

## Propuesta de estrategia de comunicación para la educación ambiental en la circunscripción 149 del reparto Buena Vista, Las Tunas

### Proposal for a communication strategy for environmental education in district 149 of Buena Vista, Las Tunas

Ricardo Rodríguez Castellanos<sup>1</sup> ([ricar74@ult.edu.cu](mailto:ricar74@ult.edu.cu)) (<https://orcid.org/0000-0003-3867-5823>)

Ernesto Triguero Tamayo<sup>2</sup> ([ernestor@ult.edu.cu](mailto:ernestor@ult.edu.cu)) (<http://orcid.org/0000-0002-2736-5400>)

Yaumara Sánchez Feal<sup>3</sup> ([yaumarasf@ult.edu.cu](mailto:yaumarasf@ult.edu.cu)) (<https://orcid.org/0000-0001-9388-5116>)

#### Resumen

La investigación parte de la problemática referente al incumplimiento de normas sociales, violaciones de los parámetros de higiene y salubridad, así como otras irregularidades con incidencia en el medio ambiente en la comunidad de la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista de la provincia de Las Tunas. Por lo que se propone una estrategia comunicacional para lograr la educación ambiental de dicha comunidad. Se aplicaron como métodos y técnicas de la metodología cuali-cuantitativa la observación participante y la entrevista en profundidad. Se espera como resultado mejorar la calidad de vida de los residentes de esta comunidad y la formación de una mejor conciencia colectiva medioambientalista que coadyuve a la materialización de las políticas comunitarias institucionalizadas para la preservación y cuidado de un medio ambiente sano, máxime si se tiene en cuenta como uno de los derechos fundamentales refrendados en la actual Constitución.

**Palabras claves:** medio ambiente, cambio climático, estrategia comunicacional, calidad de vida y conciencia colectiva.

#### Abstract

The research is based on the problem of non-compliance with social norms, violations of hygiene and health parameters, as well as other irregularities affecting the environment in the community of district 149 of Reparto Buena Vista in the province of Las Tunas. Therefore, a communicational strategy is proposed to achieve the environmental education of this community. Participant observation and in-depth interview were applied as methods and techniques of the quali-quantitative methodology. As a result, it is

---

<sup>1</sup> Máster en Ciencias de la Comunicación. Licenciado en Sociología. Profesor Asistente del departamento de Enseñanza Militar. Universidad de Las Tunas. Cuba.

<sup>2</sup> Doctor en Ciencias sobre Arte. Máster en Cultura Latinoamericana. Licenciado en Comunicación Social. Profesor Titular de Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Universidad de Las Tunas. Cuba.

<sup>3</sup> Máster en Derecho. Licenciada en Derecho. Profesora Auxiliar del departamento de Derecho. Universidad de Las Tunas. Cuba.

expected to improve the quality of life of the residents of this community and the formation of a better collective environmental awareness that contributes to the materialization of institutionalized community policies for the preservation and care of a healthy environment, especially if it is taken into account as one of the fundamental rights endorsed in the current Constitution.

**Key words:** environment, climate change, communication strategy, quality of life and collective consciousness.

### **Fundamentación teórica-metodológica sobre los principales postulados conceptuales**

En la actualidad ha adquirido mayor fuerza el consenso sobre la necesidad de la preservación del medio ambiente en pos de establecer mejoras en las condiciones de vida de todos los ciudadanos y el desarrollo y perdurabilidad de todos los elementos bióticos y abióticos que hacen sostenible la vida en la tierra. En este camino, el papel de la sociedad adquiere mayor relevancia en la creación de mecanismos, procedimientos y herramientas que faciliten la utilización de los recursos que nos brinda la naturaleza, pero con un actuar responsable, consciente y alternativo capaz de minimizar los daños. Se debe, por ende, trabajar y poner todos los esfuerzos en crear un futuro placentero.

Cuba es uno de los países que constituye brújula en cómo utilizar la naturaleza sin agredirla, a partir de una política gubernamental trazada por el Gobierno y siguiendo los protocolos internacionales a los que se ha sumado a lo largo de todos estos años. Desde 1975, en el Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba, se aprobaron tesis sobre política científica, en las que se subraya la necesidad de crear un órgano para la atención a los problemas del medio ambiente, lo que se ha ordenado coherentemente en la implementación de los lineamientos de la política económica y social, la previsión de esferas de actuación en el Plan de Desarrollo Económico y Social hasta el 2030 y el reconocimiento de derechos de tercera generación relacionados con el medio ambiente en la actual Constitución de la República, complementada en posteriores leyes de desarrollo en la materia.

