



de los períodos vacacionales de los estudiantes implicados en el proyecto.

Además, se dedicó más tiempo del previsto a la preparación de la campaña, dado que esta se iba a desarrollar con esta temática y en estas localidades por primera vez. Es por ello que fue extendida por 3 meses más, y se le dio seguimiento a través del sistema de Educación de la Provincia y la Delegación Territorial del CITMA. Aún sin haber obtenido los resultados, tenemos la percepción que los mensajes transmitidos están impactando de forma positiva en la comunidad —han sido aceptados y se están escuchando— de Mayarí y Sagua de Tánamo y para comprobarlo hemos elaborado encuestas que serán aplicadas en las próximas semanas.

En el mes de mayo también se realizaron dos ejercicios, uno en Mayarí y el otro en Sagua de Tánamo, en el marco del simulacro nacional anual organizado por la Defensa Civil denominado Meteoro 2003. Participó la comunidad y la dinámica fue evaluada de excelente, hubo respuesta positiva en los pobladores, los cuales a modo de simulacro de inundación salieron de sus casas con bolsos, cajas, maletines, medicinas, hacia los centros de evacuación, allí también tuvimos la oportunidad

de hablar del proyecto y los resultados que se habían obtenido.

Obstáculos que nos hemos encontrado en el camino, que nos han hecho más difícil avanzar

Se inició el proyecto con atrasos, pues coincidió con el período de las pruebas finales en las escuelas, y luego con el período vacacional, y en total esto sumó 5 meses donde no ejecutaron acciones concretas de la campaña para con las escuelas; lo cual provocó también el atraso en la entrega de los mensajes elaborados por las niñas, niños y jóvenes. Con el apoyo y cooperación de todos logramos finalizar estas etapas con éxito; además fuimos insertando los diseñadores desde la validación de los mensajes elaborados con la comunidad, con la finalidad de familiarizarlos más rápido con la problemática.

El hecho de no haber realizado nunca antes una campaña de comunicación educativa en esta temática, conllevó a que la coordinación a nivel de municipios y provincia necesitarán más tiempo para su capacitación e información al respecto, pero se solucionó con la motivación de todos, con una consultoría recibida, y por el efecto multiplicador en las niñas, niños y jóvenes, promotores y diseñadores.

¿Qué hemos conseguido?

Hemos obtenido como resultado una comunidad —fundamentalmente, hombres de 18 a 40 años— motivada, con disposición al cambio de actitudes riesgosas ante una inundación por crecida del río. Se obtuvo por primera vez el diseño, implementación y evaluación de una campaña de comunicación educativa con la intervención directa de niños, niñas y jóvenes y de la comunidad en general. Hemos fortalecido las capacidades institucionales de la provincia en cuanto a recursos humanos.

Ha resultado de gran importancia la preparación recibida por niñas, niños, jóvenes, promotores y el

equipo coordinador de la Provincia y de los Municipios, la cual ha permitido crear nuevas capacidades, y lograr un equipo de trabajo capaz de diseñar e implementar campañas de comunicación educativa. La consultoría recibida permitió obtener mayor información sobre otras campañas y sus experiencias, y con ello lograr también madurar y organizar nuestras ideas.

Queremos resaltar la gran aceptación en la comunidad y el impacto en las escuelas. Los pobladores reconocen la campaña, sus mensajes y el hecho de que las niñas, niños y jóvenes se comuniquen con



ellos; esto ha permitido motivar aún más a pobladores y alumnos en general en las escuelas. También se obtuvo apoyo incondicional de la dirección de educación en los municipios y la provincia, que permitió insertar las actividades dentro del sistema de educación. La creatividad de las niñas, niños y jóvenes en la elaboración de los mensajes constituyó el ingrediente esencial sobre los diseños finales de los productos de la campaña; los diseñadores respetaron los mensajes elaborados por ellos, y tomaron las ideas centrales. También

es necesario destacar que en todo momento se escuchó a los principales protagonistas de nuestra campaña dar sus criterios sobre los lugares que se debían visitar y los productos comunicativos educacionales imprescindibles a utilizar.

Aunque aún no tenemos los resultados finales de forma cuantitativa somos del criterio, por los contactos que hemos tenido con la comunidad, que esta campaña está siendo aceptada y llegan los mensajes, lo cual corroboraremos en la evaluación final.

¿Qué hemos aprendido?

