



Sustento del uso justo
de **Materiales Protegidos**
derechos de autor para
fines educativos



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

UCI

Sustento del uso justo de materiales protegidos por Derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI - para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes en el curso “Generación y Manejo de Recursos para la Gestión Eficiente de las Áreas Protegidas” perteneciente al programa académico.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

- a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.
- b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.
- c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S.Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."
- d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.
- e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado

editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.



La Comunicación, Educación, y Conciencia Pública (CEPA)

*Una caja de herramientas para personas que coordinan las Estrategias
y planes de acción nacionales sobre diversidad biológica*

Frits Hesselink, Wendy Goldstein, Peter Paul van Kempen,
Tommy Garnett y Jinie Dela



Convenio sobre la
Diversidad Biológica



La Comunicación, Educación, y Conciencia Pública (CEPA)

**Una caja de herramientas para personas que coordinan
las Estrategias y planes de acción nacionales sobre
diversidad biológica**

Frits Hesselink, Wendy Goldstein, Peter Paul van Kempen, Tommy Garnett y Jinie Dela

Prefacio y Prólogo

PREFACIO

Sobre esta caja de herramientas

En la sexta reunión de la Conferencia de las Partes del Convenio sobre la Diversidad Biológica, el Programa de Trabajo relativo al artículo 13 sobre Comunicación, Educación y Conciencia Pública (CEPA) fue aprobado. Uno de los elementos del programa de trabajo fue el de promover el desarrollo de capacidades sobre CEPA para las Partes signatarias del Convenio sobre la Diversidad Biológica. Durante la octava reunión de la Conferencia de las Partes (COP - 8) en Curitiba-Brasil, en el 2006, las Partes adoptaron una lista de actividades prioritarias. La elaboración de una caja de herramientas para facilitar el desarrollo de capacidades y el prestar apoyo para la organización de eventos de capacitación a través de talleres regionales fueron considerados como parte de las actividades prioritarias. Los talleres tienen como objetivo la integración de las herramientas y metodologías de CEPA en la elaboración, aplicación y revisión de las Estrategias Nacionales de Biodiversidad y Planes de Acción (ENBPA).

Para lograr esta integración, la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica solicitó a la UICN que desarrolle una caja de herramientas de CEPA para los talleres de capacitación para las ENBPA, para su utilización por parte de los/as puntos focales del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB). Esta guía está destinada a ser utilizada por los/as puntos focales del CDB y para quienes tienen a cargo la aplicación de las ENBPA a nivel nacional.

Como primer paso, el equipo de la UICN encargado de desarrollar esta caja de herramientas, llevó a cabo un estudio sobre las demandas existentes de capacitación en CEPA, a través de una página web (del 1-15 de abril del 2006) enviada a 650 direcciones electrónicas¹. A partir del 1 al 31 de mayo del 2006, se realizó otra encuesta por medio de una página web, relacionada al tipo de ofertas de capacitación existentes sobre CEPA, la cual fue enviada a 320 direcciones electrónicas². Sobre la base de las conclusiones de las encuestas, el equipo de la UICN preparó un nuevo esquema de la caja de herramientas. Este esquema fue distribuido entre 410 expertos/as en CEPA en todo el mundo. La retroalimentación obtenida fue positiva y en concordancia con las sugerencias de las encuestas anteriores. Se realizaron entrevistas telefónicas adicionales, para clarificar los diferentes puntos.

En diciembre del 2006 - durante y después de una reunión del Comité Consultivo Informal sobre CEPA con el Secretario Ejecutivo del Convenio sobre la Diversidad Biológica - el esquema de la caja de herramientas fue discutido en detalle. Una animada discusión sobre las lecciones aprendidas en la aplicación de CEPA y sobre la utilización de diferentes cajas de herramientas, se intercambiaron con representantes del PNUMA, la Convención de Ramsar, la Convención Marco sobre Cambio Climático, la GTZ, SCDB y la UICN. La caja de herramientas se benefició significativamente con estos aportes.

¿Quién debe utilizar la caja de herramientas?

La caja de herramientas se ha creado para servir tanto como un recurso para los talleres de capacitación regional para las personas que coordinan las ENBPA, así como un recurso para cuando regresen a sus lugares de trabajo y deban responder a las problemáticas relacionadas con CEPA, como parte de sus responsabilidades diarias. Esta guía proporciona orientación sobre dónde, cuándo y cómo utilizar una amplia gama de intervenciones educativas y de comunicación.

¿Cómo usar la caja de herramientas?

La caja de herramientas consta de cuatro secciones que contienen orientaciones y herramientas para intervenciones en CEPA por parte de los/as coordinadores/as de las ENBPA.

Sección 1: ¿Por qué necesitamos CEPA y cómo empezar?

Sección 2: ¿Cómo gestionar redes y aumentar la conciencia pública?

1. Un reporte de 13 páginas de la encuesta sobre las demandas existentes de capacitación en CEPA, se encuentra disponible en la página web de la CEC-UICN: http://wcln.org/modules/Upload/store_folder/Surveys/CEPAToolkitDemandResults.pdf

2. Un reporte de 9 páginas sobre la encuesta relacionada con las ofertas existentes de capacitación en CEPA, se encuentra disponible en: http://wcln.org/modules/UpDownload/store_folder/Surveys/Report_supply_survey.pdf

Sección 3: ¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores?

Sección 4: ¿Cómo planificar la comunicación de manera estratégica?

Las secciones y los temas escogidos se basan en las encuestas que se realizaron a los/las usuarios/as de esta caja de herramientas. La mayor parte del contenido está organizado con base a la pregunta “¿cómo...?”.

Debido a que las personas que coordinan las ENBPA son gente ocupada y tienen poco tiempo para leer el contenido de cada “CÓMO” de CEPA, en todas las secciones se presenta en tres formas diferentes:

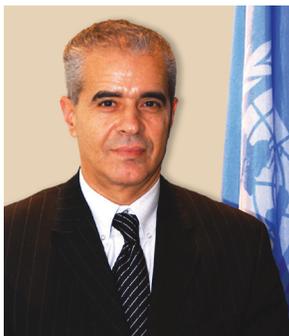
- 1. Hojas informativas**
- 2. Ejemplos**
- 3. Listados con puntos clave**

De esta manera la guía ofrece una oportunidad para que los/as lectores/as revisen rápidamente una página que atrae su atención, hacia otra que puede ser de utilidad inmediata para ellos/as. Esta caja de herramientas no pretende que se lea como un libro de texto o un manual de comunicación, desde la A hasta la Z.

El equipo que elaboró esta caja de herramientas ha utilizado una variedad de ilustraciones, herramientas y ejemplos, provenientes de todo el mundo. Se ha tratado de reconocer los créditos correspondientes en la medida de lo posible, citando las fuentes utilizadas. Las fuentes provenientes del sitio web de la CEC o de HECT Consultancy no se mencionan por separado. La guía está pensada como un documento vivo. Si usted tiene comentarios o sugerencias para mejorar esta caja de herramientas, por favor envíelas a: cec@iucn.org

Un CD Rom complementa esta caja de herramientas. Contiene descargas de:

- La caja de herramientas completa de CEPA
- Glosarios ‘Educativos’ para explicar términos y conceptos de CEPA, de Educación para el Desarrollo Sostenible - EDS - y Biodiversidad.
- Una selección de presentaciones en power point y videos
- Folletos y artículos relacionados con CEPA
- Recursos para lecturas adicionales sobre CEPA
- Enlaces útiles



Prólogo SCDB

La pérdida de biodiversidad es rápida y continua. Durante los últimos 50 años, los seres humanos han cambiado los ecosistemas más rápida y extensamente que en cualquier otro período comparable de la historia humana. Las especies se van extinguiendo a tasas 1.000 veces más rápidas, comparadas con las del pasado. Las causas directas de la pérdida de biodiversidad - el cambio de hábitat, la sobreexplotación, la introducción de especies exóticas invasoras, la carga de nutrientes y el cambio climático - no muestran señales de disminución. Cada año, entre 18.000 y 55.000 especies se extinguen.

Sin embargo, la conciencia pública y la preocupación por las presiones que se ejercen sobre la diversidad biológica a causa de las actividades humanas están creciendo en todo el mundo. Los medios de comunicación de masas y la web han contribuido a esta toma de conciencia. Los impactos de las opciones hechas por consumidores, productores y los hacedores de políticas sobre los ecosistemas del planeta ya no son abstractos ni invisibles.

Hay un refrán que dice que “una población educada no puede ser esclavizada.” Esto también es válido para la relación entre los seres humanos y la naturaleza. De hecho los actores clave están comenzando a comprender los efectos que sus acciones tienen sobre la diversidad biológica y su responsabilidad de cuidarla y de conservarla para las próximas generaciones.

La comunicación y la educación tienen un papel clave que desempeñar en esta construcción. En particular, son las herramientas que harán comprensible el concepto de diversidad biológica y su importancia para nuestras vidas. Así, estas herramientas son un valioso activo para la implementación del desarrollo sostenible. Las personas informadas, motivadas y comprometidas pueden ayudar a alcanzar los objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica, a través de la aplicación de las Estrategias y planes de acción nacionales sobre diversidad biológica. Sin embargo, la comunicación efectiva es todavía un desafío para muchos puntos focales y para los/as coordinadores/as de las ENBAP. Estos/as profesionales requieren considerar que es necesario tener en cuenta no sólo lo que se comunica, pero sino todo cómo lo comunicamos.

La comunicación eficaz incluye el tener los objetivos claros en cuanto a lo que se desea cambiar en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento. Se trata de los mensajes, las personas que emiten los mensajes, la elección de los medios de comunicación y el tono de voz. Necesitan ser revisados los mensajes tradicionales que utilizan los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales que instan al público y a otras partes interesadas a que cambien sus prácticas cotidianas. A menudo, estos mensajes utilizan demasiada jerga, son negativos, demasiado didácticos, abstractos o llenos de fatalidad. En lugar de motivar a las personas, corren el riesgo de que se inhiban. La lección que hay que aprender es que

la comunicación tiene que ser estratégica, positiva y que debe adaptarse a los distintos tipos de circunstancias y situaciones culturales.

Esta caja de herramientas es sobre comunicación, educación y sensibilización del público sobre la diversidad biológica. Proporciona hechos y ejemplos provenientes de diferentes partes del mundo. Su finalidad es ayudar a los/as Puntos Focales Nacionales y a los/as coordinadores/as de ENBPA a planificar, desarrollar y poner en práctica intervenciones de comunicación y educación que sean atractivas y eficaces, que hagan que la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica sea relevante, y una prioridad en la agenda de una amplia gama de grupos de involucrados.

Ahmed Djoghlaif, Secretario Ejecutivo del Convenio sobre la Diversidad Biológica

Prólogo UICN



Un futuro sostenible requiere cambios en todos los niveles - desde los niveles individuales hasta las organizaciones y las sociedades, desde lo local a lo nacional, y hacia lo global. Este es “el cambio profundo” que genera demandas sobre la comunicación y el aprendizaje. Sin embargo, ¿cómo estamos aprendiendo acerca del cambio?; ¿qué métodos realmente nos orientan hacia el cambio?; ¿nos estamos comunicando y estamos aprendiendo de manera que podamos gestionar los procesos de cambio más eficazmente? Si nos limitamos a las tradicionales perspectivas de la comunicación y la educación, no estaremos a la altura de nuestros objetivos para el cambio.

Para crear un profundo cambio, debemos encontrar la forma de gestionar la comunicación y el aprendizaje a través de las culturas y disciplinas, y colectivamente crear y gestionar nuevos conocimientos para soluciones sostenibles. La gestión del cambio se describe como un enfoque estructurado para la transformación de las personas, las organizaciones y las sociedades, moviendo nuestras metas desde el estado actual hacia el deseado.

Unos pocos principios pertinentes son: centrarse en el cambio deseado; comprender los “modelos mentales” y las culturas; respetar las necesidades y el contexto; vincularse y trabajar con diversos actores; construir relaciones y el capital social a través de redes sociales; enfocarse sobre procesos de aprendizaje individuales y sobre el aprendizaje organizacional y velar por la coherencia y congruencia entre el “decir y el hacer”.

En la Comisión de Educación y Comunicación de la UICN estamos formando una red de aprendizaje de capital social centrada en la educación y en la comunicación estratégica para el Desarrollo Sostenible. Estamos fomentando una organización de aprendizaje donde los/as expertos/as en la gestión del cambio, del conocimiento y del aprendizaje, así como en comunicación estratégica y en innovación, logren trabajar todos y todas juntos para alcanzar las metas del Desarrollo Sostenible.

Debido a que damos gran valor a las alianzas, la CEC trabaja con muchas instituciones y organizaciones. Desde hace muchos años la CEC ha desempeñado un papel importante en la promoción de la importancia de CEPA en los Convenios Ambientales y en concretar los programas de trabajo y actividades de CEPA. Es mi sincera esperanza que esta guía contribuya a crear una Comunidad de Aprendizaje de CEPA que será un imán para quienes han venido trabajando en las problemáticas de la biodiversidad durante las últimas décadas. Espero ver que estas personas profesionales pasen a formar parte de una masa crítica coherente capaz de catalizar los cambios profundos que se requieren para ofrecer las soluciones sostenibles, que serán fundamentales para nuestro paradigma de la esperanza.

Keith Wheeler, Presidente de la Comisión de Educación y Comunicación de la UICN

Agradecimientos

La Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica desea agradecer a las siguientes personas y organizaciones por sus contribuciones fundamentales a esta caja de herramientas:

Frits Hesselink, HECT Consultancy, Países Bajos, principal escritor, investigador y coordinador del proyecto

Wendy Goldstein, Macquarie University, Australia, por escribir, investigar, revisar y editar los textos

Tommy Garnett, Environmental Foundation for Africa, por escribir y revisar los textos

Peter Paul Van Kempen, Van Kempen Onderzoek es Advies, Países Bajos, por investigar, escribir textos y por el montaje del CD Rom

Jinie Dela, consultora privada, Sri Lanka, por examinar y editar los textos

Andy Alm, Alm Consultants, EE.UU., por la asistencia a las encuestas a través de la web

Javier Benayas, Vicerrector de la Universidad Autónoma de Madrid, por financiar la traducción de la Caja de Herramientas al español.

Ana Puyol, Vicepresidenta Mundial CEC, por la traducción, edición y revisión técnica de la Caja de Herramientas de CEPA al español.

Susana Calvo, Comité Directivo UICN-CEC, por la revisión técnica de la traducción de la Caja de Herramientas de CEPA al español.

Marta Andelman, por elaborar el concepto y gestionar el proyecto para la traducción de la Caja de Herramientas de CEPA al español y por la revisión técnica de la Caja de Herramientas de CEPA al español.

Daniela de la Torre, consultora privada, por formar parte del equipo de traducción de la Caja de Herramientas de CEPA al español y realizar la diagramación.

La Comisión de Educación y Comunicación de la UICN sobre educación y comunicación, a Ramsar y a Conservación Internacional por hacer disponibles su experiencia profesional y la de sus redes de CEPA

HECT Consultancy, Países Bajos, por hacer disponibles recursos adicionales de tiempo y dinero para el proyecto y por añadir un CD Rom con instrumentos e información adicional a la caja de herramientas

Los consejos, ejemplos, listados con puntos clave, sugerencias de textos, recursos, y las ilustraciones de la caja de herramientas fueron proporcionados por:

David Ainsworth (Canadá); Marta Andelman (Argentina); Diann Negro - Layne (Antigua y Barbuda); Gwen van Boven (Países Bajos); Peter Bos (Países Bajos); Haroldo Castro (EE.UU.); Desh Deepak Verma (India); Horst Freiberg (Alemania); Pieter Van der Gaag (Países Bajos); Sandra Aplaudé (Suiza); Elspeth Halverson (EE.UU.); Denise Hamu (Brasil) Wiepke Pastoreo (Bélgica); Peter Herkenrath (Reino Unido); Branka Hlad (Eslovenia); Charles Hopkins (Canadá); Suhel al Janabi (Alemania); Elin Kelsey (EE.UU.); Rebeca Kritsch (Brasil); Godi Van Lawick (Países Bajos); Ellen Leussink (Países Bajos); Arkadiy Levantinus (Kenya); Nik Lopoukhine (Canadá); Gillian Martin - Mehers (Suiza); Jeff McNeely (Suiza); Rosmarie Metz (Argentina); Joel Miles (Palau); Sylvi Ofstad (Noruega) Alfred Oteng Alfred Oteng-Yeboah (Ghana); Jan Plesnik (República Checa); Enero Van der Ploeg (Países Bajos); Laurence Pollier (Alemania); Ana Puyol (Ecuador); Roel Van Raaij (Países Bajos); Bas Roels (Países Bajos); Serge Schmemann (Francia); Peter Skoberne (Eslovenia); Jiska Troppenz (Alemania); Claire Warmenbol (Suiza); Merlijn Van Weerd (Holanda); Sebastian Winkler (Bélgica).