Sin embargo, no basta con el actuar y la intención institucional para el logro de este fin común. Si bien es importante este aspecto, no tienen eficacia las políticas si la sociedad no se implica en este proceso, factor en el que aún persisten irregularidades, incumplimiento de normas higiénico sanitarias, insuficiente accionar de la comunidad y los factores comunitarios de un determinado territorio entre otros aspectos. Por lo que una de las vías para avanzar en este orden es la comunicación como herramienta para la educación ambiental en función de promover un desarrollo sostenible.

Los agentes socializadores desempeñan un papel importante en la transmisión de conocimientos, sentimientos, aptitudes y otros elementos psicológicos por lo que trabajar la educación ambiental en función del desarrollo sostenible desde estos

agentes socializadores como el hogar, la escuela y la comunidad, es asumir una perspectiva más crítica, analítica y participativa, en la que el sujeto tenga una posición activa frente al conocimiento, las habilidades y valores, y sea capaz de generar cambios en la vida natural y social actual a favor del medio ambiente sin comprometer las condiciones futuras.

La comunicación para el desarrollo educacional en temas ambientales se transforma en una poderosa arma para el cambio social. Esta ha incidido en la gestión para el desarrollo que dio sus primeros pasos hace más de medio siglo. Hoy en día los investigadores de diferentes ramas y que involucran en sus trabajos las relaciones de las teorías de la comunicación con la solución de problemas sociales hacen más amplios los instrumentos de estudio sociales y abren nuevas posibilidades de interacción, debate y participación ciudadana. Al mismo tiempo los medios tradicionales como la radio, la televisión y otros medios dentro del desarrollo de las Tecnologías de la Investigación y las Comunicaciones (TIC) viven un renacer global en estos temas.

En la actualidad diversos son los estudios sobre esta temática en diferentes aristas en el mundo, en los que abordan el conocimiento del entorno habitado, disminuir la probabilidad de ocurrencia de desastres y dar respuestas ante fenómenos naturales.

En el caso de la comunidad de la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista de la provincia Las Tunas, existen diferentes irregularidades. Mediante la observación del entorno comunitario y familiar, se pudo percibir que los moradores y las familias en general no respetan normas de convivencias establecidas, no cumplen parámetros de higiene y salubridad al desechar residuos sólidos y líquidos en cualquier lugar, la quema de estos en zonas de convivencia comunes, la tala de árboles sin ningún tipo de permiso y los residuos de construcciones particulares en medio de vías públicas.

En los habitantes de la comunidad objeto de estudio se detectó un insuficiente conocimiento relacionado con la definición de medio ambiente y educación ambiental y de los problemas ambientales que pueden traer como consecuencia de estas acciones lo que se refleja en los modos de actuación en la comunidad; existen inadecuadas relaciones interpersonales, creación de microvertederos en lugares no destinados para ello que atentan contra la salud, la falta de hábitos higiénicos en algunos y en la propia casa de estos. Por otra parte, las políticas sociales encaminadas a darles solución a este tema son ineficientes, nunca han tenido charlas educativas ambientales, ni existen propagandas publicitarias, ni pancartas referentes al tema, así como los medios de comunicación regionales y nacionales no dan tanta importancia a programas educativos comunitarios que los ayuden a conocer un poco más del tema medioambiental.

En cuanto a la comunicación social existen problemas que afectan las relaciones interpersonales, tales como: diversidad de intereses, diferentes estratos sociales, y afluencia de personas que vienen a vivir allí y que provienen del campo. Esto trae como consecuencia que se bloquee en cierta medida la comunicación y salgan a flote características de convivencias heredadas de sus zonas de origen.

Existen instituciones públicas y privadas que no tienen en cuenta esas normas higiénicas y de control, que afectan también a los moradores de dicha localidad.

Por lo que identificadas estas insuficiencias se pretende fortalecer la educación ambiental en la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista, Las Tunas, a partir de una efectiva estrategia de comunicación política.

La importancia de la investigación radica en lograr mediante la comunicación social una verdadera conciencia ambiental en toda la población para que de forma consciente y racional se logre el impacto medioambiental dentro de la gestión de desarrollo local que se quiere en todas las comunidades del país. Una comunicación efectiva asociada a métodos propagandísticos y publicitarios coadyuvará a una mejor manera de solucionar estas problemáticas.

Su actualidad radica en que va dirigido a favorecer la gestión de desarrollo local y en específico medioambiental, para que las futuras generaciones tomen conciencia de los problemas que trae como consecuencia este fenómeno, así como mediante estrategias comunicativas que logren una sensibilización en todos los individuos con nuevos medios de comunicación para la transmisión del conocimiento.