Hemos aprendido a diseñar una Campaña de Comunicación Educativa, específicamente en el trabajo de prevención ante desastres.

Hemos intercambiado con los niños, niñas y jóvenes de los municipios de Mayarí y Sagua de Tánamo.

Los niños y niñas se han involucrado en la campaña aunque no estaba previsto, ya que en principio eran sólo los jóvenes, y ha sido una experiencia exitosa el hecho de compartir vivencias, recuerdos y emociones con los más pequeños, y sobre todo que hayan tenido un lugar muy importante dentro del desarrollo de la campaña.

Se ha logrado involucrar a la comunidad en la implementación de la campaña, y se ha llevado a cabo un proceso de validación de materiales comunicativo-educacionales en el ámbito de la comunidad, con el concurso del público primario a trabajar: hombres de 18 a 40 años.

Hemos aprendido sobre la cultura aborígen, sus deidades y cómo insertar esta dimensión en un trabajo de prevención de desastres.

Se introdujo el tema del Género, lo cual fue trabajado a lo largo de toda la campaña.

Como son nuevas experiencias, aún nos quedan aspectos que debemos perfeccionar, fundamentalmente en el diseño de la campaña y el reajuste

del tiempo de duración, en la profundidad del diagnóstico y en el enriquecimiento de otras metodologías participativas como lo es "La Educación de Pares".

También nos dimos cuenta que el diagnóstico debía haberse equilibrado mejor usando las metodologías cualitativas y cuantitativas, pero sobre todo no estábamos conscientes de la complejidad que llevaba implementar bien un Plan Estratégico de Comunicación Educativa.





Con los conocimientos y la experiencia adquiridos hasta la fecha, podemos continuar difundiendo los mensajes de la campaña en la comunidad, en aras de que prevalezcan. Tenerlos como medio de consulta en las bibliotecas permitirá que la metodología desarrollada se conozca y sea utilizada por personas que no vivieron cada momento de la campaña. Aunque ha sido trabajado en el tema de la prevención de desastres, es posible generalizar la metodología en otras temáticas y en otras escuelas y municipios.

Recomendaciones

- ◆ Perfeccionar los pasos seguidos por la campaña. Debemos revisar cada paso que dimos en esta campaña y que pueda ser mejorable.
- ◆ Utilizar los materiales de la campaña como materiales educativos por vía curricular. El folleto y el *slogan* pueden usarse en las asignaturas relacionadas con los desastres naturales y su prevención, exponiéndolo como ejemplo práctico.

¿Qué podemos continuar haciendo luego de terminado el proyecto?

- ◆ Continuar difundiendo los mensajes de la campaña. Los *spots* radiales se pueden difundir cada

cierto tiempo, fundamentalmente en los meses más propensos a las inundaciones.

- ◆ Tener los materiales de la campaña como medio de consultas en las bibliotecas.
- ◆ Generalizar la metodología de la campaña a otras escuelas, municipios y provincias como parte de la sistematización y validar el modelo en otros proyectos.
- ◆ Continuar trabajando con la comunidad a través de las clases prácticas o actividades extraescolares.

Los niños, niñas y jóvenes estuvieron presentes en cada una de las etapas diseñada en la campaña, desde la etapa de diagnóstico hasta su evaluación. Ellos diseñaron los mensajes a través de dibujos, poesías, frases, mensajes escritos, obras de teatro, bailes, etc. Estos fueron tomados como base para el diseño de los materiales comunicativos-educacionales finales de la campaña. Los festivales realizados con motivo central del lanzamiento de la campaña educativa, fueron guiados por sus principales protagonistas, quienes en cada una de las etapas, en los talleres realizados y en las actividades previstas con la comunidad, hicieron prevalecer su poder creativo y la confirmación de las lecciones aprendidas. La introducción de esta metodología permitirá ser usada en el trabajo de educación ambiental.

¿Quiénes participaron?

Participaron en la campaña 42 escuelas, –23 de Mayarí y 19 de Sagua de Tánamo–, promotores; metodólogos de Educación de los municipios y la provincia; personas de la comunidad –trabajadores vinculados, trabajadores por cuenta propia, amas de casa, jubilados–, representantes del CITMA; instructores de artes plásticas de las casas de cultura; periodistas; representantes de la De-

fensa Civil; médicos; diseñadores profesionales, etcétera.

Estudiantes: más de 1,000

Promotores: 42

Comunidades: 16

Casas de cultura: 2

Emisoras de radio: 3