia de la estrategia de la comunicación al ser un aspecto mensurable y observable: antes, durante y después de su aplicación.

#### **d) Fuerza Tecnológica.**

La tecnología como punto de apoyo para la instrumentación de estrategias, se considerará mediante la utilización de tres recursos, como son: un sistema de circuito cerrado a través de satélite en donde se puedan difundir conferencias simultáneas a distintos lugares; la producción y distribución de programas en videocassettes y la utilización de la infraestructura informática existente en la S.E.P., bajo un esquema de uso limitado a la utilización de diskettes para la documentación que soporta el Programa Interno de Protección Civil; además de los medios y redes de comunicación propios del sector público, tales como: los materiales impresos, teléfono y fax.

#### **e) Fuerza Político-legal.**

Esta fuerza está perfectamente delimitada mediante todos los documentos legales que rigen la materia, que van desde el Programa Nacional de Protección Civil 1995-2000, las Leyes y Reglamentos de Protección Civil y el propio Reglamento Interno de la Secretaría de Educación Pública.

#### **f) Fuerza Socio-cultural.**

En lo referente a este punto, es en donde mayor resistencia puede encontrarse para implantar el producto social denominado: Cultura de Protección Civil, en virtud de que a pesar de las experiencias que ha tenido que pasar la sociedad, todavía no valora la importancia de la prevención como principio básico de la sobrevivencia.

## **2. Análisis de la conducta de los destinatarios de las estrategias.**

Este punto es importante si se valora la capacidad de predecir como se comportarían los destinatarios ante los mensajes emitidos. Se requiere un cambio de actitud ante la información referente a situaciones de vulnerabilidad, por ello es necesario conocer las conductas actuales sintetizadas en un rechazo hacia este tipo de información y que se verán afectadas mediante el establecimiento de la estrategia, motivando, en principio una aceptación y después una participación activa.

Actualmente existe poca aceptación del tema de protección civil, como mencionamos anteriormente, se debe a que se asocian a situaciones de desastre que traen a la memoria experiencias poco gratas y hasta dolorosas. La falta de una estrategia adecuada de comunicación ha contribuido para que ese rechazo siga vigente. De ahí la importancia de valorar una efectiva y bien orientada estrategia de comunicación para protección civil.

Se han cometido varios errores, reflejados en una falta de apoyo a las actividades de protección civil, precisamente de los sectores que más deberían participar en ellas, esto es, aquellos ubicados en situaciones de riesgo.

## **3. Desarrollo del Producto Social**

Tal como se ha definido en capítulos anteriores, el producto social se refiere a lo que la gente acepte, haga, valore y adopte y se sintetiza en una propuesta de cambio de conducta en situaciones de riesgo; en

protección civil, se busca el conocimiento, la comprensión y aplicación de la cultura de Protección Civil.

Sin ánimo de polemizar en lo referente a la definición de ¿qué es cultura?, aceptaremos la propuesta que la define como un “Conjunto de elementos de índole material o espiritual, organizados lógicamente y coherentemente, que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, los usos y, costumbres, hábitos y aptitudes adquiridos por los hombres en su condición de miembros de la sociedad”<sup>23</sup> así, tendríamos que la definición de cultura de protección civil sería un conjunto de conocimientos, valores y actitudes preventivos que permitirán a cada quien, protegerse y proteger a sus semejantes ante situaciones de riesgo provocados por fenómenos naturales, ya sean éstos de origen natural o provocados por el hombre.

Como es posible observar en la definición anterior, lo que se entiende por cultura de protección civil es consensual y genérico y requiere de mayores precisiones que más se acerquen a su cabal comprensión.

Para lograr una mejor comprensión acerca de esta parte, a continuación se presenta una tabla descriptiva de las conductas que prevalecen entre la población de la SEP y las conductas que, mediante la aplicación de la estrategia, se desea provocar.

---

<sup>23</sup> Diccionario Océano Uno. p. 3422.

