

Una industria con voluntad de acero por un ambiente limpio y seguro

An industry with the will of steel for a clean and safe environment

Neyxi Sobrado Vieitez¹ (neyxicuba@gmail.com) (<https://orcid.org/0009-0007-5840-0065>)

Rolando Borrero Rivero² (rolandobr@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0002-2428-3389>)

Ana de la Luz Tirado Benítez³ (anatl@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0000-0002-6194-7076>)

Resumen

El presente artículo hace referencia a la importancia de la comunicación organizacional como ente primordial para el trabajo de la Tarea Vida en el enfrentamiento al cambio climático, como plan de país, en la Empresa ACINOX Las Tunas. Se abordan algunas problemáticas ambientales actuales con énfasis en la percepción que tiene el público interno al respecto, así como también sobre la importancia de la buena gestión de la comunicación en la siderurgia tunera. Como principal resultado se proponen acciones estratégicas como alternativas para contrarrestar los errores que se cometen en el quehacer de la organización en el ámbito comunicativo.

Palabras clave: comunicación organizacional, Tarea Vida, medioambiente, siderurgia cubana.

Abstract

This article refers to the importance of organizational communication as an essential entity for the work of the Tarea Vida in facing climate change, as a country plan, in the ACINOX Las Tunas Company. Some current environmental problems are addressed with emphasis on the perception that the internal public has about it, as well as on the importance of good communication management in the Tunas steel industry. As a main result, strategic actions are proposed as an alternative to counteract the mistakes made in the organization's communication activities.

Key words: organizational communication, Tarea Vida, environment, Cuban steel industry.

La problemática ambiental en la época contemporánea

Al decursar del tiempo esta casa, la cual habitamos y reconocemos como planeta Tierra ha sufrido desgaste por naturaleza y dolorosamente, por daños infringidos por el hombre. Varios son los autores interesados en este fenómeno que, a no tan corto

¹ Máster en Comunicación Social. Especialista en Comunicación ACINOX Las Tunas. Cuba.

² Doctor en Ciencias Pedagógicas. Profesor Titular. Centro de Estudios de Dirección (CEDI). Universidad de Las Tunas, Cuba.

³ Doctor en Ciencias de la Educación. Profesor Titular. Jefa del Grupo Editorial. Universidad de Las Tunas. Cuba.

tiempo, condicionará la devastación de las especies y el recrudecimiento de altas temperaturas y aridez aparejado a ello.

Acciones en todas las esferas se demandan desde que los estudios científicos corroboraron lo que ya no sería una hipótesis sino, la hecatombe medioambiental. Especies en extinción, cambios climáticos, decadencia, muerte serían términos recurrentes en escenarios afines donde las negociaciones centrarían su discurso en la supervivencia.

Europa y su comunidad en la década del 60 del siglo pasado lideró estos llamados de atención a lo que el resto del mundo se sumaría entendiéndose que, no sería un fenómeno aislado sino global. Aunarse era la solución, aplicar medidas a favor era necesario. Emplear la ciencia acortaría plazos letales para la subsistencia.

En Cuba el entendimiento de esta necesidad de salvarnos a toda costa cuenta con un precedente loable a cargo del discurso pronunciado por el Presidente de la República de Cuba Fidel Castro Ruz en Río de Janeiro, Brasil en la Conferencia de Naciones Unidas sobre medioambiente y desarrollo, el 12 de junio de 1992 donde aludió a la posibilidad de que la especie humana desapareciera por el comportamiento irracional del hombre en relación con el medio ambiente.

Por otra parte, destacó la necesidad de que cesen los egoísmos, los hegemonismos, la insensibilidad, la irresponsabilidad y el engaño, y enfatizó en la necesidad de actuar para lograr a tiempo que la humanidad tenga una oportunidad de supervivencia. Sin embargo, los problemas medioambientales se han incrementado y la situación que se analiza se ha complejizado mucho más como causa de los impactos negativos de la actividad humana en la naturaleza y en la sociedad.

