V Simposio de Estudios Humanísticos

**Título**

**La comunicación ambiental, en busca de una gestión más eficiente**.

***Title***

***The environmental communication, searching a more efficient management.***

**Ailin Viltre Nuviola1, Alibech Castillo Vidal2, Yulennis Duarte Pomber3, Marco Antonio López San José4**

1-Universidad de Oriente, Cuba. E-mail: ailinv@uo.edu.cu

2- Universidad de Oriente, Cuba. E-mail: [alibech@uo.edu.cu](mailto:alibech@uo.edu.cu)

3-Universidad de Oriente, Cuba. E-mail: [yulennisd@uo.edu.cu](mailto:yulennisd@uo.edu.cu)

4-Universidad de Oriente, Cuba. . E-mail: marco.lopez@uo.edu.cu

**Resumen:**

El tema ambiental es considerado como complejo y, en consecuencia, muy difícil de transmitir, demandando un gran esfuerzo realizar procesos de comunicación que sean eficaces, eficientes, y que logren interesar a los ciudadanos, y generar y promover el cambio. Ante la urgencia de una educación, conciencia y cultura ambiental que forme ciudadanía planetaria frente a los riesgos ambientales actuales, la comunicación es fundamental, de ahí que el propósito de esta investigación es diseñar un plan de comunicación ambiental que potencie el reconocimiento del proyecto Vías para Impulsar el Desarrollo Ambiental (VIDA) en el público interno y externo del Centro Universitario Municipal (CUM) San Luis. Se utilizaron métodos como el histórico-lógico, el análisis-síntesis, la inducción-deducción y la investigación-acción-participación, y técnicas como la entrevista, los grupos de discusión, la revisión bibliográfica-documental y la observación científica. El Plan de Comunicación diseñado es el documento que organiza y regula todo lo que acontece en materia de comunicación ambiental y su gestión en el CUM, permitiendo conseguir metas y objetivos determinados, enfocar el trabajo diario, ayudando a marcar prioridades; su propósito es fomentar la educación ambiental sostenible, el ahorro de energía, la producción de alimentos y la protección del medio ambiente, a través de la acciones de los miembros del proyecto, así como de la comunidad sanluisera. La implementación del plan de comunicación promueve una cultura y conciencia medioambiental entre los públicos a los que se dirige, así como el posicionamiento de los temas medioambientales en la agenda pública y mediática de San Luis.

***Abstract:***

*The environmental issue is considered complex and, consequently, very difficult to transmit, demanding a great effort to carry out communication processes that are effective, efficient, and that manage to interest citizens, and generate and promote change. Given the urgency of an education, conscience and environmental culture that forms planetary citizenship in the face of current environmental risks, communication is fundamental, hence the purpose of this research is to design an environmental communication plan that enhances the recognition of the project Vías para Impulsar el Desarrollo Ambiental (VIDA) in the internal and external public of the Municipal University Center (CUM) San Luis. Methods such as historical-logical, analysis-synthesis, induction-deduction and research-action-participation, and techniques such as interview, discussion groups, bibliographic-documentary review and scientific observation were used. The Communication Plan designed is the document that organizes and regulates everything that happens in terms of environmental communication and its management in the CUM, allowing to achieve specific goals and objectives, focus on the daily work, helping to set priorities; Its purpose is to promote sustainable environmental education, energy saving, food production and environmental protection, through the actions of project members, as well as the San Luis community. The implementation of the communication plan promotes a culture and environmental awareness among the target audiences, as well as the positioning of environmental issues in the public and media agenda of San Luis.*

**Palabras Clave:** comunicación ambiental, plan de comunicación, educación ambiental, proyecto VIDA

***Keywords:*** *environmental communication, communication plan, environmental education, VIDA project*

**1. Introducción**

La actual crisis ambiental a la que se enfrenta el planeta, conduce a considerar necesario que la sociedad modifique sus actitudes y acciones frente a su entorno natural. En este sentido, hay que redirigir la gestión de la comunicación ambiental hacia los procesos educativos en torno a esa transformación, aprovechando sus potencialidades como instrumento de colaboración y participación social, para así fomentar una cultura ambiental.

En el CUM San Luis, se desarrolla el proyecto Vías para Impulsar el Desarrollo Ambiental (VIDA), para dar respuestas a los principales problemas medioambientales que afectan a Cuba y en específico a San Luis, en concordancia con lo establecido en el plan de Estado para el enfrentamiento al cambio climático (Tarea Vida), cuya Tarea 10 plantea, la necesidad de “Priorizar las medidas y acciones para elevar la percepción del riesgo y aumentar el nivel de conocimiento y el grado de participación de toda la población en el enfrentamiento al cambio climático y una cultura que fomente el ahorro del agua”.

