

ESTRATEGIA EN VERDE: PROPUESTA DESDE LA COMUNICACIÓN, PARA UNA GESTION DIFERENTE

MsC. Lorena Martínez¹, MsC. Bárbara Maden González² y Lic. Luis Ángel Rodríguez.³

1. CUM Aida Pelayo Cárdenas. Universidad de Matanzas”, Vía Blanca Km.3, Matanzas, Cuba. lorena.martinez@umcc.cu

2. ACTAF/CUM Aida Pelayo Cárdenas Universidad de Matanzas Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas. barbara.maden@dlg.mtz.minag.gob.cu

3. CUM Aida Pelayo Cárdenas Universidad de Matanzas – Sede “Camilo Cienfuegos”, Vía Blanca Km.3, Matanzas. luis.rodriguez@umcc.cu

Resumen

Desde hace más de cuatro años, la carrera de Comunicación Social del CUM Aida Pelayo de Cárdenas defiende y trabaja un propósito singular **Comuni@ión en Verde** que ha ido pasando de etapa en etapa hasta convertirse en un macro/proyecto sombrilla que acoge diferentes propuestas y/o subproyectos en líneas temáticas locales diferentes. Género, medioambiente, plantas medicinales/alimenticias y desarrollo agroforestal son sus actuales retos. Para lograr una gestión comunicativa realmente eficaz, que haga justicia a su nombre y a lo, hasta ahora, realizado, proponemos diseñar una estrategia comunicativa actualizada y directamente vinculada a la promoción y divulgación de sus acciones. Este proceso, sus principales acciones, junto a su aprobación y entrega de parcela de tierra para su cultivo se convierten en objetivo de este trabajo y centro de interés durante el presente curso escolar.

Palabras claves comunicación, estrategia, género, medioambiente, plantas alimenticias/medicinales.

Todo tuvo su comienzo...

Comuni@ión en verde tuvo sus comienzos en el curso 2013/2014 con los trabajos de Curso de los estudiantes de cuarto año de Comunicación Social del Centro Universitario Municipal (CUM) cardenense.

El interés que despertó el tema silvícola y agrícola con enfoque agroecológico en los muchachos decidieron a los profesores de esta carrera a reasumir una vieja iniciativa de trabajar estos temas, deficitarios en el territorio, desde la comunicación.

En los primeros momentos se realizaron trabajos de diploma con el tema, spot para TV, actividades en el CUM y la comunidad cercana. Posteriormente el profesor Luis Ángel Rodríguez comienza a desarrollar, principalmente, en la Enseñanza Media/Media Superior municipal, una serie de acciones educativas con un hacer consciente y sistemático, coordinados con el Centro Universitario Municipal (CUM), Ministerio de Educación (MINED), agricultores de diversas formas productivas, la Delegación Municipal de la Agricultura y la Asociación Cubana de Técnicos Agroforestales (ACTAF) .

Empieza así a ganar cuerpo el proyecto **Comuni@ión en verde** no solo como mecanismo divulgativo agrícola de la carrera para el municipio sino enfocándose hacia el logro de una agricultura ecológica y sostenible en armonía con la naturaleza y la sociedad en un municipio caracterizado por problemas ecológicos graves, deforestación y un cultura urbano-turística muy poco sensible a los temas que el mismo aborda.

Promover a través de arte, la cultura y comunicación el interés por la formación de una vocación forestal/agrícola sobre bases ecológicas ha sido el eje central del proyecto.

A casi un quinquenio de su desarrollo, ha colocado una gota de arena en niños (as), adolescentes y jóvenes con respecto a dichos problemas. Es en estos problemas que se le hace indispensable el diseño de una actualizada estrategia comunicativa que le permita divulgar lo realizado y lo que en este momento promueva sus productos comunicacionales, ahonde en sus líneas de desarrollo fundamentalmente con los medios de difusión masiva

locales, así como la elaboración de productos comunicativos (gráficos) que permitan la capacitación de sus públicos entre los que incluye un recetario de plantas medicinales y alimentarias elaboradas a partir de hortalizas y otros vegetales que permita un mayor conocimiento sobre las mismas, folletos y boletines vinculados a sus actividades que además del trabajo productivo directo de plantas, semillas y hierbas medicinales/alimenticias en las parcelas propias, aun en vías de aprobación por la Agricultura Urbana y Suburbana del municipio y el Consejo de Administración Municipal.