Por ello, el Estado cubano implanta la política ambiental en apoyo a lo que propone la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: poner fin a la pobreza, luchar contra la desigualdad y la injusticia y hacer frente al cambio climático. El cuidado y conservación del entorno abarcan la educación, la comunicación e información orientada a desarrollar la cultura ambiental en la ciudadanía, respaldada por evidencias científicas en las que se tienen en cuenta la relación del medioambiente-hombre-sociedad.

El Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente en la República de Cuba en el año 2015 realizó una actualización de los documentos aprobados con anterioridad por el Consejo de Ministros sobre el tema y el 25 de abril del 2017 aprobó la Tarea Vida: Plan del Estado para el enfrentamiento al cambio climático. Esta es una muestra de las decisiones del país 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 contribuye así, a la mejora de la conciencia sobre los valores ambientales globales y la gestión del conocimiento.

El Plan de Estado está conformado por 5 acciones estratégicas y 11 tareas. Contiene la estrategia de comunicación y control con la que se pretende educar a la población, instruir e informar a las comunidades sobre los problemas que existen en sus territorios y las medidas específicas a tomar en cada uno de ellos. Su

implementación se basa en la identificación de riesgos a nivel local y la búsqueda de soluciones integrales.

El presente artículo tiene como objetivo analizar cómo se trabaja la Tarea Vida para el enfrentamiento al cambio climático, como plan de país, en la Empresa ACINOX Las Tunas.

La gestión ambiental en ACINOX Las Tunas

La Empresa ACINOX Las Tunas, una industria con voluntad de acero, creada el 1ero de enero de 1992, perteneciente al Grupo Empresarial Industria Sideromecánica y, a su vez, al Ministerio de Industrias, encargada de producir y comercializar palanquillas de acero al carbono para la exportación y barras corrugadas para refuerzo de hormigón en el mercado nacional, indudablemente expulsa paulatinamente contaminantes. El sector siderúrgico como industria infringe en su entorno y carga el peso pesado de los lastres empresariales que por décadas le han desfavorecido.

Cobra vigor la atención a lo estipulado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente en Cuba (CITMA) como principal rector de la Tarea Vida. Los procesos por los cuales se rige entiéndase, estratégicos, operacionales y de apoyo concientizan en el trabajo constante en este orden, como refirió Velázquez (2019) “Se potencia el seguimiento a estas tareas adecuadas al sector desde la labor medioambiental” (p.16).

En ACINOX Las Tunas se aplican 3 tareas relacionadas con el plan de Estado que se analiza:

Tarea 4: Asegurar la disponibilidad y uso eficiente del agua como parte del enfrentamiento a la sequía, a partir de la aplicación de tecnologías para el ahorro y la satisfacción de las demandas locales. Elevar la infraestructura hidráulica y su mantenimiento, así como la introducción de acciones para la medición de la eficiencia y productividad del agua.

Tarea 8: Implementar y controlar las medidas de adaptación y mitigación al cambio climático derivadas de las políticas sectoriales en los programas, planes y proyectos vinculados a la energía renovable, la eficiencia energética.

Tarea 10: 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 de agua.

Para ello, se han declarado etapas de evaluación a corto, mediano y largo plazo, en correspondencia con los preceptos gubernamentales. Se definen las políticas, metodologías y regulaciones que son adecuadas a estos procesos y se designa por función, áreas y trabajadores a realizarlas y adecuarlas.

Cabe destacar que, en esta empresa perfeccionada se cuenta con el Premio Nacional de Medio Ambiente desde el año 2007, la Condición de empresa en avance en la Gestión de productos peligrosos, así como en el manejo seguro de desechos peligrosos. Todo ello debido a que se han implementado y certificado en la entidad un Sistema Integrado de Gestión con las normas NC/ ISO 9001: 2015 de

Calidad, las NC/ISO 14 001:2015 de Medio Ambiente, las NC/ISO 45 000 de Seguridad y Salud en el trabajo, y las normas ISO/IEC 17 025: 2017 sobre los ensayos del Laboratorio.

