



Ciencia en su PC

ISSN: 1027-2887

manuela@megacen.ciges.inf.cu

Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago
de Cuba

Cuba

Brull-González, Maribel
PLATAFORMA ÚNICA COMUNICACIONAL ANTE LOS DESASTRES NATURALES
Ciencia en su PC, vol. 1, núm. 2, 2019, Abril-Junio 2020, pp. 79-96
Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba
Cuba

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181359681007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

PLATAFORMA ÚNICA COMUNICACIONAL ANTE LOS DESASTRES NATURALES

UNIQUE COMMUNICATIONAL PLATFORM IN THE PRESENCE OF THE NATURAL DISASTERS

Autor:

Maribel Brull-González, brull@uo.edu.cu. Universidad de Oriente. Teléfono
(53) 22 641954. Santiago de Cuba, Cuba.

RESUMEN

Los estudios realizados desde la comunicación social, referentes a los desastres naturales, registran niveles de implicación y responsabilidad social de todos los ciudadanos ante el peligro, la vulnerabilidad y el riesgo del territorio frente a los eventos meteorológicos, como consecuencia del cambio climático. La presente investigación tuvo como objetivo aportar una plataforma única comunicacional para mitigar los riesgos de desastres naturales en la provincia de Santiago de Cuba. Para ello, se utilizaron los métodos y técnicas cualitativas: análisis de contenido de los mensajes en estructuras organizacionales y entrevistas, que permitieron la creación de la plataforma que se presenta. Dicha plataforma requiere de la integración de todos los organismos, factores y recursos del gobierno en función del mensaje. Asimismo, demanda de la actitud informativa de la población ante los desastres naturales mediante la utilización de la especificidad discursiva, con creatividad y efecto desarrollador de capacidades y valores de uso en sus habitantes.

Palabras clave: desastres naturales, gestión de la comunicación, mensajes, riesgos y vulnerabilidad.

ABSTRACT

The studies made from the social communication referring to the natural disasters register levels of implication and social responsibility of all the citizens before the danger, the vulnerability and the risk of the territory as opposed to the meteorological events product of the climatic change. The present investigation must as objective contribute a communicational platform to mitigate the risks of natural disasters in the province of Santiago of Cuba. For it, the methods and qualitative techniques were used: analysis of content of the messages in organizations structure and interviews that allowed the creation of the unique platform that appears. The same one requires of the integration of all the organisms, factors and resources of the government based on the message. Also the informative attitude of the population before the natural disasters using the discursive specificity with creativity and effect developer of capacities and values of use in the population.

Key words: natural disasters, management of the communication, messages, risks and vulnerability.

INTRODUCCIÓN

El periodista e historiador Forment (2006) dividió sus crónicas santiagueras en dos tomos. En ellas relata los acontecimientos más importantes de la ciudad, desde 1902 hasta 1911 y de 1912 a 1920. En ambos libros se registran las principales transformaciones culturales de la época y varios pasajes de sequías, temblores de tierra, lluvias intensas e inundaciones en diversas comunidades; lo cual advierte lo veterano del tema de los desastres naturales y sus implicaciones para la población.

Para profundizar en estos temas, la historiadora Olga Portuondo (2014) publicó varias páginas de calamidades, vivencias de eventos sísmicos y analizó el impacto registrado en la conciencia colectiva del santiaguero ante los peligros, efectos y consecuencias de estos fenómenos naturales, atmosféricos y de origen geológico.

Hoy estos desastres naturales continúan ocasionando pérdidas humanas, heridos, damnificados y muertes con mayor frecuencia, además de los daños económico-financieros. Sin duda la evolución de la naturaleza obliga al hombre a modificar sus prácticas culturales, repensar y actuar a tiempo.

En este contexto, las ciencias de la comunicación y la información, dotadas de técnicas y medios, deben facilitar a la población los nuevos modos culturales, relativos a las conductas y normas de convivencia social para enfrentar las mutaciones de la naturaleza, el conocimiento referente a qué decir y qué hacer ante el cambio climático y los posibles desastres naturales. Conocer e interpretar este tipo de información especializada son premisas para poder actuar frente a los eventos meteorológicos de gran magnitud. En este sentido, la gestión estatal, la ciencia y la técnica deben interaccionar en función de una cultura informacional y de participación ciudadana, dotada, principalmente, del conocimiento científico, para aprender sobre lo ocurrido en el pasado y ser capaces de mitigar los riesgos en el presente y el futuro.