Por otro lado en el principio 10 de la Declaración de Río de Janeiro, 1992, se recoge que “…toda persona deberá tener acceso adecuado a la información sobre el medio ambiente de que dispongan las autoridades públicas… Los Estados deberán facilitar y fomentar la sensibilización y la participación de la población poniendo la información a disposición de todos.” Otro motivo que justifica la relevancia de desplegar de manera continua y planificada la comunicación ambiental, para así difundir y divulgar de manera más eficiente, la información sobre temas ambientales.

Como parte del desarrollo de esta investigación, y a partir de la realización de un diagnóstico inicial se detectaron algunas carencias en cuanto a la gestión de la comunicación ambiental en el CUM San Luis, como el insuficiente conocimiento de la comunidad universitaria, y de la población sanluisera, sobre los principales elementos referidos al proyecto VIDA, lo que incide en su educación y conciencia ambiental; además de la poca utilización de las herramientas y medios de la comunicación para llegar a los diferentes públicos, unido a un escaso dominio de las funciones, objetivos y otros elementos que intervienen en la comunicación ambiental.

Rosa María Alfaro Moreno expresa que “…cada proyecto de desarrollo debe contener una estrategia comunicativa precisa que defina las relaciones a construir, los métodos, sus etapas, sus posibles conflictos y soluciones, sustentados en diagnósticos no sólo sociales, sino también comunicativos, abordando la intersubjetividad” (Alfaro, 1993).

De ahí que se determinara como problema de investigación: Insuficiencias en la gestión de la comunicación ambiental que limitan una mayor difusión y divulgación del proyecto VIDA del CUM San Luis.

Objetivo general: Diseñar un plan de comunicación ambiental que potencie el reconocimiento del proyecto VIDA en el público interno y externo del CUM San Luis.

Es propósito de esta investigación con el diseño y posterior implementación del plan de comunicación ambiental, orientar a sus públicos hacia una concientización sobre el valor que tiene el proyecto VIDA y el rol que juega en la identificación de los problemas medioambientales que afectan al país y a San Luis; basándose en una comunicación eficiente y constructiva, al buscar establecer una interrelación entre los destinatarios, con la preponderancia de su función educativa.

**2. Metodología**

Para la realización de la investigación se utilizaron métodos y técnicas.

Del nivel teórico:

**Histórico-Lógico:** permitió analizar el objeto y campo de acción de la investigación y su comportamiento a través del tiempo, para así precisar sus tendencias, regularidades y particularidades en el contexto internacional, de Cuba y del CUM San Luis.

**Análisis-Síntesis:** para señalar las ideas más importantes, y algunos aspectos de la comunicación medioambiental, y así comparar ideas de unas investigaciones con respecto a otras, identificando puntos de diferencia o relaciones entre estas, además de la posibilidad de determinar las palabras claves para el estudio. Facilitó a través del análisis, la creación de conocimientos cualitativamente nuevos para establecer el desarrollo de la gestión de la comunicación medioambiental en el CUM San Luis.

La **Inducción-Deducción**, posibilitó acercarse al contexto estudiado, y extraer la información necesaria para la realización de la investigación.

**Del nivel empírico.**

**Revisión Bibliográfica-Documental:** Para conocer la literatura precedente a la investigación y revisar los documentos que norman la política medioambiental de Cuba.

**Observación científica:** Para la búsqueda de información y el diagnóstico inicial, se usó como unidad de análisis los encuentros entre los miembros del proyecto VIDA.

**Entrevista:**

-Coordinador y demás miembros del proyecto VIDA: trabajo que realizan en función de la comunicación medioambiental.

-Periodistas del municipio: nivel de jerarquización que ocupan los temas medioambientales en su agenda de trabajo.

-Directivos de varias instituciones asociadas al proyecto: familiarización con el proyecto.

**Grupos de discusión:** Para conocer criterios de los estudiantes del CUM respecto a visibilidad e importancia del proyecto VIDA.

**3. Resultados y discusión**

**El Plan de Comunicación**

Se elabora el Plan de Comunicación con el propósito de determinar cómo será la comunicación interna y externa, de esta manera se asegura y garantiza una programación estratégica y una gestión eficaz de las actividades, herramientas y medios de comunicación y difusión; su revisión será anualmente, para valorar su factibilidad o no.

Para su diseño se tuvieron en cuenta los tres niveles de la comunicación: información, difusión y divulgación; refleja los ámbitos y tipos de comunicación, identificando conceptos comunes y aplicándolos a los diversos momentos y necesidades que plantea el Proyecto VIDA.

