



del afiche, por ejemplo con palmeras y un paisaje más familiar para ellos.

◆ Realización de un *collage* en cada municipio, con los mejores mensajes de las niñas, niños y jóvenes, que fueron validados. Esto constituyó un paso muy importante dentro del desarrollo de la campaña, pues nos ayudó a conocer aún más sobre la forma de pensar de los pobladores, los criterios que tenían sobre el tema y sobre los mensajes que querían transmitir las niñas, niños y

jóvenes. En esta actividad participaron los profesionales que nos iban a diseñar los materiales educativos de la campaña, para lograr su familiarización con la temática, la comunidad y los principales ejecutores: las niñas, niños y jóvenes. Este paso es un aporte importante para el desarrollo de campañas educativas en esta temática con la participación juvenil e infantil.

◆ Validación de los productos de la campaña con las personas que más incurrían en actitudes ries-



Tempestad Cíclica **Mayor riesgo de inundación**

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Enero	Febrero	Marzo	Abril
D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4	1	1	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5 6	1 2 3
5 6 7 8 9 10 11	2 3 4 5 6 7 8	2 3 4 5 6 7 8	6 7 8 9 10 11 12	8 9 10 11 12 13 14	8 9 10 11 12 13 14	7 8 9 10 11 12 13	4 5 6 7 8 9 10
12 13 14 15 16 17 18	9 10 11 12 13 14 15	9 10 11 12 13 14 15	13 14 15 16 17 18 19	11 12 13 14 15 16 17	15 16 17 18 19 20 21	14 15 16 17 18 19 20	11 12 13 14 15 16 17
19 20 21 22 23 24 25	16 17 18 19 20 21 22	16 17 18 19 20 21 22	20 21 22 23 24 25 26	18 19 20 21 22 23 24	22 23 24 25 26 27 28	21 22 23 24 25 26 27	18 19 20 21 22 23 24
26 27 28 29 30 31	23 24 25 26 27 28	23 24 25 26 27 28 29 30 31	27 28 29 30	25 26 27 28 29 30 31	29	28 29 30 31	25 26 27 28 29 30
Mayo	Junio	Julio	Agosto	Mayo	Junio	Julio	Agosto
D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3	1 2 3 4 5 6 7	1 2 3 4 5	1 2	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3	1 2 3 4 5 6 7
4 5 6 7 8 9 10	8 9 10 11 12 13 14	6 7 8 9 10 11 12	3 4 5 6 7 8 9	6 7 8 9 10 11 12	6 7 8 9 10 11 12	4 5 6 7 8 9 10	8 9 10 11 12 13 14
11 12 13 14 15 16 17	15 16 17 18 19 20 21	13 14 15 16 17 18 19	10 11 12 13 14 15 16	9 10 11 12 13 14 15	13 14 15 16 17 18 19	11 12 13 14 15 16 17	15 16 17 18 19 20 21
18 19 20 21 22 23 24	22 23 24 25 26 27 28	20 21 22 23 24 25 26	17 18 19 20 21 22 23	16 17 18 19 20 21 22	20 21 22 23 24 25 26	18 19 20 21 22 23 24	22 23 24 25 26 27 28
25 26 27 28 29 30 31	29 30	27 28 29 30 31	24 25 26 27 28 29 30 31	23 24 25 26 27 28 29 30 31	27 28 29 30	25 26 27 28 29 30 31	29 30 31
Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S	D L M M J V S
1 2 3 4 5 6	1 2 3 4	1	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
7 8 9 10 11 12 13	5 6 7 8 9 10 11	2 3 4 5 6 7 8	7 8 9 10 11 12 13	5 6 7 8 9 10 11	3 4 5 6 7 8 9	7 8 9 10 11 12 13	5 6 7 8 9 10 11
14 15 16 17 18 19 20	12 13 14 15 16 17 18	9 10 11 12 13 14 15	14 15 16 17 18 19 20	10 11 12 13 14 15 16	14 15 16 17 18 19 20	14 15 16 17 18 19 20	12 13 14 15 16 17 18
21 22 23 24 25 26 27	19 20 21 22 23 24 25	16 17 18 19 20 21 22	21 22 23 24 25 26 27	17 18 19 20 21 22 23	17 18 19 20 21 22 23	21 22 23 24 25 26 27	19 20 21 22 23 24 25
28 29 30	26 27 28 29 30 31	23 24 25 26 27 28 29	28 29 30 31	24 25 26 27 28 29 30	24 25 26 27 28 29 30	28 29 30	26 27 28 29 30 31