METODOLOGÍA

La presente investigación se apoyó en una metodología cualitativa del proceso comunicativo ante los riesgos ocasionados por los desastres naturales. Parte de una pesquisa bibliográfica de conferencias, libros y artículos referenciados

en el texto escrito; la consulta de los planes de divulgación para contingencias, regulaciones, indicaciones y comunicados establecidos en la política gubernamental para desastres naturales, entre ellos la Defensa Civil; asimismo, la categorización y análisis de los contenidos de 44 productos comunicativos emitidos por 4 instituciones mediáticas: emisoras CMKC, Radio Mambí, Telecentro Turquino, periódico Sierra Maestra; 3 organizaciones especializadas: Centro Nacional de Investigaciones Sismológicas (Cenais), Delegación Provincial de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Asociación Cubana de Comunicadores Sociales; además de entrevistas a pobladores del Distrito 26 de Julio del Consejo Popular José María Heredia, en particular las circunscripciones 75, 69 y 73.

La muestra no probabilística intencional se conformó con 150 personas, sobre la base de 50 por cada circunscripción, y entrevistas a 4 expertos en este tema. Asimismo, se empleó la observación participante en los edificios de la calle Trocha y los 18 plantas de las avenidas Garzón y Martí.

La investigación siguió la lógica de la teoría fundamentada y hermenéutica, se amplió con la asesoría a 3 tesis de maestría y 4 tesis de trabajos de diplomas de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social durante 2018, trabajos que se encuentran en el repositorio documental de la Universidad de Oriente.

RESULTADOS

En la revisión documental y fotográfica que se lista en la bibliografía, se identifican en la provincia de Santiago de Cuba varias comunidades y distritos, edificios y casas en condiciones físicas desfavorables. Según Guasch (2018) “la prevención presenta fallas en el sistema constructivo en los catorce edificios más altos de la ciudad al no poseer salidas de emergencias para la población con los requerimientos establecidos para las personas vulnerables por discapacidades”. Existen barreras de comunicación tecnológica que se remontan a la fecha de inauguración de estos inmuebles, lo que se puede constatar en el edificio 12 plantas de Trocha y en los 18 plantas de Garzón y Martí.

Asimismo, los datos consultados en la obra de Olga Portuondo (2014) y que forman parte de la memoria histórica de la ciudad santiaguera en los últimos

diez años, hacen referencia a los principales daños sociales de las edificaciones, los bajos niveles de percepción de riesgos de la población; por lo que se debe sistematizar la gestión del conocimiento, la información y la comunicación sobre los desastres naturales.

Aunque existen planes de seguridad nacional para peligros, vulnerabilidades y riesgos que se relacionan con los planes de contingencias para situaciones de crisis y aviso a la población en las fases informativa, alerta, alarma y recuperación, los mensajes de estas fases, si bien expresan acciones preventivas, se caracterizan por tareas que hay que cumplir e instrucciones de comportamiento para preservar vidas o calidad de vida, como las orientaciones higiénico-sanitarias de la última fase. Algunos mensajes no siempre expresan con claridad qué hacer ante los riesgos naturales, como acción preventiva.

Los estudios de emisores y receptores de mensajes, asociados a los riesgos por desastres naturales, no constituyen una prioridad permanente para todas las organizaciones implicadas con esta responsabilidad educativa. Las actitudes de la población ante los riesgos de desastres naturales expresan falta de conocimiento, vacíos en el contenido de la información y en el objetivo de la comunicación, orientada al comportamiento social del hombre en la comunidad.

▪ **Nivel de información de los entrevistados referente a los desastres naturales**

Los 150 entrevistados pertenecen a la comunidad del Consejo Popular José María Heredia de las circunscripciones 69, 73 y 75. Se tomó una muestra de 50 personas por cada área. Los principales criterios son:

Conocimiento: el 82 % solo asocia los desastres naturales a los sismos y ciclones, el 34 % identifica entre los desastres naturales la sequía por la falta del agua, el 94 % reconoce los sismos o terremotos como temblores, el 67 % no tiene identificado los peligros, vulnerabilidades y riesgos de su casa y de la comunidad donde viven; el 77 % opina que la preparación que reciben sobre los desastres naturales es anual y, en ocasiones, no cumple el objetivo de orientación familiar; el 75 % dice que ante los desastres naturales hay que tener control y protección, el 25 % no sabe qué hacer ante situaciones de desastres naturales y el 33 % posee entrenamiento de primeros auxilios.