La comunicación ambiental como herramienta esencial de la gestión ambiental

La ciencia de la comunicación es la encargada de analizar, estudiar y discutir los fenómenos relacionados con la información y el efecto de la acción de la comunicación humana. También se encarga de observar y examinar los medios de difusión masivos, las industrias culturales, el consumo y el conjunto semiótico que estos construyen.

Los autores asumen los criterios de comunicación ambiental ofrecidos por Ramos (2017), que incluye la comunicación en aspectos sociales y ambientales, implica conocer cuestiones que tienen muchas variables como lo económico, lo cultural, lo tecnológico y lo político, enfatiza en la responsabilidad social, impactar en el comportamiento humano, y la aceptación de los mensajes dependerá en gran medida de su importancia en la vida de las personas.

Por ende, la comunicación ambiental es fundamental debido a que interviene en la comprensión humana de los problemas ambientales. Se potencian técnicas y herramientas que aluden a valores, actitudes e ideologías con respecto a la naturaleza y su preservación. Genera debates como necesario intercambio acerca de asuntos relacionados con el medioambiente. Fomenta entre la población hábitos de vida sostenibles.

Adecuada a este ambiente empresarial, para realizar el estudio del tema en la empresa seleccionada, se definieron dimensiones para su adecuación en el trabajo de cada área, que son:

1. Dimensión espacio: elaborada para ámbitos reales y virtuales, áreas y públicos. Posee una plataforma online en redes sociales para el posicionamiento de las acciones estratégicas en diversos medios y soportes existentes en el ciberespacio.
2. Dimensión conocimiento: proporciona a los trabajadores conocimientos e información sobre el tema Tarea Vida. Ilustra la diversidad de ecosistemas: ecosistemas terrestres (marino-costero, cuencas hidrográficas, montaña), ecosistemas acuáticos (ecosistemas de agua dulce, ecosistemas de agua salada), ecosistemas transformados por el hombre.
3. Dimensión actores sociales: basados en los criterios de Brull (2019) se proponen acciones, métodos y técnicas para los profesionales de la comunicación que integran nuestro Círculo de Periodismo metalúrgico al cual incluyen los medios acreditados de prensa en el territorio, ambientalistas, gestores de las administraciones públicas o cualquier ámbito organizacional, institucional, empresarial o social que precisan relacionarse para el desempeño de la Tarea Vida en este sector. Incluye los líderes de opinión que despliegan acciones encaminadas a la protección, conservación y rescate del patrimonio, directivos y funcionarios responsabilizados.

4. Dimensión infocomunicación: posibilita la capacitación en temas de comunicación y educación ambiental, reducir vulnerabilidades en coordinación con el gobierno, el CITMA, las universidades, instituciones mediáticas y la sociedad civil, programación de espacios de participación con debates concertados, promoción de las investigaciones ambientales, diseño de campañas.

Para apoyar el desarrollo de esta dimensión se elaboró un calendario ambiental de fechas mundiales y nacionales para promover la educación, la cultura ambiental y la concienciación. De igual modo, el empleo de audiovisuales dirigidos a fomentar una cultura de adaptación mediante normas de convivencia, alimentación, vestuario, hábitos y consumos ante el cambio climático. Visualización a través de crónicas, relatos y lecciones aprendidas en la gestión de reducción de riesgos ante desastres naturales que tienen salida en los canales de comunicación, así como en el boletín institucional.

También se ha creado un registro de fotografías sobre las temáticas medioambientales, que facilite el uso de imágenes actualizadas, monitoreo de mensajes para evaluar impacto, calidad y estado de opinión en las visitas a las áreas.

Por otra parte, se han establecido acuerdos de colaboración entre el CITMA, las universidades, los medios de comunicación y la sociedad civil para facilitar la transferencia de conocimientos, la aplicación de resultados investigativos y la generación de productos comunicativos para las empresas, y las industrias, como sectores priorizados de la economía.

