



Comunicadora pública de la ciencia - equipo técnico de comunicación SIUCAM (michelle.morelos04@gmail.com)

Procesos y estrategias de comunicación para un sistema de información unificado sobre cuencas y agua en México

Michelle Montserrat Morelos Cabrera
Jaime Suaste Aguirre



Coordinador operativo del proyecto SIUCAM (CONACYT-FLACSO) (suasteaguirre@gmail.com)

El presente escrito describe las actividades y estrategias de comunicación de un proyecto que está en pleno desarrollo: el *Sistema de información unificado sobre agua y cuencas en México (SIUCAM)*, que inició operaciones en 2021, financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) hasta 2024, implementado por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), sede México. Este proyecto tiene por objetivo general diseñar, construir, probar y establecer un instrumento único, estandarizado, abierto y colaborativo de información sobre los sistemas de flujo atmosféricos, biosféricos y litosféricos del ciclo socio-natural del agua en las cuencas hidrológicas del país (**Figura 1**).



Figura 1. Propuesta visual de la plataforma versión 3.0. Diseño web: Nabil Pheres.

El grupo de trabajo está constituido por un equipo de investigación multi e interdisciplinario, que está comenzando a realizar actividades en cuatro zonas piloto del país: Cuenca de Río Santiago, Río Grijalva-Usumacinta, Río Mayo y Río Jamapa (Figura 2). El SIUCAM requiere de una incesante actividad de gestión y vinculación y, por tanto, una dinámica labor de acciones de comunicación que permitan generar espacios de encuentro, emitir mensajes clave, producir materiales gráficos y audiovisuales, que le den cohesión tanto a las actividades realizadas por los

equipos de manera regional, como al trabajo de coordinación general y sus espacios de negociación y gestión.

El objetivo de este artículo es hacer una revisión de las tareas que, en materia de comunicación, se han realizado en el marco del proyecto desde la planeación de las estrategias de comunicación en su fase de diagnóstico, pasando por la sistematización de sus resultados en la primera etapa de trabajo de campo y la proyección de actividades para las siguientes fases de la organización.

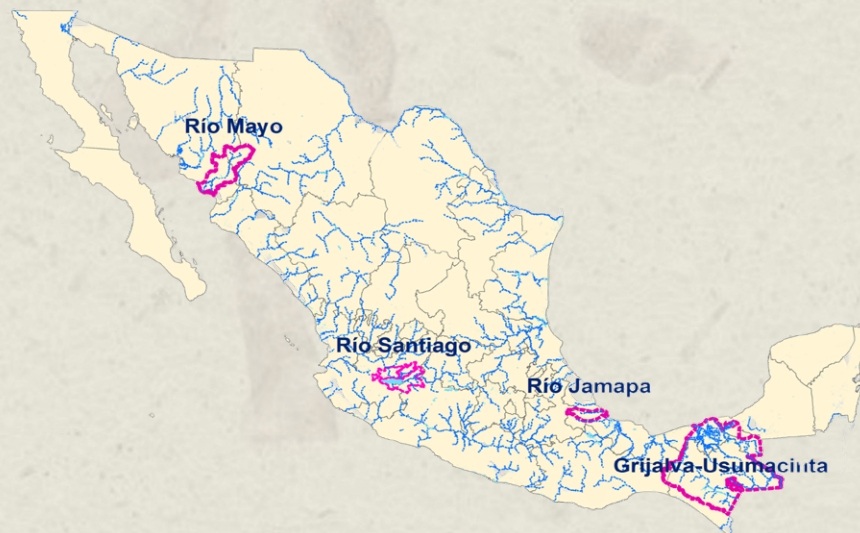


Figura 2. Zonas piloto de trabajo del *Sistema de información unificado sobre agua y cuencas en México (SIUCAM)*. Imagen: Estrella Cruz.

Debido a que el sistema convoca a participar a múltiples organizaciones que cuentan con diversos saberes y conocimientos, el trabajo y las estrategias de comunicación se realizan desde dos perspectivas.

La *Comunicación Institucional (CI)*, que es "la gestión interna y externa de la información de una organización, que afecta a un determinado público. Aporta a las personas conocimientos de la institución (servicios, productos, cultura), y se convierte en enlace entre la organización y la sociedad" (Burgueño, 2016).

Las principales herramientas para transmitir información en la CI parte del uso de espacios grupales, de plataformas electrónicas y la realización de actividades presenciales o en línea. La divulgación de actividades o información de

interés común adopta formatos interpersonales y colectivos internos.