Información y comunicación: el 85 % no posee plan familiar de protección, el 90 % se informa por los medios radiales y televisivos, el 98 % no tiene en su poder información escrita o visual para consultarla, el 91 % señala que existen pocos carteles para orientar a la población, el 85 % dice que la propaganda sobre los desastres naturales no se ve y la que se escucha es general.

Los valores axiológicos del mensaje no siempre cumplen su misión. No obstante, se identifican actitudes favorables centradas en las organizaciones, instituciones, entidades y empresas del Estado, aunque no sistemáticas ni con todo el control social que se requiere. Para profundizar en estas valoraciones se realizó un análisis de los contenidos de 44 productos comunicativos durante 2018, referentes a desastres naturales.

▪ **Productos comunicativos analizados**

Cenais: (11) Manual para formadores. Plan Familiar Inclusivo de Prevención. Materiales audiovisuales. Audiovisual de normas de conducta. Plegables de primeros auxilios. Cartilla de consejos útiles para construir viviendas por esfuerzo propio. Multimedias: Desastres naturales y alerta Santiago-Ciencia y Comunidad en la Gestión de los Riesgos naturales una responsabilidad compartida. Valla ¿Qué hacer en caso de sismo? Tabloide ¿Qué hacer en caso de sismo? Instrucciones a la población.

Citma: (4) Folleto Tarea Vida. Sitio Web institucional del Citma. Multimedia Tarea Vida. Infografía de Taller provincial Tarea Vida.

Tele-Turquino: (4) *Spot* 1: Medidas preventivas ante los sismos. *Spot* 2: Alerta ante los sismos en la calle. *Spot* 3: Lo que debe hacer ante los sismos en la calle. *Spot* 4: Lo que debe hacer ante los sismos en el trabajo.

Emisora CMKC y Radio Mambí: (9) *Spot*: 1: Los terremotos son fenómenos naturales. 2: La zona de mayor peligrosidad sísmica. 3: Si le sorprende un temblor dentro del edificio. 4: Si le sorprende un temblor en la calle. 5: Si le sorprende un temblor dentro de un ómnibus. 6: Si le sorprende un temblor dentro de un cine. 7: Cuando ocurra un temblor guarde la calma. 8: Después de un terremoto ocurren réplicas. 9: Después de un terremoto si queda atrapado.

Periódico Sierra Maestra (9) Los trabajos analizados por géneros son: 4 reportajes, 3 comentarios, 1 crónica y 1 entrevista.

Asociación Cubana de Comunicadores Sociales. (ACCS) (8) Carteles premiados en el Salón de la Gráfica y el Diseño.

Como se aprecia, existe un predominio de productos comunicativos audiovisuales. Los géneros más utilizados son el reportaje y los comentarios. La fotografía es principalmente de archivo, por lo que no ofrece actualidad del tema. Mensajes que reiteran contenidos de la misma forma, en todos los soportes y medios. (Ver anexo 1). Gráfico de los contenidos en redes sociales 2018.

Análisis de los contenidos de los mensajes referentes a los desastres naturales

- Estructura organizacional/institucional de apoyo a la información: Ciclones en temporada. Tema tratado. Sequías, sismos, incendios. Materiales examinados. Información escrita de las estructuras organizacionales de los medios de comunicación de la provincia de Santiago de Cuba. Información visual del Cenais. Información sonora del Cenais. Información sonora de Radio Mambí y CMKC. Información digital del Cenais, Citma. Información visual de carteles de la ACCS. Caracterización comunicacional. Se cumple el principio de la prevención.

La información se centra en el Plan de la Defensa Civil Nacional. No todos los organismos poseen estructuras comunicativas y los que las poseen no articulan la comunicación con la protección en la organización. No todas las estructuras organizacionales poseen productos comunicativos propios donde se reflejen los PVR de ese centro y las medidas de orientación.