La guía se basa en las encuestas de oferta y la demanda sobre CEPA de la red de expertos/as de la CBD, Ramsar, UICN y Conservación Internacional. Las siguientes personas, expertos/as temáticos, han contribuido a estas encuestas:

Ronny Adhikarya (EEUU); Ahmim Mourad (Argelia); David Ainsworth (Canadá); Raül Pèrez Albrecht (Bolivia); Don Alcock (Australia); Paula Alvarado (EE.UU.); Marta Andelman (Argentina); Francisco Arends (Ecuador); Lisa Cebada (EEUU); Bridgette Barrett (Jamaica); Haydi J. Berrenstein (Surinam); Shirley Bethune (Namibia); Medini Bhandari (EE.UU.); Andras Bohm (Hungria); Peter Bos (Países Bajos); Gwen Van Boven (Países Bajos); Judy Braus (EEUU); Susana Calvo (España); Enero Carey (Australia); Prof K.P. Chandrashekar (Uganda); Maurillio Cipparone (Italia); Barrie Cooper (Reino Unido); Czippan Katalin (Hungria); Jini Dela (Sri Lanka); Andrea Déri (Reino Unido); Shannon Earle (EEUU); Marco A. Encalada (Ecuador); Reem Fayyad (Líbano); John Francis (EEUU); Dr Horst Freiberg (Alemania); Kamelia Georgieva (Bulgaria); Kedar Gore (India); Dr Stephen Gough (Reino Unido); Bruce Gray (Australia); Frank Habineza (Rwanda); Aplaupe Sandra (Suiza); Nabil Hamada (Túnez); Peter Herkenrath (Reino Unido); Branka Hlad (Eslovenia); A. Jama Ghedi (Suecia); Suhel al Janabi (Alemania); Pierre Kakule (Congo); Madhav Karki, Ph.D. (Nepal); Dr Erkinbek Kasybekov (Kirguistán); Bassima Khatib (Líbano); Maria Katsakiori (Grecia); Demetres Koutroukides (Grecia); Indira Dayang Lacerna - Widmann (Filipinas); Andreas Lehnert (Colombia); Stefan Leiner (UE); Arkadiy Levintanus (Kenya); Nicolas Lucas (Argentina); Chris Maas Geesteranus (Países Bajos); Megan MacDowell (EEUU); Wenceslao Magun (Papua Nueva Guinea); Maite Martín Crespo (España); Gillian Martin - Mehers (Suiza); Michael Mataraso (EEUU); Tessa Mildenhall (Sudáfrica); Dr Martha C. Monroe (EEUU); Franck Ndjimbi (Gabón); Judy Nemaia (Nicaragua); Bushra Khan, Nisar (Pakistán); Olga Marcela Nissen B. (Nicaragua); Paul Nnyiti (Tanzania); Prof Dr Gunavant M. Oza (India); Natasa Panic (Yugoslavia); Laurence Pollier (Francia); Rully Prayoga (Indonesia); Dr P. J. Puntteney (EEUU); Ana Puyol (Ecuador); Diah Rahayuningsih S. (Sikkim); Ketut Sarjana Putra (Indonesia); Dibjo Sartono (Indonesia); Shrestha Geeta (India); Ian Firmante (Brasil); Mariza Silva (Brasil); Dr Ana Spenceley (Sudáfrica); Wazha Tema (Botswana); Teddy Tindamanyire (Uganda); Mitchell Thomashow (EEUU); Peter Townsend (Reino Unido); Tina Trampus (Eslovenia); Dr Anghelata Vadineanu; Riitta Wahlstrom (Finlandia); Keith Wheeler (EEUU); Malcolm Whitehead (Reino Unido); Ni Putu Sarilani Wirawan (Indonesia).

Colofón

Derechos de Autor © La Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica y la UICN, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza 2008. Esta publicación puede ser reproducida en su totalidad o en parte y en cualquier forma **para propósitos educativos y sin fines de lucro, sin permiso especial** de las organizaciones titulares de los derechos de autor, siempre y cuando se cite la fuente. La UICN y la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica apreciarían recibir una copia de cualquier publicación que utilice este documento como fuente.

Esta publicación no puede ser revendida o utilizada para cualquier otra clase de propósito comercial sin excepción, sin el permiso previo por escrito de la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica y la UICN.

Responsabilidad

Las denominaciones empleadas y la presentación del material en esta publicación no implican la expresión de opinión o juicio alguno por parte de la Secretaría para el Convenio sobre la Diversidad Biológica o de la UICN, en lo que se refiere a la situación jurídica de ningún país, territorio, ciudad o área, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente las las decisiones o las políticas de la Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica y la UICN, ni la citación de nombres o procesos comerciales constituyen un aval de ningún tipo.

ISBN: 92-9225-070-1

Esta publicación debe ser citada como:

Hesselink, F.J. *et al.* **Comunicación, Educación y Conciencia Pública. Una caja de herramientas para personas que coordinan las Estrategias y planes de acción nacionales sobre diversidad biológica.** Montreal, 2007.

Financiamiento de la traducción al español: Javier Benayas, Universidad Autónoma de Madrid

Gracias al Ministerio de Medio Ambiente, y de Medio Rural y Marino por la edición y publicación de la primera versión en castellano de la Caja de Herramientas

Edición de la versión en español: Ana Puyol, Susana Calvo, Marta Andelman

Equipo de Traducción: Ana Puyol, Daniela de la Torre



Printed on Rolland Enviro100, which contains 100% recycled post-consumer fibre, is EcoLogo, Processed Chlorine Free and FSC Recycled certified and manufactured using biogas energy.

SECCIÓN 1

¿Por qué necesitamos CEPA y cómo empezar?

“un viaje de mil millas comienza con un solo paso”

Proverbio chino

¿Qué incluye esta sección?

En el artículo 6 del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) se solicita a las Partes que preparen Estrategias Nacionales de Biodiversidad y Planes de Acción (ENBPA), como el vehículo principal para la aplicación del Convenio sobre la Diversidad Biológica a nivel nacional. Muchos países han elaborado sus ENBPA pero no han logrado implementarlas, o no han logrado incorporar la conservación de la biodiversidad en el quehacer de otros sectores.

Las Partes tienen el desafío de desarrollar estrategias efectivas de comunicación, educación y conciencia pública (CEPA por sus siglas en inglés) con el fin de implementar las ENBPA, y estimular e involucrar a las personas hacia la conservación de la diversidad biológica y el uso sostenible de los recursos naturales.

Esta sección permite actualizar los conocimientos teóricos y prácticos de las personas que tienen responsabilidad como puntos focales del Convenio sobre la Diversidad Biológica y de las personas que coordinan las ENBPA, acerca de la importancia de CEPA para alcanzar los objetivos de biodiversidad. Se explica el papel de CEPA en la elaboración de las ENBPA y en su implementación. En esta sección usted encontrará información sobre las distintas modalidades de CEPA, los argumentos para utilizarla, las mejores prácticas existentes y cómo comenzar a utilizar CEPA estratégicamente en el nivel gubernamental.

Todas las secciones la caja de herramientas incluyen:



Provee puntos clave sobre la teoría y la práctica sobre cómo y por qué utilizar CEPA



Provee estudios de caso sobre cómo CEPA ha sido utilizada para ilustrar las hojas informativas



Proveen una lista de referencia práctica con la cual usted puede revisar su planificación de CEPA

Contenidos

Introducción	15
¿Qué es CEPA?	16
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué es CEPA?	17
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: expandiendo la definición de CEPA	18
¿Por qué necesitamos CEPA?	20
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué necesitamos CEPA?	21
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué papel juega CEPA en la conservación de la biodiversidad?	22
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo se utiliza CEPA conjuntamente con otros instrumentos de la política?	23
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: El rol de CEPA	24
EJEMPLO: El rol de CEPA en la ENBPA de la India	25
Buenas prácticas al utilizar CEPA	26
HOJA INFORMATIVA: Utilice CEPA como parte integral de la gestión de las políticas	27
HOJA INFORMATIVA: Utilice CEPA como un instrumento de la política	29
HOJA INFORMATIVA: Utilice CEPA en todas las fases de los procesos de ENBPA	30
HOJA INFORMATIVA: Utilice la comunicación interna y externa	32
HOJA INFORMATIVA: CEPA es más que ofrecer datos científicos a la gente	33
HOJA INFORMATIVA: Saber que “la percepción es la única realidad”	34
HOJA INFORMATIVA: Saber que “del dicho al hecho hay mucho trecho”	35
HOJA INFORMATIVA: Llamar la atención hacia su mensaje	36
HOJA INFORMATIVA: Tomar en cuenta los marcos mentales sobre la problemática	37
HOJA INFORMATIVA: Pasar de la comunicación de una vía hacia la comunicación de doble vía	38
HOJA INFORMATIVA: Aprender la necesidad de aprendizaje a varios niveles	39
HOJA INFORMATIVA: Aprender los procesos que involucran a múltiples sectores	39
EJEMPLO: Del dicho al hecho hay mucho trecho	40
EJEMPLO: Resolviendo una problemática de la biodiversidad como un proceso social	40
EJEMPLO: Modalidades de CEPA	41
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: El papel de la comunicación gubernamental en las diferentes fases de la gestión de las políticas	42
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Definición de políticas de manera interactiva	43
¿Por qué hacer actividades de CEPA?	44
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué hacer actividades de CEPA?	45
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué preocuparnos de conceptos tales como “identidad corporativa” o “gestión de la reputación”? ¿Por qué molestarse en invertir esfuerzos en comunicación interna cuando los recursos son escasos?	45
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo podemos tener el tiempo para llevar adelante las tareas de comunicación y educación al mismo tiempo que nuestras actividades diarias de planificación e implementación de la ENBPA? — Queremos invertir más en CEPA para la biodiversidad, pero, ¿cuánto cuesta y por dónde comenzar?	46
HOJA INFORMATIVA: Los medios de comunicación están sesgados en contra de la diversidad biológica. ¿Por qué debo seguir trabajando con este sector? — Si se publicitan correctamente nuestros servicios, no estaremos en condiciones de hacer frente a la demanda. Es mejor permanecer	

tal y como somos ¿Cómo puedo afrontar los gastos adicionales en CEPA cuando realmente lo que importa son los beneficios de transmitir “astutamente” la información?	47
EJEMPLO: Citas sobre la pertinencia de CEPA por parte de actores de las ENBPA	48
¿Cómo promover el uso de CEPA?	50
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo promover el uso de CEPA internamente?	51
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo promover CEPA en la comunicación externa?	51
EJEMPLO: Un caso de Comunicación Interna	52
LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Buenas prácticas en la comunicación gubernamental	53
LISTADO DE PUNTOS CLAVE: ¿Cómo mejorar la comunicación desde el Gobierno?	54
LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Medios y canales para la Comunicación Interna	55
¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?	56
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?	57
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo seleccionar por dónde empezar con CEPA?	58
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo implementar CEPA cuando se trabaja con un presupuesto limitado?	59
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo seleccionar el enfoque para influir en la educación formal — de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba?	59
EJEMPLO: ¿Cómo iniciar acciones de CEPA? — Coordinación de CEPA en Bolivia — Maximizando el uso de las redes locales en la India	60
EJEMPLO: ¿Cómo empezar? — Reverdeciendo la educación en El Salvador	60
EJEMPLO: Estrategia de CEPA en Alemania	61
EJEMPLO: Estrategia de CEPA estrategia de Antigua y Barbuda	62
¿Cómo monitorear y evaluar CEPA?	64
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué evaluar?	65
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué monitorear un programa de CEPA?	65
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo evaluar CEPA?	66
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué métodos de evaluación puedo utilizar?	67
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo maximizar el aprendizaje de la evaluación mediante el uso de enfoques participativos?	67
EJEMPLO: La selección de las herramientas a ser utilizadas en la evaluación	68
EJEMPLO: Métodos de evaluación	69
EJEMPLO: Las encuestas nacionales sobre conocimientos y actitudes ambientales.	70

Introducción

El Convenio sobre la Diversidad Biológica, CDB, reconoce que los seres humanos son la fuerza más importante para la generación de cambios en la naturaleza. Vastas zonas de la superficie terrestre son transformadas para satisfacer las necesidades de la producción agrícola, el agua, la energía, la urbanización, la construcción, el turismo, el transporte y la industria. En este proceso, los seres humanos están causando serias amenazas a las especies, su extinción masiva, el agotamiento de los recursos naturales y de los ecosistemas, y se encuentran involuntariamente incrementando las amenazas provenientes de los desastres naturales. Existen prácticas culturales que utilizan especies particulares para las ceremonias o para usos medicinales, las cuales pueden ejercer presión sobre las especies. Con el calentamiento global, se han aumentado las amenazas sobre la diversidad de la vida en la Tierra y al bienestar humano.

Como documenta la Evaluación de Ecosistemas del Milenio, los seres humanos obtienen innumerables beneficios del funcionamiento de los ecosistemas. Muchos países no reconocen estos beneficios en las Estrategias para la Reducción de la Pobreza o en los planes de desarrollo económico, dando lugar a presiones que degradan o destruyen los ecosistemas para otros usos. La necesidad de incorporar la diversidad biológica es imperativa, de tal manera que se convierta en parte de las consideraciones económicas, sobre todo a medida que las sociedades experimentan un desarrollo acelerado y la población aumenta.

Muchos países han ratificado el Convenio sobre la Diversidad

Biológica y han preparado las Estrategias Nacionales de Biodiversidad y Planes de Acción (ENBPA) para conservar y utilizar sosteniblemente la diversidad biológica. Para implementar estos planes los puntos focales y las personas que coordinan las ENBPA necesitan la cooperación de varios sectores, diversas organizaciones, personas y redes para hacer frente a diferentes cuestiones que afectan la biodiversidad en el trabajo de esos grupos. Para lograr esta cooperación se requiere de una estrategia que incluya comunicación, educación y conciencia pública.

ALGUNAS VERDADES

En varios países ricos en diversidad biológica, las fuerzas que promueven la conservación de la biodiversidad no están suficientemente consolidadas y tampoco tienen el poder para influir en importantes decisiones a favor de políticas efectivas. Los organismos gubernamentales no desempeñan eficazmente su liderazgo para la diversidad biológica debido a:

- Falta de voluntad política;
- Financiamiento inadecuado o falta de financiamiento;
- Baja capacidad técnica;
- Políticas obsoletas, y
- Mala gestión de recursos disponibles

Esta brecha en el liderazgo por parte de los gobiernos sigue siendo un importante impedimento para alcanzar sustantivos progresos en la aplicación del Convenio sobre la Diversidad Biológica.

Incluso con pocos recursos, los gobiernos pueden apoyar a la educación de la comunidad utilizando redes y organizaciones existentes en sus respectivos países. La selección cuidadosa de programas de educación y conciencia pública, pueden habilitar a las comunidades para que protejan y conserven su patrimonio natural, del cual dependen para mantener su modo de vida y su cultura.

PIDA AYUDA A LOS EXPERTOS Y EXPERTAS DE CEPA

A las personas especialistas en diversidad biológica a menudo les resulta difícil dar un paso fuera de su rol de científicos y científicas y entender las diferentes percepciones que existen entre los actores.

Para hacer un buen contacto con los diversos grupos sociales y realmente ser escuchados por éstos, lo mejor es buscar una persona profesional de CEPA. La experiencia en comunicación y las personas expertas en ciencias sociales, son cada vez más accesibles a través de redes donde se comparten e intercambian conocimientos y experiencias en diferentes sectores.

El uso eficaz de CEPA requiere de un enfoque sistemático y planificado para comprender los intereses de los actores clave y grupos de beneficiarios. La orientación que se tome debe adaptarse a las características locales, culturales y a las tradiciones. No obstante, las experiencias internacionales pueden servir de guía para las personas que planifican a nivel nacional los programas específicos de CEPA.

¿Qué es CEPA?

¿Qué es CEPA?

El **Artículo 13** del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CBD) solicita a las Partes promover y fomentar la comprensión sobre la biodiversidad, y desarrollar programas de educación y conciencia pública. Este Artículo ha sido desarrollado a través de decisiones posteriores, y hoy en día abarca también los temas de comunicación, educación, participación y conciencia pública, o CEPA (por sus siglas en inglés).

Desafortunadamente, no basta simplemente con señalar a la gente lo que está ocurriendo con la diversidad biológica para que se puedan corregir las prácticas de degradación de la biodiversidad. Los cambios que se requieren no vendrán por la elección de un solo individuo. Las personas dedicadas a la planificación de la biodiversidad necesitan pensar de forma diferente sobre la utilización de la comunicación, la educación y la sensibilización pública y no únicamente en cómo hacer que la información científica esté a disposición del público.

¿Qué significa CEPA?

CEPA trata sobre la Comunicación, la Educación y la Conciencia Pública. Es un término introducido como tema transversal por el programa de trabajo del CDB.

- CEPA se ocupa de los procesos para atraer, motivar y movilizar la acción individual y colectiva para la biodiversidad.
- CEPA comprende una amplia gama de instrumentos sociales incluyendo: el intercambio de información, los diálogos participativos, la educación y el mercadeo social.
- CEPA pone de manifiesto los intereses comunes entre los diversos actores para la conservación y la sostenibilidad.
- CEPA proporciona los medios para el desarrollo de redes, asociaciones y el apoyo para la gestión del conocimiento.
- CEPA proporciona los medios para manejar los procesos de diálogo entre múltiples actores, y obtener la cooperación de los diferentes grupos.
- CEPA incluye promover el aprendizaje activo o el de investigación-acción, como un medio para reflexionar sobre las experiencias, como se plantea en los principios del manejo adaptativo.
- CEPA proporciona las herramientas para desarrollar capacidades en apoyo a la diversidad biológica.
- CEPA ofrece herramientas para gestionar el cambio, lo cual es vital para implementar las ENBPA..

TÉRMINOS ASOCIADOS CON CEPA

C comunicación, conexión, desarrollo de capacidades, cambio de comportamientos;

E educación, empoderamiento (incluye aprendizaje y actualización profesional);

P público, conciencia pública, participación, instrumento de política;

A acción, investigación para la acción.

¿Qué es CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Expandiendo la definición de CEPA

La Comisión de Educación y Comunicación de la UICN amplía las palabras asociadas con la sigla CEPA, para exponer una gama de herramientas y procesos que intervienen para lograr cambios en las personas y en la sociedad.

- C**
 - **Comunicación:** trata del intercambio de información. Se basa en el establecimiento de diálogos entre sectores y actores para aumentar la comprensión de las problemáticas, apoyar la planificación y las acciones en temas ambientales.
 - **Conciencia Pública:** es el primer paso en el desarrollo de la comprensión y preocupación para ayudar a las personas a entender el problema y hacer que éste sea parte del discurso público o sea colocado dentro de las prioridades nacionales.
 - **Capacidades:** el desarrollo de capacidades se refiere a la mejora de las habilidades de los individuos y de los grupos sociales, por lo general a través de la capacitación participativa. También establece las políticas y procedimientos para que las organizaciones puedan desarrollar un trabajo más efectivo con relación al ambiente.

- E**
 - **Educación:** desarrolla la comprensión, clarifica los valores, promueve una conciencia en temas ambientales, motiva y desarrolla capacidades para actuar por el ambiente.
 - **Empoderamiento:** se refiere al proceso que permite a los individuos u organizaciones asumir responsabilidades para la toma de decisiones.

- P**
 - **Participación:** permite que los diferentes conocimientos sean compartidos en los procesos de aprendizaje, construyendo habilidades y permitiendo el empoderamiento social e individual para asumir responsabilidades y acciones que generen cambios positivos para el ambiente. La “participación” es una palabra utilizada con una gran variedad de significados. El empoderamiento es cada vez mayor si se pasa de un enfoque que solo informa a los actores clave, hacia aproximaciones de consulta, construcción de consensos, toma de decisiones, y en donde se asumen conjuntamente los riesgos y se posibilita la creación de alianzas.

- A**
 - **Acción:** se requiere hacer cambios en la gestión de la biodiversidad, generar conciencia pública **no es suficiente**.
 - **Aprendizaje a través de la acción:** es un proceso diseñado para desarrollar capacidades utilizando la reflexión y la evaluación sobre la eficacia de las medidas adoptadas. Otros términos análogos son la investigación-acción o gestión adaptativa.
 - **Alianzas:** se refiere a las relaciones cooperativas de trabajo entre diferentes organizaciones, agregando valor al trabajo conjunto en un proyecto o tarea. Los socios pueden contribuir con diferentes habilidades, ideas, apoyo financiero y técnico. .