Este tipo de comunicación se encuentra presente en las organizaciones gubernamentales y académicas que se han visitado, las cuales ponderan, en múltiples ocasiones, un flujo vertical de la información. Por esta razón la claridad de los mensajes es clave para que las personas involucradas en el proyecto conozcan los resultados y las bases teórico-metodológicas definidas durante la etapa diagnóstico, y a su vez, los asociados fueran capaces de transmitir con los demás actores la necesidad de contar con una base unificada de información (Figura 3).

Por otra parte, la *Comunicación para el Desarrollo*, que pretende establecer "un sistema de interlocutores" (Calvelo, 1990), en el que se puedan consensuar



Figura 3. Actores clave de la cuenca Grijalva - Usumacinta observando el material audiovisual realizado por el equipo de comunicación. Fotografía: Estrella Cruz.

decisiones y gestionar contenidos de manera conjunta para el SIUCAM con organizaciones de base. Este tipo de modelos de comunicación se distinguen de los tradicionales al dejar de ser unidireccionales (emisor - medio - receptor), y al estar “*encaminada a la autogestión del desarrollo social mediante la participación ciudadana*” (López-Jiménez, 2003).

A pesar de que el equipo en 2021 y 2022 se enfocó en la transmisión de mensajes a un nicho especializado o sensibilizado a la temática del agua, las personas que conforman el equipo de trabajo en campo ofrecieron un reconocimiento a los interlocutores que participan o están interesados en colaborar con el proyecto. Este interés se vio reflejado, por ejemplo, en la realización de un Taller de presentación del Sistema en la cuenca del Río Jamapa, durante el evento la dirección de los mensajes y la retroalimentación de los actores

permitió sentar las bases para concebir la idea de flujos horizontales y la creación de redes de comunicación que se espera fortalecer en 2023 y 2024 (Figura 4).

Ambos tipos de comunicación requieren emplear una serie de estrategias diferenciadas, sectoriales, presenciales y en línea, que permitan establecer acuerdos y convenios para que los actores se sumen al proyecto, el cual pretende conformar una plataforma que le dé espacio a todas las instancias que posean información del recurso hídrico en México y reduzca la incertidumbre de la situación del agua en el país.

Para apoyar en el trabajo de adhesión de distintos grupos al SIUCAM, el equipo técnico de comunicación trabajó desde dos áreas: la definición de discursos internos y el establecimiento de una estrategia de comunicación para facilitar el diálogo entre distintos tipos de actores y sectores.



Figura 4. Asistentes al Taller de presentación del Sistema Unificado de Información sobre Agua y Cuencas de México para la Cuenca del Río Jamapa, el 07 de octubre de 2022 en Huatusco, Veracruz, México. Fotografía: Estrella Cruz.

En relación con la definición de discursos internos se realizaron materiales de apoyo para la arquitectura de la información de la plataforma web en su versión 1.0 y 2.0. Una "arquitectura de la información correcta permite estructurar y etiquetar el contenido de modo que los usuarios puedan encontrar la información fácilmente" (Pheres, 2022), es decir, no sólo se requiere una plataforma técnicamente robusta con un diseño web responsivo, también es clave establecer

conceptualmente lo que se espera mostrar y encontrar en un sistema como el del SIUCAM.

En este sentido, se desarrolló un *libro de códigos* del sistema de captura de información, el cual fue construido de manera colaborativa y sienta las bases teóricas respecto a cómo y qué se debe de agregar en cada campo del formulario disponible en plataforma. Hasta finales de 2022, la biblioteca temática del SIUCAM contaba con 1 379 archivos disponibles

para su consulta, por lo que el consenso entre todas las partes involucradas en el proyecto fue clave para disminuir errores y editar, agregar o modificar el nombre de algún elemento que se muestra durante la carga de datos en el sistema.

Además, para cumplir con la tarea de proporcionar a los actores asociados al proyecto información básica sobre el SIUCAM, se estableció otra línea de trabajo, la producción audiovisual interna y externa. La realización de productos multimedia implicó un proceso de tres etapas: preproducción, producción y post-producción (**Figura 5**). Entre los videos que se realizaron se incluye *Carga de información plataforma SIUCAM para equipo interno* (<https://www.youtube.com/watch?v=eWDhGb5C1lk>).

Para producir los seis materiales audiovisuales durante 2022 se requirió el apoyo de los investigadores asociados para el establecimiento de un banco de imágenes y videos. Se recolectaron 550 materiales, los cuales están disponibles para uso interno y de las organizaciones asociadas al proyecto.

