



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública



**PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL MANEJO DE LA
ASISTENCIA HUMANITARIA EN SITUACIÓN DE DESASTRE**

Lic. David Oswaldo De León Villeda
Registro Académico No. 200318141

Guatemala, octubre de 2018



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Departamento de Estudios de Postgrado
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública



PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL MANEJO DE LA ASISTENCIA HUMANITARIA EN SITUACIÓN DE DESASTRE

Trabajo presentado por

Lic. David Oswaldo De León Villeda

Previo a optar al título de

Maestro en Artes con especialización en Comunicación Estratégica y Opinión Pública

Guatemala, octubre de 2018

Universidad de San Carlos de Guatemala

Autoridades Centrales

Rector **Ing. Murphy Olympo Paiz Recinos**
Secretario General **Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Consejo Directivo

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Lic. Mario Enrique Campos Trijilio
Representantes docentes

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu
Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez
Representantes estudiantiles

Lic. Jhonny Michael González Batres
Representante de egresados

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Secretaria

Consejo Académico de Postgrado

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Secretario

Terna Examinadora

M.A. César Augusto Urizar Méndez
Dr. Carlos Humberto Interiano
Mtro. Gustavo Adolfo Morán Portillo



Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación



Guatemala, 26 de octubre de 2018

Orden de impresión
No. 23-2018 GAMP/Machq

Estudiante
DAVID OSWALDO DE LEÓN VILLEDA
Registro Académico No. 200318141

Estimado Estudiante De León:

Nos complace informarle que con base a la autorización de la Terna Examinadora del informe final de graduación con el título **“PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL MANEJO DE LA ASISTENCIA HUMANITARIA EN SITUACIÓN DE DESASTRE”**, se emite orden de impresión.

Apreciaremos que un ejemplar de su informe de graduación y un CD en formato PDF sea entregado en Biblioteca Central, un ejemplar impreso de su informe de graduación y un CD en formato PDF en Biblioteca Flavio Herrera y un informe de graduación y un CD en formato PDF en el Departamento de Estudios de Postgrado de esta unidad académica, ubicado en el primer nivel del Edificio Bienestar Estudiantil.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional egresado de esta Escuela como usted, que posee los conocimientos para desenvolverse en el campo de la comunicación estratégica y opinión pública.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



MSc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC

c.c. Archivo

M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo
Director Dpto. de Estudios de Postgrado



“Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad”
OLVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Dedicatoria

A Dios

Gracias por el don de la vida, por todas las bendiciones, las pruebas y por el trabajo que me permite aportar a mi país.

A mi Madrecita

Marta Leticia Villeda Pérez de De León (†)
Esta Maestría es dedicada a ella en reconocimiento a los valores fomentados en mí que hacen que sea la persona que soy. A enseñarme a estudiar y esforzarme hasta alcanzar la meta.

Para efectos legales, únicamente el autor es el responsable del contenido de este trabajo.

Tabla de contenido

Resumen	i
Introducción	ii
Capítulo 1	1
1.1 Antecedentes	1
1.2 Fundamentos epistemológicos	5
1.2.1 Opinión pública y clima de opinión	5
1.2.2 Asistencia humanitaria en desastres	9
1.2.3 Herramientas de comunicación en desastres	12
1.2.4 Comunicando la asistencia humanitaria	14
1.3 Propuesta para la elaboración del diagnóstico	15
1.3.1 Definición del tipo de investigación	15
1.3.2 Población y muestra	16
1.3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
1.3.4 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	17
Capítulo 2	18
2.1 Diagnóstico de comunicación	18
2.1.1 Mapa de públicos	20
2.1.2 Comunicación en crisis	20
2.1.3 La agenda comunicacional de la institución	23
2.2 Comunicación y opinión pública	23
2.3 Propuesta de soluciones	35
Capítulo 3	37
3.1 Objetivos	37
3.1.1 Objetivo general de la estrategia	37
3.1.2 Objetivos específicos de la estrategia	37
3.2 Públicos objetivos	37
3.3 Análisis del entorno	38
3.4 El mensaje	39
3.5 La estrategia	40

3.6 Tácticas o acciones de comunicación	42
3.7 Canales y medios por utilizar.....	43
3.8 Cronograma	44
3.9 Presupuesto	45
3.10 Control y seguimiento.....	46
Conclusiones	47
Referencias	48
E-grafías	48
Anexos	49

Índice de tablas

Tabla 1 - Seguidores de la SE-CONRED en redes sociales	16
Tabla 2 - Acciones para los dos públicos	42
Tabla 3 - Cronograma de actividades de la estrategia	45
Tabla 4 - Presupuesto para implementar la estrategia	46

Índice de gráficas

Gráfica 1 – Función de la CONRED	24
Gráfica 2 – Integración del Sistema CONRED	25
Gráfica 3 – Responsabilidad en reducción del riesgo de desastres	25
Gráfica 4 – Asociación de la población a CONRED.....	26
Gráfica 5 – En qué momento piensa la población en CONRED	26
Gráfica 6 – Objetivo de CONRED en la emergencia	27
Gráfica 7 – Protocolo para la entrega de ayuda humanitaria.....	28
Gráfica 8 – Opinión de la población en asistencia a las personas.....	28
Gráfica 9 – Tiempo en la entrega de ayuda humanitaria	29
Gráfica 10 – Información del trabajo de CONRED	29
Gráfica 11 – La red social de preferencia para informarse	30
Gráfica 12 – Percepción de la CONRED	30
Gráfica 13 - Percepción del manejo de asistencia humanitaria	31
Gráfica 14 – Involucramiento de la población con CONRED	31

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 – Árbol de problemas	35
Ilustración 2 – Portada de El Proyecto Esfera	44

Resumen

Varios son los temas que diariamente ocupan titulares en los diferentes medios de comunicación, cada uno con sus particularidades pero que se mantienen en la opinión pública. Uno de estos es la asistencia humanitaria que se brinda a las personas que resultan afectadas por inundaciones, deslizamientos, erupciones volcánicas o eventos sísmicos. Las personas pueden preguntarse si verdaderamente se brinda apoyo a las familias luego de haber perdido sus pertenencias o bien dejan a su suerte a los afectados y para conocer el comportamiento de la población o cómo la sociedad es generadora de clima de opinión ante los hechos que ocurren, esta investigación se centra en la teoría que comparte Raúl Rivadeneira en su libro *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*, compartiendo que el clima de opinión varía constantemente.

Partiendo de la teoría se implementó la herramienta para conocer la opinión de la población en el manejo de la asistencia humanitaria al momento de una emergencia en Guatemala y también conociendo el área donde se comparte la información desde la entidad nacional que se encarga de coordinar la entrega de la asistencia a nivel nacional, las personas que publican o comparten datos con medios de comunicación pero también la información que constantemente se publica en redes sociales. El diagnóstico determinó que la percepción que la población puede tener del manejo de la asistencia se origina a lo interno de la institución de protección civil que coordina la movilización.

Los resultados de la encuesta que se realizó establecen que a la población le parece buena y excelente la labor que la entidad nacional realiza en el manejo de la asistencia humanitaria, señalando que podría mejorar el tiempo de entrega a las familias afectadas. Pero será importante que se implemente una estrategia de comunicación que integre a todos los actores en el proceso de información para que prevalezca la percepción de la población; sin embargo, se debe fortalecer el conocimiento del personal institucional a los procesos que se activan al momento de una emergencia para informar correcta y oportunamente.

Introducción

La opinión pública es dinámica y se basa en la percepción que cada individuo posee que tiene su génesis en la información que un medio o una institución comparta, de ahí que al hablar de asistencia humanitaria por desastres también es un tema controversial en donde existen diferentes posturas. Para comprender mejor el manejo de la asistencia humanitaria en situación de desastres también se deben compartir elementos para que la percepción de la población sea más allá de indicar si la ayuda llega o no a las áreas afectadas, por ello es indispensable crear espacios de formación en los medios de información para que la población e instituciones realicen la rendición de cuentas.

Considerando que en nuestro país ocurren año con año varias emergencias, es importante analizar la percepción que la población pueda tener en relación al manejo de la asistencia humanitaria, por ello se realizó esta investigación que permite conocer cómo las personas ven el trabajo de las instituciones, pero también la forma cómo se está comunicando la asistencia humanitaria, los protocolos que deben seguirse y la entrega a las personas que verdaderamente lo necesitan.

El objetivo central de la investigación fue conocer las herramientas que la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED-, utiliza para trasladar información y si las mismas reúnen las características de fácil interpretación de la población. Se consideró de base a los seguidores de la institución a través de la red social *Facebook* que en el periodo de la investigación eran 702 mil, con una muestra de 208 seguidores quienes respondieron la encuesta electrónica para proponer la estrategia de comunicación e informar de la asistencia humanitaria.

Cambiar la percepción de la opinión pública requiere de implementar estrategias de comunicación y no enfocadas solo en el público externo, en muchas ocasiones el público interno representa el factor determinante para que sea todo un éxito.

Capítulo 1

Asistencia humanitaria y desastres en Guatemala

1.1 Antecedentes

En Guatemala la institución encargada de liderar la gestión integral para la reducción del riesgo de desastres es la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED-, la cual se encuentra organizada como un Sistema e integrada por diferentes ministerios, direcciones, secretarías, organizaciones y entidades del sector privado.

La Secretaría Ejecutiva de la CONRED, es la encargada de ejecutar las disposiciones que el Consejo Nacional para la Reducción de Desastres dé a conocer y ante la opinión pública la Secretaría es la que debe coordinar la asistencia a la población que resulta afectada durante un desastre.

Dicha entidad tiene una serie de actividades que debe ejecutar y que la Ley 109-96 así lo establece, debe realizar procesos de preparación, mitigación, dar respuesta al momento de una emergencia e iniciar los procesos de recuperación luego de un desastre, esos son los componentes primordiales que cumple la institución.

Todos esos procesos se dan a conocer a través de medios de comunicación, redes sociales y boletines informativos, sin embargo, la institución se mantiene en el clima de opinión cuando ocurre una emergencia o en algunas ocasiones no es necesario una eventualidad como el registro de un sismo, por ejemplificar, causa pánico en la población y por lo tanto la entidad es consultada de este tipo de fenómenos naturales.

Cuando ocurre una emergencia las primeras acciones que la institución implementa es la movilización de asistencia humanitaria a las áreas afectadas, la misma se realiza con base a evaluaciones de daños, priorizando la entrega de recursos a las familias que verdaderamente lo necesitan, además Guatemala debe cumplir con los estándares internacionales de asistencia

humanitaria que comprende la Carta Humanitaria y Normas Mínimas para la Respuesta en Caso de Desastres de Esfera documento que detalla las prioridades para las personas afectadas por desastres. Nuestro país es signatario de Esfera, por lo tanto, debe darse cumplimiento.

Contrario a lo que la mayor cantidad de personas podría considerar como asistencia humanitaria a los alimentos que se entregan, la asistencia como tal no se limita a los recursos, sino que comprende toda la ayuda que profesionales puedan brindar para la atención que las personas afectadas y damnificadas necesiten en una emergencia. A todos estos recursos y apoyo humano se le denomina asistencia humanitaria.

El manejo de la asistencia humanitaria, que comprende la recepción y entrega a las familias damnificadas, llama la atención de la mayor parte de la población quienes ofrecen una gama de comentarios y que en la mayor parte de estos expresan malestar, pero refleja falta de conocimiento y protocolos que la institución implementa en una emergencia.

La Secretaría Ejecutiva de la CONRED la integran 14 direcciones que trabajan coordinadamente para desarrollar una serie de acciones de prevención en la población, a través de organizaciones, entidades públicas y privadas. Una de las direcciones es Comunicación Social área donde se vincula el trabajo con medios de comunicación, pero también que garantiza que en convenios, proyectos y protocolos se considera a la comunicación social como un eje transversal para fortalecer la cultura de prevención.