¿Por qué necesitamos CEPA?

¿Por qué necesitamos CEPA?

La única forma para reducir la pérdida de biodiversidad, conservar y poner en práctica las ENBPA es mediante la colaboración y cooperación de las personas, organizaciones y grupos sociales, y actuando conjuntamente con los actores clave que participan de esa pérdida. La comunicación, la educación y la conciencia pública, CEPA, juegan un papel importante para desarrollar esta colaboración y los cambios requeridos en la sociedad.

La naturaleza multi-sectorial de la problemática de la biodiversidad ha dado lugar al desarrollo de una compleja y a menudo fragmentada elaboración de programas y planes de acción, con varios departamentos responsables de una parte del problema. Los departamentos de gobierno y ministerios responsables de la biodiversidad requieren de la colaboración de otras organizaciones gubernamentales en los niveles nacional y local, e incluso internacional. CEPA es el medio para crear las condiciones propicias para la colaboración, de tal manera que las políticas, los incentivos y las regulaciones en los diferentes sectores fomenten la conservación de la biodiversidad y su uso sustentable. CEPA desarrolla las relaciones y los procesos de aprendizaje que sustentan la innovación de las instituciones y organizaciones. Este proceso de cambio implica mucho más que ofrecer información a través de informes y memos.

Aparte de los departamentos de gobierno, la conservación de la biodiversidad necesita apoyo, en distintos tiempos y lugares, de ONGs, pueblos indígenas, empresas, industrias, así como de los sectores científicos, agrícolas y pesqueros, grupos de mujeres, jóvenes, asociaciones de consumidores y grupos de base comunitaria. Para trabajar con distintos grupos, la comunicación, educación, participación y conciencia pública (CEPA) son cruciales para construir mecanismos de confianza, entendimientos y acuerdos compartidos para actuar y reducir el conflicto.

Las personas encargadas de la administración de la biodiversidad a menudo subestiman el compromiso, los recursos humanos y el tiempo necesario para desarrollar relaciones de confianza que conduzcan a la colaboración entre las comunidades, otras agencias de gobierno, las empresas y los grupos conservacionistas.

CEPA es necesaria para ayudar a la gente a colaborar entre sí e innovar, para difundir información, conocimientos, valores y objetivos. CEPA apoya el desarrollo de capacidades a fin de que los diversos actores puedan asumir responsabilidades ante la biodiversidad.

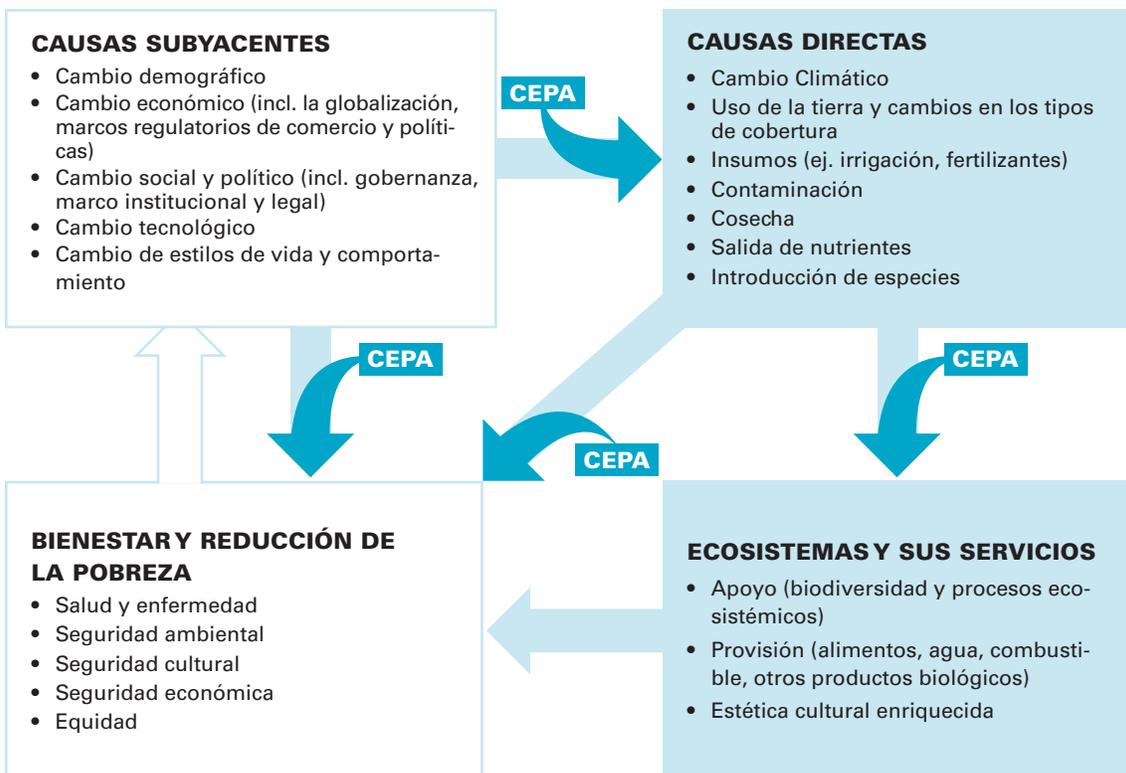
La forma en que se utilice CEPA afecta los resultados sobre la biodiversidad. Cuando no utilizamos las herramientas de CEPA, los conflictos son más probables, los proyectos pueden fracasar y la reputación de la organización verse afectada. Planificar estrategias de CEPA desde el comienzo, como parte integral de la consecución de los objetivos de las ENBPA, contribuye significativamente al éxito.

¿Por qué necesitamos CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

¿Qué papel juega CEPA en la conservación de la biodiversidad?

Como se muestra en el siguiente diagrama, hay una compleja interacción entre las causas subyacentes y las causas directas que afectan la conservación de la biodiversidad. Para reducir el impacto de estas dinámicas sobre la diversidad biológica, muchos sectores deben participar. CEPA (Comunicación, Educación y Conciencia Pública) tiene un papel en la identificación de estas causas, así como en brindar oportunidades de aprendizaje y generar procesos de cambios que permitan afrontar las.



El valor agregado de la comunicación, la educación y la conciencia pública (CEPA) en la política, la planificación y la ejecución de proyectos de biodiversidad

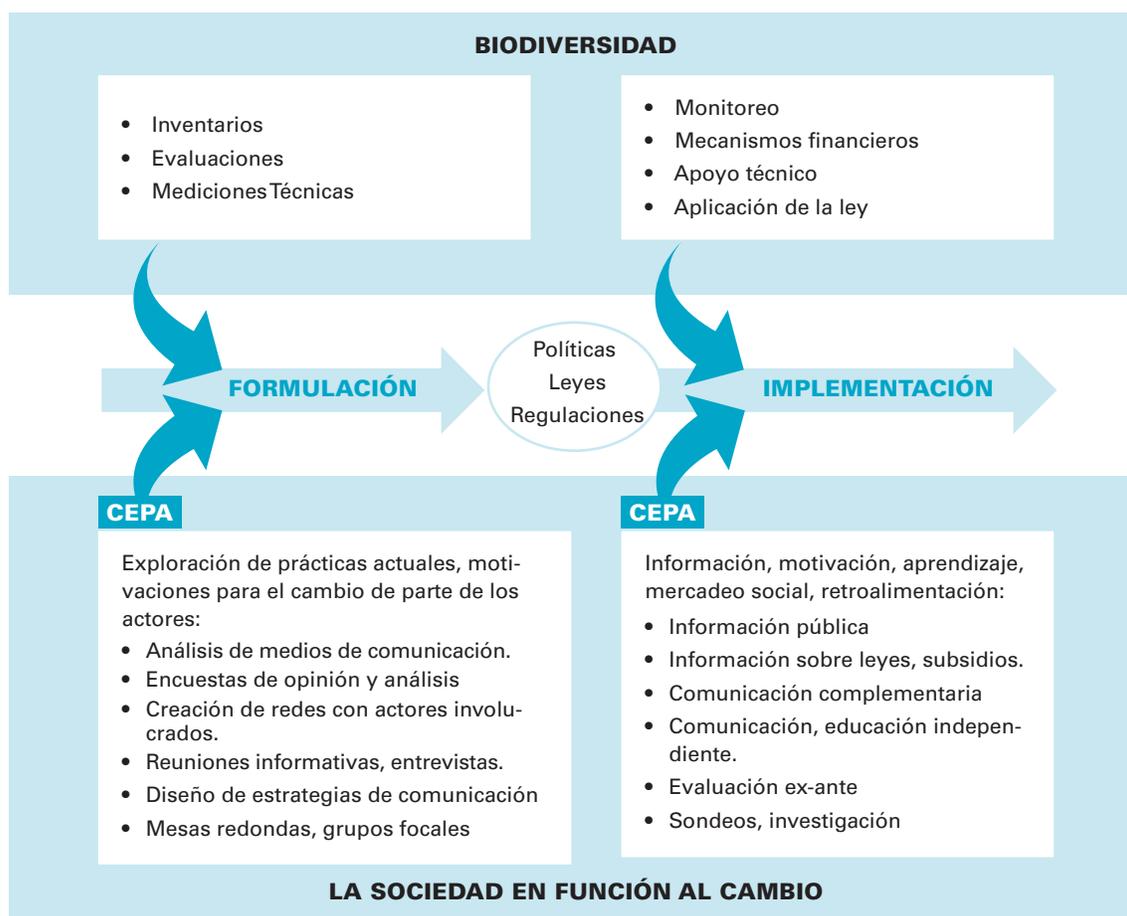
¿Por qué necesitamos CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Cómo se utiliza CEPA conjuntamente con otros instrumentos de política?

CEPA incluye todos los instrumentos sociales que deben ser planificados e implementados en la formulación de políticas, leyes y regulaciones para comprender los motivos y las prácticas actuales de los actores involucrados. Durante la implementación, CEPA se puede utilizar como un instrumento por sí mismo para motivar el cambio en las actitudes y los comportamientos. Sin embargo, es mejor si CEPA es utilizado conjuntamente con otros instrumentos, como los legales y los financieros, para implementar y gestionar la Estrategia Nacional de Biodiversidad y los Planes de Acción.

El papel vital de CEPA en la formulación y aplicación de políticas se indica en el siguiente diagrama:



¿Por qué necesitamos CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

El rol de CEPA

CEPA tiene muchas funciones importantes para los recursos naturales y la gestión de la biodiversidad. Proporciona las herramientas necesarias para la gestión de los procesos sociales que intervienen en:

- Facilitación de la Participación:**
 - ofrece oportunidades para recibir insumos, y los solicita activamente;
 - da voz a los grupos menos empoderados;
 - mejora la participación de actores en la planificación de programas ambientales;
 - apoya a los diferentes actores en la toma de decisiones.
- Fomento al cambio de políticas:**
 - comparte el conocimiento proveniente de las prácticas y lo comunica a las personas encargadas de formular políticas.
- Hace que la información sea comprensible y significativa:**
 - explica y transmite información con fines de formación, intercambio de experiencias, intercambio de destrezas y tecnología;
 - proporciona información sobre los hechos a los que se verán afectados por los proyectos ambientales o de desarrollo.
- Fomento a la aceptación de las políticas:**
 - promulgación y promoción de políticas, especialmente cuando éstas ofrecen nuevas oportunidades para que las personas accedan a servicios y recursos;
 - ayuda a reducir las actitudes y comportamientos ambiental y socialmente negativos entre las personas encargadas de formular políticas y los ciudadanos y ciudadanas.
- Apoyo a la gestión de proyectos:**
 - permite entender las preocupaciones de la audiencia con el fin de mejorar la orientación de los mensajes;
 - motiva a los beneficiarios y beneficiarias del proyecto para que participen en el proceso;
 - mejora la eficiencia de los proyectos mediante la comunicación interna y externa.
- Posicionando y poniendo marca a una organización o proyecto**
 - habilita la comunicación interna a fin de que todo el personal comprenda la misión y los objetivos;
 - explica el papel y las funciones de la organización o del proyecto;
 - da cuenta de los logros de la organización para adquirir apoyo y reputación, y facilitar la recaudación de fondos;
 - pone una marca a la organización o proyecto.

Texto extraído de la FAO para el Grupo de Desarrollo de la Comunicación (2006) Comunicación para el Desarrollo Sostenible, Congreso Mundial sobre la Comunicación para el Desarrollo.

El rol de CEPA en la ENBPA de la India

La ENBPA de la India fue un proyecto del Ministerio de Medio Ambiente y de Bosques financiado por el GEF. En vez de proceder con la intención original de confiar la tarea de redactar la ENBPA a un equipo de consultores, el Ministerio decidió encomendar la tarea a una organización no gubernamental, al Grupo de Acción Ambiental Kalpavriksh, por el mismo costo. La ENBPA se inició en el 2000, y se ha llevado a cabo hasta el 2005, iniciando un proceso único de planificación ambiental descentralizada.

El enfoque de la ENBPA se basa en “la premisa de que la diversidad biológica tiene valores ecológicos, culturales, espirituales y económicos y que afecta a todos los ciudadanos y ciudadanas. La planificación para la conservación, por lo tanto, debía ser apropiada y moldeada por el mayor número de personas posibles en un proceso equitativo que permita que las voces más marginadas sean escuchadas. Este proceso reconoce que una amplia gama de personas, cuyo sustento depende de la biodiversidad biológica, y quienes tienen un gran interés en la conservación, usualmente no están involucradas en la planificación centralizada de políticas”.

“Un elemento clave de este enfoque es que mientras mayor es la apropiación del proceso, más posibilidades habrá de que se acepte el plan y su aplicación en el ámbito nacional, estatal y local”. Decenas de miles de personas participaron a nivel nacional y subregional en un proceso que aumentó la conciencia sobre la diversidad biológica, el empoderamiento a través de la participación y las iniciativas para la aplicación de planes locales.

Las herramientas de comunicación utilizadas en el proceso de las ENBPA se clasifican en 5 tipos:

1. Herramientas para aumentar la conciencia acerca de las ENBPA y la conservación de la biodiversidad.
2. Herramientas para evocar respuestas activas e insumos al plan.
3. Herramientas para la revisión o para compartir la información recopilada.
4. Herramientas para la coordinación administrativa y la comunicación entre los componentes institucionales formales de las ENBPA.
5. Herramientas técnicas para la planificación y la comunicación entre los componentes institucionales formales de las ENBPA.

Algunos instrumentos, como los utilizados en los denominados “festivales de la biodiversidad”, celebraron la cultura local y los aspectos emocionales de la biodiversidad. Mientras que otros instrumentos han sido de ámbito nacional, como la “Convocatoria para la Participación”, folleto que se imprimió en 19 idiomas locales.

Apte, T. (2005) *Un aproximación desde el activismo a la planificación de la biodiversidad biológica*. Londres: IIED

Buenas prácticas al utilizar CEPA

Utilice CEPA como parte integral de la gestión de las políticas

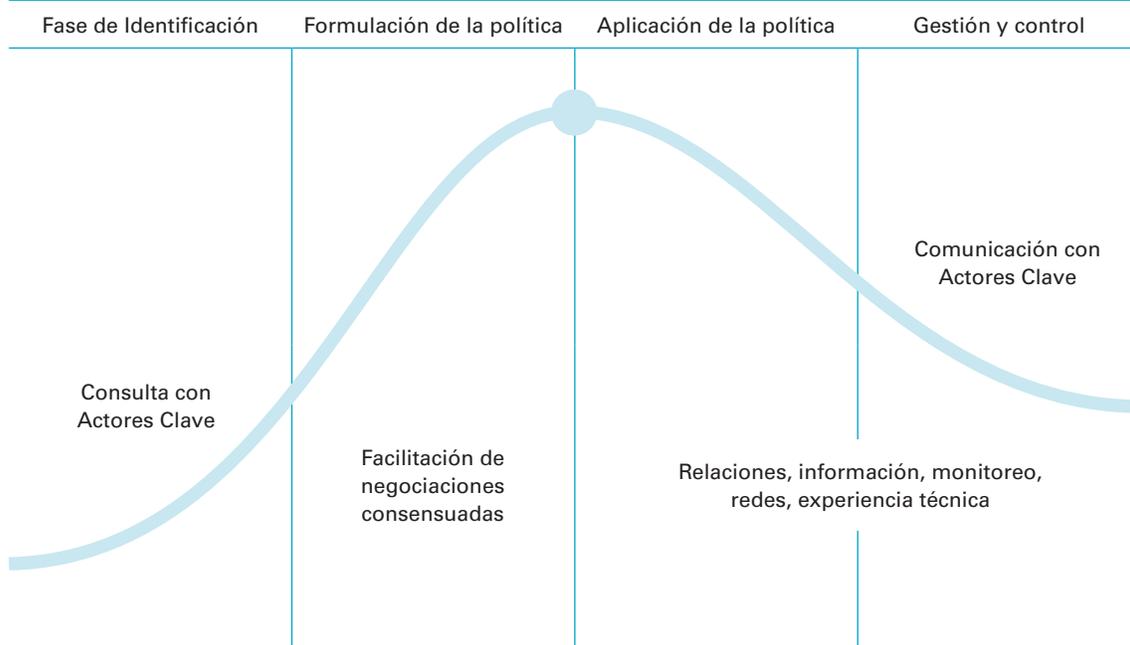
Las Partes Contratantes del Convenio sobre la Diversidad Biológica necesitan desarrollar una comunicación, educación y una conciencia pública de manera efectiva para estimular un cambio en las prácticas que actúan en contra de la conservación de la biodiversidad y el uso sostenible de los recursos naturales.

Es importante reconocer que CEPA tiene diferentes funciones en las distintas fases del proceso de elaboración e implementación de políticas. Lo mismo se aplica a los proyectos y programas utilizados en la aplicación de las ENBPA.

Los instrumentos de CEPA deben formar parte de los ciclos de elaboración e implementación de políticas y proyectos desde el principio, de manera que éstos sean más aceptados y viables.

Para ser eficaces, las Partes Contratantes deben, en primer lugar, generar un compromiso con los actores clave en la definición de los problemas y sus posibles soluciones. En esta fase se diseña el papel de la comunicación y de la educación, así como se evalúa la necesidad de que existan instrumentos legales y económicos, los cuales en conjunto pueden generar cambios sociales. Esto significa que CEPA debe formar parte central de la aplicación de las ENBPA en cada uno de los países signatarios.