<b>CONDUCTA PREVALENCIENTE</b>	<b>CONDUCTA DESEADA</b>	<b>MEDIOS PROPUESTOS</b>
INDIFERENCIA	INTERÉS	TRÍPTICOS
APATÍA	MOTIVACIÓN	CARTELES
DESCONOCIMIENTO	CONOCIMIENTO	CARTELES
MIEDO	VALOR	GUÍAS TÉCNICAS
ANGUSTIA	TRANQUILIDAD	VIDEOS
DEPRESIÓN	ENTUSIASMO	VIDEOS
CRISIS NERVIOSA	SERENIDAD	SEMINARIOS
RECHAZO	ACEPTACIÓN	ENTREVISTAS
INCOMPRESIÓN	COMPRESIÓN	SIMPOSIO
DESCONFIANZA	CONFIANZA	SIMPOSIO
DIVAGACION	CONCENTRACION	VISITAS*

\* Los medios propuestos no son privativos para cada una de las conductas descritas, más bien se trataría de una combinación de todos ellos.

Elemento evaluador: Realización de simulacros.

La adopción de las conductas deseadas por parte de la población a la cual va dirigida la estrategia de comunicación será el indicador de que el producto social, entendido como la cultura de protección civil, ha sido aceptado, lo cual se evaluará en la realización de simulacros.

#### **4. Identificación de necesidades**

Para poder identificar las necesidades de los destinatarios, es conveniente formularse una pregunta, cuando éstos se encuentran ante la presencia de un fenómeno perturbador ¿qué necesita la gente? Precisamente requiere de los elementos identificados como satisfactores de demandas, tales como seguridad y confianza; saber

qué hacer y porqué hacerlo de ese modo. Se considera esta demanda real, por que la gente tiene una auténtica necesidad de saber qué hacer ante situaciones de emergencia; el problema es que se identificarla y aceptarla como necesidad, para que se racionalice y pueda capitalizarse en beneficio de la integridad física y psicológica de todas las personas usuarias de la cultura de protección civil.

#### **a. Disonancia cognitiva**

Si aceptamos que la gente necesita sentirse segura ante situaciones riesgosas, entonces, es posible hablar del principal obstáculo para lograr la aceptación de la propuesta del producto social. En este caso, esta teoría afirma que la información es bloqueada por mecanismos de defensa ante situaciones riesgosas para lograr tranquilidad y seguridad. Algunas personas prefieren suponer la inexistencia de riesgos, creen estar rodeados de condiciones seguras, por lo que difícilmente serán afectados por algún fenómeno perturbador.

Esta falsa sensación de seguridad es el principal problema que enfrentará cualquier estrategia de comunicación. En el campo de la psicología, estas construcciones imaginarias tienden a crear un equilibrio emocional en el individuo, con las consecuentes conductas indeseables de no querer aceptar información que cambie su esquema de pensamiento.

En el campo de la comunicación, hacia 1957 Festinger<sup>24</sup> desarrolló el concepto de la teoría de la disonancia cognitiva. La describió como un estado de discrepancia, inconsistencia o conflicto entre las

actitudes, las creencias y los valores organizados dentro del sistema cognitivo de un individuo según la cual se puede afirmar que la gente se siente motivada a reducir el conflicto que provoca la información sobre desastres; este conflicto induce al individuo a reducir la angustia que le produce una experiencia conflictiva; supongamos, por ejemplo, que la información sobre la posibilidad de la ocurrencia de un sismo de proporciones similares a las de septiembre de 1985 sea difundida en forma tal que toda la gente tenga que escucharla, subrayo la palabra escuchar, que no implicaría comprender y asimilar, sino simplemente aceptar la información y dejarla en un nivel elemental del conocimiento sin racionalizar la existencia de una situación de riesgo que implicaría la necesidad de implementar medidas preventivas para poder hacerles frente.

Las posibles reacciones de la gente ante este tipo de información, tendrían una amplia gama de posibilidades que podrían ir, en el mejor de los casos, desde la aceptación consciente de la información y tomar las providencias necesarias, hasta la negación de la información que se les proporcionó; esta última actitud puede asumirse utilizando varias estrategias como las siguientes:

---

<sup>24</sup> Citado en O'Sullivan, Tim, et. al. Op. cit. pp. 112-113.