-Igualdad en la información: existe el derecho a la información y la participación pública en los procesos de toma de decisiones ante los desastres naturales. Se cumple el principio de la igualdad en la información a través de las políticas públicas implementadas en los medios de comunicación e instituciones en todos los sectores sociales. Algunos mensajes no expresan con transparencia el peligro, la vulnerabilidad y el riesgo de la comunidad, zona o región PVR: la frecuencia del mensaje no siempre asegura el acceso informativo y la asequibilidad del contenido. Los flujos informativos son operativos. Los materiales que encierran las actividades de PVR no son suficientes en cantidad

y calidad. Los mensajes no representan la identidad de la región o comunidad, lo que no permite a la población visibilizar siempre las vulnerabilidades existentes.

- Equidad en la información. Está presente la equidad intergeneracional; no obstante, los mensajes son orientados de forma general a la población. No se detecta un tratamiento especializado a la familia. No se identifican mensajes propios para los niños. No se tratan mensajes de orientación a los discapacitados y personas de la tercera edad. El lenguaje y los códigos no siempre facilitan la comprensión por edades. No obran en poder de las familias productos comunicativos sobre desastres naturales que puedan ser consultados en diferentes momentos de la vida cotidiana.

Los mensajes no siempre promueven la participación ciudadana en todas las decisiones que la afectan y principalmente en dos escenarios: organizacional /institucional y familiar. En el primero, el acceso a la información se centra en el comunicado o la noticia el Día Nacional de la Defensa y los Ejercicios Meteoros, que generan tratamientos informativos de los medios de comunicación; en el segundo, no todas las familias poseen las herramientas informativas de estos temas y la capacidad para gestionar informaciones de esta naturaleza.

Por otra parte, se identifica la necesidad de una mayor orientación para guiar las ideas y pasos de actuación de las familias y barrios, educadores y educandos, en caso de ocurrir un evento de gran naturaleza. Para hallar una solución a este problema se propone como alternativa una plataforma única comunicacional de emisores y receptores, donde todos los agentes de cambio promuevan una actitud de responsabilidad social en la población ante los riesgos de desastres naturales; para ello se debe utilizar un discurso dotado de mensajes de ciencia y conciencia.

DISCUSIÓN

Plataforma única comunicacional centrada en el mensaje

La plataforma tiene un enfoque teórico-metodológico. Expresa un conjunto de conceptos, teorías, premisas y requerimientos en el orden comunicativo para la reducción de riesgos ante los eventos atmosféricos. Dicha plataforma se centra en el contenido del mensaje y se estructura de forma que articule las dimensiones que interactúan:

- Dimensión sectorial. Los organismos, entidades laborales, instituciones y organizaciones gubernamentales voceras de la información. ¿quiénes dicen?
- Dimensión tipología. Evento atmosférico que se informa: ¿qué dice?
- Dimensión conocimiento. Abarca el universo de la eventualidad, la terminología, los conceptos e ideas que se expresan: ¿cuáles?
- Dimensión información-comunicación. Expresa la estructura del mensaje en función orientadora, la parte textual, (encabezamiento o eslogan, cuerpo textual y rúbrica) ¿cómo se dice?
- Dimensión creación. Contiene los pasos para crear y generar los mensajes. Las formas de proyección en los medios tradicionales o virtuales en dependencia de la situación geográfica y meteorológica.
- Dimensión estratégica. Expresa las características y acciones de los mensajes en cada etapa de riesgos naturales. Indica el contenido de los mensajes y los valores que se deben emitir para obtener de los habitantes los comportamientos adecuados: cultura, disciplina, organización y contribución popular en cada situación que se presente. ¿cómo, cuándo, dónde se dice?

Dimensión sectorial

La dimensión sectorial intenta unificar el pensamiento y las acciones de los agentes decisores, agentes de comunicación y actores sociales que intervienen en la proyección y visualización de los mensajes en situaciones de riesgos naturales; en otras palabras, lograr la coherencia. Esta unidad estratégica debe ser permanente e interactuar en todas las estructuras de dirección y desarrollo durante el año, con el propósito de mantener la atención y capacitación ante los

peligros y amenazas que conlleva el cambio climático. El aprendizaje de la población debe ser una unidad de acción entre la escuela, la familia, las organizaciones y los factores que intervienen en la comunidad. Esta dimensión en la plataforma debe formar parte de las interacciones del gobierno electrónico con sus habitantes.