COMUNICACIÓN INTERACTIVA EN TODAS LAS FASES DE LA POLÍTICA



Las fases de la política y el papel de CEPA

Fase de identificación: Durante la fase de identificación de políticas, la función de CEPA es identificar una problemática determinada para posicionarla como parte de la agenda y realizar un seguimiento con varias organizaciones para que esto ocurra, de acuerdo a su rol. El gobierno desempeña un papel de bajo perfil, evaluando cuán importante es la problemática, y los diferentes puntos de vista existentes. Los servicios de comunicación escuchan lo que la gente dice y cómo las personas se sienten acerca del asunto, y realizan el seguimiento del diálogo público en los medios de comunicación, y mediante encuestas de opinión a los actores interesados. Esto permite al gobierno seleccionar problemáticas específicas que afectan a grupos determinados, en temas relacionados con políticas sobre biodiversidad. Las opiniones son comunicadas por el gobierno, se presta atención a los problemas, se moviliza el apoyo y se definen los temas. Los métodos de CEPA que son utilizados en esta fase son: encuestas de opinión y de actitudes, análisis de contenido

Buenas prácticas al utilizar CEPA

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

de los medios de comunicación, gestión por medio del discurso, gestión de redes con ONGs, instituciones científicas y grupos de interés; reuniones periódicas de información y entrevistas, y reuniones con la prensa.

Formulación de políticas de biodiversidad: En esta fase CEPA es utilizada para sensibilizar al público sobre los problemas vinculados a la biodiversidad, con el fin de aumentar la comprensión del público sobre las propuestas de políticas y crear una amplia base de apoyo para solucionar los problemas. Los problemas abordados son aquellos que el grupo de legisladores o legisladoras han aceptado solucionar, pero que aún no saben cómo. En esta etapa los grupos meta son líderes de opinión, las personas encargadas de tomar decisiones y el público en general. Los métodos utilizados por CEPA son las encuestas de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP). Se evalúa y decide cómo la comunicación formará parte de la serie de instrumentos que se requieren, y se diseña la estrategia de CEPA y los procesos de consulta, y se define quiénes participarán.

Aplicación de la política de biodiversidad: En esta fase el objetivo es comunicar información sobre cómo implementar la política. La idea es comunicar la parte medular de ésta, y las medidas complementarias, a los grupos meta específicos. Las instancias que actúan como intermediarias, sean asociaciones o las organizaciones no gubernamentales, juegan un papel importante para contactar con estos grupos. CEPA es utilizada para movilizar a las diversas redes y actores, para explicar los beneficios de la participación y para desarrollar capacidades en dichas redes y actores. Los métodos de CEPA incluyen campañas de información, materiales de información, mercadeo y publicidad, capacitación, educación, consultas a los grupos meta y a los actores involucrados.

Gestión y Control: Durante esta fase, CEPA presta servicio para que una serie de nuevas actitudes y comportamientos sean adoptados y mantenidos. El objetivo es proporcionar información acerca de la política que se está llevando a cabo, así como proveer una retroalimentación sobre la probabilidad de éxito de dicha política. CEPA puede tomar la forma de un servicio activo que permite explicar regulaciones y legislaciones complejas, o puede utilizarse para anunciar modificaciones relacionadas con los instrumentos de la política, tales como nuevos incentivos o legislación. Si bien el contexto operativo para el uso de los instrumentos de CEPA es diferente en cada país o entorno cultural, el uso de CEPA desde el inicio del proceso de la política, es un factor de éxito en todo el mundo.

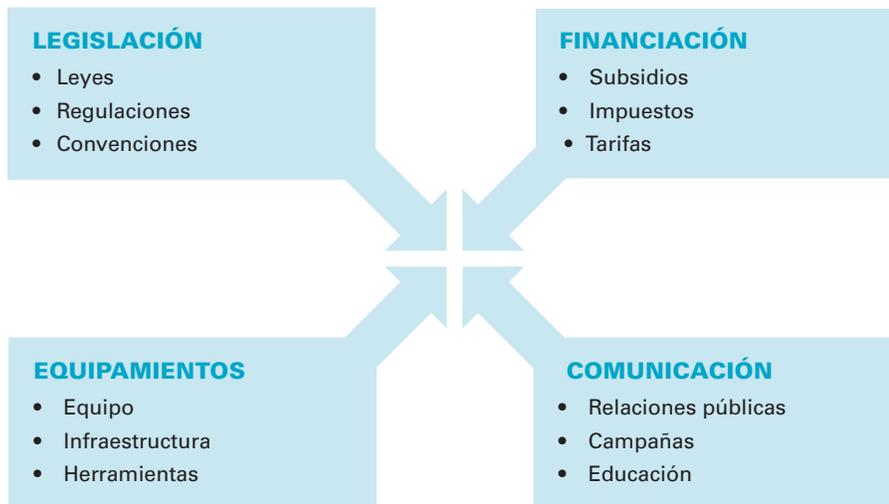
Utilice CEPA como un instrumento de la política

El éxito para alcanzar la aplicación de cualquier política de biodiversidad o los objetivos de las ENBPA, depende de la utilización eficaz de los instrumentos que habilitan y apoyan a las personas a cambiar su forma de actuar. CEPA es una herramienta que permite la participación efectiva, y habilita el involucramiento de actores clave, así como la gestión de los diálogos con múltiples actores para planificar y ejecutar la política. Con un adecuado manejo de estos procesos, se desarrolla un sentido de apropiación del problema y de las soluciones, a fin de que la acción pueda sostenerse a lo largo del tiempo.

CEPA puede ser utilizada como un instrumento por sí solo cuando las barreras hacia al cambio no son demasiado grandes, y las personas están dispuestas a hacer un cambio de manera voluntaria.

CEPA se utiliza, en la mayor parte de los casos, conjuntamente con otros instrumentos, para explicar la política, los subsidios, las regulaciones o la infraestructura que se han puesto en marcha para apoyar la acción. Por ejemplo, CEPA:

- se utiliza para explicar los subsidios para apoyar a los agricultores que han perdido su cosecha por causa de depredadores silvestres;
- proporciona los medios para trabajar con actores clave para el diseño de medidas apropiadas para el control de masas: por ejemplo para definir zonas de estacionamiento adecuadas dentro de las áreas protegidas para reducir el impacto de los vehículos y de las personas en zonas frágiles;
- presta ayuda a las personas para adoptar nuevas tecnologías o medios de subsistencia, como la agricultura ecológica o el riego por goteo para los cultivos.
- ofrece capacitación a las personas que carecen de destrezas para llevar a cabo determinadas acciones de conservación de biodiversidad. La comunicación puede ayudar a ofrecer habilidades y capacidades.



Utilice CEPA en todas las fases de los procesos de las ENBPA

CEPA desempeña un papel importante en la planificación, la actualización y la aplicación de las ENBPA. Las herramientas de CEPA utilizadas varían en las diferentes fases.

¿Qué papel juega CEPA en la planificación y actualización de las ENBPA?

A menudo, una ENBPA ha sido preparada por personas expertas. Si bien la consulta con grupos sociales se puede incluir en este esfuerzo, a menudo el resultado es una implementación limitada.

Un proceso de comunicación con las personas que se benefician de la conservación de la biodiversidad y que dependen de ésta para su sustento, es una base fundamental para desarrollar planes más significativos y aceptables.

El proceso mismo de involucrar a los actores clave en la planificación puede estimular a la acción local. En la India, se utilizó un proceso participativo para elaborar la ENBPA. Ésta se basó en CEPA para: aumentar la conciencia acerca de los esfuerzos de la ENBPA y la conservación de la biodiversidad; para evocar respuestas activas e insumos en el plan; para revisar y compartir información recolectada; para una planificación participativa; y para comunicarse dentro de la estructura institucional de las ENBPA. Como resultado de este proceso de planificación, es posible evaluar qué instrumentos pueden ser necesarios para apoyar un cambio, y para evaluar el papel de CEPA en la aplicación de las ENBPA: ya sea como un instrumento por sí solo, o como apoyo a otras herramientas. CEPA es una estrategia diseñada para apoyar la implementación de las ENBPA.

¿Qué papel desempeña CEPA en la implementación de las ENBPA?

Durante la ejecución, CEPA es un instrumento para el cambio en los conocimientos, actitudes y comportamientos hacia la conservación de la biodiversidad.

- CEPA se utiliza para comunicar la política y las medidas para lograrla.
- CEPA moviliza a las redes y a los socios para que cooperen en la solución de los problemas de la biodiversidad.
- CEPA desarrolla la capacidad para que los diversos actores puedan poner en práctica las acciones para el cambio.
- CEPA proporciona un medio de reflexión crítica sobre las acciones a fin de mejorar el rendimiento de la gestión de la biodiversidad.
- CEPA apoya el aprendizaje para que la sociedad pueda innovar, ya sea incluyendo nuevas maneras de operar, o llevando adelante nuevas instituciones para mejorar la gobernanza para la biodiversidad.

El rol de CEPA a menudo es subestimado o considerado únicamente una vez que todo está planeado. La práctica demuestra que esto es una dificultad y que esto reduce significativamente los efectos potenciales de la comunicación y de la educación.

Aunque la mayoría de la gente reconoce la importancia de la primera fase de cualquier proyecto, la utilización de la comunicación durante esta fase y la planificación de CEPA a menudo reciben poca atención.

Buenas prácticas al utilizar CEPA

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

FORMULANDO EL PLAN

El rol de CEPA

- Hacer que la gente tome conciencia del proceso de las ENBPA;
- Invitar a la participación;
- Hacer actividades eficaces de participación para coleccionar ideas, conocimiento y para la planificación;
- Realizar encuestas sobre conocimientos, actitudes y prácticas;
- Explorar opciones de políticas que se abordarán en las ENBPA con actores clave, las medidas a tomarse y el papel de CEPA;
- Diseñar una estrategia CEPA.

IDENTIFICACIÓN DE LOS TEMAS DE AGENDA

El rol de CEPA

- Trabajar en red con grupos de interesados, instituciones científicas, ONGs;
- Reuniones informativas regulares;
- Entrevistas y reuniones con grupos de interés y prensa.



IMPLEMENTING THE PLAN

El rol de CEPA

- Trabajar en red para movilizar grupos;
- Construcción de alianzas;
- Diálogo inter-sectoriales;
- Materiales informativos;
- Explicar otros instrumentos;
- Campañas;
- Educación;
- Construcción de capacidades;
- Evaluación del impacto de CEPA.

MANEJO Y CONTROL

El rol de CEPA

- Información pública;
- Información de los cambios en los instrumentos de política;
- Encuestas regulares de opinión y de actitudes.

Buenas prácticas al utilizar CEPA

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

Utilice la comunicación interna y externa

Todas las organizaciones necesitan tanto la comunicación interna como externa a fin de garantizar su financiación, el logro de sus políticas, el mercadeo de sus servicios y productos, y su licencia para operar.

El uso eficaz de CEPA a nivel de gobierno implica:

Comunicación interna: Permite orientar al personal acerca de la visión, misión, objetivos y enfoques de la organización, así como desarrollar capacidades, y aumentar la motivación. El comportamiento, la atención que prestan a los servicios que se ofrecen, y la manera en que se llevan adelante las responsabilidades por parte del personal de un Ministerio, afectan la reputación y la credibilidad de la organización (influyendo la imagen corporativa y la marca). La comunicación interna ayuda a que todo el personal esté en “la misma página”.

Comunicación externa: Para posicionar a la organización y su papel en la sociedad en la mente del público en general (conocida también como comunicación corporativa), ya que se promueve al conjunto de la organización y su legitimidad para operar. En segundo lugar la comunicación externa se utiliza para comunicar políticas, otros instrumentos y servicios para interesar, motivar y desarrollar las relaciones de trabajo entre actores interesados y socios para alcanzar los objetivos de conservación, como se describe en las Hojas Informativas anteriores.

Comunicación del Gobierno



CEPA es más que ofrecer datos científicos a la gente

Como expertos y expertas en biodiversidad, estamos casi siempre entusiasmados sobre nuestro ámbito de interés. Estamos convencidos de que si la población accede a los beneficios de nuestros conocimientos, más tarde apoyarán entusiastamente las medidas que se tomen para apoyar la biodiversidad. Desafortunadamente, la información científica por sí sola no motiva a la mayoría de las personas que se encuentran fuera de los círculos científicos para escucharnos y eventualmente cambiar sus actitudes y comportamientos.



Muchas veces estas son las reacciones ante nuestras apasionadas presentaciones, como se muestra en este cómic.

¿Qué podemos hacer?

Identificar las razones prácticas o emocionales por las cuales los actores clave actúan de una forma determinada. Traducir los datos científicos en conceptos estimulantes y mensajes que sean llamativos, que sean relevantes y que se conecten con las emociones y con la percepción de beneficios personales para los actores clave.

Saber que “la percepción es la única realidad”

Esta idea establece que la realidad es determinada por la cultura, la educación, las personas que nos rodean y la experiencia personal.

Una persona experta en biodiversidad tiene su propia percepción del mundo y de la diversidad biológica, la misma que ha sido moldeada por un cierto rango de experiencias. Una persona experta asume algunas suposiciones, creencias y valores. Ser un experto o experta significa que una persona maneja un sistema de lenguaje o jerga particular que estimula ideas o conceptos que no necesariamente son comprendidos por los demás.

Las personas que tienen otro estilo de vida por lo general tienen sus propias ideas acerca del funcionamiento del mundo y del papel de la biodiversidad en éste. Para ellos/as, esa es la realidad. El hecho de que otros grupos tengan una visión diferente de la naturaleza no quiere decir que están equivocados. ¡No existe una sola verdad!

Un error común

Un error común de las personas expertas en biodiversidad es que quieren “educar” a otras personas para convencerles de que piensen igual que ellos. Incluso pueden pasar por alto el hecho de que los propios ecologistas no siempre están de acuerdo acerca de las mejores opciones de acción sobre los temas de conservación.

¿Qué se puede hacer?

El primer paso en la comunicación sobre la biodiversidad es escuchar y respetar otros puntos de vista. Para ser escuchados y comprendidos, se requiere la comprensión sobre cómo la gente percibe el problema antes de intentar comunicarse con ellos.

LA PERCEPCIÓN ES LA ÚNICA REALIDAD

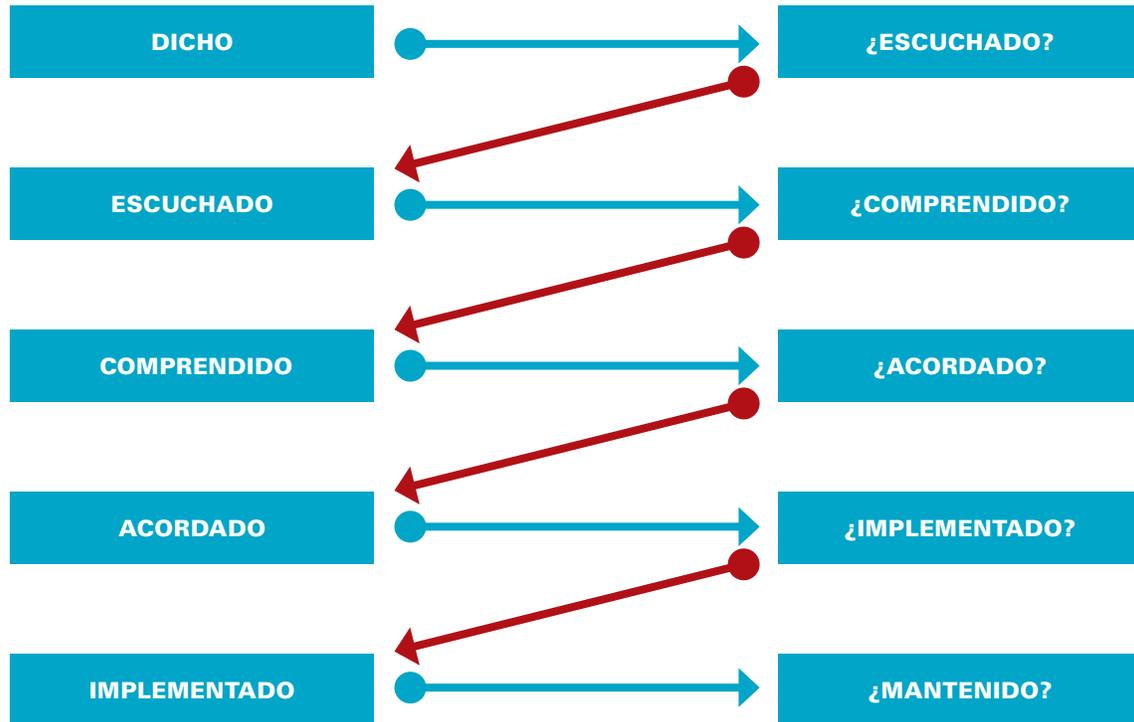
Un pescador sabe mucho sobre el mar y la vida marina. Puede tener una visión diferente de percibir al mar que un biólogo. Sus percepciones están influenciadas por su realidad social, cultural y económica, su educación y su base de conocimientos. Para cada uno, lo que él percibe es la realidad.

En Sri Lanka, un diálogo entre representantes de la sociedad civil y las empresas demostró que estos grupos relacionan la palabra “biodiversidad” con conservación, áreas protegidas y especies. Además perciben a la biodiversidad como algo complejo y científico, que las personas comunes y las personas encargadas de la formulación de políticas tienen dificultades para entender.

Fuente: *Estudio de la Temática de la Biodiversidad para la Auto-Evaluación de Capacidades Nacionales*, Proyecto realizado por el Ministerio de Ambiente de Sri Lanka, 2006.

Saber que “del dicho al hecho hay mucho trecho”

No solo porque algo ha sido comunicado, significa que sea implementado. Existen varias barreras para que la información sea escuchada, entendida y acordada. Decir algo no necesariamente implica que ya ha sido implementado. .



- **LO DICHO** no necesariamente es **ESCUCHADO**
- **LO ESCUCHADO** no necesariamente es **COMPRENDIDO**
- **LO COMPRENDIDO** no necesariamente es **ACORDADO**
- **LO ACORDADO** no necesariamente es **IMPLEMENTADO**
- **LO IMPLEMENTADO** no necesariamente es **MANTENIDO**

La buena práctica se basa en investigar cómo perciben la situación los actores clave e identificar las motivaciones que les podría conducir a una acción concertada.

Llamar la atención hacia su mensaje

Hoy en día las personas están siendo bombardeadas con miles de mensajes diariamente. Para que su mensaje sea escuchado, usted necesita competir con los intereses que tienen las personas y con todo el “ruido” que existe en la sociedad, que desvía la atención.

La gente escucha lo que le interesa

La gente tiende a escuchar lo que encaja con lo que saben o creen, y eligen lo que les llama la atención. Si las personas no tienen interés, no escucharán o leerán los mensajes ambientales. Por lo tanto, ¡puede ser que no vean o escuchen sus mensajes, que han sido tan cuidadosamente preparados!

¿Qué se puede hacer?