La novedad de esta investigación científica radica en que con la estrategia comunicacional educativa en temas medioambientales se aplicarán métodos de acción que en nuestro país están en pleno florecimiento. Aunque es una temática ya tratada desde hace varios años, nunca deja de tener prioridad por los inmensos beneficios que traerá a este mundo en el cual cada uno tiene que aportar un granito de arena para su desarrollo y supervivencia.

### **Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la Educación Ambiental en la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista. Pautas teóricas**

Las estrategias de comunicación son herramientas de planificación que toman en cuenta aspectos como:

- Objetivos generales.
- Mensajes.
- Acciones a ejecutar.
- Variables indicadoras.
- Instrumentos.
- Plazos de tiempo de ejecución.

Pérez (2013, pp. 43-44), define como funciones de las estrategias de comunicación las siguientes:

1. Obliga a una reflexión y a un análisis periódico sobre la relación de una organización o de una marca con sus públicos: se trata de establecer si las relaciones de una

organización con su entorno son las más adecuadas y, en concreto, si el componente simbólico de esa relación es el que más se adecua para la misión y los fines que dicha organización pretende alcanzar.

2. Define una línea directriz de la comunicación: precisa qué sistemas conviene utilizar y qué peso relativo ha de tener cada uno en razón de los objetivos asignados, los públicos objetivos, las rentabilidades comparadas y las posibles sinergias.
3. Establece los diferentes territorios de aplicación, se precisa si hay que intervenir y con qué intensidad en la comunicación interna o externa.
4. Da coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una comunidad u organización: la estrategia de comunicación se convierte así en el marco unitario de referencia al que se remiten todos los actores de la organización, al encauzar de facto una misma lectura de los problemas y oportunidades; hacer común los mismos valores y un lenguaje compartido, así como, otorgar coherencia a la pluralidad de voluntades y a la tremenda complejidad de las actuaciones que pueden darse en una institución.
5. Determina los criterios de evaluación de resultados: la estrategia de comunicación de una organización partirá de un estudio o diagnóstico previo de los procesos comunicativos de la entidad donde se definan los objetivos. También este diagnóstico arroja las condiciones en que se encuentra la comunicación de la empresa, sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, entre otros aspectos del ámbito de la comunicación interna.

La dimensión participativa en la estrategia de comunicación constituye una actividad profundamente democrática de la organización. Supone un compromiso de quienes conducen el proceso con la práctica social, y exige un cambio profundo en los papeles tradicionales de todos los implicados.

Los autores reafirman el planteamiento anterior, ya que resulta indispensable aplicar este método como una vía para solucionar los problemas que afectan el medio ambiente. El efecto de la estrategia es resultante de consecuencias positivas en el ámbito interno y externo, todo en pos de la educación en valores y en tal sentido, apela a la responsabilidad del ser humano en la mitigación de los fenómenos socio-ambientales.

El modelo de estrategia escogido en este trabajo es el propuesto por el Dr. C. Heriberto Cardoso Milanés (2002), profesor titular del Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Oriente.

Para la realización de dicho trabajo se utilizó una población de 725 habitantes de la comunidad de la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista. De esta población se hizo un muestreo de tipo no probabilístico intencional directo de 100 moradores.

Introducción: se exponen los datos necesarios de la situación actual de la comunidad que hace vida en la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista que son de importancia para la elaboración de la estrategia.

1. Identificación de públicos meta: personas a las que va dirigida la estrategia.
2. Objetivos estratégicos: son los que el grupo referente formula, para expresar lo que quiere lograr en el horizonte de planeación previsto.
3. Ejes psicológicos, argumentos o ideas principales: constituyen el principal elemento creativo de una estrategia, referido a aspectos esenciales de contenido y forma de los mensajes que serán emitidos. También suelen ser enunciados como “concepto”, “eje o plataforma promocional”, “ideas principales a destacar o persuadir” (Cardoso, 2002).
4. Plan de acciones y medios de comunicación: es el programa de actividades y los medios que las apoyarán para la transmisión de los mensajes.
5. Análisis presupuestal.
6. Control y evaluación del proyecto.
7. Anexos.