Dimensión tipología

La dimensión tipología orienta a las personas en la toma de decisiones y propicia una adecuada actitud en la sociedad ante las contingencias, clasificadas por las ciencias técnicas y ambientales como: 1) Ciclones tropicales, intensas lluvias, inundaciones costeras y otros eventos hidrometeorológicos extremos. 2) Sismos de gran intensidad 3) Sequías intensas. 4) Incendios en áreas rurales. 5) Eventos de desastres de origen tecnológico: incendios de grandes proporciones en instalaciones industriales, edificaciones sociales y en plantas de oxígeno, acetileno, cilindros de GLP y CUPET- Servicentros: explosión de caldera o polvorines, derrame de hidrocarburo. 6.) Accidentes con sustancias peligrosas: cloro, amoníaco, tetractilo PB, ácido sulfúrico (H_2SO_4), formol, n. hexano, radioactivas. 7) Accidentes catastróficos del transporte: aéreo, terrestre, marítimo, ferroviario. 8). Eventos de desastres de origen sanitario: epidemias, epizootias, epifitias.

Las ciencias de la comunicación asumen en la tipología referenciada los mensajes inherentes a los campos interdisciplinarios y multidisciplinarios denominados: mensajes de bien público, publicitarios, de propaganda; los cuales, atendiendo a la modalidad del lenguaje, pueden ser verbales, no verbales; aunque Goldhaber (1984) los clasifica, atendiendo al trabajo, en mensajes de tarea, de mantenimientos y de contenidos.

Para lograr una comunicación asertiva se propone clasificar los mensajes en diversos niveles de orientación: *Orientación al evento atmosférico: se centra en la identificación, en el tipo de eventualidad que se trata. Ejemplo: intensas lluvias, depresión tropical, ciclón. *Orientación al proceso: se centraliza en el entorno en que se desarrolla el fenómeno y su evolución en el tiempo. *Orientación hacia la imagen: se agrupa la evidencia para su ilustración pública; por ejemplo: mapa, icono, dibujo, fotografía, entre otros datos observables. *Orientación creativa sobre el hecho medioambiental: el mensaje

se presenta con estilo, originalidad e identidad propia, de forma que se pueda identificar lo que se trasmite con facilidad y prontitud. De igual forma, clasifica los mensajes por su valor de uso en: mensajes de contenido, simbólicos, estéticos, morales y prácticos.

Dimensión conocimiento

- El conocimiento científico y la comunicación social

El conocimiento referente a la evolución de la tierra y el espacio que ocupa el hombre en ella es prioridad, ya que permite identificar los aspectos que hay que revertir con el tiempo y las transformaciones sociales que requieren de la actitud de la población. En esta dirección las disciplinas que median y son mediadas por la comunicación social y la informatización deben dominar y perfeccionar este sistema de conocimientos y hacer un uso apropiado de la información, para conceptualizar e implementar estrategias sobre la cultura ambiental y los desastres naturales.

Los emisores de mensajes deben poseer conocimiento y dominio del desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, debido a las actualizaciones de las nuevas plataformas hipermedias. El lenguaje, los códigos y las formas de presentación de los mensajes en las redes sociales, con su dinámica por segundo en tiempo real, obligan a la inmediatez de los decisores y emisores para que los mensajes lleguen a su destino con la claridad requerida para promover una actitud adecuada. Hay que conocer qué tipo de mensaje se espera y se necesita en cada contexto o situación de contingencia.

- Estructura del conocimiento

Para construir o analizar el conocimiento, la autora propone la elaboración de un mapa conceptual comunicativo de referencia. Dicho mapa “es un esquema de ideas que sirve de herramienta para organizar de manera gráfica y simplificada conceptos y enunciados a fin de reforzar un conocimiento” (Aguilar y Novak, 2004, p.43). Este plano debe expresar los conceptos básicos y los diversos actos de comunicación en el contexto de la diversidad espacial y cultural en que se gesta el mensaje. Se trata de conceptualizar la estructura y estilo de los mensajes ante los eventos meteorológicos o sísmicos, sobre la base de un aprendizaje articulado: medioambiente, recursos naturales,

resiliencia, vulnerabilidad, riesgos y peligros o amenazas. Estos se sincronizan con los conceptos de conocimiento, información y comunicación, entre los principales a jerarquizar.