5. Dimensión creativa: se tiene diseñado el slogan patentado de ACINOX Las Tunas, *Una Industria con voluntad de acero*, que hace un llamado a vincularse desde los valores establecidos con el entorno, enlazarse y comunicarse. De ellos resultan los siguientes:
 - Efectividad operacional (práctico), vinculada al saber y el saber hacer.
 - Responsabilidad individual y colectiva (ético), al querer hacer y el saber estar.
 - Excelencia organizacional (desarrollo), en el saber aprender y desaprender.
6. Dimensión valor: el plan de acciones expresa valor y valor de uso a través de los productos comunicativos.

Como se aprecia, un producto comunicativo facilita la capacidad de gestión de la comunicación para el desarrollo e implementación de las políticas públicas, partiendo de las experiencias que se obtengan en públicos, mediados por las plataformas de información y comunicación con una concepción única: el desarrollo local.

Acciones de comunicación ambiental

Las acciones que se proponen constituyen una alternativa de innovación para que la comunicación ambiental contribuya a la implementación del Programa de Enfrentamiento al Cambio Climático, Tarea Vida, en Cuba. Mediante ellas se orienta y facilita la gestión del sistema de información y comunicación en las organizaciones.

Asimismo, expresan los atributos y niveles de relaciones que premian la funcionabilidad de las áreas y el carácter consultivo dentro de las responsabilidades de los directivos, empresarios y líderes de los procesos para promover la participación ciudadana en los proyectos, así como, los niveles de relaciones personales y organizacionales. Incluye criterios estratégicos, normas y procedimientos para crear consenso entre los participantes, que derive en la aceptación y apropiación de las acciones propuestas.

Pueden perfeccionarse en cada período, atendiendo a las particularidades de las áreas y con la planificación como compendio del proceso informativo entre emisores y receptores. Herramienta importante del planeamiento estratégico de todas las organizaciones, que comprenden que su éxito se encuentra en la gestión profesional en todas sus áreas.

Está basada en el conocimiento y la utilización de instrumentos estratégicos. Tiene en cuenta el diseño de la imagen institucional, la cultura organizacional y la política de comunicación y de todas las técnicas, herramientas y medios de comunicación disponibles para su eficaz desempeño. Por tanto, emplea el diseño gráfico, la publicidad, el marketing, las relaciones públicas, las relaciones con la prensa y los medios tecnológicos (internet e intranet), razón por la cual su dirección requiere una formación profesional especializada.

Contribuye a que todos puedan compartir la misión y la historia de la organización y detectar cuáles son los actores generadores y receptores de los flujos informativos, el volumen y tipo de información que se recibe y genera, demandas potenciales y otros, de manera que fluya la comunicación.

Estas acciones recogen los aspectos básicos organizativos de la comunicación ambiental de la Empresa ACINOX Las Tunas, la relación con sus centros y dependencias, además de la comunicación con otros organismos y entidades de la provincia. Todo lo cual parte de la relación y cooperación de los actores que participan en el proceso comunicativo.

Para diseñarlas fue necesario el debate por el Grupo de Comunicación de la empresa de los siguientes ejes de contenidos y de los resultados del diagnóstico de la Tarea Vida en la entidad:

1. Promover la integración de los principios y las prácticas de sostenibilidad, eficiencia en el uso de los recursos y economía circular en las políticas de la provincia, lo que contribuye a la protección del medio ambiente
2. Contribuir a la sostenibilidad y eficiencia de la gestión del sector empresarial estatal y no estatal, mediante la mejora de los procesos, productos y servicios durante las etapas de su ciclo de vida.

3. Promover modificaciones en el comportamiento y las actitudes de los ciudadanos, organizaciones y demás actores sociales, y propiciar su activa participación en el proceso de cambio.
4. Gestionar de manera sostenible los recursos naturales e incrementar la eficiencia de su uso expresadas en el índice de consumo.
5. Incrementar los conocimientos y sensibilidad de los trabajadores en capacitación y divulgación en materia de información, desarrollo, estilos de vida sostenibles, el cambio climático.
6. Incrementar de manera sostenida el reúso/reciclaje de residuos y la devolución de estos materiales a la economía.
7. Identificar y controlar la normativa jurídica actual con vistas a incrementar el control del manejo de los desechos peligrosos y otros de interés a partir de un cambio en su enfoque hacia los más prioritarios.
8. Desarrollar e implementar incentivos y otros mecanismos económicos y financieros.
9. Promocionar la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y desechos peligrosos a lo largo de su ciclo de vida.
10. Fortalecer la gestión sostenible de los recursos naturales e incrementar la eficiencia de su uso expresadas en el consumo material interno.