gosas (hombres de 18 a 40 años). Las realizaron los miembros del grupo coordinador de cada municipio que previamente habían sido capacitados. Se utilizaron dos metodologías, la de los grupos focales y las entrevistas a profundidad. Para el afiche formamos 8 grupos de 10 hombres cada uno, con una participación total de 81 personas –estudiantes, médicos, custodios, trabajadores por cuenta propia, choferes, estomatólogos, enfermeros, inversionistas, profesores, historiadores, trabajadores de comercio– y para el folleto se entrevistaron 50 personas –estudiantes, médicos, custodios, trabajadores por cuenta propia, choferes, estomatólogos, enfermeros, inversionista, profesores, historiadores, trabajadores de comercio, trabajadores de diferentes centros.

◆ Capacitación de las brigadas de campaña educativa y brigadas lúdicas. Se realizaron 4 talleres, 2 en cada municipio. En la capacitación de las brigadas de campaña educativa participaron los jefes de brigadas y los promotores de cada escuela; en los 2 talleres de brigadas lúdicas participaron miembros de estas brigadas y sus promotores. Esta segunda capacitación para las brigadas de campaña centró su objetivo en planificar como íbamos a trabajar en la comunidad, los mensajes que debíamos transmitir, la forma de comportarnos, y como prepararnos. Para fortalecer las actividades que íbamos a realizar capacitamos a las brigadas lúdicas, las cuales fueron asesoradas para elaborar los guiones con los mensajes que se querían transmitir en la campaña, a través de dramatizaciones, canciones, declamación de poesías, presentaciones de magos, grupos musicales, actividades con títeres, etc. Se confeccionaron hojas instructivas para las brigadas de campaña y para los promotores.

7. Ejecución de la campaña

◆ Lanzamiento de la campaña educativa a través de un festival, con la participación de la comunidad. Se realizaron dos festivales, uno en cada municipio, donde las niñas, niños y jóvenes fueron los principales ejecutores y actuaron para la

comunidad. Se distribuyeron afiches y folletos con todos los objetivos del proyecto, se realizaron concursos y se mostraron ejercicios de primeros auxilios.

◆ Distribución de los productos de la campaña a través de visita a las comunidades. Se visitaron Centros de trabajo; Comités de Defensa de la Revolución; Consultorios de médicos de familia, policlínicos y hospitales; bibliotecas municipales y de las escuelas; biblioteca provincial; sectoriales de educación municipales y provincial; gobiernos municipales y provincial; CITMA municipales y provincial; Defensa Civil municipal y provincial, Salud municipales y provincial; sedes de la Asociación Nacional de Agricultores Pequeños. En total se logró llevar los mensajes a aproximadamente 21,196 personas. Se consultaron los mapas de riesgo que fueron realizados por las escuelas, con la información, fundamentalmente, de aquellos lugares donde existían mayores riesgos de inundación y a los cuales podíamos llegar con diferentes actividades de la campaña. Se elaboraron hojas instructivas, las cuales se anexan.

◆ Monitoreo. Se elaboraron las planillas de monitoreo a través de las cuales las escuelas plasman los lugares hacia donde se dirigen, cuántas personas reciben los mensajes y productos, etcétera.

◆ Simulacros. En el inicio del proyecto se realizaron dos simulacros, uno en cada municipio, que fueron conciliados con el Gobierno y la Defensa Civil. Se realizaron fundamentalmente con los líderes comunitarios y no cumplieron con el objetivo perseguido, pero sí se produjo la dinámica de actualización de información a la población. Como los pobladores estaban informados de lo que se iba a realizar, participaron en la actividad, que fue un marco idóneo para hablar del proyecto y de lo que perseguía.

◆ Evaluación de efectos temporales. La campaña ha tenido muy poco tiempo de implementación, fundamentalmente por los atrasos ocurridos, a causa