En lugar de tratar de educar acerca de la biodiversidad *per se*, es mejor asociar su mensaje con los intereses de los actores interesados o con los de la audiencia seleccionada, para que puedan ser aplicados por ellos y ellas en su vida cotidiana.

Esto significa investigar acerca de los intereses de la persona o del grupo con el cual usted está intentando comunicarse. Tal vez usted puede hablar sobre los temas de alimentación, el agua, la salud, el mercado de carbono o la seguridad, o incluso sobre cómo hacer un buen trabajo, con el fin de generar el interés para que los grupos cooperen en temas de biodiversidad.



Tomar en cuenta los marcos mentales sobre la problemática

Las personas tienen mapas conceptuales en sus mentes — o marcos — que les ayuda a ordenar la información de manera rápida y con sentido. Estos marcos sirven para organizar las ideas centrales de un problema, ayudan a comunicar por qué algo puede convertirse en un problema y qué se puede hacer. Las personas especializadas en periodismo utilizan marcos para organizar sus historias y hacer un llamado al público. La gente tiende a utilizar a los/as líderes de opinión para dar sentido a las problemáticas, en vez de analizarlas por sí mismos, y por tanto sintonizan con los medios de comunicación en los que confían. Las primeras palabras de una historia pueden desencadenar un cierto “modelo mental” en las personas, a través de los cuales ellos se dicen a sí mismas “ah, ya sé de lo que se trata” y dejan de escuchar los detalles. Esto puede dificultar el cambiar las ideas de las personas.

La investigación demuestra que los “marcos” son una valiosa herramienta para la redefinición de un problema. Se necesitan diferentes estrategias para comunicar ideas que resuenen con los valores y las predisposiciones de una audiencia particular, o que directamente aborden ideas falsas. En la Tabla que se presenta en la siguiente página, se muestra el conjunto general de marcos que parecen abarcar las problemáticas relacionadas con la ciencia, que son utilizados para ilustrar cómo la biodiversidad es definida de acuerdo a estos marcos. En cada situación es necesario trabajar para identificar las frases, las imágenes y referencias culturales específicas relacionadas con la problemática, que producen significados sociales subyacentes. También sirven para comprender mejor los canales de comunicación para involucrar a audiencias específicas (Nisbet¹).

TABLA: Marcos para segmentos específicos de la población que son utilizados para conceptualizar y responder a la diversidad biológica.

MARCO	LA PROBLEMÁTICA DE LA BIODIVERSIDAD SE DEFINE COMO
Progreso social	Provee calidad de vida, seguridad ante desastres naturales, seguridad alimentaria, seguridad en el abastecimiento de agua, diversidad cultural, derechos humanos para un ambiente de calidad.
Desarrollo económico	Valores económicos a través de servicios ecosistémicos; disminución de las inundaciones, tsunamis; beneficios directos para los pobres por el uso de los recursos naturales; valoración de especies y diversidad genética como un potencial para la adaptación de los cultivos agrícolas, nuevos productos farmacéuticos. Todos estos aspectos relacionados especialmente con el cambio climático.
La Caja de Pandora / alarmistas	La inminente pérdida de las especies y plantas medicinales para la supervivencia humana; el aumento de los impactos del cambio climático sobre la supervivencia de especies, como los osos polares del Ártico, debido a la difícil situación por derretimiento del hielo; destrucción de ecosistemas y amenazas a la supervivencia de la humanidad, e invasión de las especies exóticas.
Ciencia fugitiva / fatalismo	El principio de precaución para evitar los efectos de los organismos genéticamente modificados en la biodiversidad y sus consecuencias sobre los pobres.
Moralidad / ética	La responsabilidad de proteger otras especies y su “derecho” a existir, proporcionar diversidad a las futuras generaciones, o preservar el planeta como una cuestión de moral religiosa.
Incertidumbre científica	La variedad de especies desconocidas y sin nombre, estrategias de adaptación para disminuir los efectos del cambio climático sobre la distribución y evolución de las especies, agentes patógenos, enfermedades, invasión de especies exóticas.
Conflicto / estrategia	Alianzas para la conservación de la biodiversidad entre comunidades, empresas y gobiernos.
Tercera vía / camino alternativo	Co-gestión de los recursos naturales, beneficios directos a las comunidades provenientes de la gestión y uso de la biodiversidad, parques para la paz a lo largo de las fronteras nacionales;
Conflicto / estrategia	Los “verdes” se preocupan más de las especies que de las personas

Adaptación de Nisbet <http://scienceblogs.com/framing-science/>

1. W. Nisbet en <http://scienceblogs.com/framing-science/>

Buenas prácticas al utilizar CEPA

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

Una de las críticas al marco alarmista de las historias ambientales (como por ejemplo, la manera en que últimamente ha sido tratado el tema de cambio climático en los medios de comunicación) es que es probable que deje a los lectores y lectoras “sin un sentido de esperanza”, dando la impresión de que “el problema es simplemente demasiado grande para hacernos cargo”. Además, cuando “los medios de comunicación sí plantean lo que puede hacerse, el enfoque principal es sobre pequeñas acciones, en lugar de mirar hacia adelante, y presentar sistemas más amplios de soluciones políticas”.¹

¿Qué se puede hacer?

Conecte su mensaje a los “marcos” o metáforas que son valorados por su audiencia. Evite ser alarmista o utilizar el marco de la “Caja de Pandora”.

Cuando trate con los medios de comunicación, es importante que usted no repita las palabras utilizadas por la persona que le está entrevistando, si éstas estimulan un marco que es negativo, de acuerdo a como a usted le gustaría que se cataloguen sus ideas. Más bien utilice las palabras y enmarque los puntos en el lenguaje que desea transmitir.

Pasar de la comunicación de una vía hacia la comunicación de doble vía

Las personas que tienen a su cargo la gestión de la biodiversidad encuentran que tomar decisiones “expertas” y esperar que los otros actúen como uno quiere, es cada vez más difícil de lograr. El “modelo de transmisión de información” de la comunicación, por medio del cual la información sobre las decisiones se transmiten desde los emisores (por lo general por parte de personas expertas) hacia los receptores, también ha sido experimentado como infructuoso.

MODELO DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

Las personas encargadas de la gestión de la biodiversidad encuentran que el “modelo de transmisión de información” falla porque pasa por alto el hecho de que la información científica no necesariamente motiva a los que no están muy interesados en la biodiversidad.

En vez de utilizar este modelo, existe una comprensión más profunda de la comunicación y educación como procesos de doble vía, con procesos más interactivos y participativos. El enfoque de doble vía se orienta a desarrollar significados compartidos entre los que tienen diferentes percepciones del problema y sobre las posibles soluciones. Este enfoque se basa en la experiencia sobre la participación en la realidad y en la comprensión de que los adultos aprenden a través del diálogo. A las personas adultas les gusta sentirse respetados como aprendices con responsabilidad propia, descubrir el conocimiento por sí mismos y tener su propio conocimiento y experiencia valorada y compartida.

Redes: Una parte importante del aprendizaje a través del diálogo, la tutoría y la demostración, son las interacciones entre las personas a través de redes y comunidades de prácticas. Las redes con frecuencia son facilitadas por correo electrónico e Internet, permitiendo contactos que abarcan grandes áreas geográficas a lo largo del tiempo.

Participación: Cada vez más se promueve la participación en comunidades como un proceso de educación y aprendizaje social, donde éstas, con asistencia de personas facilitadoras, identifican su visión, trabajan planes para hacer frente a sus necesidades y se convierten en agentes y gestores/as de sus propias iniciativas de conservación de la biodiversidad. Este acercamiento crea las condiciones necesarias para la innovación y para generar un mayor pensamiento sistémico sobre la biodiversidad, y es posible que se estudien los cambios estructurales necesarios para apoyar la conservación de la biodiversidad.²

1. Noticia de la BBC en el lanzamiento del informe *Palabras Tibias, ¿Cómo estamos contando la historia del cambio climático y cómo podemos hacerlo mejor?* Gill Ereaut and Nat Segnit (2006) por el Instituto de Investigación sobre Políticas Públicas (IPPR) <http://news.bbc.co.uk/2/hi/science/nature/5236482.stm>

2. C.V. Rajasunderam en Introducción: Un Diálogo entre Canadá — África sobre la Comunicación Participativa para el Desarrollo en Guy Bessette and C.V. Rajasunderam eds (1996) *Comunicación Participativa para el Desarrollo: Una Agenda para Africa Occidental* IDRC

Apreciar la necesidad de aprendizaje a varios niveles

El desarrollo sostenible y la conservación de la biodiversidad significan hacer cambios desde las actuales políticas y prácticas hacia nuevas propuestas. Estos cambios son más que una “solución negociada” y requieren de una comprensión desde perspectivas totalmente nuevas, que cuestionen, reten y cambien los antiguos supuestos, paradigmas y valores. Las soluciones a menudo no son inmediatamente evidentes y la incertidumbre abunda. Avanzar requiere de una visión creativa y responsable, de una perspectiva adaptativa, y de la capacidad de los diferentes actores y sectores para poder constructivamente involucrarse con los demás. Para hacer realidad estos cambios, la capacidad de aprendizaje e innovación se convierte en algo fundamental.

Aprender a hacer cambios innovadores requiere de tres niveles:

1. En el plano individual, mediante el desarrollo de nuevos conocimientos y habilidades a través de la capacitación, las comunidades de prácticas, el aprendizaje interdisciplinario, el intercambio entre redes y el aprendizaje a distancia;
2. A nivel organizacional, es necesario establecer nuevas prioridades, nuevos procedimientos y nuevas prácticas, reubicar sus servicios y estar en condiciones para hacer frente a las innovaciones que se aplicarán;
3. A nivel de la sociedad, a través de nuevos programas, nuevas asociaciones, redes y nuevas formas de interacción y participación.

Apreciar los procesos que involucran a múltiples sectores

Los procesos que involucran a múltiples sectores reconocen que los problemas más complejos nunca serán resueltos por un solo sector. La única opción es congregarse a aquellos que tienen un interés en la problemática y conjugar las diferentes perspectivas desde la ciencia, la comunidad, la agricultura, la ecología, la economía, y la política, en un solo diálogo.

El debate sobre los procesos donde intervienen múltiples sectores y los términos como manejo adaptativo, gestión colaborativa, participación, involucramiento ciudadano, participación de la comunidad, comunidades de práctica, diálogos, toma de decisiones interactivas y aprendizaje social han proliferado en la literatura del manejo de recursos naturales (MRN).

Estos procesos implican trabajar con todas las complejidades sobre cómo los seres humanos interactúan — desde lo cultural, lo social, la política y la economía. Los procesos donde intervienen múltiples sectores son más que la “facilitación de un taller”. Más bien se trata de diseñar y facilitar procesos que pueden permanecer durante varios años y que tienen en cuenta las relaciones de poder y los conflictos, integran las perspectivas comunitarias y las científicas, fomentan la capacidad de los actores clave para participar efectivamente y crean un entorno institucional propicio. En efecto, estos procesos responden a los temas sobre nuevas formas de gobernanza y sobre los temas vinculados al aprendizaje social.

Ahora se sabe mucho sobre cómo se diseñan y facilitan estos procesos para que sean más efectivos y para que mejoren la calidad de la reflexión y el aprendizaje de los individuos, las organizaciones, las comunidades y las sociedades. El apoyo a estos procesos requiere de destrezas por parte de expertos y expertas de CEPA. Una base de datos completa sobre estas metodologías y herramientas se puede encontrar en el Portal de Recursos para Procesos con Múltiples Sectores (www.wi.wur.nl/msp).

Los procesos donde intervienen múltiples sectores permiten presentar y debatir diferentes perspectivas, escenarios y opciones que pueden ser evaluadas, discutir las decisiones y medidas conjuntas que pueden ser adoptadas y aplicadas, y permite un aprendizaje basado en la reflexión sobre las acciones acordadas, a medida que se van implementando.

El aprendizaje social es un concepto macro relacionado con la capacidad que tienen las sociedades y las comunidades, para estar orientadas hacia el aprendizaje a medida que confrontan problemas importantes y particularmente a medida que se realizan pasos concretos hacia el desarrollo sostenible.

EJEMPLO: Del dicho al hecho hay mucho trecho

Decir: Un administrador de un Área Protegida está preocupado por las plantas que están en peligro de extinción, debido a que los agricultores están cortando el pasto para su ganado demasiado temprano en el año. Él prepara un folleto para explicar los antecedentes y el por qué es necesario cortar el pasto más tarde en el año. El boletín del Área Protegida anuncia que los agricultores pueden recoger el folleto en la oficina del alcalde. Sin embargo, los folletos no son recogidos porque los agricultores no leen dicho boletín.

Escuchar: El administrador del Área Protegida descubre su error gracias a un oficial de policía local. Al año siguiente se muestra un cartel a la entrada de la iglesia local, ya que todos los agricultores van allá el domingo. El cartel explica los hechos científicos acerca de la diversidad biológica y pide a los agricultores recoger el folleto en la alcaldía. Una vez más los folletos no son recogidos, porque los agricultores no entendieron cuándo debían hacerlo.

Comprender: El administrador del Área Protegida descubre que el lenguaje puesto en el cartel no se entiende. Así que al año siguiente pone un cartel con un mensaje más claro y simple: “Comiencen el corte de pasto únicamente a partir del 18 de junio en adelante”. A pesar de este esfuerzo, no hay resultado. El mensaje es recibido y entendido, pero no ha sido acordado. Los agricultores se sintieron insultados, por razones religiosas, pues el cartel les decía que comiencen la actividad un día domingo.

Acordar: Al año siguiente, no se cometió el error de elegir un domingo. Sin embargo, el resultado fue el mismo. El administrador del Área Protegida descubre la razón. El hecho de segar más tarde en el año significa que los agricultores pierden una importante cantidad de heno que se puede almacenar para el invierno, lo cual perjudica sus negocios. Sin una compensación económica — no importa qué información se les ofrezca a través de folletos y carteles — las personas no cambiarán su comportamiento.

Implementar: Un diálogo con los líderes de opinión de las comunidades agrícolas da como resultado una propuesta atractiva. Los agricultores que accedan a cortar el pasto después de la fecha establecida, recibirán un bono a través de mínimos procesos burocráticos. En ese año la mayoría de los agricultores cortaron el pasto en el momento oportuno. El administrador del Área Protegida quedó feliz y satisfecho.

Mantener: Sin embargo, al año siguiente les fue mal. Los agricultores se habían olvidado de la fecha, ya que ésta no fue notificada a tiempo.

EJEMPLO: Resolviendo una problemática de la biodiversidad como un proceso social

Gestión de los recursos naturales en el Lago Victoria

El Lago Victoria se encuentra en las fronteras de Kenya, Tanzania y Uganda, y es la fuente del río Nilo. El borde del lago está poblado por algunas de las personas más pobres del mundo. El lago en sí se ha convertido en un importante recurso pesquero como consecuencia de la introducción de la perca en el Nilo.

La exportación de la perca del Nilo a Europa creó una importante industria local, que incide tanto en la economía local como en la nacional. Debido a la sobre-explotación del recurso se disminuyó la población de percas. Algunos recurrieron al uso de venenos, como una forma rápida para capturar los peces.

La perca del Nilo fue inmediatamente prohibida en la Unión Europea debido a las preocupaciones de seguridad alimentaria, y toda la industria pesquera local se colapsó.

La superación de esta situación requirió de un complejo proceso de manejo de los múltiples actores interesados. Las personas dedicadas a la ciencia, las comunidades locales, las personas encargadas de formular políticas de los tres países, las empresas exportadoras de pescado y todos los reguladores europeos tienen que cooperar para encontrar soluciones.*

Durante este proceso social, la forma en que los actores clave establecen relaciones, interactúan entre sí y la forma en que aprenden y cambian, depende de cómo se aborde la comunicación, la educación y la conciencia pública.

* Cita de Woodhill, J. 2005. *Facilitando procesos complejos con múltiples actores. Una Perspectiva de Aprendizaje Social*. Documento de Trabajo

EJEMPLO: Modalidades de CEPA

Fortaleciendo las capacidades en varios niveles

En *Ilha Grande*, una isla frente a la costa brasileña, la comunidad decidió cultivar mariscos en granjas submarinas para atraer a más turistas y mejorar el desarrollo económico local. Para hacer esto, toda la comunidad se sometió a un proceso de re-educación.

Los adultos fueron a los talleres para aprender las técnicas de cría en cautiverio. Las familias recibieron apoyo y orientación para la construcción de fosas sépticas. El gobierno local decidió concluir los sistemas de alcantarillado y tratamiento de aguas residuales.

Los mariscos fueron el tema principal en las aulas para mejorar el interés de los niños y las niñas. Hoy, la maricultura se hace en un mar de aguas claras y cristalinas y a través de una población satisfecha, pues tienen una vida mejor y más saludable.

Drama: ofrecer un mensaje tocando las emociones de las personas

Para involucrar a las personas, no hay nada más poderoso que trabajar con sus emociones, y conectarse con los motivos que las hacen actuar de una manera determinada. El éxito del programa de educación ambiental basado en teatro en Sudáfrica, comprueba esta aseveración.

Al trabajar con los jóvenes que van de 18 a 20 años, bajo la supervisión de artistas de diferentes regiones del país, se producen obras de teatro para dramatizar los problemas que la gente está experimentando con las áreas protegidas, la biodiversidad y la conservación.

Cuestiones tales como la contaminación de ríos, la deforestación, la pesca ilegal y la matanza de aves se hacen a través de medios que combinan el humor y al mismo tiempo crean un vínculo con la experiencia directa de la gente. Las obras se realizan en diversos pueblos y ciudades, promoviendo el debate, sembrando ideas para cambiar comportamientos, dejando una estela de transformaciones por donde van.

Contribución de Ricardo Carvalho. Director de Ecom, Brasil.