Otro de los pilares en materia de comunicación institucional fue la construcción de una identidad para la organización, es decir, el establecimiento de rasgos esenciales que distinguen al proyecto de los demás. Existen cuatro factores que determinan la identidad: "el comportamiento, su cultura corporativa, su identidad visual y su comunicación" (Mínguez, 2000). En el caso del SIUCAM, la segunda fase se enfocó en la definición



Figura 5. Proceso para la realización de productos multimedia del área de comunicación del SIUCAM.

de la identidad gráfica y conceptual. Una de las actividades consistió en la creación de distintos logos que tradujeran de manera gráfica algunos de los puntos claves del proyecto, así como otros materiales de comunicación para la capacitación y socialización de la plataforma, como la presentación general del proyecto (documento en *Power Point*), carteles e información general de talleres, Semblanzas del equipo de investigación 2022 y un resumen general.

Para el establecimiento de la estrategia de comunicación se realizaron materiales audiovisuales como base común para la presentación de los equipos en campo y facilitar el diálogo entre distintos actores. En los videos se mencionan los objetivos generales, los retos principales, la explicación del equipo coordinador acerca de los pilares teóricos y prácticos en los cuales se fundamenta el SIUCAM y se hace un llamado a la acción a que se integren a la iniciativa. La producción focalizada de videos e infografías se basó en las necesidades de comunicación de los equipos, un ejemplo de la implementación de esta propuesta fue con el equipo del Río Santiago. Este grupo de investigación requería ayuda para explicar la importancia de que la Universidad de Guadalajara, uno de los principales centros educativos de la región, formara parte del SIUCAM, sin embargo, no estaba claro para las autoridades receptoras en qué ayudaría su adhesión y de qué manera podrían participar.

Entre las acciones que se implementaron estuvo la creación de un video explicativo en el que se menciona el papel de las universidades y los centros de investigación en el proyecto, también se explicaba que, al publicar información en la plataforma alojada por el Conacyt, las instituciones cumplen con su obligación de transmitir a la ciudadanía los resultados de las investigaciones, muchas de ellas financiadas con dinero público. Este material audiovisual establece un precedente para que, en próximas etapas, el equipo técnico de comunicación se enfoque en la homologación de conceptos, mensajes y contenidos según el tipo de actor, institución o sector al que pertenezca.

En próximas fases del proyecto (2023-2024) se busca: construir, ejecutar y evaluar los resultados de las estrategias de comunicación, en línea y presenciales, entre instituciones y usuarios con distintos tipos de capacidad tecnológica, disponibilidad y acceso a la tecnología; posicionar al SIUCAM entre las instituciones y los usuarios como una plataforma en construcción, con un manejo de la información responsable, transparente y de interés ciudadano; transmitir mensajes para facilitar la consulta y el entendimiento de la plataforma a sectores clave y usuarios cautivos; y desarrollar materiales de comunicación digital que ayuden a sumar voluntades a colaborar y publicar información de manera constante en el SIUCAM.

El ejercicio de la planeación de las estrategias de comunicación estará determinado por la regionalización que se tiene de las zonas piloto hasta el momento. Su implementación se dividirá en el reforzamiento de los procesos iniciados en las zonas en las cuales se tiene trabajo avanzado, como el reforzamiento de mensajes clave y materiales de difusión que faciliten los acuerdos de trabajo o convenios entre organizaciones. Aunado a lo anterior, es importante fortalecer los procesos de comunicación interna del equipo de trabajo con el equipo coordinador, atendiendo las demandas de información en ambas direcciones para facilitar el avance consensuado de las acciones.

En resumen, contar con un sistema veraz, con información pública y de fácil acceso requiere de una estrategia de comunicación robusta, capaz de ayudar a mantener la plataforma del SIUCAM en el tiempo colaborativamente y actualizándose de forma colaborativa. Con base en esta experiencia sugerimos que para éste u cualquier otro proyecto se implementen estrategias de comunicación, adecuadas a contextos diversos, para contribuir a la adhesión de otras personas o colectivos en las iniciativas a favor de un uso integral del agua, e idealmente, se apropien y repliquen las propuestas de solución a otros espacios.

Referencias

- Burgueño, J. M. (2016). *Comunicación institucional para periodistas: Manual práctico de comunicación y relaciones públicas*. UOC, S.L.
- Calvelo M. (1998). La pedagogía masiva multimedial. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 28(4), 197-205. <https://www.redalyc.org/pdf/270/27028409.pdf>
- López Jiménez, D. F., (2003). El modelo de la pirámide invertida de la comunicación para el desarrollo humano.
- Mínguez, N. (2000). Un marco conceptual para la comunicación corporativa. *Zer: Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (8). <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/17426/15201>
- Pheres, N. (2022). *Informe final: Avances técnicos de la plataforma SIUCAM*. Conacyt, FLACSO.