Dicha dirección tiene una estrategia de comunicación que comprende lineamientos con el propósito que la población conozca más del riesgo de desastres pero que también comprenda que no solo una entidad es la responsable en reducir los efectos de los fenómenos naturales, más bien toda la población es responsable en minimizar los daños que los desastres puedan generar al país.

La estrategia con la que cuenta la Secretaría Ejecutiva de la CONRED se enfoca en el uso y aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación -TIC's-, como medio para fomentar la cultura de prevención, además el trasladar información clave a los medios de

comunicación para que los mismos transmitan a la población el conocimiento del riesgo de desastres.

Las redes sociales han sido un espacio para compartir información e interactuar con la población a quienes se les traslada contenido en diferentes etapas, desde acciones en preparación, mitigación y al momento que ocurre una emergencia se brinda información de la atención de las personas. Luego se aborda el proceso de recuperación para que las personas también conozcan esos mecanismos que se desarrollan por las entidades involucradas.

Con el inicio de las redes sociales hace aproximadamente 10 años, la Secretaría Ejecutiva de la CONRED también innovó en estos espacios y a partir del 2010 con la emergencia de la erupción del volcán Pacaya y luego la Tormenta Tropical Agatha, este mecanismo de traslado de información fue utilizado por la población para expresar dudas o bien reportar emergencias a nivel nacional. Incluso los medios de comunicación utilizan como fuente oficial las redes sociales institucionales.

Para lograr el propósito de trasladar información en tiempo real, información confiable y compartir la asistencia humanitaria que se envía a las comunidades afectadas, también se diseñó una estrategia específica para redes sociales, identificando horarios de publicación con mayor alcance, además de establecer mensajes claves y un procedimiento para el traslado de reportes que los seguidores hacían a través de éstos.

Actualmente esos espacios son aprovechados por la institución ya que no cuenta con un presupuesto designado directamente para comunicación y en ese sentido se puede determinar como una debilidad ya que la entidad debe contar con un fondo específico para divulgar campañas en medios de información, considerando que son varios fenómenos naturales que desencadenan en desastres.

Por la naturaleza de la institución se tiene un alcance alto en redes sociales, así como la confianza de la población que no relaciona a la Secretaría Ejecutiva de la CONRED con Gobierno, aunque

sea una entidad gubernamental enfocada en la gestión integral para la reducción del riesgo de desastres.

Lo anterior se puede determinar como una fortaleza ya que los medios de comunicación brindan espacios para abordar diferentes temas, el contenido es más técnico que político y ese elemento remarca mucho más, el trabajo se vincula más desde el ámbito de la Protección Civil.

Con todos esos elementos a favor se deben utilizar todos los mecanismos posibles para dar a conocer el trabajo que en la respuesta se realiza en cuanto a la asistencia humanitaria, desde la movilización de personal para apoyar, hasta la entrega de alimentos que forman parte de los recursos que se entregan a las personas afectadas.

Además de las herramientas de comunicación que forman parte de la estrategia de comunicación, la institución ha desarrollado procesos de capacitación y formación de periodistas en gestión del riesgo, buscando con ello fortalecer conocimientos de los periodistas y especializarse en los temas que se abordan en cada una de las fases de la gestión del riesgo, conocimientos que servirán para las próximas coberturas pero no solo en fase de respuesta, se busca el cambio enfocado en el riesgo y para ello hay una serie de temas que se pueden abordar.

En la institución hay personal que tiene diferentes especialidades, recurso humano que se aprovecha para el abordaje de los temas en las redes sociales y con ello aclarar dudas que la población exprese. En el área de comunicación social también existe el recurso humano capacitado para implementar campañas de comunicación y analizar el contenido que se comparte en redes sociales, posicionando a la institución en la opinión pública.

Dentro de la estrategia de comunicación se pretende el abordaje de todos los aspectos que intervienen en la gestión del riesgo, por ello hay material disponible en video que permite una mejor comprensión, dicho material se comparte en todo los espacios disponibles y se remarca mucho más cuando ocurre una emergencia, al final el trabajo en comunicación debe abordarse desde condiciones normales pero con mayor realce cuando ocurre una emergencia como tal, sirve

para delimitar y una mejor comprensión del accionar de las autoridades hacia las personas afectadas o damnificadas.

Otro punto que favorece a la Secretaría Ejecutiva de la CONRED son las buenas relaciones que tiene con los diferentes medios de comunicación, eso permite el abordaje durante una emergencia. A pesar de que el tema de asistencia humanitaria se aborda muy general, pero existe ese espacio para resolver dudas que la población pueda tener en cuanto a la atención de las personas afectadas en una emergencia.

Con los medios se establecen alianzas para que compartan recomendaciones constantemente y cuando se activa un protocolo especializado también se solicitan espacios para abordar diferentes temas. En una condición de emergencia cambia el panorama debido que se incrementa la solicitud de información y por lo tanto de abordaje en diferentes programas enfocados en la respuesta a la emergencia.

El aprovechamiento de las diferentes herramientas es algo que la institución conoce, por ello es importante respetar la estrategia de comunicación y establecer campañas que busquen la preparación de la población, pero también el abordaje de temas específicos como el manejo de la asistencia humanitaria en el país.

La comunicación compartida salva vidas, por eso es un eje transversal para la Secretaría Ejecutiva de la CONRED.

1.2 Fundamentos epistemológicos

1.2.1 Opinión pública y clima de opinión

La información que la población conoce es analizada y cada uno forma su propio criterio, existen algunas personas que pueden empatar en la forma de pensar y al utilizar diferentes herramientas de comunicación e interacción se establece una línea general o que prevalece en el ambiente que podemos denominar opinión pública.

Desde la antigüedad las personas han buscado una forma de comunicarse, todos los seres humanos nos comunicamos de diferentes formas. Al establecer ese vínculo de comunicación se comparte información que va desde lo político, económico, cultural o de desastre, todo esto da paso a la característica de querer saber y conocer más de una determinada situación o un tema en específico. Luego ya emitimos opiniones que pueden ser personales pero que también pueden llegar a ser de un conjunto de personas, una sociedad como tal.

Con el propósito de llegar a más personas, de comunicar a la población, actualmente se utilizan diferentes herramientas como los medios de comunicación convencionales (radio, televisión o escrito), las nuevas tecnologías de información como redes sociales, o en los foros de discusión que también debe considerarse otro espacio para el conocimiento, el obtener información.

En la actualidad la población es receptora de mucha información de diferentes temas que en algún momento las personas no logran comprender, la capacidad es rebasada por tantos datos que llegan por grupos o bien que los medios de información también divulgan. Todo este contenido puede causar confusiones en la población y pasar de ser entes que actúan a ser observadores al no comprender la información que en un momento determina les llega.

El tener acceso a mucha información no garantiza que un mensaje logre realizar un cambio en un grupo o en la sociedad en el aspecto más general pero también la información que llega a una persona puede desencadenar un interés específico ante determinado tema. Lo importante es que con el conocimiento compartido se comprenda mejor y la población forme su propio criterio. La información es clave para la sociedad, de ahí su forma de actuar ante algunas circunstancias.

Cada individuo con el conocimiento que adquiere forma su opinión y al compartir en otros grupos y expresarla logra encontrar a otra persona que piense de la misma manera, siguiendo esa alineación se forma en la sociedad la opinión pública que se expresa ante un acontecimiento como tal, participa en conglomerados y de ahí se identifican por otros actores como un grupo de

presión, un colectivo que tiene un fin común, de eso se trata la opinión pública que no es más que la expresión de la mayoría.

El término de opinión pública se utiliza principalmente para referirse a la comunicación o expresión que la población emplea con su gobierno, pero va más allá porque ocurre a nivel de la comunicación en general como un producto del resultado de procesar la información que se recibe, Rivadeneira (2007, p. 45).

La opinión pública es entonces la información procesada de interés grupal que tiene acceso libre a datos y con ello puede decidir. No abarca únicamente a lo político, sino en todo espacio donde exista un proceso de comunicación.

Para formar parte de la opinión pública debemos ser receptores de información, la cual llega ahora a la palma de la mano por diferentes medios como las redes sociales y teléfonos inteligentes, información constante donde cada persona puede asumir una posición o un rol, de ahí que puede ser un ente que solo recibe información o bien alguien que actúa con la información que tiene a su alcance.

Por lo tanto, el receptor de la información actuará y considerará relevante aquellas situaciones en las que intervengan sus aspiraciones, temas que sean interesantes en el escenario que se desenvuelva, ahí asumirá el rol que mejor le convenga.

Pero la persona que recibe la información actuará según el contexto donde se desenvuelva, esas características le harán considerar ciertas actitudes y su reacción al momento de recibir una noticia por ejemplo la información que comparten medios de comunicación que sin duda tendrán efectos en la forma como comportarse.

Varios sociólogos han estudiado el comportamiento de la población ante los medios de comunicación, de eso se tratan los estudios de opinión que a lo largo de la Maestría de Comunicación Estratégica y Opinión Pública se estudiaron. El comportamiento de la masa ante

algunos acontecimientos, considerando que la masa no razona, solo se mueve donde el líder les indique.

En nuestro país se ha conversado en diferentes espacios de los medios de comunicación y la información que éstos presentan a la sociedad, claro los medios como empresa que son, pueden establecer una línea editorial que les favorezcan, pero será la población que deba analizar lo interesante de un tema y no dejarse llevar por lo que la mayoría comparte.

Los medios son un aliado importante para el traslado de información, son ese canal directo con la población que buscará diariamente estos espacios para obtener datos y con ello generar una realidad o como señalan los especialistas en el estudio de la agenda *setting*, crear la pseudo-realidad en donde la humanidad gira en la actualidad.

Con el propósito de influir en la sociedad se pueden utilizar diferentes espacios para transmitir información, uno de estos es utilizar los medios alternativos ya que los medios masivos cumplen con otro tipo de agenda manejando criterios ideológicos de dominación y tienen intereses comerciales.

Otros medios alternativos que pueden funcionar para trasladar información hacia la población son las asambleas en colonias o condominios, en aldeas, municipalidades, un club o cooperativas que actualmente funcionan en el país; también seminarios o foros pueden ser utilizados como medios alternativos.

Las radios en mercados, vehículos que ofrecen productos en calles y avenidas también se integran a esos medios alternativos; se pueden utilizar espacios culturales como teatro, conciertos; otros espacios como murales funcionan para informar, pinturas o artesanías también. Otras opciones pueden ser también videoconferencias, pero acá se convoca a un grupo determinado para que asista a un lugar específico. Rivadeneira (2007, p. 59).

Lo relevante acá es considerar que la o las personas que reciben la información a través de estos medios alternativos suele apropiarse del tema cuando es comprendido, quiere sentirse como el actor, ser la persona que lidera cierta posición y eso únicamente puede existir cuando la persona cree relevante lo que recibe como información o bien es afectada por un desastre, por ejemplo.

Cuando las personas reciben información, comprenden la misma y se agrupan con un tema de interés forman la opinión pública que dependiendo de la fuerza que tengan o el alcance en un medio de información generan lo que se llama el clima de opinión que no es más que el tema que se habla y comenta en un grupo o bien en los medios de comunicación.

Entonces la sociedad es generadora de clima de opinión con los diferentes acontecimientos que se presentan, pero es importante determinar que el clima de opinión varía constantemente, no es estático y esto lo hace dinámico, Rivadeneira (2007, p.18). Acá resalta lo anotado anteriormente cuando decimos que la población recibe mucha información y por lo tanto hace que sea dinámico el clima de opinión porque diariamente ocurren diferentes acontecimientos.

Con el clima de opinión se puede contemplar como el factor dominante en la sociedad que es variante entre política, biológico, histórico y sociales que forman esa opinión consensuada y que se discute a través de diferentes espacios.