Buenas prácticas al utilizar CEPA

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: El papel de la comunicación gubernamental en las diferentes fases de la gestión de las políticas

- En la fase de **identificación**, la función de la comunicación es colocar los temas de la biodiversidad en la agenda pública. Diversas organizaciones de la sociedad desempeñan un papel en esta fase. Los servicios de comunicación escuchan lo que las personas están diciendo, de tal manera que los problemas pueden ser identificados rápidamente, y las problemáticas específicas para determinados grupos meta pueden ser seleccionadas. En esta etapa, las actividades implican comunicar opiniones, hacer un llamado de atención sobre los problemas, movilizar el apoyo y definir los temas a través de reuniones de información regulares, sondeos de opinión y de actitud, análisis de contenido en medios de comunicación y trabajar sistemáticamente con los grupos de interés, a través de la gestión de redes.
- En la fase de **formulación de políticas**, la comunicación juega un papel en incrementar la conciencia pública ante los problemas de la biodiversidad, aumentando el entendimiento de las propuestas de políticas, para lo cual crea una amplia base social de apoyo para resolver las problemáticas. En esta etapa, se promueven diálogos de doble vía entre el gobierno y los/as líderes de opinión, y entre los actores para consultarles sobre las propuestas de políticas; se llevan a cabo sondeos de conocimientos, actitudes y prácticas; se diseña la estrategia de comunicación y su papel, en combinación con otros instrumentos de la política.
- En la fase de **implementación de políticas**, el objetivo es comunicar la información sobre la forma de proceder, los aspectos medulares de la política y las medidas complementarias para los grupos objetivos específicos. La comunicación es utilizada para:
 1. **Apoyar a otros instrumentos:** ayudando a mejorar su eficiencia, ya que se informa a las personas sobre las nuevas leyes, subsidios y facilidades;
 2. **Como un instrumento por sí mismo:** a través de campañas donde las personas encargadas de formular políticas influyen en los conocimientos y las actitudes, y estimulan la acción en la dirección deseada. CEPA puede incidir directamente sobre las personas para que “hagan lo correcto” (si es que no es muy difícil) o su impacto puede darse mediante el desarrollo de una presión social entre “iguales”;
 3. **Como parte de otros instrumentos:** se hayan planificado o no. La comunicación es siempre parte de otros instrumentos. Por ejemplo, si el gobierno establece un impuesto sobre las emisiones de carbono, esto demuestra que el gobierno considera seriamente al tema de la reducción de gases de efecto invernadero.
- En la fase de **gestión y control**, la comunicación se utiliza para apoyar las nuevas actitudes y comportamientos que se han adoptado. El objetivo es obtener una retroalimentación acerca de las reacciones ante la política, proporcionar un servicio activo para explicar la política y los reglamentos, y anunciar modificaciones en otros instrumentos de la política.

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Definición de políticas de manera interactiva

- Ventajas de la participación de actores clave en la formulación interactiva de políticas.**
 - Los intereses, objetivos y experiencias de los distintos grupos interesados que pudieran obstaculizar la aplicación de las políticas pueden ser aclarados en una etapa temprana para ser tratados con efectividad;
 - Los problemas de agua, diversidad de ecosistemas, cambio climático y agricultura pueden conectarse y pueden resolverse conflictos relacionados simultáneamente;
 - Se integran soluciones creativas por parte de profesionales de campo;
 - Se incluyen los conocimientos locales y tradicionales en el proceso de toma de decisiones;
 - Se genera apoyo por parte de los actores clave durante el proceso de formulación de políticas, de otro modo este apoyo deberá construirse después de que la política haya sido anunciada, lo que puede resultar difícil.

- ¿Cuándo funciona la formulación interactiva de políticas?**
 - Cuando las personas son conscientes de que son actores clave en un tema y que pueden tener un impacto;
 - Cuando existe una mutua interdependencia (por ejemplo, las personas que se encuentran negociando un tema se dan cuenta que necesitan de otro sector para alcanzar un objetivo, y que cada actor tiene un nivel razonable de poder);
 - Cuando los intereses contrarios son más o menos del mismo tamaño;
 - Cuando los actores tienen oportunidades concretas para encontrarse entre sí y entender el lenguaje de los otros.

- Si las condiciones mencionadas previamente se encuentran ausentes, entonces hay que tratar de crearlas a través de:**
 - Hacer que los actores estén conscientes del problema y de que sí es posible encontrar una solución;
 - Dar apoyo a los actores menos empoderados para que se organicen y formulen sus ideas; y
 - Crear oportunidades concretas para que las personas se unan de tal manera que se cree un clima de confianza.

Rientjes, S. (2000) *Comunicando la Conservación de la Naturaleza, Un manual sobre el uso de la comunicación para el apoyo de las políticas de conservación de la naturaleza y acción*. ECNC.

¿Por qué hacer actividades de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

¿Por qué hacer actividades de CEPA?

¿Por qué hacer actividades de CEPA?

¿“Por qué molestarnos en realizar actividades de CEPA”? es una pregunta que las personas que son puntos focales de las ENBPA, las personas administradoras de recursos naturales y los y las expertas a menudo tienen enfrentar. Esta sección le ayudará a responder algunas de las preguntas más frecuentes sobre CEPA, basadas en la investigación y la experiencia de expertos y expertas.

¿Por qué desarrollar una estrategia de comunicación y divulgación?¹

- La comunicación, la educación y la conciencia pública son influencias fundamentales sobre la forma en que los ciudadanos y ciudadanas juzgan la imagen global de una organización y sus políticas.
- Una agencia o departamento que desea proyectar una imagen de alto rendimiento y eficiencia, necesitará desarrollar una estrategia de comunicación y difusión.
- Hacer bien las actividades de CEPA es una de las cosas más sencillas y eficaces para mejorar la imagen de una organización y para el logro de sus objetivos.

¿Por qué preocuparnos de conceptos tales como “identidad corporativa” o “gestión de la reputación”?

Nosotros, que estamos vinculados a temas de conservación de la biodiversidad, ¿no somos una marca como la de Coca Cola o de Pepsi!. Para obtener la atención de la gente sobre las problemáticas de la biodiversidad, y para tener la credibilidad necesaria para pedir a la gente que se comporte de manera diferente, usted necesita ser reconocido como una fuente respetable de información y de asesoramiento sobre biodiversidad. Esta es su marca. ¿Cómo es vista su Agencia por el público?

Los departamentos de gobierno o los Ministerios no son empresas privadas. Pero los principios y la razón de ser de “la identidad corporativa y de la gestión de la reputación” son los mismos. La comunicación que desarrolla una organización deber ser clara, con un mensaje consistente, profesional y reconocible como “propia de esa organización”. La credibilidad proviene de lo que se promete y de lo que se entrega a los clientes — ¡que es el público!

1. Principales puntos de las Consejerías Locales, un caso para la gestión de la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>.

¿Por qué hacer actividades de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

¿Por qué molestarse en invertir en comunicación interna cuando los recursos son escasos? — seguramente es mejor gastar el dinero en problemas reales: en la investigación y la conservación de la biodiversidad

Diversas investigaciones han demostrado que existe una relación directa entre el alto rendimiento de la organización y la motivación del personal. Invertir en comunicación interna entre el personal de la organización es, en realidad, invertir en los problemas reales.

La relación entre la información y la satisfacción se aplica tanto a su propio personal como a los residentes locales. La gran mayoría de los funcionarios y funcionarias también son ciudadanos y residentes locales. Si usted puede influir en sus percepciones respecto a las ENBPA, usted puede convertirlos en embajadores de las Estrategias Nacionales de Biodiversidad.

Principales puntos de las Consejerías Locales, un caso para la gestión de la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>.

¿Cómo podemos tener el tiempo para llevar adelante las tareas de comunicación y educación al mismo tiempo que nuestras actividades diarias de planificación y de implementación de las ENBPA?

La comunicación y la educación son parte de las “labores diarias”, y debe ser una parte integral del trabajo de todo el personal. CEPA es tan importante como la gestión de un presupuesto o la de un equipo. Invertir en la capacitación de los directores o directoras de su Ministerio sobre comunicación estratégica, paga dividendos en forma de una mejor prestación de servicios, clientes más “satisfechos”, y un personal mejor informado y más motivado. Las personas profesionales de la comunicación pueden apoyar en este proceso.

Queremos invertir más en CEPA para la biodiversidad, pero, ¿cuánto cuesta y por dónde comenzar?

La mejor forma de comenzar es invirtiendo en personal profesional de CEPA, en comunicación interna y en comunicación directa, en educación y sensibilización de los ciudadanos y ciudadanas, de las organizaciones y del sector privado.

Cuando los recursos de las Agencias son utilizados de manera eficiente, puede haber más dinero y tiempo disponible por parte del personal existente, sin costos adicionales. Hay muchas maneras de introducir mejoras de bajo costo para las actividades de comunicación. El primer paso consiste en invertir de manera adecuada en los aspectos prioritarios, como en la calidad del personal, o en mejorar los servicios de profesionales de CEPA.

Principales puntos de las Consejerías Locales, un caso para la gestión de la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>.

Muy pocos organismos públicos o Ministerios tienen personal especializado dedicado a la comunicación estratégica, a pesar de que muchos tienen oficiales de prensa y de medios de comunicación.

Realizar altos gastos en comunicación no garantiza el éxito o aumento de la reputación. Del mismo modo, un gasto reducido en comunicación casi siempre se traduce en una baja tasa de satisfacción de los ciudadanos y ciudadanas.

¿Por qué hacer actividades de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

Los medios de comunicación están sesgados en contra de la diversidad biológica. ¿Por qué debo seguir trabajando con este sector?

La mayoría de los ciudadanos y ciudadanas obtienen información acerca de su gobierno a través de los medios de comunicación. Para que su mensaje llegue al público en general, es muy útil construir previamente una relación sólida con los medios de comunicación.

Muchos departamentos gubernamentales y Ministerios tienen relaciones positivas y productivas con los medios de comunicación. Una mala relación con los medios puede deberse a los choques de personalidades o por una falta de comprensión sobre cómo funcionan los medios. (Para mayor información véase la Sección 3 sobre el trabajo con los medios de comunicación). Si la relación entre su Agencia y los medios se ha deteriorado, le corresponde a su departamento tratar de reparar los daños. Usted tiene mucho que perder si no lo hace.

Si se publicitan correctamente nuestros servicios, no estaremos en condiciones de hacer frente a la demanda. Es mejor permanecer tal y como somos.

Fomentar una comunicación deficiente, como una forma de mantener las puertas cerradas de la organización, no es una buena práctica. La mejor manera de manejar las expectativas, e informar a los ciudadanos, ciudadanas y residentes locales adecuadamente, es comunicarse con estas instancias con honestidad y precisión. Mediante el uso de la comunicación efectiva de doble vía, las personas que gestionan la biodiversidad podrán estar mejor informadas sobre las opciones que existen para prestar sus servicios, incluso cuando existen decisiones difíciles de tomar acerca de los presupuestos y de las estrategias necesarias para dar respuesta a una gran demanda por parte del público.

¿Cómo puedo afrontar los gastos adicionales en CEPA cuando lo que importa realmente son los beneficios de transmitir “astutamente” la información?

La investigación demuestra que los ciudadanos, y ciudadanas, las comunidades locales, y las personas, mujeres y hombres, que trabajan como funcionarios públicos, se ven influenciados por la información cuando esta es sólida. Existen pruebas claras acerca de lo que la gente quiere saber y el modo en que desean recibir esta información. Si las ENBPA se asientan en una comunicación y educación basadas en información objetiva, y se asegura que estos procesos se mantienen dentro de las leyes y reglamentos sobre publicidad hechos por el gobierno, se tendrá éxito.

Principales puntos de las Consejerías Locales, un caso para la gestión de la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>.

EJEMPLO: Citas sobre la pertinencia de CEPA por parte de actores de las ENBPA

“Yo no entendía de lo que se trataba CEPA, por cierto, no sabía que se refería a posibilitar una comunicación de doble vía. Yo solo tenía un vago concepto de lo que es la comunicación, y ahora entiendo mucho mejor. Puedo ver con mucha más claridad que cuando se utilizan otros instrumentos, éstos también deben ser comunicados adecuadamente, ya que la eficiencia de esos instrumentos puede multiplicarse.” Entrevista a la Autoridad Nacional de Hungría.

“El contacto directo (a través de CEPA en el proceso Natura 2000) ha permitido disminuir muchos de los prejuicios que las organizaciones tenían entre sí (institutos, servicios forestales y agrícolas)... yo no sé si alguna vez se ha dado algo así en el gobierno esloveno, como el hecho de que varios Ministerios se presenten al público de manera conjunta, con las mismas ideas, con el mismo mensaje, en lugar de pelearse en público.” Entrevista al Ministerio de Ambiente de Eslovenia

“[Los oficiales de gobierno, hombres y mujeres, que entienden la importancia de CEPA, son más efectivos]. En lugar de elaborar normas, alcanzan mejores logros mediante un mayor grado de contacto, comprendiendo a la población, especialmente a los actores locales, y generando compromisos de más largo plazo. Se dan cuenta de que las personas no son sus enemigos, sino más bien se conectan y se vuelven parte del área, y la gente local los acepta.” Político de la Agencia Nacional Eslovena

Fuente: Informe de Evaluación de Resultados, *Proyecto de Fortalecimiento de Capacidades implementado por la Comisión de Educación y Comunicación de la UICN 1997-2003*. Financiado por el Ministerio Holandés de Agricultura, Naturaleza y Calidad de los Alimentos y el Ministerio Holandés de Asuntos Exteriores, abril 2004. Bobbi. Schijf.

¿Cómo promover el uso de CEPA?

¿Cómo promover el uso de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Cómo promover el uso de CEPA internamente?

La mayoría de las personas que toman decisiones de los gobiernos están de acuerdo en que la comunicación, la educación y la conciencia pública son importantes para el éxito de su política o plan. Sin embargo, solo unos pocos gobiernos apoyan esta premisa a través de realizar inversiones y designar recursos adecuados. ¿Esto se debe a la falta de comprensión de lo que CEPA puede hacer? ¿Hay duda de que la comunicación, o los instrumentos de CEPA, pueden proporcionar el apoyo necesario para hacer un trabajo eficaz?

Para las personas que coordinan las ENBPA es importante vender la idea de invertir en CEPA, con el fin de tener una asignación presupuestaria adecuada. Esto puede lograrse mediante la demostración de los nuevos métodos de trabajo que están siendo utilizados al valerse de CEPA para implementar las ENBPA, y comunicando los resultados de este trabajo.

La comunicación interna para Puntos Focales de Biodiversidad

La comunicación interna se refiere a los procesos de comunicación dentro de su propia organización, una función que a menudo se pasa por alto. Sin embargo, es uno de los primeros pasos para que la comunicación de gobierno sea efectiva.

La comunicación interna permite que una persona que coordina la ENBPA consiga apoyo para lograr los objetivos de biodiversidad y para los planes de acción por parte de su propia organización. A menos que el personal del Ministerio y sus agencias apoyen las ENBPA y los objetivos del CDB, es muy difícil que la comunicación externa sea creíble y efectiva.

A través de la comunicación interna, las personas encargadas de las ENBPA adquieren comprensión acerca de los beneficios que otros departamentos de la organización pueden tener al vincularse a las prioridades de las ENBPA y cómo puede la conservación de la biodiversidad incorporarse a los trabajos de otras secciones.

Muchos departamentos gubernamentales tienen personal limitado. Por lo tanto, cobra sentido identificar y reunirse periódicamente con los y las Puntos Focales de las otras convenciones ambientales (como Ramsar, Cambio Climático, CITES), para aprender los unos de los otros, coordinar los esfuerzos de educación y comunicación, y trabajar conjuntamente para lograr el apoyo en la aplicación de los convenios.

Una función importante de la comunicación interna es involucrar a sus colegas y a sus supervisores y supervisoras en el trabajo que está haciendo e identificar una función para ellos. Esto lleva a que participen, se apropien y que ofrezcan un mayor apoyo para estas iniciativas. Véase el Listado con Puntos Clave sobre las formas informales de comunicarse internamente, que son mucho más efectivas que los medios formales, como los memos.

UN BUEN LEMA ES “PRIMERO COMUNÍQUESE INTERNAMENTE ANTES QUE EXTERNAMENTE”

¿Cómo promover CEPA en la comunicación externa?

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA, y los y las Puntos Focales del CDB, necesitan comunicarse con las más variadas y numerosas audiencias externas. La finalidad de la comunicación externa es explorar las oportunidades de colaboración, asesorar sobre las prioridades de las ENBPA, hacer que la gente tome conciencia de las políticas y acciones planteadas para la biodiversidad, y lograr la implementación de dichas políticas.

Las personas que coordinan las ENBPA necesitan obtener el apoyo de las personas que toman decisiones en el Ministerio para utilizar CEPA, con el fin de involucrar a otros actores en la conservación de la biodiversidad y en el uso sostenible de los ecosistemas y los recursos.

El primer paso consiste en ser conscientes de las normas y procedimientos oficiales del gobierno, sobre cómo tratar con los medios de comunicación o sobre cómo comprometer a otros niveles del gobierno. Solicite asesoramiento y ayuda de las personas que trabajan como responsables de prensa y como expertos o expertas en comunicación del Ministerio u otras agencias del gobierno a la hora de planificar su intervención.

Comunicándose con iniciativas locales y movimientos de base

En muchos países la conciencia pública y las actividades educativas para la biodiversidad y el desarrollo sostenible son frecuentemente realizadas por las organizaciones no gubernamentales y las comunidades locales. Sin embargo, a menudo los gobiernos sospechan de las ONGs. La persona que coordina la ENBPA puede demostrar nuevas maneras de trabajar conjuntamente con estas instancias y puede difundir información sobre cómo utilizar CEPA como una forma de generar redes entre organizaciones que trabajan para la biodiversidad. Puede ser de utilidad para las personas que coordinan las ENBPA, usar y facilitar programas existentes, que han sido iniciados de abajo hacia arriba, ya que las ONGs y las organizaciones comunitarias tienen un impacto considerable en la sociedad debido a la credibilidad de sus organizaciones y por la autenticidad de la comunicación con los ciudadanos y ciudadanas.

EJEMPLO: Un caso de Comunicación Interna

Un Ministerio de Ambiente está implementado el Convenio sobre Diversidad Biológica (CDB) y elabora una Estrategia Nacional de Biodiversidad. Para este proyecto se designa un nuevo experto. El nuevo oficial del proyecto comienza a trabajar y después de un año de duro trabajo y retroalimentación por parte de expertos y expertas externos al Ministerio, y de algunos interesados en biodiversidad, el primer borrador está listo. Él presenta la estrategia en una reunión con las personas directivas del Ministerio. La opinión es que la mitad de las propuestas ya están cubiertas por las actividades de otras direcciones y lo que él propone es imposible dadas las relaciones existentes con el Ministerio de Agricultura.

Lección aprendida: La comunicación externa se inicia con la comunicación interna. Hay que buscar ideas y comentarios a medida que se avanza en el trabajo. La retroalimentación al final es demasiado tarde.

EJEMPLO: Otro caso de Comunicación Interna

El Plan de Manejo de un Área Protegida (AP) pretende elevar su perfil, en la percepción de la gente que vive dentro de ésta. Como uno de los puntos del manejo del AP, se desea mejorar la educación ambiental en las escuelas de las comunidades. Una profesora está interesada en hacer frente a este desafío y llama a la oficina. Durante dos días no contestan. Otro día, alguien contesta el teléfono y escucha la petición de organizar una excursión escolar al área. La respuesta recibida es: “no sé sobre nada en absoluto sobre esa iniciativa y no tengo tiempo para ello”. La profesora ya no quiere trabajar en esta idea.

