

C a p í t u l o s e i s



Planteamiento del problema

S e i S

Planteamiento del problema

6.1 Problemática.

Ciudad del Carmen es una isla que se ha desarrollado durante muchos años homogéneamente, sin marcadas diferencias educativas y culturales; razón que ha propiciado el desinterés por cuidar y proteger el lugar que habitan.

La palma de coco, indiscutiblemente es un símbolo característico de una isla tropical y Ciudad del Carmen no es la excepción; en la actualidad apenas hay un 1% de lo que un día fuera abundante vegetación en su línea costera.



Veamos apenas el porcentaje tan bajo que queda de palmeras en la isla, además de no apreciarse saludable.



Palmera muerta por el A.L.C.



Finalmente así terminan los troncos de las palmeras, lo que origina que se aniden otras plagas.

A pesar de que los habitantes de Ciudad del Carmen conocen la situación por la que atravesó la isla en la época en que las palmeras fueron atacadas por el A.L.C., en su momento poco o nada se hizo al respecto, ya que la enfermedad hasta la fecha no puede ser erradicada científicamente, siendo la única alternativa: la reforestación; tarea que se realiza pero con muy poco interés en el cuidado que se debe tener para su buen desarrollo, no dándole la importancia requerida.

Planteamiento del problema

Una de las causas fue la falta de conocimientos al respecto, principalmente la nula difusión y la apatía por no involucrarse en el problema, al no saber todo lo que esto traería consigo: la afectación inmediata fue acabar con un paisaje agradablemente tropical y posteriormente alteraciones en la biodiversidad: clima, suelo, flora y fauna.

Aunado a todo esto, el desinterés por la ciudadanía en participar por un bien común, debido a las grandes erogaciones de recursos económicos que genera la isla no solo a nivel local, sino nacional y las pocas o nulas retribuciones que recibe la comunidad, ya que la calidad de vida no es compensada de manera equitativa.

CARMEN
H. Ayuntamiento
2000-2003

Conduzca con
precaución,
recuerda tu familia
es primero.

Tu participación
es la protección.

HALLIBURTON
(esta es una empresa
que presta sus servicios
a PEMEX)



H. Ayuntamiento
de Carmen
2000-2003

Tu vida
es
Primero

PROTECCIÓN
CIVIL

Únicos señalamientos-páneos que hay en la línea costera de la isla, pero ninguno que haga referencia a palmeras.

6.2 Objetivos.

Básicamente se resumen en: implementar medios visuales para una eco-educación en la preservación de palmas de coco en la isla. Y hacer de esto, un vehículo al impulsar una actividad eco-educativa para los habitantes del lugar y recreativa para los visitantes, que promueva una imagen positiva hacia el exterior.

Para despertar el interés e involucrar a la comunidad en la preservación de cocoteros en la isla; rescatar la imagen urbana con palmeras que la caracterizó por mucho tiempo. Dar a conocer los beneficios que esto conlleva: hacer de Ciudad del Carmen un lugar más agradable donde habitar, que no sea contemplada solamente un lugar para vivir solo por razones laborales, que no la perciban como un lugar ajeno, sino que la vean como parte suya y que la hagan propia.



Esta imagen nos muestra el interés de algunos habitantes por preservar la palmera.

Planteamiento del problema

6.3 Propuesta.

La parte medular de este proyecto de tesis es, proponer estrategias de diseño que involucren a la sociedad con los programas de preservación ambiental relacionadas con los cocoteros en Ciudad del Carmen, específicamente en su cuidado y preservación.

El proyecto inicialmente se dirigía a una campaña de reforestación, pero conforme se avanzaba en la investigación se detectó que esta labor se lleva a cabo periódicamente, el problema radica en la falta de información, por carecer de conocimientos, lo que los induce a no tener interés por cuidarlas y provoca la destrucción de las palmeras en sus intentos por sobrevivir, así se determinó que la intención del programa fuera específicamente incentivar a la comunidad para el cuidado y preservación de las mismas.

Uno de los puntos centrales y probablemente complejo es atacar la actitud de la población, quienes son los principales y únicos actores para el éxito de toda campaña informativa, puesto que sin la participación de ellos sería imposible lograr los objetivos deseados.

Sin embargo (como referencia) es importante mencionar, que en un periodo menor a un año la isla atraviesa por una etapa de transformación, con más y mejores servicios, lo que da una mejor calidad de vida y por consiguiente un cambio de actitud en los habitantes del lugar. Siendo este un buen momento para emprender una campaña de participación ciudadana, pero sobre todo de compromiso.

Después de hacer un estudio profundo sobre la problemática, condiciones y particularidades del lugar, se determinaron los siguientes parámetros:

Informar específicamente sobre el cuidado de las palmeras y a su vez transmitir todo lo que esto conlleva, que no es una simple imagen visual (paisaje tropical), ya que favorece un mejor clima, la reproducción de tortugas, la inmigración de aves y la proyección de la isla de forma ecoturística.

Además de comunicar la importancia que juega la palma de coco en la isla, cuidando la sensibilidad humana, relación emocional, biológica, ecológica, psicológica y estética que guardan entre sí.

Al definir el desarrollo en el diseño de este proyecto, se determinó no usar imágenes estereotipadas y utilizar en su defecto, objetos que de una u otra forma estén íntimamente relacionados con la palma de coco.

Puesto que la línea de comunicación que se maneja en la isla para inducir cualquier tipo de campaña, en la mayoría de los casos contienen mensajes directos, haciéndose de manera improvisada, sin un estudio previo de la información que se quiere transmitir, trátase de cualquier tema; lo que ocasiona que la publicidad no tenga impacto alguno y pase casi siempre desapercibida.

Esta es la razón por la que se optó por buscar una forma original de llamar la atención, evitar frases e imágenes directas al tema. Se dio inicio así, a la búsqueda de un concepto original, en el que además de carácter persuasivo, también sea informativo y porque no, despertar curiosidad.