De esta manera, el mapa conceptual define las líneas de acción y el contenido de los mensajes. Constituye la base y estructura de la plataforma comunicacional. Permite profundizar en los mensajes orientadores, teniendo en cuenta la naturaleza científica de cada tipología de fenómeno presente y permite clasificarlos en diversas categorías:

- Grado de conocimiento del mensaje. Se refiere al énfasis en el tema, empleo de términos, los grados de desastres naturales. Las formas en que se detallan los eventos atmosféricos.
- Objetivo del mensaje. Se trabaja por cuatro objetivos fundamentales: destinado a la conservación de las vidas, conservación de los bienes del Estado, la promoción de actitudes favorables en la población y los efectos de sostenibilidad de la sociedad ante los desastres naturales.
- Tipo de mensaje. El estilo del mensaje estará en correspondencia con los sectores emisores de la información. Se refleja el estado y evolución del acontecimiento y las actitudes a seguir. Interactúa el componente psicológico, las emociones, la convocatoria a la prevención, el ánimo, la tranquilidad, la confianza. La argumentación racional del mensaje no puede dejar vacíos informativos o ideas inconclusas que incentiven la inseguridad de la población.
- Temática del mensaje. Se distingue el asunto a tratar: contaminación atmosférica, contaminación del agua, sequía, problemas de la basura, incendio forestal.

Dimensión información-comunicación

La información sobre los desastres naturales y la comunicación están formadas por un conjunto de datos, argumentaciones y valoraciones que se utilizan para elaborar el mensaje y, en especial, la idea central a comunicar; la cual deberá nutrirse de historias de vida o experiencias de conductas precedentes que apoyen la asimilación del mensaje.

El sistema de informaciones representa el conjunto de fuentes de información, metodologías, técnicas, herramientas e instrumentos, archivos, banco de datos,

experiencias, memorias históricas, que sirven para ampliar el conocimiento de las misiones gubernamentales ante los desastres naturales. Este nivel informativo permite analizar situaciones, generar juicios y solucionar problemas, previa consulta con expertos en el tema o solicitando la asesoría del Centro de Información y Gestión Tecnológica (Megacen).

La profesora Ponjuán (2017) al referirse a la gestión de la información señala:

(...) las ofertas de información se materializan generalmente en forma de un producto o un servicio, diseñado para una comunidad usuaria. Estas ofertas se distinguen por su contenido, dinámica y soportes. Los contenidos tienen que ver con temas particulares, pero también se distingue el grado de tratamiento que tengan. Así existen servicios que se brindan a partir de contenidos originales y otros que conllevan su tratamiento documental o informacional (p.19)

En este caso, la información sobre los desastres naturales facilita el aprendizaje y la prevención ante los peligros, vulnerabilidad y los riesgos en el desarrollo de los procesos organizacionales, gubernamentales y personales; permite la creación de mensajes orientadores y educativos. Procesos donde el término info-comunicación es reconocido como:

Procesos o productos en cuya composición se integran de manera armónica, contenidos teóricos, conceptuales y metodológicos de las ciencias de la información y ciencias de la comunicación, adaptados apropiadamente para cada caso y que requieren de un abordaje inter y transdisciplinar, donde media el desarrollo de las TIC y las narrativas *transmedias* (Garcés y Del Pino, 2016, p.27).

De ahí que exista una ecología emergente de la información y la comunicación mediada por las tecnologías digitales, lo cual remite a los estudios permanentes de los mensajes y a la estimación de un ecosistema o red de relaciones entre procesos multidimensionales de actores, medios, mediaciones, valores, recursos y técnicas; caracterizados por ambientes teóricos y prácticos de interacción individual y colectiva, territorial y gubernamental, local y global.

- El valor del mensaje

Coincidiendo con la periodista Muñiz (2003): "(...) el mensaje debe despertar en el hombre el deseo de profundizar el conocimiento de la conciencia, que el

hombre sienta cada vez más la necesidad de profundizar en el materialismo dialéctico en los procesos de la historia”. De este modo, contribuir a su formación como ser social. Es aquí el objeto de investigación de este trabajo, centrado en el mensaje de los emisores y la actitud de los receptores, todos ellos agentes del cambio ante los desastres naturales, conscientes de que debe ser una responsabilidad colectiva. Asimismo el mensaje se considera un componente funcional que desempeña un papel determinante e influyente en cualquier estrategia comunicativa.