1.2.2 Asistencia humanitaria en desastres

La asistencia humanitaria es aquella que brinda una entidad pública o privada a las personas que resultan afectadas por un desastre. También existen algunas organizaciones que brindan asistencia a familias de escasos recursos o en programas especiales de atención. Pero el término asistencia humanitaria se asocia más con el apoyo humano, técnico o alimentos que se brinda a las familias afectadas o damnificadas por una emergencia.

En Guatemala la entidad que brinda asistencia humanitaria y administra los recursos que se entregan para las familias afectadas o damnificadas es la CONRED, que a su vez designa a su

Secretaría Ejecutiva para que represente y coordine todos los esfuerzos relacionados con la gestión integral para la reducción del riesgo de desastres.

La gestión integral para la reducción del riesgo de desastres es el conjunto de políticas y acciones enfocadas en crear mecanismos de coordinación que trabajen en la prevención, mitigación, respuesta y recuperación, cuatro grupos que se relacionan con el antes, durante y después de una emergencia. UNESCO (2011, p.13).

En cuanto a la asistencia humanitaria que brinda la Secretaría Ejecutiva de la CONRED se enfoca principalmente al registrarse un desastre y por desastre se comprende a los daños causados en una localidad cuando se presenta un fenómeno natural que aunado a la vulnerabilidad que la población en un sector ha creado, causan daños relevantes con personas que resultan víctimas mortales por deslizamientos, inundaciones, erupciones volcánicas o bien por eventos sísmicos que al momento no son predecibles. UNESCO (2011, p.13).

Al ocurrir un desastre y catalogarse de esa manera por las autoridades, se inician las evaluaciones de daños, se estima el costo de pérdida y se determinan las necesidades básicas para las personas que resultan afectadas o damnificadas. Con la información, las autoridades, distribuyen los alimentos a las áreas necesitadas y de ser necesario también pueden realizar un Llamamiento de Ayuda Internacional, proporcionando una lista de recursos que se remite al Cuerpo Diplomático para que ofrezcan el apoyo que puedan trasladar al país.

Pero si Guatemala puede salir adelante y utilizar los recursos que tiene, no se realiza este procedimiento y se moviliza la ayuda lo antes posible a las diferentes áreas. Para todo este proceso existe un tiempo determinado que no es precisamente 24 horas, pero se busca sea lo pronto posible.

Todo este proceso requiere principalmente la comprensión del riesgo por parte del público, que puede ser de indiferencia o bien involucrarse para reducir los daños en su comunidad. Acá el factor importante de percepción del riesgo de desastres al que un sector se encuentra expuesto eso

puede generar que las personas se involucren o por el otro lado, las personas se interesarán en esto al resultar ser afectado, las dos formas como pueden comprender el riesgo.

Todo esto involucra mecanismos de comunicación para reducir los efectos de los desastres, utilizando las herramientas de información disponibles como redes sociales o bien realizando alianzas con medios de comunicación, es vital el traslado de información, el generar espacios de discusión para analizar el riesgo, pero también comprender qué hacer al momento que ocurre un desastre, dónde acudir y dónde refugiarse.

Para implementar campañas de comunicación y determinar tiempos o bien clasificar el público objetivo es necesario desarrollar estrategias de comunicación, puede ser una estrategia dividida por campañas estableciendo la idea central que en este contexto es salvar vidas, luego dar a conocer el riesgo, los fenómenos naturales, la asistencia humanitaria, entre otros.

La estrategia de comunicación que se elabora debe establecer la línea principal que es salvar vidas, pero también debe integrar la comunicación que se implementa en condición de normalidad por así determinarlo y también comprender la comunicación que se implementa al momento que ocurre una emergencia o desastres como tal, el enfoque de ambas condiciones se debe analizar porque existe información que es clave en la tranquilidad, pero en situación de emergencia el enfoque central será distinto.

En el ámbito de la comunicación es preciso identificar las necesidades sociales de comunicación que pueden existir en determinados sectores, es decir la información que solicitan y la disponible para que la población comprenda lo que se pretende dar a conocer.

Pero la estrategia debe estar enfocada no solo en el público general, sino también integrar a otros públicos como líderes de opinión, medios masivos y también al público afectado. En la estrategia se deben definir mensajes, analizar lo que falta por comunicar y pensar por adelantado en lo que la población puede exigir en cuanto a información al momento de una emergencia como tal. UNESCO (2011, p.23).

Cuando se habla de la estrategia el enfoque comunicacional debe integrar los incidentes que puede llegar a tener en la población, la comunicación entre la misma comunidad, la comprensión de la opinión pública, la comunicación que se puede generar interpersonal y principalmente la comunicación masiva por el manejo de la emergencia por completo, esto se debe integrar en dicha estrategia.

Por lo tanto, si relacionamos lo importante de brindar información, pero más durante una emergencia, se debe considerar el compartir datos de manejo de asistencia humanitaria, identificando la división entre recursos, apoyo técnico y movilización de personal, previo a la ocurrencia de una emergencia y luego compartir esa información en la emergencia o respuesta por parte de las autoridades.

Dentro de la estrategia no se debe olvidar al público que vigila cada información que se comparte, pero en la estrategia se puede plasmar el aprovechar el apoyo que la población puede dar, puede convertirse en ese aliado estratégico, al final con el uso de redes sociales la población se convierte en un reportero más ya que transmite y comparte fotografías desde el lugar donde ocurre la emergencia.

1.2.3 Herramientas de comunicación en desastres

Para comunicar en el momento de un desastre se pueden hacer uso de varias herramientas, aquellas que permitan una fácil comprensión de lo que sucede en el país con datos principales. Recientemente se utilizan infografías que cumplen esa parte de trasladar información a la población.

Se ha establecido que se debe identificar dos tiempos en el proceso de comunicación, por un lado, las condiciones de normalidad y por otro la comunicación en la respuesta, para ambos estados, por así decirlo, se busca no crear confusión con la población, sino que comprendan porque los tiempos y el porqué del accionar de las autoridades. UNESCO (2011, p. 25 y 26).

A través de los medios de comunicación convencionales, por denominar de esta manera a la televisión, radio y medios escrito, se pueden utilizar ciertos minutos para informar de las condiciones tanto de emergencia como de monitoreo en general, es importante crear esa alianza con los medios donde se puede iniciar un proceso de apoyo como parte de la Responsabilidad Social Empresarial -RSE-.

Aunque no debería ser problema el que los medios brinden espacio para hablar de prevención y de informar en cuanto a la respuesta a emergencias ya que al final las frecuencias son propiedad del Estado y el Estado garantiza la vida a la población, pero para realizar estos cambios es necesario reformar la ley de telecomunicaciones estableciendo cierta cantidad de minutos para fortalecer la cultura de prevención en el país.

Pero adicional a los medios convencionales, también en la actualidad se habla de la sociedad del conocimiento y las nuevas Tecnología de la Información y Comunicación -TIC's-, información de cualquier tema que se encuentra disponible en la web, es fácil ahora conocer e identificar condiciones de riesgo, mucho material disponible sin necesidad de acudir a una biblioteca como tal. UNESCO (2011, p. 51).

La sociedad globalizada en la que vivimos ha establecido mecanismos de información, ha creado redes sociales para compartir y generar conocimiento, pero también para almacenar, procesar y distribuir de todo tipo de información. Más allá de todo eso se habla del desarrollo de una persona a raíz de la información disponible.

Actualmente la población se mantiene conectada en redes sociales y por ello aprovechar estos espacios para transmitir conocimiento e informar de las acciones que se implementan y como se agregó anteriormente ahora la población hace ese papel de periodista digital, compartir videos o fotografías, sin olvidar que los mismos periodistas también realizan este tipo de comunicación o transmisión conocido como periodismo interactivo.

Utilizar las herramientas existentes garantiza mayor traslado de información, pero no olvidemos que existen sectores del país en donde este tipo de tecnología no está a la mano, o bien por condiciones sociales aún confían en medios convencionales para informarse como la radio, ya que en ocasiones no tienen para adquirir datos y con esto informarse de las redes sociales.

Entonces para hablar de estrategia de comunicación en gestión integral para la reducción del riesgo de desastres, también debemos conocer el país, analizar el tipo de información que se trasladará y cómo se puede lograr el cambio en la población, como fortalecer el proceso de cultura de prevención, basándose en la información y la comprensión del riesgo de desastres.

1.2.4 Comunicando la asistencia humanitaria

La entrega de recursos en una emergencia y la movilización de personal que brinde el apoyo o asistencia humanitaria es la información que buscan más las personas, la información que solicitan los medios de comunicación para transparentar la alimentación para las personas afectadas, ese papel de fiscalizador que realiza la población que debe estar atenta al trabajo que las autoridades desarrollan.

Para comunicar todo lo relacionado con asistencia humanitaria se debe considerar lo establecido en la estrategia de comunicación que cuenta la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, pero en una emergencia se debe también considerar lo que solicitan los medios de comunicación y para esto algunas organizaciones como la Organización Panamericana de la Salud /Organización Mundial de la Salud -OPS/OMS-, compartieron los lineamientos que los medios deben considerar. UNESCO (2011, p. 28).

Toda la información durante la emergencia debe manejarse de forma responsable y acá tiene un papel fundamental tanto la entidad como los medios de comunicación, el cuidar las cifras, datos e información que pueda causar alarma en la población o un caos innecesario, por ello la responsabilidad en trasladar esos datos.

Es importante también el dar a conocer a la opinión pública información objetiva, incluso para esto el medio puede ofrecer las versiones tanto oficiales como de las personas afectadas, pero considerar el manejo de la asistencia que se da en un lapso y evitar caer en los dichos que no se ha entregado ayuda o que la misma se prioriza en otros sectores.

Para comunicar la asistencia humanitaria no debe esperarse hasta la emergencia como tal, se puede compartir datos o información de lo que integra la asistencia humanitaria, dicha información sirve tanto para hablar o anticipar de los reclamos que la población pueda expresar, pero también sirve para que los medios consideren dicho material para las publicaciones correspondientes.

El comunicar y tener al alcance la información posible genera que al momento de una emergencia la población se encuentra con los elementos para expresar sus opiniones que sumado con ideas de otros genera la opinión pública y como lo indican los expertos en el estudio de la opinión pública, la suma de cada una de esas opiniones establece el clima de opinión.

El abordar la opinión pública conlleva que relacionemos varios elementos, para tener un panorama se debe ser objetivo, no tener prejuicios y escuchar todas las opiniones para establecer un criterio. Y en cuanto al manejo de la asistencia humanitaria se debe ver también de esa manera, conocer y expresar.

1.3 Propuesta para la elaboración del diagnóstico

1.3.1 Definición del tipo de investigación

Para la investigación se utilizó el método descriptivo que evaluó ciertas características que se emplean en la Secretaría Ejecutiva de la CONRED para trasladar información a la población en el manejo de la asistencia humanitaria en situación de desastre.

1.3.2 Población y muestra

La institución utiliza las redes sociales para compartir información de acciones de prevención, mitigación, respuesta y recuperación, pero en la etapa de respuesta a emergencias que se presentan en el país la demanda de información aumenta en las redes sociales, principalmente solicitando datos en asistencia humanitaria.

Actualmente las redes sociales son una herramienta de uso fácil y de bajo costo para trasladar la información, por ello se consideró como población los diferentes usuarios que la Secretaría Ejecutiva de la CONRED cuenta en redes sociales. Se comparte información de las cuatro redes sociales principales que la entidad utiliza para informar: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y *YouTube*, cada red social tiene su propia dinámica y público meta.

Tabla 1 – Seguidores de la SE-CONRED en redes sociales

Red social	Seguidores / usuarios / suscritos
Facebook	702,000 seguidores
Twitter	544,000 seguidores
Instagram	50,600 seguidores
YouTube	3,079 suscriptores

Fuente: Elaboración propia con información obtenida en cada red social el 17 de abril de 2018

Con el dato de seguidores en las cuatro redes sociales, la población que se consideró para la investigación fue la red social *Facebook* con los 702 mil usuarios que se informan del trabajo de la entidad, cantidad mayoritaria en dicha red social y se obtuvo información con el alcance del material que se comparte.