La metodología de Rayza Portal Moreno (2005), Profesora Titular de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana propone otros elementos que resulta necesario incorporar a la propuesta de Cardoso (2002) para fundamentar aún más el diseño de la estrategia con vistas a una mayor efectividad:

- El diagnóstico: debe partir, del Planeamiento Estratégico Comunitario que recoge la situación de la comunidad, sus aspiraciones, deseos. Además, requerirá de un estudio, no solo de recursos comunicativos existentes, sino de las posibilidades que tiene la comunidad y no son aprovechadas o ni siquiera han sido pensadas. Puede ir desde espacios físicos hasta potencialidades humanas. Partir del Planeamiento Estratégico Comunitario evitará dualidad y superposición de tareas.
- Los objetivos de la estrategia: deben ser lo suficientemente generales y a la vez precisos.
- El eje temático: teniendo en cuenta el diagnóstico y la jerarquización de sus resultados, debe llegarse a la determinación y selección dentro de los llamados temas generadores, de aquel o aquellos aspectos medulares que los sintetizan y por el cual pasarán nuestras acciones.
- Las acciones: se moverán, obviamente, entre las dimensiones comunicativa, educativa e investigativa y política; aprovechan al máximo las capacidades expresivas de los involucrados.
- El cronograma: incluye las diversas etapas en que se realizarán las actividades. Organización y flexibilidad, deben ser dos conceptos que han de ir de la mano, entendida esta última como la capacidad de realizar los ajustes necesarios entre el proyecto y las condiciones de su ejecución.

- Evaluación: suele ser 'el paso olvidado' de la planeación aún cuando es la que permite realmente valorar más que 'medir' los resultados del trabajo. Con este paso no se busca 'aceptación de actividades' sino valoración de la forma en que se han realizado y de los procesos de aprendizaje que se han producido. La evaluación hay que pensarla como un proceso participativo y sistemático, ya que, aunque metodológicamente esté situado al final del esquema, comienza desde el inicio.

Es el grupo, empresa, organización o institución que diseña y realiza la estrategia.

1. Credo básico: lo constituye el conjunto de principios, valores, interpretaciones y propuestas que, construidas con respeto y tolerancia desde la pluralidad que todo grupo representa, le dan la unidad esencial, que es la fuerza desde la cual, responsablemente, el propio grupo puede expresar su voluntad de futuro.
2. Horizonte de planeación: es el período de tiempo decidido como necesario para lograr lo planeado.
3. Análisis del contexto de la formación social en que se va actuar.
4. Objetivos estratégicos.
5. Líneas de acción.
6. Ejes temáticos.

Antes de plantearse la formulación de una estrategia comunicativa, se debe tener la información necesaria y suficiente que permita responder a las preguntas de cada paso de la estrategia. Conocer, claramente, los escenarios futuros que se quieren alcanzar con la estrategia general y entonces, a partir de este momento, se puede diseñar.

### **Plan de acciones y medios de comunicación**

Las acciones propuestas como parte de la estrategia de comunicación que se propone, están relacionadas con la realización de cursos de capacitación en temas de comunicación e imagen para el público interno. También la convocatoria a un concurso con el objetivo de conocer el nivel de reconocimiento por parte del público externo respecto al medio ambiente.

Difusión de toda la información referente a este tema, con el objetivo de que el público interno y externo incremente toda la información que necesita para determinar si es necesario el conocimiento sobre el medioambiente. Se proponen además actos públicos con el objetivo de reconocer públicamente la labor de los agentes socializadores y los dirigentes comunitarios.

Evidentemente es necesario el uso de los medios de comunicación para el logro de los objetivos propuestos. Por ello están implicados en el diseño de la estrategia:

- **Televisión:** la señal del telecentro presenta gran alcance a nivel de provincia, además de combinar sonido, imagen y movimiento, por lo que llama más la atención del televidente.
- **Radio:** la radio tunera tiene alta selectividad demográfica y geográficamente. Es de uso masivo, su señal llega a todos los municipios con buena calidad, así la información que se emite por este medio, será valorada por miles de oyentes.
- **Periódico:** en la provincia existe gran número de suscriptores, por este medio gran cantidad de personas conocerán de la estrategia comunicacional, de sus ventajas de presentar color, no tiene límites de tiempo, pasa de mano en mano, y posee buena cobertura en el mercado local.
- **Información en formato plano para divulgación:** permite colocar información de forma explicativa en manos del usuario o receptor, en él se abordarán los asuntos previstos en el plan de acciones correspondientes a cada medio de apoyo a los masivos.