Lección aprendida: La comunicación externa comienza con la comunicación interna. Asegúrese de que toda la organización conozca el nuevo plan, y sobre cómo pueden contribuir con él.

¿Cómo promover el uso de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Buenas prácticas en la comunicación gubernamental

Las investigaciones han descubierto una gran cantidad de buenas prácticas en materia de comunicación. Aunque no existe un modelo ideal, los departamentos de gobierno deben entender que la comunicación es una parte integral en la prestación de servicios eficaces y que no debe ser tratada al final de los proyectos o procesos. Los departamentos deben vincular sus prioridades corporativas a los deseos de sus clientes y desarrollar iniciativas de comunicación que se adapten a las necesidades de los ciudadanos y ciudadanas, las comunidades y al sector privado. Algunos elementos comunes que se obtienen de dichas investigaciones indican que, para que sean efectivos estos organismos deben:

- Liderar la comunicación desde arriba, política y administrativamente.
- Tener una identidad corporativa fuerte y consistente.
- Reclutar, retener y valorar al personal profesional en comunicación.
- Disponer de una estrategia de comunicación corporativa y una serie de mensajes claros.
- Conocer a los actores clave, a las audiencias y las mejores maneras de llegar a éstas.
- Poner especial énfasis en la comunicación con grupos “difíciles de alcanzar”.
- Comunicar regularmente y de forma consistente, relevante y creativa.
- Consultar en formas adecuadas y actuar sobre los resultados.
- Ser valientes para comunicar “temas difíciles”.
- Promover un “orgullo” sobre el área local y sobre las instancias de toma de decisiones locales.
- Tener una o dos personas de renombre como portavoces.
- Ver a los medios de comunicación como socios y no como enemigos.
- Dar prioridad a la comunicación interna y motivar al personal para que sean buenos comunicadores y comunicadoras.
- Tener un buen sitio web y utilizar la comunicación electrónica para dirigir cierta información y crear un diálogo con residentes locales.
- Establecer puntos de referencia en el plan de comunicación y ponerse a sí mismos ambiciosos objetivos para mejorar.
- Concentrarse en los “resultados” y no solos en los “productos”.

Principales puntos de las Consejerías Locales, un caso para la gestión de la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>

¿Cómo promover el uso de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo mejorar la comunicación desde el gobierno?

Varias investigaciones y consultorías realizadas con los Ministerios han identificado algunas aproximaciones comunes con el fin de priorizar futuras inversiones y mejorar la comunicación. Si usted está pensando en cambiar la forma en la que su Ministerio o departamento se comunica, esta lista le puede servir:

- Sea corporativo:** teniendo una mirada honesta sobre cómo y por qué su Ministerio se comunica con el público, ofrezca información proveniente de todos los departamentos. Con frecuencia, el ahorro de dinero y tiempo a través de la utilización de un enfoque más corporativo puede financiar nuevas actividades de comunicación.
- Manténgase enfocado:** desarrolle un sistema simple, priorizando mensajes clave hacia los principales grupos de ciudadanos y ciudadanas, hacia el personal y hacia otros actores clave.
- Sea sistemático:** desarrolle una estrategia de comunicación que esboce cómo los mensajes se comunicarán al público, con fechas de entrega claras, presupuestos y responsabilidades.
- Mejore su marca corporativa:** suprima los logotipos departamentales, vele que el Ministerio se vea y actúe como una sola organización, y asegúrese de que toda la comunicación se haga de una manera profesional.
- Invierta en comunicación con la gente local:** invierta en un periódico/revista para los ciudadanos y ciudadanas, y otras audiencias, elabore una guía de los servicios del Ministerio de la A – Z, haga una amplia gama de publicaciones coordinadas sobre los servicios específicos que tienen, y cree un sitio web fácil de utilizar.
- Dé prioridad a la comunicación interna:** identifique una persona con responsabilidad clara para la comunicación interna y desarrolle una serie de canales de comunicación de doble vía con el personal.
- Invierta en personal de calidad:** encuentre y mantenga profesionales de alta calidad y que estén sumamente motivados.
- Sea ambicioso:** tenga como punto de referencia a los mejores, y establezca claros objetivos para mejorar.

Principales puntos de los Consejos Locales, un caso de negocio para la comunicación. <http://www.idea-knowledge.gov.uk/idk/aio/90058>

¿Cómo promover el uso de CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Medios y canales para la Comunicación Interna

MEDIOS	PROPÓSITO	COMENTARIO
<input type="checkbox"/> Boletín casa adentro (electrónico o impreso):	Ofrece periódicamente información breve sobre los últimos hechos y acontecimientos.	Ventaja: <ul style="list-style-type: none"> • es fácil de hacer, reproducir y distribuir.
<input type="checkbox"/> Manual de Políticas	Presenta información sobre la historia y la misión de la organización, sus actuales políticas y actividades.	Desventaja: <ul style="list-style-type: none"> • Tiene que ser actualizado regularmente.
<input type="checkbox"/> Programa de orientación	Ofrece a los funcionarios nuevos, hombres y mujeres, programas introductorios para que puedan conocer rápidamente la organización y sus actividades.	
<input type="checkbox"/> Pizarras con información (Ahora incluso hay pizarras digitales y en páginas web)	Una forma barata y fácil de distribuir la información interna rápidamente.	Ventaja: <ul style="list-style-type: none"> • Si se encuentra en un lugar estratégico (cerca de un ascensor, fotocopiadora, sala de café, etc), normalmente se lee bastante. Desventaja: <ul style="list-style-type: none"> • No es adecuado para llegar a personal externo o de paso. • A menudo se ve desordenado (Nota: ¡el medio es el mensaje!), lo que les hace poco aptas para algunos mensajes.
<input type="checkbox"/> Reuniones de personal	Reuniones regulares con el personal son una buena manera de: <ul style="list-style-type: none"> • Estimular la comunicación interna y la distribución de información; • Generar más apoyo en la organización para su misión, prioridades y campañas actuales. 	Son útiles si permiten comunicación de doble vía: El personal debe tener oportunidades iguales para colocar temas en la agenda.
<input type="checkbox"/> Desarrollo de habilidades	Un personal entrenado desarrolla confianza y motivación.	Requiere de un presupuesto anual.
<input type="checkbox"/> Eventos sociales	Excursiones, cenas, almuerzos y celebraciones promueven la comunicación de doble vía, lluvia de ideas e intercambio de información profesional.	Pueden ser pequeñas y no necesitan ser extravagantes.

¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?

¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?

La elaboración de una Estrategia Nacional de Biodiversidad y el Plan de Acción requiere del apoyo de CEPA (por sus siglas en inglés), referida a la Comunicación, Educación y Conciencia Pública. Las personas que coordinan las ENBPA a menudo se encuentran con poco financiamiento para la implementación de las ENBPA. Por lo tanto, pensar estratégicamente es extremadamente importante, así como enfocarse en pocas prioridades y encontrar la mejor manera de incrementar el impacto. El reto es aumentar el alcance y la escala de las acciones, mediante el involucramiento de líderes de opinión, actores clave, redes y actores interesados que puedan tener un impacto significativo en la conservación de la biodiversidad.

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA necesitan una estrategia de CEPA para priorizar dónde y cómo invertir tiempo y esfuerzo, y para orientar estas iniciativas a nivel nacional. Decidir cómo formular una estrategia de CEPA requiere de la respuesta de algunas preguntas:

- ¿Cuáles son las prioridades de CEPA en las ENBPA?
- ¿Qué resultados se buscan de la intervención?
- ¿Qué grupos deben involucrarse en el programa de CEPA?
- ¿Cómo puedo lograr un resultado de calidad con el tiempo y los recursos disponibles?

La planificación estratégica ayuda a determinar dónde colocar las acciones de coordinación nacional. En lugar de tratar de realizar las acciones educativas directamente, usted puede ser mucho más eficaz si:

- se coordinan las acciones en curso mediante el apoyo a la creación de redes, se ofrece información para las personas que se encuentran implementando proyectos de biodiversidad/desarrollo/salud sobre las prioridades de biodiversidad; se ofrece apoyo moral a dichas actividades; se construye sobre lo que está funcionando bien; se comparte la información entre actores;
- se facilitan las alianzas y se fortalecen las relaciones de colaboración entre los múltiples grupos de interés y se desarrollan capacidades para colaborar en la solución de problemas complejos;
- se llama al diálogo intra e inter departamental para integrar la diversidad biológica en las actividades de otros departamentos u otros sectores a nivel local y nacional;
- se gestiona una campaña de comunicación estratégica en apoyo a ciertas políticas cuando los fondos son suficientes.

¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

¿Cómo seleccionar por dónde empezar con CEPA?

Dependiendo del análisis de la situación y de los recursos disponibles, existen varios puntos de entrada para la utilización de CEPA para apoyar la implementación de las ENBPA. En el siguiente cuadro se ofrece orientación sobre los puntos de entrada, los objetivos y las aproximaciones para elegir una estrategia de CEPA.

Cuando los recursos son limitados, un buen punto de partida es conectarse con diferentes iniciativas existentes de CEPA para generar apoyo del público y fomentar capacidades para la biodiversidad. La sección 2 ofrece una guía de herramientas basada en el trabajo con redes, el desarrollo de alianzas y la colaboración.

Una de las maneras más influyentes para comenzar, es utilizar CEPA para relevar diversas problemáticas de la biodiversidad con el fin de llamar la atención de otros sectores, de tal manera que la biodiversidad se integre en dichos sectores. El foco de las actividades se centra en la construcción de las relaciones con los actores clave para que eventualmente colaboren e integren la biodiversidad en su sector. En la Sección 3 se ofrece un detalle de actividades para integrar a la biodiversidad en otros sectores.

Otra manera que tiene aún más impacto, es planificar estratégicamente CEPA para el cambio en las políticas y en las prácticas sociales. La Sección 4 da una orientación sobre cómo llevar a cabo dicha planificación.

PUNTOS DE ENTRADA	OBJETIVOS	ENFOQUE DE LAS ACTIVIDADES	SECCIÓN DE LA GUÍA
Construir y conectarse con las iniciativas existentes de CEPA en la sociedad civil.	Generar apoyo público para incrementar la capacidad y los recursos.	Aumentar la conciencia pública y el trabajo en red con iniciativas locales.	Sección 2 
Utilizar CEPA como un instrumento de las políticas para implementar las ENBPA.	Poner los temas en agenda y generar apoyo en varios sectores; crear un entorno propicio para la biodiversidad.	Involucramiento de actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores.	Sección 3 
Utilizar CEPA para apoyar cambios en las prácticas sociales a través de la planificación estratégica de la comunicación y de campañas.	Apoyar cambios importantes en prácticas específicas y en las políticas a través de la comunicación y de la educación.	Campañas a nivel nacional/ general y sectorial/ temáticas, llevadas a cabo en colaboración con actores clave.	Sección 4 

¿Cómo planificar CEPA estratégicamente?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Cómo implementar CEPA cuando se trabaja con un presupuesto limitado?

Las personas designadas como Puntos Focales de biodiversidad en el gobierno pueden apoyar y hacer uso de muchas de las actividades de educación ambiental y conciencia pública que llevan a cabo las distintas organizaciones no gubernamentales, para atender las prioridades de las ENBPA. Estas actividades son a menudo financiadas con fondos externos. A veces, los proyectos de biodiversidad que son administrados por organismos no gubernamentales internacionales pueden proporcionar otros beneficios a los esfuerzos nacionales, que van desde ofrecer capacitación hasta facilitar el acceso a redes internacionales e información.

Incluso los proyectos que son orientados a salud y temas relacionados con el desarrollo, pueden facilitar vías para incluir temas de biodiversidad, como por ejemplo, la conservación y regeneración de los manglares son temas importantes para reducir el daño proveniente de los desastres naturales como huracanes y tsunamis.

¿QUÉ PUEDE HACER?

- Identifique actividades de educación ambiental a nivel nacional y local realizadas por organizaciones nacionales e internacionales.
- Identifique proyectos clave que puedan dar oportunidades para trabajar sobre medios de vida sostenibles o que incluyan temas de biodiversidad.
- Monitoree lo que está pasando por medio de sitios web, informes o talleres.
- Establezca contacto — ya sea por teléfono o a través de reuniones— con ONGs y personas claves que juegan un papel en procesos de educación sobre la biodiversidad/desarrollo.
- Seleccione aquellas organizaciones con las que desea trabajar en temas prioritarios y con las cuales generará mayor impacto.
- Ofrezca espacios de coordinación, información e insumos estratégicos:
 - Vincule a grupos que estén trabajando en temas similares para reducir la duplicación y asístalos para que aprendan los unos de los otros.
 - Explore maneras para reorientar el enfoque de los programas de CEPA, si están ausentes ciertos grupos meta relevantes.
 - Proporcione oportunidades a los diferentes actores para intercambiar conocimiento y explorar nuevas formas de colaboración y de alianzas.

Por ejemplo, en España, la organización *Amigos de la Tierra* realizó un estudio sobre los programas educativos de las ONGs conservacionistas. Durante la investigación se preguntó a los expertos y expertas cuáles eran los grupos que estaban causando mayor daño o pérdida de la biodiversidad. El análisis de los resultados mostró que muchos programas de educación se centran en escuelas, mientras que los grupos que se perciben como los que generan más daño no fueron el objetivo de estos programas educativos. Este panorama general es útil para orientar la inversión de recursos limitados.

¿Cómo seleccionar el enfoque para influir en la educación formal — de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba?

El gobierno decide que introducir el tema de la biodiversidad en la educación formal es una prioridad de las ENBPA. Existen dos estrategias básicas que pueden ser usadas para iniciar este proceso de integración:

- a) Un proceso de arriba hacia abajo, trabajando con el Ministerio de Educación, ó
- b) Una estrategia basada en la demanda, de abajo hacia arriba, la cual genera interés entre los padres y madres de familia, los niños y las niñas, los maestros y maestras acerca de la biodiversidad (por ejemplo, a través de las intervenciones de los medios masivos de comunicación).

Para el primer escenario, las personas que coordinan las ENBPA hacen un contacto con el Ministerio de Educación para explorar oportunidades de integrar los temas de la biodiversidad en el plan de estudios, formación de docentes y en programas de profesores y profesoras en-servicio. En el segundo escenario, las ENBPA trabajan con otros actores de la sociedad para estimular su interés en la biodiversidad, a fin de que los docentes, las familias y los niños y niñas soliciten más oportunidades para aprender acerca de la biodiversidad.

En la Sección 3 se ofrece mayores detalles sobre cómo introducir temas de biodiversidad en el sector formal de la educación.

EJEMPLO: ¿Cómo iniciar acciones de CEPA?

Coordinación de CEPA en Bolivia

En Bolivia, tras la revisión de las actividades nacionales de educación y conservación, un informe recomendó el desarrollo y fortalecimiento de mecanismos para reunir a personas, recursos, información, experiencias y materiales para el *intercambio*, la *colaboración* y la *cooperación*, con el fin de construir una base social sólida para realizar acciones para los bosques, el agua y la biodiversidad.

En este informe se determinó la importancia de que el gobierno asuma el liderazgo en la coordinación nacional de la educación y la comunicación y para reforzar “alianzas estratégicas” — facilitando acciones colaborativas entre las instituciones gubernamentales, las organizaciones no gubernamentales, las universidades y el sector privado en problemáticas específicas de educación y comunicación ambiental.

Fuente: *Educación y Comunicación Ambiental (ECA) para el cambio de comportamiento. Su rol en temas de Bosques, Agua y Manejo de la Biodiversidad y de los Recursos para el Crecimiento Económico Sostenido en Bolivia*, USAID / Greencom, 2001.

Maximizando el uso de las redes locales en la India

Una de las lecciones aprendidas de la planificación de la Estrategia de Biodiversidad en la India es que “es de vital importancia revisar y hacer uso de los recursos locales disponibles y trabajar en redes con el fin de maximizar las oportunidades”. Se observó que, a menudo, las agencias de coordinación para las ENBPA no hacen uso de las redes existentes para alcanzar sus metas.

En Utar Kannada la red de cultivadores de especias cuenta con 600 miembros. Sin embargo, ésta no fue aprovechada como un órgano formal, a pesar de que ese distrito es un área de gran importancia para el cultivo de especias, lo cual tiene implicaciones para el estado del medio ambiente.

Por otro lado, en el norte de la costa de Andhara, el buen uso de las ONGs y redes *adivasi* (tribales), el “integrarse” en iniciativas o en reuniones que existen y movilizar redes, ha permitido obtener una valiosa información de nivel micro acerca de la biodiversidad en zonas remotas.

Tejaswinin Apte 2003 *Un enfoque desde el activismo para la planificación de la diversidad biológica- un manual con herramientas de participación para preparar la Estrategia Nacional de Biodiversidad y su Plan de Acción en India*, IIED p. 126.

EJEMPLO: ¿Cómo empezar? — Reverdeciendo la educación en El Salvador

En este proyecto participaron el Ministerio del Ambiente y el Ministerio de Educación para desarrollar una política para integrar los temas ambientales en los procesos educativos de las escuelas.

Se realizaron actividades con los medios de comunicación, que dieron lugar a un aumento significativo de la cobertura sobre los temas ambientales. Uno de los mejores ejemplos se dio en “El Diario de Hoy”, el cual firmó un acuerdo con GreenCOM en 1994 para que una vez al mes se generase un espacio para los temas ambientales en su revista infantil del domingo, *Guanaquín*.

Desde 1995 hasta el primer semestre de 1999, el periódico imprimió 54 suplementos de *Guanaquín* dedicados a temas ambientales, con un promedio de 112.000 ejemplares cada uno. La evaluación de GreenCOM en 1996, encontró que el 86% de los docentes utilizaron *Guanaquín* para preparar sus clases y el 83% de los y las estudiantes lo utilizaron para hacer sus tareas y realizar los experimentos sugeridos. Los medios de comunicación motivaron a los profesores y profesoras a cubrir temas ambientales en sus aulas.

También se alentó a las organizaciones no gubernamentales a que utilicen los medios de comunicación para dar a conocer sus mensajes ambientales. A su vez, el interés que generaron los docentes y las ONGs en varios segmentos de la población, motivó a los medios a dar más cobertura a los temas ambientales.

Al haber “calentado” el diálogo con el público sobre los temas ambientales y sobre los recursos naturales, algunas empresas privadas se sintieron obligadas a enfocarse sobre sus logros ambientales, con el fin de integrarlos a sus campañas de relaciones públicas.