Para obtener la muestra se utilizó la calculadora disponible en la web del servidor *Survey Monkey*, estableciendo como población los 702 mil seguidores, con nivel de confianza de 85% y margen de error de 5%, dando como resultado el tamaño de la muestra de 208 encuestas para obtener la percepción del manejo de asistencia humanitaria en caso de desastres.

1.3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se utilizó en la recolección de datos y para conocer la percepción de la población en el manejo de la asistencia humanitaria en situación de desastre fue una encuesta vía electrónica, se utilizó como referencia 208 encuestas partiendo de los seguidores de la institución en la red social *Facebook*.

Se realizó con este tipo de instrumento electrónico para garantizar que la información que los seguidores respondieron automáticamente fue procesada y con ello tener una referencia de cantidad de usuarios que han apoyado voluntariamente la encuesta.

Para obtener información de la institución, adicional a las encuestas electrónicas, también se realizó una entrevista a la persona encargada de la dirección de Comunicación Social de la SE-CONRED, con quien se abordaron diferentes temas para conocer a interioridad la institución.

Otra manera de medir la cantidad de personas que comparten el contenido, los *likes* de las publicaciones y el alcance que obtienen las mismas que es verdaderamente la cantidad que debe interesar a la entidad porque mide cuantos usuarios lo vieron sin necesidad de dar *like*.

1.3.4 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El método que se utilizó fue mixto, por ello se encuestó vía electrónica a los usuarios que diariamente se informan en *Facebook*, obteniendo cifras reales, información que llega a la población y genera opinión pública. Adicional una entrevista que se realizó en la institución para conocer el trabajo comunicacional que implementan.

El consolidado de la información recabada con las encuestas electrónicas se utilizó en el análisis de datos generados directamente por la plataforma Google que se empleó para preguntar a 208 personas consideradas del tamaño de la muestra y que se presenta en el capítulo 2, inciso 2.2 relacionado con comunicación y opinión pública.

Capítulo 2

Análisis de la comunicación y evaluación de la opinión pública

2.1 Diagnóstico de comunicación

La Secretaría Ejecutiva de la CONRED se conforma por dos subsecretarías y 14 direcciones, entre éstas Comunicación Social que se encarga del proceso de divulgación de información y elaboración de materiales que se utilizan para la promoción de la reducción del riesgo de desastres.

El trabajo de la dirección se vincula con la elaboración de material educativo, revisión de documentos que cooperantes trabajan, diseño de materiales y de infografías como recursos para comunicar en diferentes espacios de información, así como en la relación con medios de comunicación a través del departamento de Información Pública.

Una de las herramientas de comunicación que desde el año 2010 utiliza la dirección de Comunicación Social para dar a conocer a la población y medios de comunicación del accionar de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED son las redes sociales en donde se interactúa con la población y se responden consultas, sirviendo como medio para acercamiento.

La red social que utiliza la institución y que cuenta con la mayor cantidad de seguidores es *Facebook*, en este espacio diariamente se trasladan datos, invitación a actividades, capacitaciones y el reporte de emergencias que se coordinan desde la institución.

Los detalles para conocer el abordaje de la comunicación en la SE-CONRED fueron compartidos por Ileana Recinos, directora de Comunicación Social que comentó que en lo relacionado a la política de comunicación de la institución se tiene establecido que el vocero institucional es el primero en abordar con medios de comunicación diferentes temas, luego si es necesario y se trabaja en algo específico se solicita el apoyo de otro funcionario con la especialidad requerida y

en última instancia será el secretario ejecutivo, máxima autoridad de la institución, quien hablará de los temas.

La entrevistada indicó que existe una buena relación de comunicación con diferentes entidades y con los medios de comunicación se ha establecido un acercamiento, existe la apertura para abordar diferentes temas de acuerdo con las temporadas que tienen establecidas durante el año y que ha servido para trasladar información veraz y oportuna para la población.

Aunque la institución forma parte de gobierno una buena parte de la población no asocia a la SE-CONRED con el gobierno, señaló Recinos, eso también lo considera como una fortaleza en la credibilidad de la comunicación que se utiliza y por lo tanto que llegue a la población en general. El estándar de comunicación, consideran que se encuentran en un nivel aceptable.

Se consultó de la estrategia de comunicación, indicó que si cuentan con una estrategia que se enfoca en Informar, Educar y Comunicar -IEC-, desde ahí parten todos los productos comunicacionales que desarrollan e implementan a nivel nacional, centrados en la protección de la vida de la población ya que la función central que realiza la entidad es salvar vidas.

La estrategia abarca desde las declaraciones que el vocero institucional brinda, la redacción de boletines y notas de prensa, comunicados que se envían a medios de comunicación, así como los mensajes claves que se publican en redes sociales. La estrategia de comunicación se implementa de esa forma, cumpliendo con campañas de comunicación temporales y cada campaña cuenta con mensajes claves en prevención de desastres.

Cada cinco años se realiza una evaluación de la estrategia debido al cambio de terminologías que a nivel internacional se realizan, manejando un mismo concepto con adaptación a nivel de país. Adicional a este cambio en terminología, también se evalúa la estrategia con los cambios que las herramientas de comunicación brindan, por ejemplo, los cambios en plataformas de redes sociales con material que se puede compartir de forma rápida con el envío de información en

tiempo real. Todo esto ha permitido actualizar la estrategia tanto con material que se comparte como el aprovechamiento de las plataformas de comunicación.

2.1.1 Mapa de públicos

Usuarios: la institución es la encargada y lidera el trabajo en gestión integral para la reducción del riesgo de desastres, por lo tanto, el fin primordial es promover la reducción del riesgo de desastres a nivel nacional y el beneficio general de la labor institucional es la población del país. Todos los productos, acciones, trabajos e información compartida tienen como prioridad los aproximadamente 17 millones de personas que habitan Guatemala.

Relaciones: la Secretaría Ejecutiva es la parte ejecutora del Sistema CONRED en general, por lo tanto, el enfoque es la de coordinar con diferentes instituciones que forman parte del Sistema como tal, que van desde lo público a lo privado, pero también se relaciona con organizaciones internacionales, instituciones de Protección de Civil de otros países y con las personas que requieran información.

La relación con las instituciones públicas o empresas se tiene constantemente ya sea por actividad de preparación o bien como parte de la respuesta a desastres o el inicio de procesos de recuperación luego de las emergencias que afectan al país. A nivel internacional se cuenta con el acercamiento de organizaciones o entidades de Protección Civil ya que la SE-CONRED es signataria como representante de Guatemala como líder en su tema específico.

2.1.2 Comunicación en crisis

Por ser una entidad que constantemente se relaciona con la respuesta de desastres, la institución establece un Plan Institucional de Respuesta -PIR-, donde se indica la labor que cada dirección deberá realizar al momento de una emergencia, por lo tanto la dirección de Comunicación Social también activa sus procedimientos enfocados en trasladar información a la población durante una emergencia, publicando mensajes claves en redes sociales y a través de la información que el vocero institucional comparta con medios de comunicación.

Pero adicional al accionar de la dirección durante una emergencia, también cuentan con un plan de crisis ante un problema de opinión pública en donde se indica que se debe hacer en las 72 horas de duración que regularmente tiene una crisis, lo principal es emitir un comunicado o convocar a una conferencia de prensa aclarando el inconveniente. Un ejemplo de crisis comunicacional que enfrentó recientemente la institución fue para el deslizamiento en El Cambray II en el 2015 donde mucha desinformación circuló.

Durante la visita de campo que se realizó en la institución se conversó del trabajo con medios de comunicación en tiempo normal pero también del trabajo durante una crisis. De acuerdo con lo conversado, la institución maneja una política de puertas abiertas, quiere decir que cualquier consulta que tenga un periodista se atiende y se responde sin ningún inconveniente, se trata de aclarar la situación o también se tiene el contacto con los directores de los medios con quienes se establecen entrevistas que sirvan para aclarar la situación.

En la misma línea se conversó de la forma como se tiene estipulado se atiende a los medios de comunicación, para ello se cuenta con la figura de un vocero institucional que regularmente es la persona que habla con los medios.

Cuando ocurre una emergencia o desastres se aplica una situación similar, el vocero institucional atiende la demanda de información, pero si la emergencia se considera en nivel rojo, condición máxima, entonces la línea de comunicación o base la establece el presidente de la República quien representa la unidad nacional, por lo tanto, los mensajes y la línea estratégica se vincula desde el Organismo Ejecutivo.

La forma como integra y trabaja territorialmente la Secretaría Ejecutiva de la CONRED es la de obtener información desde el lugar del incidente a través de autoridades locales, a nivel municipal y se repite el proceso a nivel departamental, información que se vincula con el delegado departamental de la institución, garantizando que los datos sean trasladados al vocero institucional a la brevedad posible. Claro los medios de comunicación obtienen información más

rápida debido que la población prefiere en la mayoría de los casos, avisar al medio que a la autoridad del lugar.

Importante es anotar que durante la visita también se cuestionó si todos estos procesos se encuentran vinculados con la información que se transmite por redes sociales; la respuesta a la pregunta fue que todo forma parte de la estrategia de comunicación y del plan de crisis, con mensajes claves preparados con anticipación ya que regularmente las personas consultan la misma interrogante cada año, permitiendo responder eficaz y eficientemente a la demanda de información.

El accionar de la institución es considerable, según lo conversado, se enfoca desde acciones de prevención, mitigación, respuesta y recuperación, en todos estos elementos se vincula la comunicación como eje transversal lo cual permite compartir información oportuna, aunque existen algunos elementos que pueden invisibilizarse y desde ahí podrían considerarse algunos ataques a la entidad.

Lo que llama la atención es que la población se interesa más al momento de una emergencia y puede que la imagen de la institución sea de respuesta netamente, olvidando que existen procesos de capacitación que incluso se invita desde las redes sociales, pero eso no representa mayor alcance ni *likes* de las personas, aunque si genera alcance en nota vista.

Habría que determinar el factor que influye que las personas se consideren más interesadas en la institución únicamente durante una emergencia. En la visita observada se identifica como una de las necesidades el abordar el trabajo interinstitucional y preparar material que aclare cada una de las acciones que la institución desarrolla en el país.

2.1.3 La agenda comunicacional de la institución

En Guatemala regularmente se tienen establecidas las temporadas de fenómenos naturales y con ello la institución puede activar los protocolos y los procesos de comunicación específicos para cada una de ellas. Esto es un proceso de años, experiencia, que permiten despejar dudas y preparar el material que ayude con el propósito de salvar vidas.

Por ello la institución, dentro de la estrategia de comunicación general, determina la activación de campañas que van vinculadas con los fenómenos naturales que se presentan, salvo eventos súbitos como un sismo o actividad volcánica que conlleva el tratamiento específico de respuesta, enfocados en ese momento de emergencia en orientar y dirigir, mientras que en una condición de normalidad deberá educar como parte de dicha agenda.

Uno de los autores considerados para este proceso de investigación es Raúl Rivadeneira Prada que en su libro *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*, expone la información que se traslada a la población para que emitan opinión pública, considerando que nadie puede emitir opinión pública sin conocer primero de lo que se aborda. En gestión de riesgo de desastres sucede lo mismo, la persona debe conocer para compartir su opinión, aunque en redes sociales no aplica esta acción porque la mayoría de los usuarios emite comentario sin conocer verdaderamente lo que sucede.

Las agendas que la institución ha elaborado y aplica se apegan a la teoría seleccionada de opinión pública ya que permite compartir información para que la población forme su propio criterio.