Dimensión creación

- Procedimientos para la elaboración y análisis de los mensajes

La plataforma en su diseño debe contar con un conjunto de procedimientos que guían la elaboración y análisis de los mensajes. Los pasos a realizar siempre deben tener como punto de inicio la dimensión sectorial y la dimensión tipología, ya que ambas ubican la ruta de los mensajes a proyectar:

-Idea central. Resume los temas, argumentos, motivaciones, ideas primarias y secundarias. Todas las ideas se basan en los conceptos aprobados. Se determina el inicio, el enunciado del mensaje, el titular, el cuerpo del mensaje donde se sitúa la explicación y argumento de la prevención ante el peligro. El cierre da la conclusión de la idea sugerida o resumen de lo dicho.

-Lema o frase principal. Une toda la acción discursiva en una misma dirección en cuanto a lo que se debe decir y lo que se debe hacer en función de la gestión de riesgos naturales. Analiza de forma implícita el valor del mensaje en relación con el contenido, símbolo y ética.

-Estilo o etiqueta. Es lo propio, la manera de decir el mensaje o hacer en relación con el mensaje. La enunciación del mensaje es importante para su asimilación y para lograr una actitud contribuyente de la población. Se identifican estilos patrióticos, propagandísticos, publicitarios y de bien público.

-El valor del mensaje. Requiere de científicidad, originalidad, actualidad, desarrollador de actitudes y estímulo moral. Prever todo tipo de ruido o barreras de comunicación. Se trata de mensajes de contenidos, valores ideológicos y simbólicos vinculados a la comunidad y la sociedad. El mensaje debe insertar el significado que tiene para la población, la familia y la comunidad. Es un mensaje de responsabilidad social compartida y consciente.

-Identificador. Elemento gráfico o imagen que acompaña el texto. El mensaje debe convertirse en un identificador para la población, llegando a expresar acciones en ocasiones sin mediar palabras o discursos largos, innecesarios. El entendimiento, la memoria y la actitud de conocer, estar informado y hacer consideraciones para su aprobación por parte de los agentes de cambio, organismos decisores y actores de la comunicación.

-Simbología. Formas, líneas, proporciones, colores y matices de los mensajes. El conjunto de ideas, valores y conceptos de los mensajes se expresan en signos y símbolos sobre la base de una lógica de interpretación de la población. Gestión de los medios. Interacción de la agenda mediática y pública con la agenda ambiental. Los mensajes relacionados con la política informativa para la gestión de riesgos naturales están relacionados con temas estratégicos, de ahí la pertinencia de la sistematicidad del mensaje. El uso de la frecuencia y la oscilación de la noticia es importante para moldear comportamientos sociales. La reiteración del mensaje es un recurso sugerente y emergente en este tema.

Dimensión estratégica

La dimensión incluye cuatro etapas del mensaje que pueden ser adaptadas según el contexto donde se apliquen. Todas las acciones tienen un carácter orientador y participativo. Las cuatro etapas de orientación del mensaje a la población se articulan con el Modelo Prospectivo para la Gestión Estratégica de Riesgos Naturales, publicado por Guasch (2018). (Ver Tabla 1)