Una estrategia en verde

Comuni@ión en verde es un proyecto desde sus inicios propicia el desarrollo local y la búsqueda de su sostenibilidad, descansando en la defensa del medio ambiente municipal, la promoción de plantas e hierbas medicinales/comestibles, necesidad de divulgación y formación vocacional de los jóvenes hacia carreras agropecuarias, en especial las dedicadas a la producción de alimentos con tecnologías sanas y preservadoras del medio ambiente desde una perspectiva de género.

A partir de esta premisa básica, tiene el deber y la necesidad no solo de darse a conocer sino de divulgar lo hecho hasta el momento, hacernos sentir en la mayoría de las instituciones y sociedad cardenense, ser un proyecto que desde lo comunicativo se perfeccione entre sus gestores y atraiga a públicos externos.

Quiere potenciar, mediante el aprovechamiento de las capacidades creativas de los estudiantes de Comunicación Social, una estrategia de trabajo que favorezca la comunicación agroecológica y alrededor del desarrollo de mini-industrias auto/sostenibles en un municipio donde aún no se ha logrado una conciencia de la importancia del desarrollo local y aún menos en lo referido a lo agroforestal; por una agricultura de conservación para una producción cada vez más limpia así como la necesidad del reciclaje y aprovechamiento de los desechos sólidos y líquidos.

Inspirados en los fundamentos éticos, filosóficos y metodológicos de la comunicación comunitaria (aunque no seamos un proyecto de este corte, incluso ni específicamente sociocultural sino de desarrollo local) y de prácticas productivas innovadoras, necesitamos reajustar la estrategia comunicativa propia diseñada inicialmente para ganar de nuestro lado

a los medios de difusión locales, a otros empeños similares y poder reflejar nuestro quehacer más allá de fórums, eventos científicos y actividades de este corte propia de las instituciones que participan en el mismo.

Nuestro objetivo, comunicar eficazmente para promover nuestro quehacer y despertar interés de los públicos hacia la divulgación local de una cultura agroecológica sostenible y mejoras en la calidad de vida de la población. Así, gestores, profesores y alumnos estaríamos contribuyendo a la consecución de un municipio con una mayor calidad de vida sino fomentando la capacitación a los principales actores y decisores del territorio en el tema convencidos de la necesidad cardenense de extensionismo agroforestal y de prácticas de reciclaje medioambiental a la vez de aportar al Proyecto Vida.

La creación del Movimiento Forestal y de agricultura urbana/suburbana en las escuelas, siembra de árboles y el trabajo en las sociedades científicas, la vinculación con el sector agro productivo y la participación de sus integrantes en actividades prácticas es satisfactoria pero necesita para su ampliación de la inclusión de nuevos actores y para ello la divulgación de nuestro quehacer es esencial.

Consideramos necesario para este curso vestiros de adultos en materia de comunicación y exponer diferentes propuestas de realización de medios que contribuyan a la promoción del trabajo en cada área proponiéndonos de esta forma lograr la realización eficiente de un medio principal y otros secundarios para cada línea de intervención del proyecto.

Para ellos optamos por la presente estrategia comunicativa propia del proyecto en general y de sus líneas de intervención en específico, con un lenguaje sencillo, diferenciado, propio para cada tema a trabajar, la cual de manera general apoye el quehacer del grupo y lo convierta en necesario para los sectores interesados de la ciudad.

Para lograrlo debemos empezar por diagnosticar las principales problemáticas comunicativas a que se enfrentan cada una de las líneas intervencionistas para desde ellas definir soluciones, enunciar tareas y redimensionar la gestión adecuada de los mensajes.

Del proyecto (*Comuni@ión en verde*) en general

- Escasa información sobre el mismo para públicos externos.

- Trabajo muy cerrado, solo asumido por el entorno académico, productores implicados e instituciones asociadas.
- Insuficiente socialización y articulación con otras instituciones.
- Disminución de la producción comunicativa desde la carrera y sus profesores.