- 1) Buscar información que apoye actitudes ya existentes.
- 2) Negar o desvalorizar directamente a la información nueva y contradictoria.
- 3) Disminuir la importancia del tema disonante en su conjunto poniendo en tela de juicio todas las creencias, valores y prescripciones acerca del mundo.

\*Op cit pag. 113.

#### **b. Ejemplos generales de actitudes ante los desastres.**

A lo largo de más de 8 años de actuar como promotor de la cultura de protección civil, se han detectado las siguientes actitudes genéricas:

- I. Gente que recuerda cuando muchas personas murieron aplastadas en los edificios derrumbados y que si se presenta un sismo de proporciones similares a los del 85, si les pidiera resguardarse en zonas de seguridad internas, antes que intentar salir, dirían, en concordancia con sus recuerdos, que lo importante es salir antes de morir aplastados.

A estas personas es necesario proporcionarles información acerca de las acciones de reforzamiento a las estructuras de los edificios públicos y de la revisión periódica que se lleva continuamente a cabo desde que se ha implantado el programa, así como darles a conocer el reglamento de construcciones del Distrito Federal, en donde se ha determinado la obligatoriedad de garantizar mejores condiciones de seguridad en las edificaciones y utilizar materiales de mejor calidad en la construcción.



De igual forma, es necesario hablar del surgimiento de la figura jurídica del Director Responsable de Obra, cuya principal obligación es supervisar las máximas condiciones de seguridad en los inmuebles bajo su responsabilidad.

De lo que se trata es de que la gente acepte la información, que la valide y que la compruebe para que, entonces, actúe en consecuencia y acepte el procedimiento que se le propone y que, en sus hogares, también se verifiquen las condiciones necesarias de seguridad.

2. La segunda estrategia de rechazo, niega o desvaloriza directamente a la información nueva y contradictoria. Podría ejemplificarse con aquellas personas que siguen este razonamiento “ si los sismos no pueden evitarse ni pronosticarse el día y la hora en que van a suceder es más, no se sabe si ocurrirán sismos riesgosos en los próximos 10 años ¿para qué preocuparse por ellos ahora? Aquí lo importante es destacar el valor de las actividades preventivas y resaltar también que los sismos van a estar siempre presentes, en cualquier momento se pueden generar grandes movimientos telúricos y por ello es necesario estar siempre preparados.
3. La tercera estrategia de rechazo se refiere a quien percibe una información y no quiere aceptarla, por lo que disminuye la importancia que tiene el tema. Se debe aclarar mediante la valoración del objetivo de la cultura de protección civil, que es el cuidado de la vida. La pregunta antidoto sería ¿hay algo más valioso que la vida?

Si convenimos en que la protección civil agrupa a un conjunto de actividades cuyo objetivo central es preservar la vida y así somos capaces de hacerle sentir al destinatario, entonces, nos encontraremos del otro lado y estaríamos ante una buena evidencia de la eficacia de la estrategia de la comunicación.

En síntesis, la gente no evita la información en sí, sino los estados anímicos que supone le va a generar la información ofrecida; por eso, en el planteamiento de los mensajes debe resaltarse la posibilidad real que tiene el hombre para evitar desastres y enfocar la atención de los mensajes hacia este aspecto.

### **5. Comunicación selectiva**

De acuerdo con el esquema propuesto en el primer capítulo, en donde se habla de la promoción a través de la comunicación masiva, es conveniente mencionar que se limita únicamente al ámbito de la SEP en sus oficinas administrativas, es necesario que exista coherencia con la información transmitida a través de los medios de comunicación. Así, se orientará la promoción en forma selectiva, con base en la aplicación de criterios y formulación de estrategias. Lo anterior se refiere a la identificación de distintos grupos en función de la cantidad de información que cada uno de ellos necesita, bajo el entendido de que hay algunos que de acuerdo con sus responsabilidades, requieren de una mayor cantidad de elementos para apoyar la toma de decisiones. En la presente estrategia, se tiene contemplada esta clasificación de acuerdo a como se ilustra en la tabla siguiente:

Niveles de responsabilidad en la aplicación del Programa de Protección Civil en el inmueble:

1. Responsable de inmueble (Coordinador operativo 1er. nivel)
2. Mandos superiores del inmueble (1er. nivel)
3. Integrantes de la Unidad Interna (2o. nivel)
4. Población del inmueble (3er. nivel)
5. Población en general (4o. nivel)

De acuerdo con estos niveles de responsabilidad, los medios de apoyo a la estrategia son los siguientes:

## 6. MATERIALES DE APOYO PROPUESTOS

	Triplicados	Carteles	Güías Técnicas	Videos	Scenararios	Visitas	Conferencias	Tele conferencias
Cantidad	20,000	5,000	2,000	300	20	200	10	3
Tema	Sismos	Sismos	Simulacros	P.I.P.C.	Int.P.C.	Avances de Programa	Motivacionales	Informativas
Tema	Incendios	Incendios	Simulacros	Simulacros				
Tema	Lluvias	Lluvias	Induc. a la Protección C.	Sismos				
Tema	Inundaciones	Inundaciones	Primeros Auxilios	Incendios				
Tema	Amenaza de bomba	Amenaza de bomba	Prevención y Combate de Incendios					
Tema	Contaminación	Contaminación	Búsqueda y Rescate					
Tema	Programa Int. de Protec.Civil	Programa Int. de Protec.Civil						
Tema		Normas de conducta en simulacros						
Cantidad de personas	Todo el público	Todo el público	2,000 personas	Todo el público	1,000 personas	200 personas	2,000 personas	Todo el público

Si se consideran los alcances de la Secretaría de Educación Pública en el Distrito Federal, la propuesta de medios es modesta, pero realista y su eficacia estriba en la forma de su aplicación, ya que se pretende

lograr una presencia constante de la protección civil en todos los inmuebles.

Desde luego, esta propuesta puede enriquecerse con otro tipo de actividades y materiales. Pero en esto, sí es preciso ser muy claros, se trata de proponer alternativas realistas posibles y definidas en tiempo y espacio. Acordes a los recursos con los que se cuenta a modo tal de que en el tiempo para el cual se propone la distribución y difusión de los materiales sean eficaces y causen un impacto positivo entre los destinatarios.

Bajo esta perspectiva, se deben considerar los tiempos más oportunos para cada uno de los temas propuestos por ejemplo los materiales sobre lluvias e inundaciones, tendrán un mayor impacto si se difunden la última quincena de agosto; los materiales sobre contaminación ambiental son más efectivos en noviembre y diciembre y, en general, durante toda la época invernal; en lo referente a la información sobre sismos, éstos no tienen una temporalidad definida, por lo que es recomendable hacer, cuando menos, tres distribuciones de materiales distintos, alusivos a ellos durante todo el año.

Para esta estrategia se ha definido como un aspecto sustantivo, la comunicación selectiva y personalizada, a través de seminarios de capacitación, visitas y conferencias que deben realizarse de manera permanente, acorde con los recursos con los que cuenta la institución en donde se abordarán contenidos específicos de apoyo a las actividades que sobre protección civil se deben desarrollar.

## 7. CALENDARIO DE DISTRIBUCIÓN DE MEDIOS

MATERIALES	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>TRIPTICOS:</b>												
Sismos		10,000				5,000			5,000			
Incendios					20,000							
Lluvias						20,000						
Inundaciones					20,000							
Amenaza de bomba			10,000					5,000		5,000		
Contaminación											20,000	
Prog. Int. de P.C.				20,000								
<b>CARTELES:</b>												
Sismos			10,000				5,000				5,000	
Incendios						20,000						
Lluvias					20,000							
Inundaciones					20,000							
Amenaza de bomba				10,000					5,000		5,000	
Contaminación												20,000
Prog. Int. de P.C.			10,000									
Normas de Seg. en simulacros		20,000										
Guías técnicas para simulacros						2,000						
Inducción a la P.C.		2,000										
Primeros Aux.				2,000								
Prevención y Comb. de Inc.					2,000							
Búsqueda y Rescate						2,000						

VIDEOS												
P.I. de P.C.			300									
Simulacros					300							
Sismos						300						
Incendios							300					
Seminarios		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Visitas		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Conferencias						15						
Teleconferencias			1					1				1

### Bocetos de contenido

**Tríptico:** Por la facilidad de su circulación de mano en mano y por las características de su tamaño y forma, en este medio se puede ofrecer primero información general, lo más sintéticamente posible, después recomendaciones de procedimientos de actuación acordes al fenómeno que se trate y finalmente, datos de localización de las instituciones responsables de protección civil.