2.2 Comunicación y opinión pública

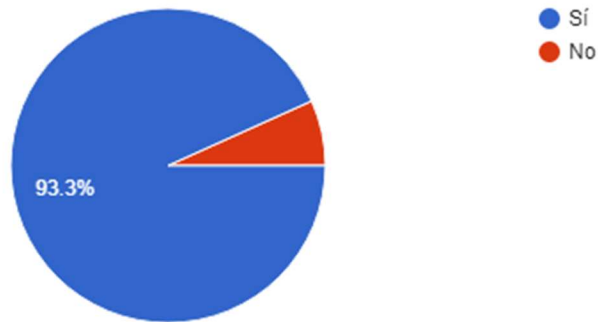
Para conocer la opinión de la labor que realiza la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, pero especialmente la percepción de la población de la entrega de asistencia humanitaria se utilizó la técnica de encuesta vía electrónica, además de conocer la forma de informarse de los usuarios, que herramienta prefieren para conocer del accionar institucional.

De las encuestas que se compartieron en redes sociales, se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfica 1 – Función de la CONRED

1. ¿Conoce la función que realiza la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED- en el país?

208 respuestas

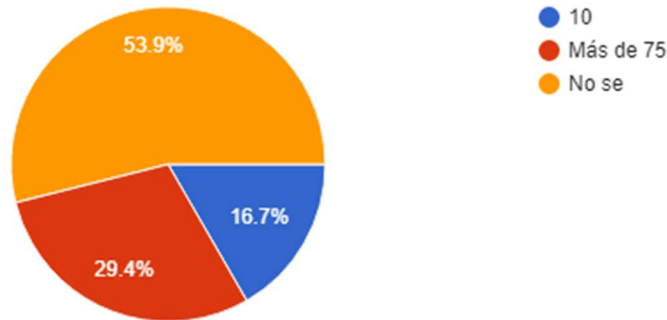


De las 208 personas consultadas, 194 respondieron que si (93.3%) y 14 que no (6.7%)

Gráfica 2 – Integración del Sistema CONRED

2. ¿Cuántas instituciones u organizaciones integran el Sistema CONRED?

204 respuestas

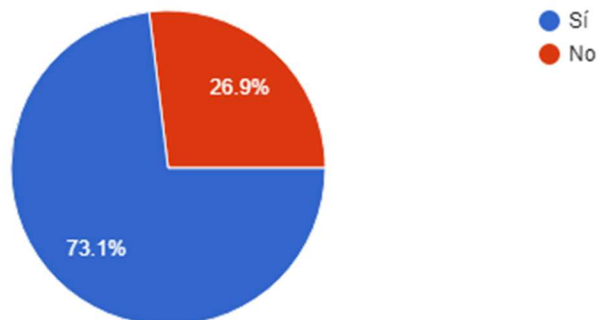


El 53.9% respondió que no conoce cómo se integra el Sistema CONRED, el 29.4% que son más de 75 instituciones u organizaciones y el 16.7% que 10 instituciones.

Gráfica 3 – Responsabilidad en reducción del riesgo de desastres

3. ¿Sabía que usted forma parte del Sistema CONRED y por lo tanto todos somos responsables de la reducción del riesgo de desastres?

208 respuestas

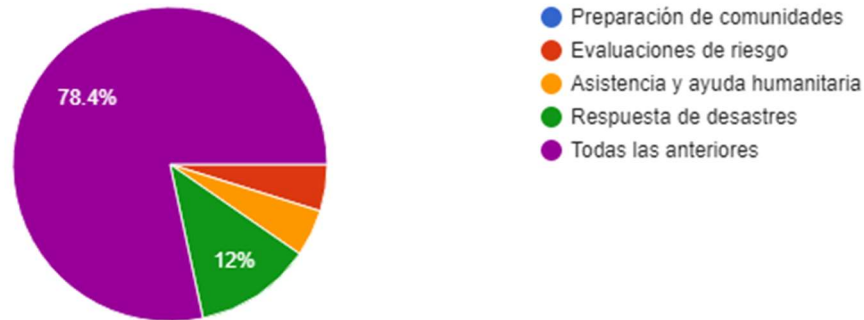


El 73.1% indicó que si y el 26.9% que no sabía que forma parte del Sistema CONRED

Gráfica 4 – Asociación de la población a CONRED

4. ¿Cómo asocia a la CONRED?

208 respuestas

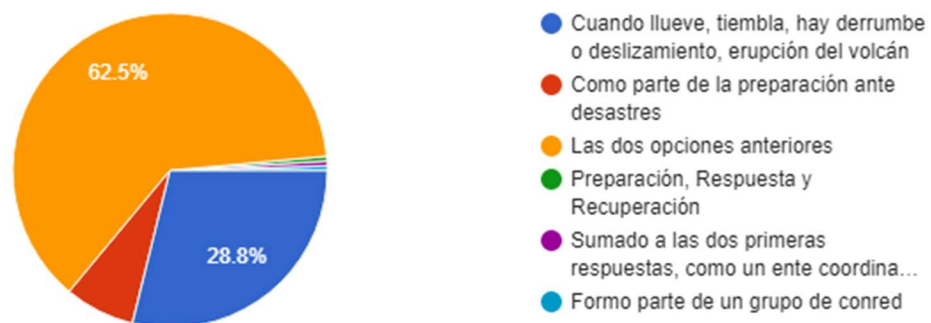


El 78.4% respondió que asocia a la CONRED con la preparación de comunidades, evaluaciones de riesgo, asistencia y ayuda humanitaria y respuesta a desastres. El 12% indicó que asocia la CONRED con respuesta a desastres. 4.8% asocia con evaluaciones de riesgo y el otro 4.8% a la asistencia y ayuda humanitaria.

Gráfica 5 – En qué momento piensa la población en CONRED

5. ¿En qué momento piensa usted en la CONRED?

208 respuestas



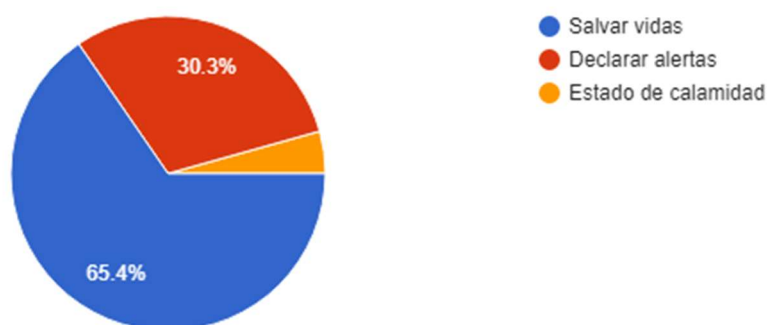
62.5% de los encuestados indicaron que piensan en la CONRED cuando llueve, tiembla, hay derrumbe o deslizamiento y erupción del volcán, pero también como parte de la preparación ante desastres. Otro 28.8% piensa en la CONRED únicamente al ocurrir una emergencia. 7.2% como

parte de la preparación ante desastres. En preparación, respuesta y recuperación un 0.5%, mismo porcentaje forma parte de un grupo de CONRED y lo ven como ente coordinador.

Gráfica 6 – Objetivo de CONRED en la emergencia

6. Al momento de una emergencia ¿cuál considera es el principal objetivo de la CONRED?

208 respuestas

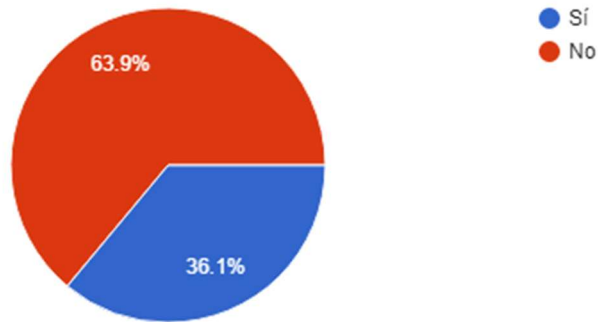


La mayoría de los encuestados (65.4%) considera que el principal objetivo de la CONRED es salvar vidas. El 30.3% en declarar alertas y 4.3% indicó que es un estado de calamidad.

Gráfica 7 – Protocolo para la entrega de ayuda humanitaria

7. ¿Conoce cuál es el protocolo para la entrega de ayuda humanitaria que el Sistema CONRED activa en una emergencia?

208 respuestas

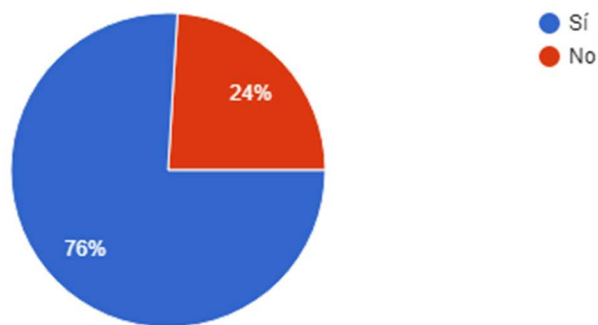


El 63.9% indicó que no conoce el protocolo que el Sistema CONRED activa para entregar la ayuda humanitaria mientras que 36.1% si conoce el protocolo.

Gráfica 8 – Opinión de la población en asistencia a las personas

8. ¿Considera que al momento de una emergencia la ayuda y asistencia humanitaria llega a las personas afectadas y damnificadas?

208 respuestas

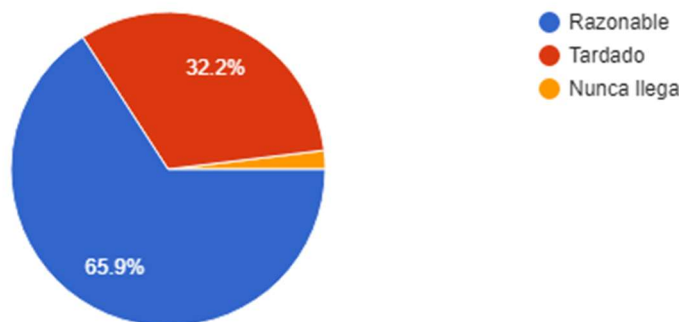


Las personas encuestadas opinaron que sí llega la ayuda y asistencia humanitaria a las personas afectadas y damnificadas (76%), el 24% opina que no llega al destino final.

Gráfica 9 – Tiempo en la entrega de ayuda humanitaria

9. ¿Cómo cataloga el tiempo en la entrega de ayuda humanitaria a las familias afectadas y damnificadas por parte del Sistema CONRED?

208 respuestas

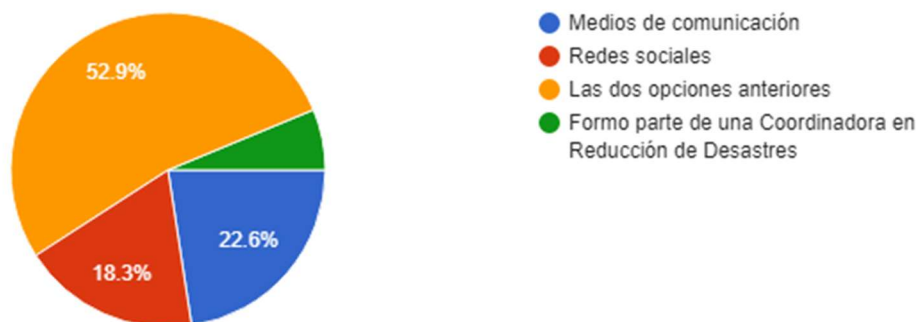


Los encuestados opinaron que el tiempo en la entrega de la ayuda humanitaria se da en un tiempo razonable (65.9%), otro 32.2% indicó que es tardada la entrega y 1.9% opinó que nunca llega.

Gráfica 10 – Información del trabajo de CONRED

10. ¿Cómo se informa usted del trabajo que realiza la CONRED?