Se aprovechan los recursos institucionales existentes, con el fin de promover la participación y la concertación de todos los trabajadores del CUM, miembros o no del proyecto, y la familiarización del público externo con el proyecto VIDA. En términos generales el Plan de Comunicación diseñado permite, conseguir metas y objetivos determinados, enfocar el trabajo diario, ayudando a marcar prioridades y a proveer de un sentido de orden y control.

Se partió de un diagnóstico inicial, para conocer el estado del proceso comunicativo respecto al proyecto VIDA, lo que permitió hacer una valoración de cuáles eran las necesidades comunicacionales existentes y a partir de aquí se conformaron lo objetivos a lograr.

**Plan de comunicación del proyecto Vías para el Impulso del Desarrollo Ambiental (VIDA)**

El plan de comunicación se desarrollará en un período de 2 años (octubre de 2018 a octubre del 2020).

**Objetivo general:**

-Perfeccionar el flujo de la información y la comunicación eficiente entre los miembros del proyecto VIDA, así como con las instituciones participantes.

-Comunicar los resultados del proyecto al público interno y externo del CUM San Luis.

**Objetivos específicos para la Comunicación Interna**

-Fortalecer la comunicación interna entre los miembros del proyecto VIDA.

-Capacitar a los trabajadores del CUM sobre el proyecto, con el fin de que conozcan, comprendan y reproduzcan los elementos fundamentales del proyecto.

**Objetivos específicos Comunicación Externa**

-Dar a conocer al público meta información relativa al proyecto VIDA (objetivos, motivos de creación, en qué consiste, avances realizados y principales resultados)

-Efectuar una comunicación eficaz, transparente y entendible a toda la sociedad, sobre los temas del proyecto.

-Potenciar la educación ambiental del público externo.

-Implementar mecanismos de retroalimentación para incorporar la visión del público meta sobre el proyecto.

**Destinatarios**

Internos: Miembros del proyecto VIDA, trabajadores, profesores y estudiantes del CUM San Luis.

Externos: Público general (instituciones educativas, medios de comunicación, organismos y entidades del territorio, población sanluisera).

**Mensajes**: Se centrarán en los logros positivos del proyecto VIDA, los beneficios que trae consigo su implementación, así como los principales resultados obtenidos.

Consta de cuatro etapas fundamentales: introducción, desarrollo, conclusión y evaluación.

*Introducción*: (octubre-noviembre 2018) en este período se conocerán los principales resultados del diagnóstico de comunicación y la presentación de la estrategia. Valoración y discusión de opiniones realizadas por los factores implicados a la estrategia.

*Desarrollo* (diciembre 2018- diciembre 2019) en esta etapa se implementarán todas las acciones propuestas atendiendo a los objetivos estratégicos. Este es un período de consolidación de la gestión de la comunicación así como de la gestión de la cultura en los casos que se requiera. Cada etapa tendrá como punto clímax fechas importantes.

*Conclusión* (enero –mayo 2020) desarrollo de una campaña de reforzamiento de la importancia de la comunicación ambiental el público interno y externo del CUM San Luis.

*Evaluación y control* (junio-octubre 2020) Aunque en cada etapa se planificarán evaluaciones de las acciones acometidas para conocer el cumplimiento de los objetivos y el impacto que ha tenido la estrategia en el gran público, en este mes se realizará la evaluación final atendiendo a los resultados mostrados en los controles anteriores.

**Plan de acciones y medios de comunicación**.

De manera general todo Plan de Comunicación consta de una serie de etapas que les proporciona una secuencia lógica y ordenada que permite contar con la información necesaria. Según estudios del tema:

a) El procedimiento a seguir consiste en enunciar las observaciones y en formular las propuestas de actuación adecuadas junto con los instrumentos adecuados.

* + - Lo que veo
    - Lo que propongo (acciones)
    - Los instrumentos que conservo, con una argumentación de factibilidad