**Carteles:** En este medio se debe lograr un justo equilibrio entre texto e imagen; aquí se recomienda que se elijan dos o tres aspectos importantes y se conviertan en oraciones o recomendaciones y se ilustren con buenas imágenes, sin saturar de información. No se debe ofrecer información tan elemental que no transmita nada.

**Guías técnicas:** Las guías técnicas tienen el propósito de coadyuvar en el proceso de capacitación de los brigadistas e integrantes de las Unidades Internas de Protección Civil; por lo tanto, su contenido debe ser más completo y profundo, de acuerdo con su función, va más allá de lograr un cambio de conducta, además, busca integrar habilidades en lo individuos receptores, tal como se hace en los documentos de carácter normativo.

**Videos:** Los videos deben aprovechar los recursos del lenguaje audiovisual, incluso se pueden contar historias, presentar testimonios, ilustrar con ejemplos; desde el punto de vista de la eficacia de los medios, se considera que el video es el que tiene más posibilidades de ofrecer una información rica en imagen, por lo tanto eso la hace más interesante y amena.

**Seminarios:** Los seminarios se conciben como la forma más completa y directa de la comunicación, pues conllevan la intención explícita de capacitar al personal, utilizando todos los recursos didácticos disponibles, rotafolios, videos, guías, trípticos, entre otros, además de la participación directa y de la interacción entre los instructores y los asistentes, con lo que se genera una comunicación efectiva y de primera instancia que posibilita un aceptable nivel de eficacia en el cumplimiento de los objetivos propuestos; además, es preciso mencionar que los asistentes a este tipo de eventos son considerados elementos multiplicadores de una cultura de protección civil hacia todos los trabajadores de la S.E.P.

Visitas: Junto con los seminarios, las visitas a los inmuebles por parte de los representantes de la Dirección de Protección Civil, son los más efectivos medios de comunicación personal, porque permiten abordar los temas y atacar los problemas en el mismo lugar en donde se generan y en donde se requiere la aplicación de conocimientos; estos es, en los centros de trabajo, para este tipo de estrategias, los recursos son muy limitados, al igual que su alcance, 100% efectivo únicamente en el inmueble objeto de la visita, pero de nula eficacia para todos los demás.

Conferencias: Las conferencias están pensadas para abordar aspectos específicos y concretos a través de una exposición detallada que resuelva dudas en el momento en el que se exponen. Proporcionan información general pero su alcance es limitado al número de asistentes a cada una de ellas.

## **8. Simulacros**

Se dejó, con toda intención, aparte el tema de los simulacros por el valor que en esta estrategia tienen como elementos evaluatorios de la eficacia de las acciones promovidas; un simulacro, es la representación de la ocurrencia de un fenómeno perturbador, durante el cual se ponen en práctica las acciones sugeridas en los procedimientos que previamente se han definido; durante su ejecución se evalúan las hipótesis planteadas, el tiempo estimado, el comportamiento de los brigadistas, el comportamiento del público, la correcta determinación de zonas de seguridad, rutas de evacuación y procedimientos en general.



La Ley<sup>25</sup> marca que se deben desarrollar cuando menos tres simulacros al año en cada inmueble, con una afluencia de 50 personas o más; en esencia se han difundido dos procedimientos genéricos: uno para sismo y otro para incendio; el primero supone un repliegue hacia zonas de seguridad previamente determinadas y una posterior evacuación hacia zonas de seguridad externas.