208 respuestas

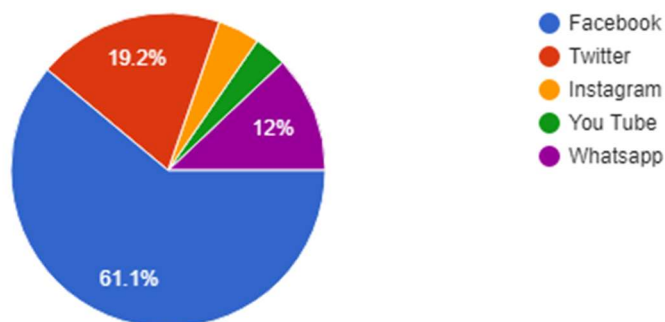


El 52.9% indicó que se informan del trabajo que realiza la CONRED a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. El 22.6% marcó que a través de medios de comunicación. El 18.3% a través de redes sociales y el 6.3% forma parte de una Coordinadora en Reducción de Desastres.

Gráfica 11 – La red social de preferencia para informarse

11. Si prefiere informarse a través de redes sociales ¿cuál elige?

208 respuestas

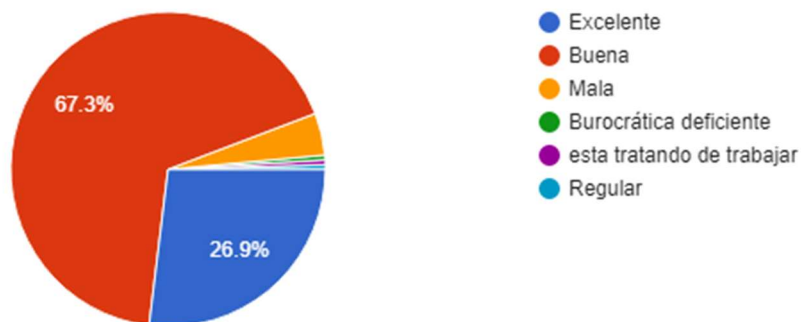


A esta pregunta respondió el 61.1% que elige la red social *Facebook* para informarse. El 19.2% indicó que elige *Twitter*. 12% *Whatsapp*. 4.3% elige *Instagram* y 3.4% *YouTube*.

Gráfica 12 – Percepción de la CONRED

12. ¿Cuál es su percepción de la CONRED?

208 respuestas



En cuanto a la percepción de la CONRED el 67.3% señaló que es buena; 26.9% excelente; 4.3% mala y 0.5% opinó que es burocrática deficiente, está tratando de trabajar y regular.

Gráfica 13 - Percepción del manejo de asistencia humanitaria

13. Con relación al manejo de la asistencia y ayuda humanitaria que la CONRED realiza ¿cuál es su percepción?

208 respuestas

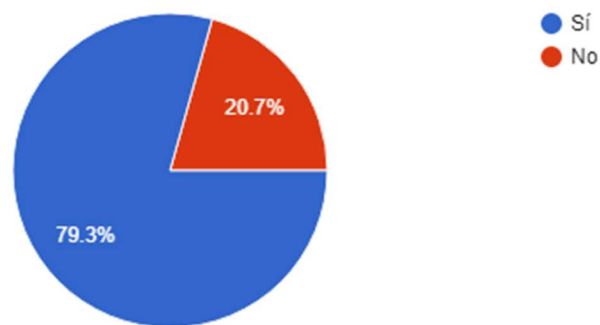


Relacionado al manejo de la asistencia y ayuda humanitaria el 69.2% opinó que es buena la percepción que tiene la CONRED. 23.1% indicó que es excelente. 6.7% mala y 0.5% que debe supervisar que realmente llegue a las personas que lo necesitan, así como que la institución hace lo que puede.

Gráfica 14 – Involucramiento de la población con CONRED

14. ¿Le gustaría conocer más de la CONRED e involucrarse en el conocimiento del riesgo en Guatemala?

208 respuestas



Al plantear la interrogante el 79.3% respondió que sí le gustaría conocer más de la CONRED e involucrarse y el 20.7% que no le gustaría conocer más de la CONRED.

Luego de obtener los datos se cuenta ahora con la percepción de usuarios de las redes sociales de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED. Con esta información y aplicando las bases teóricas utilizadas para el proceso, se identificó a nivel general que las personas tienen buena y excelente percepción de la labor que la institución realiza y esto se debe a que la entidad se mantiene en el clima de opinión por los diferentes sucesos que debe coordinar.

Ahora bien, también es importante analizar si los usuarios en general tienen clara la función que la Secretaría Ejecutiva de la CONRED realiza, aunque en la encuesta respondió una gran mayoría que la asocian con la preparación, asistencia humanitaria y respuesta; considerando que al momento se ha utilizado una buena comunicación en las redes sociales, permitiendo claridad en los usuarios.

Relacionados con el objetivo que se planteó, las preguntas planteadas en los numerales 1, 2, 7, 8 y 9, en estas preguntas se conoció si la comunicación que utiliza actualmente la Secretaría Ejecutiva de la CONRED es la adecuada o al menos impacta en la opinión pública. Al menos en la pregunta uno el 93 por ciento respondió que conoce la función de la entidad, pero desconoce cómo se integra el Sistema CONRED que aglutina a más de 100 instancias entre públicas y privadas.

El propósito de las encuestas fue conocer la percepción de la población, la cual se forma con la información que se comparte por diferentes herramientas de comunicación considerando medios de comunicación, redes sociales y medios alternativos. Con la pregunta 7 se dejó claro que, aunque existan planes o protocolos, en su mayoría, estos no llegan a la población final, se queda en un nivel que regularmente interesa a los tomadores de decisión y los encargados de movilizar la asistencia humanitaria.

Anteriormente los medios de comunicación eran los que marcaban el paso a la opinión pública, situación que cambió con las redes sociales, las Tecnologías de la Información y la Comunicación -TIC's-, han simplificado la forma de comunicar, aunque en otras ocasiones también generan desinformación. Todos estos términos y maneras de comunicar forman parte de la Sociedad del Conocimiento que la institución ha aprovechado estas herramientas para divulgar el accionar.

La pregunta 8 sirve como ejemplo del párrafo anterior ya que al consultar si la ayuda llega a las personas que verdaderamente lo necesitan, el 76 por ciento de los encuestados respondió que sí y el 24 por ciento que no llega a las familias afectadas. En la visita a la institución se conversó con la directora de Comunicación Social e indicó que, al momento de la entrega de los recursos a los afectados, todo se divulga como un proceso de transparencia para que la población en general pueda conocer del apoyo que se brinda. El aprovechar las herramientas es importante para visibilizar el trabajo. Acá también se puede hablar si la entrega se hace en un tiempo razonable a lo que el 65.9 por ciento respondió que sí.

El aprovechamiento de la cobertura de los medios de comunicación también se habla en la teoría que sirve de base, y una de las preguntas estaba relacionada directamente los medios que prefieren para informarse. El 52.9 por ciento señala que utiliza los medios de comunicación y las redes sociales para informarse, pero el dato importante es que a pesar de que eligen las dos opciones, un 22.6 por ciento prefiere informarse del acontecer nacional a través de los medios de comunicación.

Una buena parte de la población utiliza la red social *Facebook* y de esa manera respondieron al consultarse ¿cuál red social prefieren para informarse? El 61 por ciento indicó que *Facebook* y el 19.2 *Twitter*. Aunque también existe un número considerable que lo hace por *Whatsapp*, *Instagram* y *YouTube*, en donde se viraliza el contenido que se comparte.

El segundo objetivo específico planteado, que busca determinar el mensaje para comprender el accionar, se relaciona a lo señalado con la teoría en opinión pública, algo del autor Raúl

Rivadeneira Prada, se centra en que la información es clave para la sociedad, de ahí parten para actuar, del conocimiento y de la búsqueda de la información.

La encuesta identificó la necesidad de fortalecer el traslado del mensaje, especialmente para identificar como se integra y trabaja para la población desde uno de los escenarios. Aunque algunos usuarios indican conocer cómo se integra el Sistema CONRED, con qué asocian a la institución, los momentos en que viene la palabra CONRED a la mente y se asocia a la preparación, respuesta, mitigación y asistencia humanitaria.

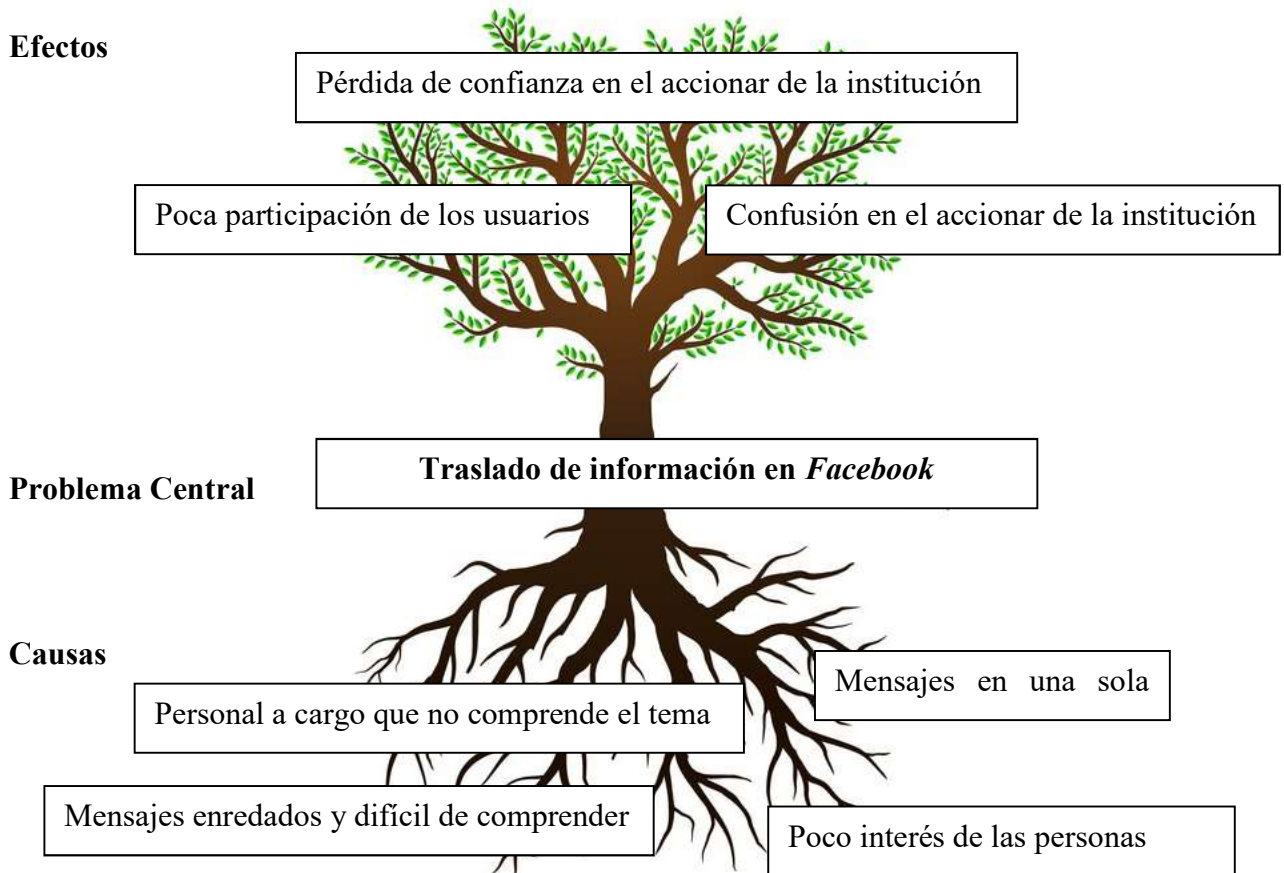
Para responder la pregunta de investigación del proyecto, se preguntó a los usuarios de las redes sociales ¿cuál es la percepción de la población respecto al manejo de la asistencia humanitaria y la entrega a las personas? El 69.2 por ciento consideró que es buena; el 23.1 es excelente para los usuarios; 6.7 por ciento señala que es mala la percepción y el 0.5 por ciento debe supervisar a las autoridades para que se entregue a las personas necesitadas.