Línea Proyecto: **Vamos por ti**

- Incrementar la cooperación de la FMC local en mantener actividades en torno al tema de género. Escasa información sobre el mismo para públicos externos.
- Trabajo muy cerrado, solo asumido por el entorno académico, productores implicados e instituciones asociadas.
- Insuficiente socialización y articulación con otras instituciones.

Línea Proyecto: **Cura en Verde**

- Poca información sobre el mismo para públicos externos.
- Escasa conectividad de los gestores con las farmacias especializadas en medicina verde para efectuar en/desde ellas acciones alrededor de sus medicamentos.
- Los productos comestibles/medicinales que propone el proyecto no son divulgados ni se encuentran fácilmente.
- Poca o casi nula producción de plantas medicinales en el municipio.

Línea Proyecto: **Por mi Ciudad**

- Escaso interés municipal por la crisis medioambiental del municipio
- Poca información para públicos externos.
- Insuficiente articulación con instituciones especializadas en el tema
- Degradación cada vez mayor del patrimonio tangible/intangible asumida con cada vez mayor indiferencia por diferentes sectores y públicos de la ciudad.
- Deficiente educación y cultura ambiental en el municipio.

Línea Proyecto: **Rostro Verde**

- Escasa información sobre el mismo para públicos externos.
- Poco interés social y divulgativo alrededor del escaso patrimonio silvícola de la ciudad.
- Necesidad de vincular, desde la comunicación, lo medio ambiental/silvícola con las diferentes comunidades/barrios de la ciudad.
- Trabajo en el proyecto solo asumido por el entorno académico, productores implicados e instituciones asociadas.

A partir de lo anterior **Comuni@ión en verde** debe trazarse como metas:

- Acceso con producciones propias o realizadas compartidas con ellos a Radio Ciudad Bandera, Tele Bandera, Radio Varadero, radio bases de los organismos y a otros medios de comunicación (TV, Radio, Periódico)
- Utilizar al máximo las posibilidades digitales, creando nuestra propia página web, bloc o aprovechando los de otras instituciones afines.
- Promover nuestras actividades y acciones con medios alternativos propios de la comunicación interpersonal.
- Divulgar éxitos y cada paso de desarrollo
- Trabajar en la creación de un espacio semanal fijo en la televisión/radio local con el proyecto.
- Realización de un boletín interno (mensual) del proyecto el cual llegue digital a todos los interesados.
- Lograr mayor socialización y articulación con otras instituciones.
- Crear folletos y otras actividades de capacitación y divulgación para los públicos estratégicos de la red.

Su estrategia actual de comunicación debe orientarse a:

- Implementar acciones comunicativas que ayuden a la divulgación y conocimiento del proyecto más allá de los ámbitos académicos y de las instituciones participantes.
- Incentivar la participación, diseño y realización de productos comunicativos por los gestores del proyecto y los medios de difusión locales.
- Capacitar en comunicación y medios alternativos a públicos internos para cohesionar aún más su labor.
- Dotar a los públicos externos de mensajes de contenido participativo movilizador hacia las líneas temáticas del proyecto, motivarlos a él.
- Motivar a instituciones a interesarse y participar en el proyecto en su verdadera dimensión.

Visto lo anterior se tendría como acciones de comunicación básicas para la presente etapa de trabajo:

- Trabajar con mayor fuerza e intencionalidad en la creación de productos comunicativos (gráficos/audiovisual) sobre las líneas de intervención del proyecto de manera propia o en vinculación con otras entidades
- Mantener talleres de capacitación en los públicos interesados sobre las diferentes líneas de intervención de *Comuni@ión en verde*.
- Realizar promoción audiovisual desde/para las redes sociales, INTRANET y otros medios digitales.

- Capacitar en comunicación y temáticas específicas que abarcan los subproyectos a gestores y miembros de los proyectos interesados.
- Reaprovechamiento de los espacios de construcción colectiva en temas del proyecto.
- Conservar la retroalimentación constante entre los gestores del proyecto.

La evaluación de dicha estrategia deberá ser no sólo sistemática sino midiendo resultados e impactos de lo transmitido en los medios, comprobando la marcha de actividades, talleres y otras acciones de acuerdo a los criterios que se adopten en cada etapa.