El segundo contempla una evacuación inmediata de todo el personal hacia las zonas de seguridad externas; según el grado de avance que se haya logrado en cada inmueble, se pueden plantear mayores niveles de dificultad en los escenarios definidos, tales como: la presencia de heridos, corto-circuitos, rutas de evacuación obstaculizadas, por mencionar algunos; lo que se busca con los simulacros, es preparar física y psicológicamente a la población para enfrentar estas situaciones de emergencia, que seamos capaces, realmente de imaginarnos una situación que ponga en peligro nuestra vida y que actuemos con la cordura, el aplomo y la celeridad necesaria.

## **B. Programa Anual de Actividades**

Dentro de los organismos de la Administración Pública Federal, todas las actividades se rigen conforme a programas de trabajo, denominados programas operativos anuales. Es importante que esta estrategia de comunicación, así como cualquiera que se pretenda

---

<sup>25</sup> Ley de protección civil para el Distrito Federal. *Diario Oficial de la Federación*. 2 de febrero de 1986. p. 98.

llevar a cabo, quede plasmada de manera formal en dicho programa, con descripción de la actividad, responsable de su ejecución, metas cuantificables y objetivos de cada acción, de tal suerte que ese hilo conductor de las actividades en este caso de la Dirección de Protección Civil, valide sustente y asegure que se cumplan las actividades que en materia de comunicación se proponen; más aún, que las actividades cotidianas que aquí se desarrollan, estén relacionadas con alguna actividad de comunicación. Ese sería el fin último: poder relacionar funcionalmente a la comunicación con la cotidianeidad, en esto radicaría el secreto del éxito de esta propuesta.

En resumen, se propone una estrategia de comunicación que no parta de cero, que retome los avances logrados e inicie con un diagnóstico expositor de la actual situación del entorno sobre el cual se pretende incidir. Parte central de la estrategia propuesta, es lograr que la cultura de protección civil sea considerada como un producto social, atractivo, para que la gente lo acepte y cambie de actitudes.

Para lograr el objetivo definido la estrategia contempla el apoyo de materiales impresos, trípticos, carteles, guías técnicas o folletos, audiovisuales, además de impulsar formas de comunicación directa, como lo son las entrevistas, los seminarios y las conferencias.

Se realizó una clasificación del público sobre el cual se pretende incidir, con el propósito de racionalizar los recursos existentes y optimizar resultados; la combinación de todos los factores anteriores, le darán permanencia y solidez al tema de la protección civil durante el año de 1998.

El objetivo de la protección civil es lograr que la gente sepa qué hacer antes, durante y después de una situación de emergencia provocada por algún fenómeno perturbador. Ello tiene una relación directa con el objetivo de la estrategia de comunicación, en el caso de este trabajo, lograr que la gente tenga un genuino interés por el tema y que se preocupe por conocerlo y comprenderlo; por ello, se han propuesto los simulacros como elementos evaluadores en donde se puede observar de manera directa si los cambios de conducta propuestos se han generado o no. La aceptación de estos cambios será la muestra de que la estrategia es eficaz, si no es así, habrá que buscar nuevas estrategias basadas en los resultados que se obtengan una vez concluido el período de aplicación de esta propuesta.

**Conclusiones:**

En esta estrategia de comunicación para protección civil en la Secretaría de Educación Pública, se ha tratado el tema de la comunicación, de su importancia para el buen desarrollo de las sociedades modernas y de la posibilidad que se tiene, a través de ella, para propiciar cambios de conducta ante lo que se ha definido como protección civil.

Se afirmó que para hacer posible ese cambio de conducta se debe concebir a la comunicación como una estrategia capaz de crearse y orientarse como un producto social surgido de una serie de trabajos para que sean difundidos a través de distintos medios hacia la gente, que los aceptará si son lo suficientemente atractivos y si satisfacen sus demandas.

La necesidad de estructurar una estrategia de comunicación, tiene su origen en la actual apreciación que la gente tiene de la protección civil, particularmente, los trabajadores de la Secretaría de Educación Pública y que se resume en la falta de interés sobre el tema.