Una buena parte de los encuestados indicó que es una buena percepción de la población respecto al manejo de la asistencia humanitaria y la entrega a las personas. Y el 23.1 por ciento señala que es excelente.

La opinión pública es la expresión de la mayoría y el compartir información, responder consultas y corresponder a los usuarios en redes sociales influye que la percepción sea buena en el manejo de la asistencia humanitaria y la entrega de estas a las familias afectadas. Para mantener esa buena percepción se debe continuar trasladando datos constantemente y compartiendo información general, esa misma información es la que más adelante puede generar que la percepción de la población cambie a excelente.

Se elaboró un árbol de problemas para graficar lo detectado con las encuestas, principalmente en el contenido que se comparte en la red social Facebook, que sirvió de plataforma para implementar las encuestas:

Ilustración 1 – Árbol de problemas



Fuente: elaboración propia

2.3 Propuesta de soluciones

Luego de los análisis correspondientes, considerando la teoría y los resultados obtenidos en la encuesta virtual que se implementó, se puede identificar como uno de los problemas comunicacionales es el traslado de información, la forma como se comparte el mensaje, principalmente en la red social *Facebook*.

Por ello, se comparten posibles soluciones que se pueden implementar en la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED para que el mensaje llegue a la población y con ello evitar confusión en usuarios de la red social *Facebook*.

1. Que la persona que se encuentra a cargo de publicar en redes sociales o en generar información, comprenda bien todo el accionar de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED o bien que una persona con experiencia acompañe la labor de la persona designada.
2. Implementar material de fácil comprensión, podrían ser infografías con detalles generales o abordaje en gestión integral para la reducción del riesgo de desastres.
3. Iniciar campañas no solo enfocadas en las grandes emergencias, sino en todos los mecanismos que la institución tiene relación.
4. Realizar transmisiones a través de la red social *Facebook* o compartir material que ejemplifique la labor de entrega de asistencia humanitaria, para reforzar la parte del apoyo a las personas afectadas.
5. A través de los medios de comunicación solicitar espacios para el abordaje de la gestión integral del riesgo, establecer las alianzas para que luego se aprovechen los espacios que los medios puedan brindar.

Capítulo 3

Fortaleciendo la comunicación de asistencia humanitaria en desastres

3.1 Objetivos

3.1.1 Objetivo general de la estrategia

Formular contenido clave en manejo de asistencia humanitaria para que la Secretaría Ejecutiva de la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -SE-CONRED-, comparta en la red social *Facebook*.

3.1.2 Objetivos específicos de la estrategia

- a) Definir mensajes de manejo de asistencia humanitaria como parte del proceso educativo con seguidores en *Facebook*.
- b) Identificar mensajes en manejo de asistencia humanitaria durante la repuesta a un desastre.
- c) Establecer el material a compartir en la red social Facebook durante el antes y después de una emergencia.

3.2 Públicos objetivos

Para cumplir con el objetivo planteado se establecen públicos primarios y secundarios con quienes se trabajará para los cambios en los procesos de información a través de la red social Facebook.

Público primario: Se considera como parte del público primario a las personas que laboran en la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED y que tienen a su cargo compartir información a través de la red social *Facebook*. La o las personas que realizan esta acción deben conocer los pasos y el manejo de la asistencia humanitaria, así como la

información relevante en las fases del antes, durante y después de una emergencia, de esta manera compartirlo en *Facebook*.

Público secundario: Identificados en este público a los seguidores de la institución a través de la red social *Facebook* en quienes debemos influir para que conozcan el manejo de la asistencia humanitaria y puedan compartir el material que la institución elaborará, generando opinión pública.

3.3 Análisis del entorno

La dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, tiene funciones principales que van desde la interacción con medios de comunicación, pero también el generar material educativo para compartir en redes sociales, siendo este último el vínculo directo con la población que utiliza la red social *Facebook* para entretenerse e informarse.

El generar material educativo se encuentra identificado en la estrategia de comunicación social que fundamenta el trabajo de la dirección, es importante indicar que dicha estrategia ha sido adaptada a los productos comunicacionales que actualmente son utilizados por la mayoría de la población.

Durante la visita que se realizó a la institución y con la entrevista a la persona que lidera el equipo de comunicación, se identificó que el manejo de información recae en una persona, la persona que tiene a su cargo trasladar información a los medios de comunicación y que, en ocasiones, como en el caso de una emergencia, tiene que atender varias solicitudes y deja solo a las personas que informan en redes sociales, especialmente *Facebook*.

El contexto local en donde se evidenció el problema radica en que las personas que tienen a su cargo publicar el mensaje aún no conocen bien el funcionamiento de la institución y máximo del accionar que se activa al momento de una emergencia, considerando relevante en este proceso el manejo de la asistencia humanitaria. Esto, aunado que la persona que guía en el traslado de

información se encuentra atendiendo a los medios de comunicación, genera que el contenido en su momento no sea el adecuado o no se utilice el mensaje correcto en la fase de respuesta.

Por lo tanto en la estrategia de comunicación vinculada al traslado de información en manejo de asistencia humanitaria se debe contemplar por un lado lo que los usuarios se encuentran consultando y por el otro la información que debemos compartir para guiar en el conocimiento a los usuarios de *Facebook*, eso sin duda causará un impacto mayor en la red social y con medios de comunicación que también se encuentran atentos a lo que se comparte, a su vez causará un cambio en la imagen de la institución y de la opinión pública concedora de los procesos nacionales que se activan para brindar la asistencia a los damnificados por un desastre.

Por el enfoque que la Secretaría Ejecutiva de la CONRED tiene en el país, es relevante implementar una estrategia de comunicación enfocada directamente en el manejo de la asistencia humanitaria ya que en el momento de una emergencia causa controversia o no queda claro los pasos a seguir que a raíz de eventos anteriores ha servido para atender a las personas.

La institución cuenta con el apoyo de cooperantes nacionales e internacionales para desarrollar contenido adecuado en manejo de asistencia humanitaria para compartir en *Facebook*, considerando viable la puesta en marcha de la estrategia para fortalecer la opinión pública en manejo de asistencia humanitaria cuando ocurre una emergencia.

3.4 El mensaje

Para la estrategia se considera un mensaje principal pero también se hace acompañar de dos mensajes adicionales dirigidos para los dos públicos identificados. El mensaje central de la estrategia es: “Ser mejor humano por los afectados”.

El mensaje para el público primario: “Informando apoyo a los afectados”, dirigido a las personas que comparten contenido en redes sociales.

Al público secundario, seguidores en *Facebook*, se considera el mensaje: “Comparto por los afectados”, enfocado en compartir información de la institución.

3.5 La estrategia

Para establecer y medir el cumplimiento de la estrategia y observar cambios en la opinión pública se debe comprender el periodo de un año en donde personal de la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, que tienen a su cargo publicar en redes sociales, comprendan del manejo de asistencia humanitaria y con ello garantizar el traslado de información a los usuarios de *Facebook*.

Considerando los dos públicos se debe tener presentes las tres etapas para informar en asistencia humanitaria (antes, durante y después de una emergencia), considerando en la etapa del “antes” todos los mensajes que sirvan para educar a la población y dar a conocer los procesos que la Secretaría Ejecutiva de la CONRED realiza en atención de las personas que resultan afectadas por un incidente, es decir esta etapa debe servir para educar y compartir la preparación de la población.

En el “durante” el enfoque central debe ser la atención directa que la población recibe por parte de las instituciones que forman parte del Sistema CONRED reconociendo que la importancia en ese momento es salvar vidas, luego la habilitación de albergues y seguido por el proceso de traslado de recursos que forman parte de la asistencia humanitaria. Este proceso es importante porque será la información que llegará a medios de comunicación y usuarios en general, de acá parte para la percepción que la opinión pública tendrá de la labor institucional.

El “después” está enfocado en la atención que la población continuará recibiendo luego de las 72 horas de la fase que dura la respuesta y en las primeras horas del después es clave establecer el procedimiento o línea a seguir porque nuevamente la opinión pública estará vigilante del manejo de la asistencia humanitaria, no faltarán grupos de personas o medios de comunicación que compartan información donde den a conocer que las personas aún no reciben ayuda, es parte del

proceso pero debe estar claro ese mecanismo de entrega de asistencia en las poblaciones afectadas.

En los tres procesos es importante conocer la experiencia que el país o que la institución ha tenido en emergencias anteriores, pero se hace necesario que también conozcan los protocolos que a nivel internacional se manejan en asistencia humanitaria, así como los principios de protección que tanto damnificados como personal humanitario deben tener. Por ello también se debe conocer la Carta Humanitaria y Normas Mínimas para la Respuesta en Caso de Desastres de Esfera o más conocido como “El Proyecto Esfera”.

El Proyecto Esfera es un documento que los países integrantes de Naciones Unidas establecieron, entre ellos Guatemala, para brindar asistencia humanitaria y rendir cuentas. Esta información puede utilizarse para formar a los públicos para que conozcan la cantidad y los recursos que deben facilitarse a los damnificados durante una emergencia.

Para alcanzar el objetivo principal y fortalecer el conocimiento de las personas que tienen a su cargo publicar contenido en la red social *Facebook* de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, es importante resaltar la labor de la institución y el fundamento legal que permite el actuar en las tres fases (antes, durante y después), pero adicional al contexto nacional también se deben conocer las experiencias en otros países que ha permitido brindar información oportuna a la población y con ello generar opinión pública favorable.

Con el conocimiento alcanzado por el personal de la institución el resultado esperado con los usuarios de la red social debe ser el de mayor comprensión del actuar de todo el Sistema CONRED. Con contenido especial que aborde las tres fases, enfocándonos en el antes como el proceso de formación de opinión de los usuarios y que ellos compartan la información en redes sociales.

Es importante que desde la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED se realice todo el proceso de formación a lo interno y se fortalezca mucho más la información que a través de redes sociales se comparta en asistencia humanitaria.

3.6 Tácticas o acciones de comunicación

Establecidos los públicos a quienes se dirige la estrategia y por ende las campañas que la integran, se establece como mensaje central “Ser mejor humano por los afectados” que enmarca los mensajes para cada público. Para el público primario el mensaje es “Informando apoyo a los afectados” y el mensaje para el público secundario “Comparto por los afectados”.

Con los mensajes para cada público se consideran las siguientes tácticas o acciones de comunicación:

Tabla 2 – Acciones para los dos públicos

Público	Acción 1	Acción 2	Acción 3	Acción 4	Acción 5
1-Personas que laboran en la dirección de Comunicación Social de la SE-CONRED	Integrar un grupo dentro de la dirección que participará en las acciones.	Reuniones en fortalecimiento o de manejo de asistencia humanitaria en Guatemala.	Taller de fortalecimiento de El Proyecto Esfera.	Elaboración de mensajes claves para utilizar en redes sociales.	Elaboración de material audiovisual para utilizar en redes sociales.
2-Seguidores de la institución a través de la red social Facebook	Iniciar campaña de fortalecimiento o de manejo de asistencia humanitaria.	Establecer encuestas para determinar conocimiento del manejo de asistencia humanitaria.	Invitar a seguidores a taller de intercambio para conocer el cumplimiento de protocolos en asistencia humanitaria en Guatemala.	Invitar a seguidores a que compartan en su Facebook material que publica la institución en manejo de asistencia humanitaria.	

Fuente: elaboración propia.

3.7 Canales y medios por utilizar

Se han analizado diferentes canales o medios que se utilizarán con los públicos identificados para alcanzar el fin primordial: fortalecer el conocimiento en el manejo de asistencia humanitaria en nuestro país y guiar a la opinión pública en cómo la Secretaría Ejecutiva de la CONRED acciona en el antes, durante y después de una emergencia.