Siguiendo la concepción investigativa de Alfonso y Saladrigas (2006), se realizó un estudio sobre el estado actual de esta problemática en la empresa investigada, con enfoque participativo, mixto y la investigación acción como herramienta de transformación. A continuación, se exponen los resultados principales.

Resultados del diagnóstico

El diagnóstico realizado con una muestra de 50 trabajadores de ACINOX Las Tunas, de ellos 18 directivos. Se aplicó una encuesta y se revisaron los documentos de planificación estratégica para determinar y/o actualizar la matriz DAFO. Los principales resultados obtenidos fueron:

- insuficiencias en el conocimiento de los contenidos de gestión ambiental empresarial sobre cambio climático y las acciones la Tarea Vida;
- escaso nivel de información sobre los ejes estratégicos de la Tarea Vida vinculados con la empresa y las políticas y objetivos específicos de la proyección estratégica relacionados con la gestión ambiental sobre cambio climático;
- poca participación de los trabajadores en las medidas de adaptación al cambio climático en la entidad.

Como potencialidad se identifica la proyección del posgrado de conjunto con las universidades que contienen varios temas a desarrollar vinculados con la gestión ambiental.

A partir del análisis de los contenidos y de estos resultados se proponen las siguientes acciones estratégicas, desplegadas en tres (3) etapas que contribuyen a fortalecer la comunicación ambiental como herramienta esencial de las estrategias en la empresa objeto de estudio.

Primera etapa Planeación y Organización de la comunicación ambiental

Objetivo: Proyectar las actividades de comunicación ambiental vinculadas con la Tarea Vida que se desarrollarán en la empresa ACINOX Las Tunas.

1. Actualización de los conocimientos del grupo de comunicación sobre los resultados del diagnóstico con énfasis en los impactos ambientales de ACINOX Las Tunas y el nivel de conocimientos sobre la gestión ambiental, y la implementación de la Tarea Vida. Analizar y desarrollar los contenidos de las dimensiones espacio e infocomunicación.
2. Proyectar las actividades del grupo de comunicación para elevar la sensibilización y capacitación de directivos trabajadores sobre el tema Tarea Vida, teniendo en cuenta los contenidos de la dimensión conocimientos relacionados con los servicios, procesos y productos de la actividad empresarial.
3. Diseñar las tareas de comunicación ambiental que desarrollará el Círculo de Periodismo metalúrgico, teniendo en cuenta la dimensión actores sociales y dimensión valor, con énfasis en la elaboración y aplicación de encuestas, entrevistas, productos comunicativos y actividades de socialización de las buenas prácticas de la Tarea Vida, en cuanto al ahorro del agua, el uso racional de la energía y el control de los desechos de la industria metalúrgica.

Segunda etapa: Ejecución de la comunicación ambiental.

Objetivo: Desarrollar las acciones de comunicación ambiental programadas.

1. Desarrollo de los talleres de capacitación teórica y práctica con directivos y trabajadores sobre las vías que se emplearán para desplegar la comunicación ambiental sobre cambio climático en la empresa.
2. Realización de las sesiones de intercambio de información por las vías de comunicación proyectadas sobre la Tarea Vida y su implementación.
3. Elaboración y empleo de productos comunicativos relacionados con la incorporación de la Tarea Vida en la socialización de la misión, la visión, las políticas y objetivos estratégicos de la entidad.
4. Debate sobre la solución de los problemas medioambientales vinculados con el cambio climático y la Tarea Vida identificados en el proceso productivo de ACINOX Las Tunas.
5. Ejecución de las actividades programadas a través de charlas, talleres, debate de productos comunicativos relacionados con la Tarea Vida.
6. Socialización de los resultados de la implementación de las acciones de comunicación ambiental desarrolladas en la empresa.