Actualmente, existe poco interés del ciudadano promedio sobre el tema, incluido el personal de la SEP, por este motivo ha sido necesaria la aplicación de campañas de comunicación para motivar una mayor participación de la comunidad sobre estos aspectos. A nivel comentario, quisiera enunciar aquí parte del problema que se trató en este trabajo, se habla de que a la gente no le atrae el tema y sobre esta realidad se vislumbra un factor importante a considerarse

en subsecuentes campañas o estrategias de comunicación. Se debe partir de esta realidad y buscar la manera de hacer atractivo el tema; aquí también es importante ser claro en nuestras apreciaciones como comunicadores, no es que el tema no sea importante, necesario, vital, cuestión de sobrevivencia, de vida o muerte ante fenómenos perturbadores. Es necesario tener claro que la gente no lo percibe así, el reto es hacer que la gente lo valore en su justa dimensión; por eso las estrategias deben ser bien orientadas, seleccionar meticulosamente los contenidos de los mensajes, debemos ser capaces de traspasar los umbrales de la disonancia cognitiva, de que los mecanismos de defensa no perciban en la información que se presenta, una amenaza para el equilibrio emocional de las personas que la reciben, en esto radicaría el éxito de esta estrategia.

Par lograr lo anterior, es preciso valorar esta propuesta. No se trata nada más de emitir 140,000 trípticos, 140,000 carteles, 8,000 guías, 600 videos, dictar 12 conferencias y 3 teleconferencias e impartir 12 seminarios en tiempos delimitados en forma tal que se logre una presencia constante. ¡No! Es algo más importante. De lo que se trata es precisamente de considerar todos los pasos previos a la estructuración y distribución de estos materiales para darles el matiz que se requiere; partir de un diagnóstico de la real situación prevaleciente y atenerse a ella, no incurrir en el error de pensar una cosa y hacer otra. Por esto, se propone una estrategia modesta pero factible, real y muy posible, por esto el objetivo acaso también sea limitado, apenas lograr la aceptación del tema y propiciar un cambio de conducta. No se pide un conocimiento profundo de los temas ni de

los procedimientos, no se pide que se conozcan a fondo las situaciones de riesgo de la República Mexicana.

El gran objetivo de la protección civil sería lograr ser parte de la cotidianeidad de la ciudadanía. Parte de su formación cívica, más aún, me permito una exageración motivada por mi interés hacia el tema, debe ser un conocimiento casi biológico, hereditario e instintivo que forme parte de la información genética que la humanidad transmitirá de generación en generación, como un mecanismo de sobrevivencia y una capacidad de adaptación al medio ambiente. Este sería un objetivo de largo alcance que requeriría de más de una estrategia para llevarlo a cabo.

Por el momento y en atención a las reales posibilidades, la estrategia busca incidir en la conducta de los trabajadores de la SEP, dar pasos pequeños pero siempre hacia delante, hasta lograr la consolidación de la cultura de protección civil, tal como se mencionó en el párrafo anterior.

Como bien se sabe, no existen estrategias, ni campañas definitivas y terminadas en comunicación, más bien deben pensarse nuevas estrategias permanentemente en todos los programas de trabajo, particularmente en aquellas áreas, en las que como en la protección civil existan elevados niveles de apatía y en el peor de los casos, rechazo hacia el tema.

Se sugiere que en cada Programa Operativo Anual, la protección civil tenga su espacio necesario, sus recursos, su planeación y su estrategia de comunicación para mantenerla vigente.

Como en todo, para que la estrategia de comunicación sea realmente efectiva, ésta debe ser realizada por profesionales en la materia, ya que mucho daño le han hecho a la ciencia de la comunicación los improvisados, que con mucha buena voluntad han querido realizar proyectos y los han llevado a cabo sin los conocimientos específicos que cada disciplina requiere ¿Resultados? Carteles mal hechos, folletos sin sentido, videos aburridos, en fin, material desechable que está muy lejos de cumplir con su cometido.

La estrategia implica incorporar a los especialistas que conozcan de su trabajo y lo hagan eficientemente.