No es tiempo de conclusiones...

...sino de hacer, de trabajar por resolver lo no positivo desde la comunicación que encontramos en el proyecto, por su madurez y real ejecución, por ser en nuestra comunicación elementos permanentes en los medios de difusión locales, para desde ahí, articular mejor el trabajo de los públicos internos/externos del proyecto, además de sus instituciones de referencia.

Se hace necesario utilizar la estrategia diseñada como herramienta de trabajo, así como dinamizar la comunicación por vías alternativas, retomando la creación de propios productos comunicativos, lo anterior permitirá no solo la solidificación del proyecto sino una promoción de sus acciones y un mayor reconocimiento a nivel social.

Lo anterior puede garantizarse mediante la aplicación adecuada de la estrategia diseñada, asumiendo desde sus gestores una comunicación articulada de sus gestores y, ante todo, una escucha adecuada para mejorar la comunicación interna deberá ser

Bibliografía

- Ángelo, Ovidio *Participación y empoderamiento en el Proyecto social emancipatorio*. (2003) En Participación social. CIPS, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, La Habana, Cuba. Disponible en la World Wide Web: <http://168.96.200.17/ar/libros/cuba/angelo15.rtf>
- Boletín Caminos Artículos varios de la red de Educación Popular dedicados al tema de género *Centro Martin Luther King* (2015)
- CIC-DECAP: *Administración de proyectos, una herramienta para el desarrollo comunitario*, La Habana (2002):
- Colectivo de autores: Introducción a la propuesta metodológica de la gestión de proyectos. *Documento digital del Centro de Intercambio-Referencia Iniciativas Comunitarias*. La Habana (2002)
- Colectivo de Autores: *Compilación Bibliográfica sobre gestión de proyectos* (2000). *CIERI*. Ciudad de La Habana, Cuba, Documento digital del Centro Superación de Cultura Matanzas.
- Columbie Matos, Tamara y otros: *Incorporación y permanencia de la mujer campesina en las cooperativas de producción agropecuarias*. (1991) Estudios de la mujer. Federación de Mujeres Cubanas, La Habana.
- Gogin, Gina *El rol de la comunicación en los proyectos de desarrollo*. (2008) Disponible en: <http://www.pronino.pe/index.php?q=node/1180> (fundación telefónica) ggs_1993@yahoo.com.mx
- Hernández, Carmen (2008): *Género. Selección de lecturas de comunicación*. Compilación FEPAD (Dos tomos) editorial Caminos. La Habana.
- Moreno, Jorge: *Proyectos socioculturales* Editorial Félix Varela, (2006) La Habana.
- Plascencia, Aymee (¿?): *La comunicación social en la gestión de proyectos comunitarios. Reflexiones sobre el tema*. Documento digital del Centro de Intercambio-Referencia Iniciativas Comunitarias
- Roncal Preteli, Odar: *El papel de la comunicación en proyectos de desarrollo localen: Revista Pobreza urbana y desarrollo*. Año 6. No.13, diciembre, 1996.
- Sautié, Félix: *Diagnóstico y gestión de proyectos socioculturales (Folleto)* (2005) Centro Cristiano de Reflexión y Diálogo. Cárdenas.

Anexo I

Propuesta de folleto para conocimiento de plantas medicinales/comestibles



CD de Monografías 2017
(c) 2017, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Objetivos

- Ser consecuente con preferencias en el consumo y la preparación de los alimentos.
- Actuar acorde con factores que se oponen y que ponen en peligro la existencia del planeta, olvidando el respeto que demostraron nuestros antepasados por la preservación del medio ambiente.
- Cuidar la salud de la familia cubana y las buenas prácticas alimentarias sin manejos inadecuados e irresponsables, motivados principalmente por malos hábitos alimentarios
- Defender la salud y el bienestar social con un estilo de vida más adecuado.
- Consumir de forma balanceada, donde nos nutramos más que solo alimentarnos y mejorar nuestra calidad de vida
- Conocer como una buena nutrición debe incluir alimentos energéticos, constructores y reguladores, los vegetales reúnen los tres requisitos y junto a las frutas aventajan al resto de los alimentos por su contenido de minerales y vitaminas.