Tabla 1. Etapas del mensaje

Etapas	Características	Accionar
1ra. Etapa Preventiva	Antes de los desastres naturales. Asume como idea central la capacidad de reaprender las características del evento meteorológico y los mensajes estratégicos para aprendizajes múltiples y prepararse para minimizar los daños	Conocimiento especializado del fenómeno atmosférico. Preparación de las tareas a realizar a corto y largo tiempo para evitar riesgos. Información de la evolución de los acontecimientos. Propiciar entrenamientos mediante ejercicios familiares y comunitarios. Compartir experiencias y vivencias mediante historias de vida y relatos de los pobladores. Aprender a comunicarse para transmitir actitudes emergentes. Dominar las premisas comunicativas para enfrentar situaciones de este tipo, tales como la objetividad y ética de lo que se dice.
2da. Etapa Reactiva	Durante el transcurso de los desastres naturales. La idea central radica en la capacidad de respuesta de los actores que son emisores y receptores, las características del mensaje de contenido en lo preventivo y los valores humanísticos de solidaridad y colectivismo.	Información de vulnerabilidades. Mensajes de probabilidad de riesgos. Alternativas de emergencias locales. Comportamiento ciudadano para la reducción de riesgos. Acciones para enfrentar situaciones ante el peligro.
3ra. Etapa Correctiva	Intensificación de los desastres naturales. La idea central está en la capacidad de retroalimentación, las características del contenido del mensaje están orientadas a la etapa interfaz del sistema comunicacional para perfeccionar los mensajes.	Gestión de la reducción de los desastres naturales a través de las acciones de comunicación. Disminución de las debilidades y de los posibles daños. Aumentar la calidad de la información para el ordenamiento público.
4ta. Etapa Prospectiva	Después de los desastres naturales. La idea central es rectorada por la capacidad de	Participación de la familia en la comunidad. Participación de las organizaciones en la comunidad Contribución popular ante los desastres naturales.

	recuperación, teniendo como características mensajes de reanimación social desde lo laboral – recuperativo, con trabajo y responsabilidad social	
--	--	--

Fuente: Elaboración propia, 2019

CONCLUSIONES

La plataforma única comunicacional que se presenta facilita el conocimiento del tema desastres naturales. La concepción del mensaje, su objetivo e intencionalidad y los procedimientos para elaborar y crear mensajes por los medios y organizaciones promueven la comprensión y capacidad de resiliencia de la población. La interacción de las agendas públicas de información y comunicación deben unificarse en su accionar práctico en los territorios para favorecer la cultura sobre desastres naturales. El estudio de los mensajes y su efectividad es importante para determinar la conceptualización y diseño de los productos comunicativos. La capacitación debe formar parte del plan de acción de comunicación para fortalecer las capacidades organizacionales, comunitarias y familiares en Gestión del Riesgo de Desastres Naturales.

Esta plataforma se asume actualmente por las organizaciones implicadas para la creación de la Guía Familiar de preparación ante sismos, terremotos o temblores de tierra en Cuba, orientada por la Unicef en correspondencia con el Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, la Participación Pública en Asuntos Ambientales en América y el Caribe, documento emitido por las Naciones Unidas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, F. y Novak, J. (2004). *El mapa conceptual: Un texto a interpretar*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos, México: Ediciones Morelos.
- Forment, C. (2006). *Crónicas de Santiago de Cuba II. Era republicana 1912-1920*. Presentación, revisión y notas Olga Portuondo Zúñiga, Oficina del Conservador de la ciudad de Santiago de Cuba. Santiago de Cuba, Cuba: Ediciones Alqueza.

Garcés, R. y Del Pino, T. (2016). *Gestionando la infocomunicación en la práctica: rutas, tropiezos, certidumbres*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Goldhaber, Gerald, M. (1984). *Comunicación Organizacional*. México: Ediciones Diana.

Guasch Hechavarría, F. (2018). Conferencia *Amenaza, vulnerabilidad y riesgo sísmico en Centroamérica, el Caribe y Cuba*. Santiago de Cuba, Cuba: Universidad de Oriente.

Muñiz Egea, M. (2003). *La publicidad en Cuba. Mito y realidad*. La Habana: Ediciones Logos.

Ponjuán Dante, G. (2017). *Introducción a la gestión de información*. La Habana: Editorial Universitaria Félix Varela.

Portuondo Zúñiga, O. (2014) *¡Misericordia! Terremotos y otras calamidades en la mentalidad del santiaguero*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.

Recibido: 19 de septiembre de 2018

Aprobado: 20 de enero de 2019

Anexo 1. Análisis de los contenidos

Gráfico 1. Análisis de los contenidos en Redes Sociales. 2018

Fuente: Elaboración propia



El mayor volumen de contenidos publicados en el grupo "Ciencia Santiaguera" de Facebook, ha sido generado por los comunicadores institucionales del CIES, BIOECO, CENAIIS y de la Delegación del CITMA. Se hacen uso de otras acciones y medios previstos en el Plan de la Estrategia para fortalecer en públicos-metas (internos y externos)