Finalmente, habrá que pensar en nuevas formas de comunicación más sencillas y cotidianas, romper esquemas y crear nuevas formas de organización y proyectos de comunicación; esto tiene relación porque en los libros consultados los esquemas eran muy repetitivos o encontramos campañas o estrategias como únicas referencias a un modo organizado de presentar un proyecto de comunicación. ¿por qué no hablar de programas, métodos, planes o cualquier otro sustantivo que contemple las acciones genéricas de reflexionar, reconocer, definir, pensar y proponer formas de comunicación que se ajusten a las características del grupo al que va dirigido?

La propuesta sería abrir las posibilidades a nuevas formas de organización que se ocupen de nuestra cotidianeidad.

## BIBLIOGRAFIA

- 1.- Abell Derek F., *Estrategias duales*. Compañía Editorial Continental, México 1995.
- 2.- A. Kolb David; et al; *Psicología de las Organizaciones. Experiencias*. Editorial Dossat, S.A., Madrid 4a. impresión, 1982.
- 3.- Baron Robert et, al., *Psicología: Un Enfoque Conceptual*. Nueva Editorial Interamericana, México, D.F., 1983.
- 4.- Benesch H./W. Schmandt, *Manual de Autodefensa Comunicativas, la manipulación y cómo burlarla*. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona, 1982.
- 5.- Berlo, David K., *El Proceso de la Comunicación, Introducción a la Teoría y a la Práctica*. El Ateneo, Buenos Aires Décima reimpresión 1979.



- 6.- Dorwin Cartwright y Zander Alvin, *Dinámica de Grupos, Investigación y Teoría*. Editorial Trillas, México Novena reimpresión 1985.
- 7.- Ferré Trenzano, José María, Ferré Nadal, Jordi. *Políticas y estrategias de comunicación y publicidad*. Ediciones Díaz de Santos, S.A. Madrid 1996.
- 8.- Flores de Gortari Sergio, Orozco Gutiérrez Emiliano, *Hacia una Comunicación Administrativa Integral*. Trillas, México 1974
- 9.- Goded Jaime (compilador), *Antología sobre la comunicación humana*. Lecturas Universitarias No. 25, UNAM, México, 1976
- 10.- Homs Quiroga Ricardo, *La Comunicación en la Empresa*. Grupo Editorial Iberoamérica, México, D.F., 1991.
- 11.- Pardinás Felipe, *Manual de Comunicación Social*. Editorial Edicol, S.A. México, 1978
- 12.- Schramm Wilbur, *La Ciencia de la Comunicación Humana*. Grijalbo, México, 1982.

- 13.- Sullivan Tim O', et, al; *Conceptos Clave en Comunicación y Estudios Culturales*. Amorrortu editores. Buenos Aires, 1997.
- 14.- Willman Maldonado Héctor, *Manual de Comunicación Oral*. Alhambra Mexicana, México, D.F., 1993.
- 15.- *Bases para el Establecimiento del Sistema Nacional de Protección Civil*. Diario Oficial de la Federación, 6 de mayo, 1986.
- 16.- *Atlas Nacional de Riesgos*. Secretaría de Gobernación, Dirección General de Protección Civil, Editorial Mac, S.A. de C.V. México 1993.
- 17.- *Guía para el establecimiento del Programa Interno de Protección Civil*.- Secretaría de Gobernación, Dirección General de Protección Civil, Talleres Gráficos de la Nación. México 1996.
- 18.- "Ley de Protección Civil para el Distrito Federal". Diario Oficial de la Federación. 2 de febrero, 1996.

- 19.- *Organización, Órgano Ejecutivo y Compromisos de Participación*. Publicación de la Coordinación de Protección Civil. Secretaría de Gobernación, 1987.
- 20.- *Programa Interno de Protección Civil de la Secretaría de Educación Pública*. México 1994.
- 21.- *Programa Nacional de Protección Civil 1990-1994*. Talleres Gráficos de la Nación. México, 1993.
- 22.- "Programa Nacional de Protección Civil" 1995-2000. Diario Oficial de la Federación. 17 de julio, 1996.
- 23.- "Reglamento de la Ley de Protección Civil" Diario Oficial de la Federación. 21 de octubre, 1996.