Contenido:

- **RECOMENDACIONES GENERALES PARA LA SELECCIÓN, MANIPULACIÓN Y ELABORACIÓN DE VEGETALES**
- **TERMINOS DE COCINA MÁS USADOS EN LA PREPARACIÓN DE VEGETALES**
- **PROPIEDADES NUTRITIVAS Y MEDICINALES DE LOS VEGETALES**
- **RECETAS DE COCINA Y PRODUCTOS DE MEDICINA VERDE**

Anexo II Prototipo de boletín alternativo para proyecto



CD de Monografías 2017
(c) 2017, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”
ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Objetivos:

- Promocionar trabajo del proyecto
- Divulgar líneas temáticas de intervención
- Atraer a nuevos interesados
- Motivar a instituciones y ciudadanos a interesarse por estos temas
- Ayudar a bajar los niveles de agresión ambiental/patrimonial de la ciudad
- Mantener la perspectiva de género en todo proyecto
- Capacitar a productores y públicos interesados



ALGO PARA NO OLVIDAR

Antes de 1959 la población rural cubana, sobre todo la mujer, se caracterizaba por sus pésimas condiciones de vida, lo que fue uno de los motores impulsores de la Revolución. La mujer campesina, tradicionalmente marginada, discriminada, sin voz, excluida y doblemente explotada, enfrentaba constantemente verdaderos traumas, traían consigo innumerables desgarros para intentar insertarse en los escasos espacios públicos abiertos, donde debía actuar como un ente social inferior.

De ahí la importancia que la legislación revolucionaria instituyera, a solo cinco meses en el poder, a la mujer como sujeto de derecho a la tierra. Desde ese 17 de mayo, indiscutibles son las profundas transformaciones alcanzadas específicamente, la mujer rural, pero sabemos que queda muchísimo por hacer.

La mujer campesina ha sido parte activa de todo este socializador proceso. En las zonas rurales, como en el resto del país, se edificaron escuelas y hospitales, puestos médicos, se erradicaron enfermedades, disminuyó mortalidad infantil y la materna.

La Constitución de la República les garantiza su igualdad plena, les asegura el poder heredar la tierra y cualquier otro bien. Derechos laborales la amparan, para que la mujer alcance plenamente el lugar que le corresponde en la sociedad. No obstante existen aún obstáculos que limitan su ejercicio y para cuya eliminación es necesario continuar trabajando. Todavía falta perfilar aún más y de acuerdo con las circunstancias actuales, estrategias individuales, colectivas y del propio Estado para continuar avanzando para e la mujer y específicamente la mujer rural, alcance su verdadero lugar.

Ventana a la utopía.

Ella está en el horizonte, dice Fernando Birri. Me acerco dos pasos, ella se aleja dos pasos. Camino diez pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. Por mucho que yo camine, nunca la alcanzaré. ¿Para qué sirve la utopía? Para eso: sirve para caminar.

Eduardo Galano

Teneres para ser feliz:

- Tener algo que hacer
- Tener algo que esperar
- Tener alguien a quien querer

Diez pasos para estar seguras de sí:

1. Separarnos de las expectativas de las gentes.
2. Aprender a sobrellevar las críticas.
3. Hacer algo atrevido.
4. Tener y defender una opinión propia.
5. Negarse a aparentar.
6. Decir NO cuando sea necesario.
7. Construir tus espacios propios.
8. Convéncete: todo es posible.
9. Aprende de los niños.
10. Lucha contra el estancamiento.

Anexo III



CD de Monografías 2017

(c) 2017, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

ISBN: XXX-XXX-XX-XXXX-X

Propuesta de proyecto espacio fijo en medios de comunicación locales (en elaboración)

Objetivos:

- Promocionar trabajo del proyecto
- Divulgar líneas temáticas de intervención
- Atraer a nuevos interesados
- Motivar a instituciones y ciudadanos a interesarse por estos temas
- Ayudar a bajar los niveles de agresión ambiental/patrimonial de la ciudad
- Mantener la perspectiva de género en todo proyecto

Contenido:

Secciones

Tiempo: sección fija en revista con cinco minutos de duración.