Para el público primario (colaboradores de la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED), se utilizarán medios como presentaciones en reuniones establecidas, actividades lúdicas para ejemplificar el manejo de asistencia humanitaria, así como el envío de cuestionarios electrónicos para identificar el conocimiento adquirido.

En cuanto al público secundario (seguidores de la institución en la red social *Facebook*), se utilizará como medio principal la plataforma de la red social *Facebook*, material audiovisual, presentaciones y actividades lúdicas que ejemplifiquen el trabajo logístico en atención de las personas afectadas por los desastres.

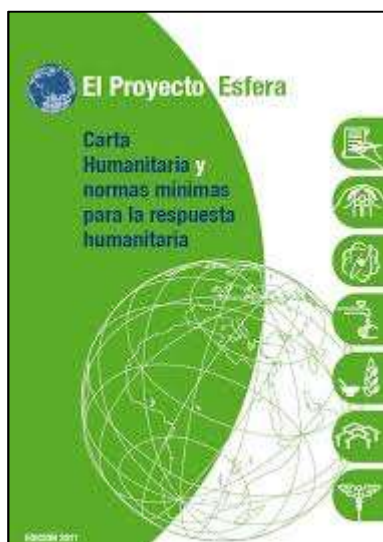
Con la aplicación de estos canales o medios se podrá generar el fortalecimiento deseado y con ello comunicar de la mejor manera el tratamiento que se da a la asistencia humanitaria, para ello la herramienta de comunicación a utilizar es vía electrónica.

En cuanto al diseño y contenidos, estos saldrán del grupo que internamente en la dirección de Comunicación Social se establecerá, quienes analizarán la mejor manera para comunicar y la línea gráfica a seguir que deberá principalmente continuar con el enfoque institucional.

El material debe estar relacionado directamente con el contexto de país, considerar el público final al que se enfoca y también los fenómenos naturales que tienen mayor impacto en el país como inundaciones, eventos sísmicos, erupciones volcánicas, deslizamientos y derrumbes, entre otros.

Adicional a las condiciones de país y el manejo que la Secretaría Ejecutiva de la CONRED ha llevado a cabo en respuesta a eventos recientemente, también corresponde abordar la temática internacional a la que Guatemala es signataria para transparentar los procesos y mecanismos que institucionalmente se implementan.

Ilustración 2 – Portada de El Proyecto Esfera



El Proyecto Esfera establece íconos que pueden utilizarse en el material que la institución pueda elaborar.

Sirve de base para los mensajes claves en el contenido a compartir en la red social Facebook.

3.8 Cronograma

La estrategia se ha planteado para un año, logrando con ello fortalecer los conocimientos de las personas encargadas de publicar material en la red social Facebook y generar el cambio en la opinión pública que sigue a la institución a través de la red social.

Considerando que durante los últimos meses del año representa una disminución en incidentes que se registran en el país, la estrategia se planifica iniciar en noviembre y será hasta octubre del siguiente año que permita evaluar la misma. También es importante remarcar que en el momento

de las capacitaciones internas no debe olvidarse que en la red social *Facebook* debe compartirse material constantemente, no se debe dejar por un lado a los seguidores.

Se ha contemplado el siguiente cronograma para implementar:

Tabla 3 – Cronograma de actividades de la estrategia

Cronograma de actividades - estrategia de comunicación													
Actividades	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	
Integrar grupo interno	■												
Reunión del grupo formado	■	■											
Taller El Proyecto Esfera		■											
Elaboración mensajes claves		■											
Elaboración material audiovisual			■										
Inicio campaña en Facebook				■									
Encuestas de evaluación					■								
Actividad con seguidores					■								
Invitar a compartir material				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Encuesta de evaluación								■		■		■	

Fuente: elaboración propia.

3.9 Presupuesto

En la implementación de la estrategia se contempla el presupuesto adecuado con el recurso humano institucional y elementos adicionales como un taller en un hotel con duración de 12 horas, el pago de una publicación con mayor alcance por 30 días en *Facebook* y con alcance mínimo entre 3 a 5 mil usuarios en la misma red y el encuentro con seguidores en la sede la institución para enseñar los mecanismos logísticos de asistencia humanitaria.

Para determinar el costo del grupo se consideró un 25 por ciento del salario mensual de cada integrante del grupo considerando 4 personas y eso se multiplica por los 12 meses que comprenderá la campaña como tal. También el salario del consultor que guiará en los primeros 6 meses para luego dejar encaminado el proceso de traslado de información en *Facebook*. La

evaluación final deberá realizarla la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED con el control y seguimiento que se establece en este documento.

Tabla 4 – Presupuesto para implementar la estrategia

Cantidad	Producto/Servicio	Costo Mensual	Costo Total
1	Taller El Proyecto Esfera	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Pago <i>Facebook</i> inicio campaña	Q210.00	Q210.00
1	Encuentro con seguidores	Q600.00	Q600.00
48	Grupo interno (integrado por 4 personas por un año)	Q2,500.00	Q120,000.00
6	Consultor que desarrolla la campaña (6 meses)	Q12,000.00	Q72,000.00
TOTAL			Q197,810.00

Fuente: elaboración propia con base a cotizaciones para la implementación de la estrategia.

3.10 Control y seguimiento

El control y seguimiento de la estrategia se realizará desde la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, tanto la directora como subdirector deberán evaluar periódicamente que se comparta el material en manejo de asistencia humanitaria en la red social *Facebook*, además crear mecanismos de seguimiento con el grupo integrado por colaboradores de la dirección y que elaboraron mensajes y material que se publica.

Cuando se inicie con la campaña en *Facebook*, semanalmente se debe conocer el alcance obtenido, para ello será importante conocer el incremento en usuarios en la red social de la institución, la interacción en la misma, las preguntas que se generan a raíz del contenido y la cantidad de veces que se comparte el material en el *Facebook* personal de cada seguidor. Esos elementos servirán para el evaluar y corresponden al control y seguimiento de la estrategia.

Conclusiones

Aunque se evidenció en el tiempo de la investigación que la percepción sobre la SE-CONRED es buena y excelente, es importante ejecutar la estrategia de comunicación en relación a la asistencia humanitaria, fortalecer el conocimiento que las personas puedan tener y aprovechar que el 61 por ciento de los encuestados señala que utiliza la red social *Facebook* para informarse, siendo una red gratuita para compartir información, la entidad debe preparar material para educar en protocolos y procedimientos que se ejecutan cuando ocurre un desastre.

Partiendo de lo indicado por Raúl Rivadeneira Prada y que tiene base fundamental en esta investigación, en cuanto a la información que es clave para la sociedad y que de ahí parten para actuar, del conocimiento y de la búsqueda de la información, mientras más contenido se comparta en las herramientas de información, la población tendrá una percepción adecuada y podrá manejar contenidos, vocablos o no dudará en el actuar de las instituciones que se encargan del manejo de la asistencia humanitaria.

El principal problema que se identificó en el diagnóstico de comunicación en la dirección de Comunicación Social de la SE-CONRED es el traslado de información, el contenido que a través de la red social *Facebook* se está compartiendo, por ello es clave generar material con contenido en asistencia humanitaria evidenciando a dos públicos, en primer lugar, a lo interno de la dirección y en segundo lugar a los seguidores de la institución en la red social. El contenido debe enfocarse en educar, informar y comunicar.

La comunicación es el eje transversal en todos los procesos que realizamos y durante una emergencia lo es aún más para evitar caos y en el manejo de asistencia humanitaria también genera que la percepción se vincule a un lado positivo o negativo. Se deben reconocer las herramientas que la población prefiera para informarse y ejecutar desde esos espacios campañas que sirvan para fortalecer el conocimiento y comprender el actuar institucional al momento de un desastre.

Referencias

Rivadeneira, R. (2007) *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*. 4a ed. México: Trillas.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencias y la Cultura -UNESCO- Representación Perú (2011) *Manual de gestión de riesgos de desastres para comunicadores sociales*.

El Proyecto Esfera (2011) *Carta Humanitaria y normas mínimas para la respuesta humanitaria*. 3ra ed. Reino Unido: Practical Action Publishing.

E-grafías

Facebook CONRED <https://www.facebook.com/conredgt>

Twitter CONRED <https://twitter.com/conredguatemala>

Instagram CONRED <https://www.instagram.com/conredgt/>

YouTube CONRED <https://www.youtube.com/user/conredgt>

Calculadora del tamaño de la muestra <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Anexos

Preguntas que formaron parte de la encuesta electrónica que permitió conocer la opinión de usuarios de la labor que realiza el Sistema CONRED en Guatemala:

1. ¿Conoce la función que realiza la Coordinadora Nacional para la Reducción de Desastres -CONRED- en el país?
2. ¿Cuántas instituciones u organizaciones integran el Sistema CONRED?
3. ¿Sabía que usted forma parte del Sistema CONRED y por lo tanto todos somos responsables de la reducción del riesgo de desastres?
4. ¿Cómo asocia a la CONRED?
5. ¿En qué momento piensa usted en la CONRED?
6. Al momento de una emergencia ¿cuál considera es el principal objetivo de la CONRED?
7. ¿Conoce cuál es el protocolo para la entrega de ayuda humanitaria que el Sistema CONRED activa en una emergencia?
8. ¿Considera que al momento de una emergencia la ayuda y asistencia humanitaria llega a las personas afectadas y damnificadas?
9. ¿Cómo cataloga el tiempo en la entrega de ayuda humanitaria a las familias afectadas y damnificadas por parte del Sistema CONRED?
10. ¿Cómo se informa usted del trabajo que realiza la CONRED?
11. Si prefiere informarse a través de redes sociales ¿cuál elige?
12. ¿Cuál es su percepción de la CONRED?
13. Con relación al manejo de la ayuda y asistencia humanitaria que la CONRED realiza ¿cuál es su percepción?
14. ¿Le gustaría conocer más de la CONRED e involucrarse en el conocimiento del riesgo en Guatemala?

Guatemala, 08 de noviembre de 2018

- 004759

Licenciado
Sergio Roberto García Cabañas
Secretario Ejecutivo de la CONRED
Presente

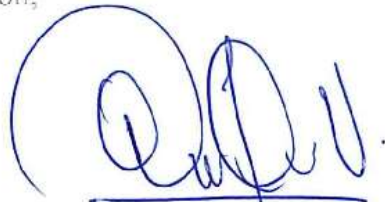
Deseo sus actividades en la institución se desarrollen de la mejor manera. Mi nombre es David Oswaldo De León Villeda, estudiante de la Maestría en Comunicación Estratégica y Opinión Pública de la Escuela de las Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, me identifico con el registro académico 200318141 y carné 2585 46573 0101.

Como parte del proyecto de graduación previo a optar al grado académico de Maestro en Artes, cada estudiante realizó una investigación en comunicación y opinión pública. En mi trabajo realicé el proceso de investigación titulado **“Percepción de la opinión pública en el manejo de la asistencia humanitaria en situación de desastre”**, considerando que uno de los problemas de opinión pública que se genera en el país se encuentra relacionado a la asistencia que se brinda a las personas al momento de una emergencia.

Mi proyecto fue aprobado y es el resultado del proceso de investigación que realicé en la dirección de Comunicación Social de la Secretaría Ejecutiva de la CONRED, así como encuestas electrónicas en abril de 2018, reflejando la percepción de la población en ese momento.

Considero que la investigación y la estrategia de comunicación que se recomienda en el documento puede ser útil para que se implemente en la institución y apoyar en generar una percepción adecuada en el trabajo que ustedes implementan al momento de una emergencia con las personas afectadas.

Agradeciendo su atención,



David Oswaldo De León Villeda
Registro académico 200318141
Carné 2585 46573 0101



RECIBIDO
Comunicación

13 NOV 2018

Firma Puata Hora 10:40