**Las acciones de comunicación** pueden definirse como vehículos de la comunicación o mecanismos que hay que desarrollar para conseguir los objetivos marcados; han de servir para divulgar el plan de comunicación y, por tanto, el mensaje concreto que se quiere comunicar.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Público | Acción | Objetivo | Medio | Fecha | Ejecutor |
| INTERNO | Creación del grupo gestor del plan de comunicación | Formar en el CUM San Luis un grupo de expertos que llevaran a cabos las acciones del plan de comunicación | Reunión | Octubre 2018 | Investigadores |
| Capacitación del grupo gestor | Capacitar y brindar herramientas metodológicas para la materialización de la estrategia. | Taller | Octubre 2018 | Investigadores |
| Presentación de los resultados del diagnóstico y la propuesta del plan de comunicación | Actualizar a la comunidad sobre la realización del proyecto | Reunión | Noviembre 2018 | Investigadores |
| Confección de un documento que evidencia la historia y evolución de la comunicación y la educación medioambiental | Fortalecer el conocimiento del público interno y externo | Folleto | Diciembre 2018 | Investigadores |
| Creación de espacios para debatir sobre diferentes temas del proyecto VIDA | Ampliar las concepciones sobre el proyecto VIDA | Seminarios  Talleres | Mensual | Grupo gestor |
| Creación Oficial de un Boletín Interno que circule a través del correo electrónico de los trabajadores del CUM | Desarrollar la comunicación interna para mejorar el acceso a la información | Boletín | Trimestral | Grupo gestor |
|  | Capacitación de los miembros del proyecto sobre divulgación científica | Dotar a los miembros del proyecto de herramientas que les permitan divulgar los resultados de sus investigaciones | Talleres | Bimensual | Grupo gestor |
|  | Capacitación a los miembros del proyecto sobre la utilización de las herramientas de la comunicación | Facilitar algunas herramientas de utilidad para la difusión y divulgación de sus investigaciones | Talleres | Bimensual | Grupo gestor |
|  | Encuentros con otras instituciones del territorio | Realizar intercambios de experiencias | **T**aller | Febrero | Grupo gestor y personal de las otras instituciones |
| EXTERNO | Facilitación de información a los medios de comunicación sobre el proyecto VIDA | Utilizar la comunicación masiva para hacer más extensivo los elementos fundamentales del proyecto | Radio Majaguabo  Corresponsalía de TV  Recursos de Internet | Mensual | Grupo gestor |
| Realización de encuentros de los investigadores del proyecto con la comunidad sanluisera | Potenciar la familiarización de la población sanluisera con las diferentes temáticas medioambientales que desarrolla el proyecto | A consideración de los investigadores | Mensual | Investigadores del proyecto VIDA |
|  | Creación de medios gráficos | Ofrecer información actualizada sobre la temática medioambiental | Boletines  Plegables  Sueltos | Mensual | Grupo gestor |
|  | Creación de perfiles y páginas en las redes sociales, y en otras plataformas | Tener presencia en los nuevos espacios de socialización | Facebook  Twitter  Ivoox |  | Grupo gestor |
| Creación de un blog | Wordpress  Blogspot |

***Evaluación y control***

Con el final del plan de comunicación y la presentación de sus resultados será conveniente realizar un nuevo diagnóstico para comprobar el estado de la comunicación

Los instrumentos de diagnóstico que deberán utilizarse serán:

1. Observación: A todos los niveles. Deberá realizarse sistemáticamente durante el tiempo previsto para la estrategia.
2. Encuesta durante y después: Esta técnica permite medir el conocimiento, la actitud y la opinión de los públicos estratégicos acerca del plan de comunicación implementado y acerca del conocimiento sobre el sistema político.
3. Contabilizar las apariciones en los medios:

-medios de prensa tradicionales (cantidad de notas de prensa, de trabajos periodísticos, de coberturas).

-Internet (cantidad de visitas al blog, de descargas de los podcast en ivoox, en caso de las redes sociales como Facebook, cantidad de likes, Twitter e Instagram, cantidad de seguidores y de réplicas de la información.

1. Análisis de contenido: Suele aplicarse para analizar si la cobertura de los medios ha sido positiva, negativa o neutral; así como la elaboración de mensajes, las ideas expuestas y su calidad.
2. Entrevista: para enriquecer las escasas experiencias que se tienen sobre la realización del plan, o sea, para conocer las apreciaciones, criterios y opiniones sobre las acciones desarrolladas.
3. Grupos focales: sirven para reconocer la efectividad de las acciones realizadas en el ámbito comunitario.

**4. Conclusiones**

El desarrollo de esta investigación ha permitido constatar la importancia de la planificación estratégica de la comunicación para lograr determinado propósito. La utilización de la comunicación ambiental como área de especialización, posibilita a los investigadores del proyecto VIDA actuar desde la particularidad del municipio, de sus comunidades, de su cultura y de las problemáticas ambientales que enfrentan, para de esta manera gestionar la transformación social hacia una conciencia en relación con la preservación del medio ambiente.

**5. Referencias bibliográficas**

-Alfaro Moreno, R. M. (1993).*La comunicación como relación para el desarrollo***.**

-Flores Bedregal, T. (2001). *Comunicación para el desarrollo sostenible de Latinoamérica*. Consultado el 15 de noviembre de 2018. Disponible en <https://www.google.com/search?q=Comunicaci%C3%B3n+ambiental+para+eldesarrollo+sostenible+en+Latinoam%C3%A9rica.&ie=utf-8&oe=utf-8&client=firefox-b-ab>

-Tarea Vida, plan del Estado para el enfrentamiento al cambio climático.