*Plan de medios para la Estrategia de Comunicación Externa para el fortalecimiento de la Educación Ambiental en la circunscripción 149*

Medio	Fecha	Forma de presentación
Televisión	mayo 2021	Entrevista a expertos.
	junio – julio 2021	Spots informativos sobre la necesidad de educación ambiental.
	septiembre 2021 (tres frecuencias semanales)	Mensaje en boca del conductor: lanzamiento del concurso “Quién sabe más de medio ambiente” con gratuidades para el ganador.
	junio 2021	Acto público.
	julio 2021	Premiación del concurso.
Radio	junio 2021	Comentarios radiales para dar a conocer el papel que debe jugar la población en la mitigación de los problemas medio ambientales.
	abril – mayo 2021	Emisión de cuñas radiales para promocionar de forma sistemática las acciones de preservación del medio

		ambiente y cursos para la preparación de las personas.
	junio 2021	Debate entre locutores sobre las diferentes instituciones que hacen vida en la comunidad donde aporten ideas para su inclusión en la estrategia de educación medio ambiental.
Prensa	mayo 2021	Entrevistas a los moradores de la comunidad de la circunscripción. Crónicas en las que se evidencien los beneficios de las acciones medio ambientales que se lleven a cabo. Artículo en el que se valoren los avances que se logren por parte de la comunidad con el medio ambiente.
Impresos (carteles, sueltos, plegables, dípticos, trípticos)	Trimestral	Instituciones, comunidad, medios masivos.

Primera etapa: Introducción de la Estrategia de Comunicación Externa

#	Acción	Objetivo	Medio	Ejecutor	Responsable	Público	Lugar / fecha / frecuencia
1	Presentación de la estrategia.	Informar sobre la estructura de la estrategia y su puesta en práctica.	Matutino	Investigador	Delegado	Interno	Comunidad 15/9/21
2	Formación del grupo gestor de las acciones planificadas.	Lograr el compromiso de los habitantes para su colaboración con la estrategia.	Matutino	Delegado	Delegado	Interno	Comunidad 4/10/21
3	Definición de un representante del grupo gestor, que funge como encargado de la comunicación interna de la comunidad.	Fortalecer la gestión comunicativa interna.	Reunión		3	Definición de un representante del grupo gestor, que funge como encargado de la comunicación interna de la comunidad.	Fortalecer la gestión comunicativa interna.
4	Desarrollo de cursos de capacitación	Desarrollar prácticas comunicativas	Conferencia	Asociación de Comunicadores Sociales y	Representante del grupo gestor	Interno	Comunidad 1-30/11/21 (tres

	para los habitantes de la circunscripción respecto a la comunicación y el medio ambiente.	que propicien la eficiente realización de las acciones propuestas y fomentar el desarrollo de conocimientos sobre el medio ambiente.		Profesionales de la materia del medio ambiente (CITMA)			frecuencias semanales)
5	Discusión de los aseguramientos necesarios para la realización de las acciones.	Mantener toda la disposición en la implementación para evitar un atraso o no realización de las acciones.	Reunión	Representante del grupo gestor	Delegado	Interno	Comunidad 20/1/22

Como la propuesta de la estrategia está en una etapa incipiente de su implementación se enuncian exclusivamente las acciones de la primera etapa.

- Segunda etapa: Desarrollo de la estrategia para la eliminación de los problemas que atentan contra el medio ambiente y la imagen pública favorable de las relaciones de convivencia en la comunidad.
- Tercera etapa: Arraigando el cambio.
- Análisis presupuestal.
- Control y evaluación (hay que referir que para cada etapa se implementa un período de tiempo para su desarrollo).

### Precisiones finales

La aplicación de esta estrategia de comunicación contribuirá a mitigar los problemas medio ambientales existentes en la comunidad de la circunscripción 149 del Reparto Buena Vista de Las Tunas, a partir de las acciones de los residentes de la comunidad como agentes de cambio.

Se lograrán altos niveles de conocimiento sobre los temas medio ambientales en los comunitarios y a su vez, se potenciarán tareas para mantener o trabajar para el desarrollo local.

Se lograrán vincular las diferentes instituciones que hacen vida en la comunidad, así como las que son externas para trabajar en conjunto en la temática.

## Referencias

- Cardoso, H. (2002). *Culturas y comunicación organizacional: El problema de la Identidad Corporativa en las auditorías de comunicación*. Universidad de Oriente, Santiago de Cuba: Departamento de Comunicación Social.
- Montes, R., Cristina, M. O', Quínn, J. A. y otros (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*. Universidad Autónoma del Estado de México. México.
- Pérez, M. (2013). *Estrategias de comunicación en salud*. La Habana: Centro Nacional de Atención y Prevención de Discapacitados.
- Portal, R. (2005). *Planeación estratégica en comunicación*. La Habana: ENPSES-MERCIE GROUP.