Tercera Etapa Control de las acciones de comunicación ambiental.

Objetivo: Evaluar las acciones de comunicación ambiental ejecutadas.

1. Valoración inicial y sistemática del cumplimiento de los objetivos de comunicación ambiental en las actividades y tareas desarrolladas.
2. Valorar las transformaciones logradas con la implementación de las acciones de comunicación en: el Grupo de comunicación; los directivos (estilos de dirección); los trabajadores, en cuanto al dominio de los contenidos en las dimensiones desarrolladas; los clientes y proveedores en el nivel de conocimientos sobre la incorporación de los temas analizados en la gestión ambiental de la empresa.
3. Rediseño de las acciones desarrolladas a partir de los resultados obtenidos y propuesta de su mejora continua.

En la planificación se sugiere precisar los objetivos, indicadores, responsables, participantes y plazos de cumplimiento. Las acciones propuestas se desarrollarán teniendo en cuenta las tareas y funciones específicas de cada área de trabajo para favorecer la comunicación ambiental y la participación activa en las actividades que se programen.

Los controles se realizarán con una periodicidad mensual, trimestral y en el balance anual de trabajo, según lo decida la máxima dirección de ACINOX Las Tunas. Serán de igual modo evaluadas por las instancias pertinentes y rendirán cuenta en los escenarios establecidos según las necesidades y políticas establecidas en el entorno empresarial y gubernamental. Para facilitar el análisis de los resultados alcanzados se sugiere elaborar un informe que se debatirá con directivos y trabajadores.

Consideraciones finales

Supone un cambio de actitud la creciente preocupación social por las cuestiones ecológicas y medioambientales en consecuencia con la toma de conciencia sobre estos asuntos por parte de grupos cada vez más numerosos de ciudadanos. La comunicación en general y la comunicación ambiental, en particular, ante estas transformaciones sociales, deben valorar la magnitud de dichos cambios y la incidencia que puedan tener en los procesos de producción y reproducción de las sociedades en las que se producen.

El tratamiento informativo de estos temas en los medios establecidos requiere de una alta sensibilidad de los profesionales para abordar éticamente los asuntos ambientales y al mismo tiempo, de una especialización de esos comunicadores. El resultado de este proceso modificará la visión de los problemas ecológicos e incidirá sobre la transformación de los comportamientos ecológicos y medioambientales. En consecuencia, mejorará progresivamente, la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurará desvincular el crecimiento económico de la degradación del medioambiente.

Referencias

- Alfonso, M. y Saladrigas, H. (2006). *Guía didáctica para investigar en comunicación*. La Habana: Pablo de la Torriente.
- Brull, M. (2019). Plataforma única comunicacional ante los desastres naturales. *Ciencia en su PC*, 1(2). Centro de información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba. Recuperado de <https://www.redalyc.Org/articulo.oa?id=181359681007>
- Cuba. Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (Citma, 2017). *El Plan de Estado para el Enfrentamiento al Cambio Climático (Tarea Vida)*. Recuperado de <http://repositorio.geotech.cu/jspui/bitstream/1234/1513/1/05%20Plan%20de%20Estado%20para%20el%20Enfrentamiento%20al%20Cambio%20Clim%C3%A1tico%20%E2%80%9CTarea%20Vida%E2%80%9D.pdf>
- Discurso de Fidel Castro en Conferencia ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo* (1992). Recuperado de <https://www.mined.gob.cu/discurso-de-fidel-castro-en-conferencia-onu-sobre-medio-ambiente-y-desarrollo-1992/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, 2015). *Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://es.unesco.org/sdgs>
- Ramos, X. K. (2017). *La comunicación ambiental y su aporte a la responsabilidad social empresarial en la ciudad de Huánuco 2016* (tesis inédita). Universidad Nacional Hermilio Valdizán. Huanuco. Perú.
- Velázquez, J. D. (2019). *Agenda de Comunicación para la Tarea Vida en la región oriental de Cuba* (tesis de grado inédita). Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades. Santiago de Cuba, Cuba.