Extracto del Estudio de Caso — *El Salvador: Haciendo que las problemática ambiental una Prioridad Nacional*. GreenCOM, 2005. http://www.greencom.org/greencom/project_profile.asp?id=1

EJEMPLO: Estrategia de CEPA en Alemania

Punto de partida 1998

- En 1995 el desarrollo nacional del Mecanismo de Facilitación de Información mostró que existía un limitado conocimiento de la biodiversidad y del CDB;
- Pregunta: ¿Cómo aumentar la conciencia sobre biodiversidad y el CDB?
- Empezar con el sector de educación formal: mezclar el trabajo de campo y observaciones directas sobre la naturaleza, con el Internet: Proyecto Detectives de la Naturaleza.

Primeros pasos

- Colaborar con el sector de la educación formal a través de la Red de Escuelas de Alemania (llenar el “nicho de la naturaleza”);
- Diseñar una actividad piloto para el primer año con dos temas principales de observación de la naturaleza y evaluar las reacciones de las escuelas;
- Estimular una continua retroalimentación positiva con 12 tópicos por año y un par de acciones especiales y concursos;
- Imprimir folletos, carteles, CDs, HTML, herramientas de aprendizaje electrónico HTML, publicar artículos;
- Hacer varios cuestionarios para ayudar a reforzar el concepto del proyecto.

Estrategia

- Desarrollar una innovadora mezcla entre las observaciones y las prácticas de campo y los mecanismos de producir informes por Internet;
- Ofrecer trabajos y observaciones de temas sencillos, al igual que concursos y otras acciones que permitan al proyecto ser interactivo y que “tenga vida”;
- Diseñar breves y coherentes resúmenes de temas principales que permitan realizar trabajos tanto de corto como de largo plazo;
- Integrar socios de diferentes instituciones, universidades, escuelas;
- Usar incentivos para la participación, es decir, premios para los concursos o para cuando existan publicaciones bien diseñadas.

Evaluación

- El proyecto ha sido galardonado varias veces.
- Ha recibido apoyo de la cooperación internacional, por ejemplo: Ranas alrededor del Mundo con Canadá; Una planta toma vuelo con la Red de Escuelas en Sudáfrica; Competencia Internacional de Biodiversidad con Palau;
- Aún existe una creciente participación de las escuelas;
- Cambiar desde un enfoque exclusivamente en escuelas hacia un proyecto más orientado hacia el público en general.

www.naturdetektive.de Dr. Horst Freiberg, *Naturschutz und Kartographie*, Alemania, presentación realizada en la Feria de CEPA COP 8, 2006 Curitiba.

EJEMPLO: Estrategia de CEPA en Antigua y Barbuda

Punto de partida

- Conocimientos limitados en cuestiones de gestión ambiental;
- Educación aún más limitada en problemáticas de biodiversidad;
- La biodiversidad normalmente vinculada a cuentos populares y costumbres, pero no existen incentivos para la protección;
- Para los casos de especies muy conocidas, por ejemplo, la caza de ballenas, los pobladores se encuentran por fuera de los esfuerzos de los “ambientalistas” y tienen una visión negativa de la biodiversidad.

Primero pasos

- Identificar la línea base sobre educación;
- Llevar a cabo evaluaciones sobre necesidades, particularmente en los grupos como las ONGs.
- Hacer programas de radio y televisión;
- Llevar a cabo otras evaluaciones.

Evaluación

- La comunicación entre el Punto Focal del Convenio y la población local no era buena.
- Conciencia pública insuficiente; las problemáticas subyacentes no eran conocidas.
- Dentro de los sistemas escolares, los niños y niñas sabían más sobre los osos polares que sobre la biodiversidad local.

Estrategia

- Contratar a una profesora que no tenía mayores conocimientos sobre la biodiversidad para trabajar con las escuelas y con una gran variedad de audiencias, incluyendo personas influyentes que toman decisiones;
- Diseñar un programa de televisión que se base y apoye al trabajo realizado dentro de las escuelas;
- Realizar una campaña enfocada sobre la biodiversidad y su importancia para la salud y el empleo;
- Influenciar el programas de educación formal — los planes de estudio y de producción de textos y libros;
- Fuente de financiamiento: organizaciones internacionales y el sector privado.

Evaluación actual

- La biodiversidad está incluida dentro de los programas de educación formal;
- Libros de texto se producen integrando los conocimientos locales;
- Las llamadas a los programas de televisión y radio son más interesantes, ya que las preguntas del público son más informadas;
- Los programas de televisión son un éxito y ahora son financiados por el sector privado como parte de sus campañas de publicidad.

Diann Black-Layne, *Presentación de IUCN-SCBD CEPA*. Evento en la COP 8, 2006. Curitiba.

¿Cómo monitorear y evaluar CEPA?

¿Cómo monitorear y evaluar CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Por qué evaluar?

Por medio de la evaluación se pueden dar pruebas sobre los resultados e impactos que un programa se propone lograr. Ésta demuestra el impacto que tiene CEPA y los cambios que ocurren a nivel de conocimientos o acciones alcanzados con los grupos meta. Los resultados de la evaluación se utilizan para justificar o evaluar el valor de la inversión y del proceso utilizado. Las preguntas que uno puede plantearse son:

- ¿Qué sucedió como resultado del programa de CEPA?
- ¿Qué cambios se dieron?
- ¿Qué porcentaje del grupo meta cambió?
- ¿Qué impactos se produjeron en términos de la conservación de la biodiversidad?
- ¿Se logró una calidad adecuada, de acuerdo a la proporción de fondos y tiempo de personal invertidos?

La evaluación aclara las lecciones aprendidas que pueden ser ampliamente aplicadas a las siguientes etapas del trabajo, así como las lecciones sobre el proyecto mismo. La evaluación es un medio importante de aprendizaje sobre la manera de lograr un cambio. La evaluación proporciona pruebas para aumentar el apoyo a las intervenciones de CEPA y los resultados necesitan ser comunicados.

¿Cuándo deben realizarse las evaluaciones?

Las evaluaciones se realizan por lo general al final del programa y, a menudo son llevadas a cabo por un equipo externo. Los términos de la evaluación suelen ser especificados por la agencia que financió el proyecto y son un requerimiento de los proyectos que utilizan fondos externos. Las evaluaciones se pueden llevar a cabo a medio término, en el caso de ser proyectos grandes. Cada vez más se hacen evaluaciones participativas, directamente con las personas participantes de un programa, durante y al final del proyecto con el apoyo o la orientación de un evaluador o evaluadora externo.

¿Por qué monitorear un programa de CEPA?

Es importante monitorear un programa de CEPA para evaluar el proceso y poder hacer ajustes a la estrategia mientras se ejecuta. Un proceso de monitoreo plantea las siguientes preguntas:

- ¿Qué está pasando en la implementación de la estrategia de CEPA?
- ¿Por qué está pasando eso?
- ¿Cuáles son los efectos provisionales del programa? (GreenCOM)

Las personas participantes del programa periódicamente hacen una reflexión crítica sobre la eficacia de los enfoques y los supuestos subyacentes del trabajo. La reflexión realizada regularmente crea una situación que anima a la adaptación del programa mientras está en marcha.

Un diario es un valioso instrumento para registrar de manera regular, las impresiones, preocupaciones y puntos sobre cómo mejorar el trabajo mientras se está implementando. Las entrevistas a las personas participantes, la observación y la evaluación del aprendizaje, también se utilizan para supervisar los progresos.

Proveniente de la Hoja Informativa de Evaluación de GreenCOM, Washington DC. www.greencom.org

¿Cómo monitorear y evaluar CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA

¿Cómo evaluar CEPA?

La evaluación de un programa de CEPA depende de la claridad de los objetivos y del reconocimiento de los resultados (productos) y de los efectos (impactos) que se deben alcanzar. En vez de evaluar cuántos folletos se imprimieron o cuántos carteles se distribuyeron, es preferible tratar de expresar el impacto real o resultado de la estrategia de comunicación o educación. Los indicadores se desarrollan para medir el progreso de ese impacto.

Es importante dejar en claro que los objetivos y los resultados del programa de CEPA son distintos a los objetivos de los programas generales de conservación que CEPA apoya. Por supuesto que el programa de CEPA debería tener un impacto sobre los objetivos de conservación. Sin embargo, puede haber otros instrumentos en juego que también influyen en los resultados de conservación, como los incentivos económicos.

- Los programas de CEPA tratan de hacer cambios en el nivel de conciencia, conocimientos, comprensión, confianza y habilidades para llevar a cabo actividades y fomentar actitudes de conservación. Los cambios más deseados son los cambios en las prácticas o los comportamientos. Mientras más se cuantifiquen los objetivos, más fácil es medir los resultados, por ejemplo, “el 80% de la población en áreas rurales, conocieron, después de dos meses, que es ilegal cazar animales en la nueva área protegida”, o que “el 40% de la población local que vive en los bosques tiene varias alternativas de modos de vida sostenible, en un año, de tal manera que ya no son dependientes de la tala del bosque, para favorecer el crecimiento del cardamomo”.
- Los objetivos de la conservación tratan de incrementar la diversidad de especies o poblaciones, el uso sostenible de la biodiversidad, o la cantidad de superficie protegida de los ecosistemas.

Una evaluación de CEPA tiene que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Qué hizo su trabajo en CEPA para lograr el cambio en conocimientos, actitudes y prácticas?
- ¿Qué resultados se alcanzaron?

Una buena evaluación depende de lo bien diseñado y aplicado que ha sido el programa para alcanzar los resultados. La evaluación comprueba si se llevaron a cabo las actividades correctas para lograr los objetivos (evaluación de proceso) o los cambios que se han producido (evaluación comparativa).

¿Cómo monitorear y evaluar CEPA?

SECCIÓN 1 | ¿POR QUÉ NECESITAMOS CEPA?

¿Qué métodos de evaluación puedo utilizar?

Los objetivos de la evaluación pueden ser expresados en términos cuantificables o cualitativos, o de ambas formas.

- Las evaluaciones cuantitativas dan resultados en números que ayudan a observar las tendencias en el largo plazo y medir el valor de los diversos enfoques. Por ejemplo, los conocimientos pueden medirse y se pueden relacionar de acuerdo a diferentes grupos de edad, género o regiones.
- Las evaluaciones cualitativas tienden a utilizar métodos de recopilación de datos tales como:
 - Entrevistas abiertas en profundidad;
 - observación directa; y
 - documentos escritos

La evaluación puede centrarse en el programa de CEPA o en el impacto:

- La evaluación de proceso describe lo que ocurrió durante la evaluación, cómo cada parte del programa fue implementada, y cuán consistentes fueron las actividades en comparación con aquellas que se planificaron.
- La evaluación comparativa mide los cambios que se producen y la medida en que éstos pueden ser atribuidos al programa. Es difícil evaluar si un programa de CEPA ha tenido un impacto sobre los conocimientos, actitudes y prácticas (comportamientos) del grupo meta, ya que muchos factores pueden intervenir en la situación, además del programa de CEPA.

En la evaluación comparativa se pueden usar dos enfoques, como se muestra en la tabla siguiente.

MOMENTO DE LA ENCUESTA	EJEMPLO
Antes y después del programa de CEPA.	Una encuesta de conocimientos, actitudes y prácticas (CAP) con grupos antes del programa de CEPA y también después para evaluar los cambios ocurridos. Comentario: puede ser difícil atribuir los cambios directamente al programa de CEPA.
Después del programa	Realizar una encuesta después del programa de CEPA y comparar conocimientos, actitudes y prácticas de un grupo que participe en el programa con uno que no esté involucrado o un grupo de control.

¿Cómo maximizar el aprendizaje de la evaluación mediante el uso de enfoques participativos?

Cada vez más se utilizan los enfoques participativos para decidir sobre los resultados del programa, los indicadores, así como para el monitoreo y la evaluación. Esto refleja un creciente deseo de resolver problemas de manera colaborativa, compartir la responsabilidad en la toma de decisiones y para desarrollar comunidades y organizaciones de aprendizaje.

La evaluación participativa se lleva a cabo con las personas involucradas en el programa, aunque puede ser útil contar con un evaluador o evaluadora externo para ayudar a guiar el proceso.

Los enfoques participativos para el aprendizaje y para la evaluación también se denominan procesos de investigación-acción o aprendizaje para la acción.

LOS PRINCIPIOS CLAVE INCLUYEN:

- Las personas locales deben ser participantes activos — no solo fuentes de información.
- Los actores clave evalúan, mientras que las personas externas facilitan el proceso.
- El seguimiento y la evaluación deberían fortalecer la capacidad de análisis y resolución de problemas de los actores interesados.
- El proceso debería aumentar el compromiso para la aplicación de medidas correctivas recomendadas.

Deepa Narayan, (1993) *Evaluación Participativa: Herramientas para la gestión del cambio en Agua y Sanidad*, Banco Mundial, documento técnico No. 207. Washington, DC.: Banco Mundial.

EJEMPLO: La selección de las herramientas a ser utilizadas en la evaluación

Existen muchas herramientas que pueden ser utilizadas para la evaluación de los procesos y los impactos de su programa de CEPA. La herramienta depende de qué es lo que quiere evaluar. La siguiente tabla enumera los aspectos más comunes que son evaluados y sugiere cómo medirlos.

¿QUÉ DEBE SER EVALUADO?	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN
Recopilación de datos	Registros, anotaciones, revisas, listas de asistencia.
Programa de calidad	Revisión de un experto/a, observaciones, auto análisis del personal, desempeño de personal.
Reacción de los participantes	Dibujos, fotografías, revistas, registros, anotaciones, notas de pizarra, caja de sugerencias, cartas, testimonios, anécdotas, observación.
Conocimiento y comportamiento de los y las participantes	Encuestas, entrevistas, mapas conceptuales, observaciones, grupos focales, fotografías, cuestionarios, presentaciones, videos.
Investigación-acción	Revistas, grabaciones de las sesiones, videos, observaciones para apoyar la reflexión y análisis de los participantes.
Impacto de los medios	Teléfono, correos electrónicos, encuestas cara a cara, llamadas, visitas.
Calidad del material	Fácil lectura, pre-evaluaciones, pruebas, observaciones.
Involucramiento de los y las participantes	Evaluaciones rápidas de participación como grupos de discusión, mapeo, modelos, clasificación de fotografías, calendarios, plazos, líneas de tendencia, ranking, gráficos circulares, planes de acción, y número de involucrados.

Proveniente de la Hoja de Evaluación, GreeCOM. Washington, DC. www.greencom.org

EJEMPLO: Métodos de evaluación

La siguiente matriz creada por el *Consortio de Comunicaciones y de Medios* puede ayudarle a decidir el método de evaluación que será usado para medir resultados concretos.

Combinando los métodos de evaluación con los resultados

RESULTADO	MÉTODO
Implementación de las actividades de una campaña	Evento / Actividad de seguimiento, estudio de caso: un seguimiento e informe de conferencia de prensa, reuniones de información con los medios de comunicación, cantidad de veces que aparece en los editoriales y en la televisión, en los programas de radio, etc., todo esto como planteado en la estrategia de la campaña.
Capacidad Institucional	Evento / actividad / seguimiento del personal: monitorear a los actores clave usando Internet para evaluar sus mejoras en cuanto a sus habilidades de comunicación, mejoramiento del uso de tecnologías y la integración de la comunicación en las estrategias globales de la campaña.
Cobertura de los medios	Seguimiento de los medios de comunicación y análisis de las tendencias de la problemática: colocación de temas específicos en la cobertura de un programa, en momentos determinados, durante la ejecución del proyecto.
Marcos Mediáticos	Contenido de los medios: Revisión del contenido y del marco utilizado por parte de los medios de comunicación en torno a cuestiones relacionadas con la campaña (por lo general, a través de una muestra de los medios de comunicación en mercados objetivo) para determinar cómo se presentan los temas y se utilizan los mensajes.
Conciencia, actitudes, aspectos sobresalientes, cambio de comportamiento	Votación: votación del público o audiencia, preferiblemente antes, durante y después de la implementación de la campaña, a fin de establecer tendencias de las reacciones del público a los mensajes y problemáticas de la campaña.
Voluntad del público	Encuestas, votación, seguimiento por Internet, respuestas directas: da seguimiento a las acciones organizadas vinculadas a la campaña y de sus miembros para dar evidencia del aumento de membresía o presencia de voluntarios, patrones de votación, apoyo y demandas del público, y el interés del público para informar o participar en el proceso de definición e implementación de políticas.
Apoyo a la elaboración de políticas	Encuestas y seguimiento a las personas encargadas de la elaboración de políticas: hacer encuestas sobre la reacción de las personas encargadas de formular políticas y establecer su apoyo para cuestiones relacionadas con la campaña, seguimiento de las aportaciones de los patrocinadores, votos en la legislación, etc.
Cambio en las políticas	Seguimiento de la política: Vigilancia de políticas específicas relacionadas a cuestiones de la campaña. Esto muchas veces es difícil de conectar de manera definitiva con la campaña, pero los cambios pueden ser rastreados en correlación con las actividades de ésta.

<http://www.wkkf.org/Default.aspx?tabid=90&CID=385&ItemID=5000077&NID=5010077&LanguageID=0>

EJEMPLO: Las encuestas nacionales sobre conocimientos y actitudes ambientales

Muchos gobiernos llevan a cabo encuestas a nivel nacional o provincial, a fin de evaluar los cambios en las actitudes y conocimientos sobre el ambiente a lo largo del tiempo. Esto permite al gobierno evaluar el impacto de las políticas ambientales y obtener orientaciones sobre futuras actividades de CEPA. Brasil, Canadá, Australia, Suecia y los Países Bajos se encuentran entre los países que regularmente realizan estos análisis. Estas encuestas suelen ser realizadas por empresas especializadas de consultoría, a pesar de que requieren de presupuestos importantes.

En el Estado australiano de New South Wales, el departamento de Ambiente y Conservación lleva a cabo una encuesta llamada “¿A quién le importa el ambiente?”. Esta encuesta ha sido realizada cada tres años, durante los últimos 12 años, a fin de hacer un seguimiento de las tendencias y los cambios acerca de lo que la gente piensa de los problemas ambientales.

En el 2006, la investigación incluyó tanto componentes cualitativos como cuantitativos. La investigación cuantitativa consistió en hacer encuestas telefónicas con una muestra representativa de la población de New South Wales. La fase cualitativa se realizó luego de dichas encuestas, con el fin de explorar los problemas que requerían discusiones más a fondo, a través de grupos focales segmentados de acuerdo al nivel de interés, conocimiento y comportamientos ambientales de las personas participantes. Este componente de la investigación se centró en los conceptos de “medio ambiente” y en los factores que influyen en una gama de actitudes y conductas ambientales dentro de los diferentes segmentos. Este enfoque ha permitido obtener una mayor comprensión de las diferencias en los comportamientos ambientales, y se ha utilizado esta investigación para reconocer estas diferencias al momento de diseñar políticas y programas.

La investigación cualitativa demuestra que muchas personas están confundidas acerca de los comportamientos que son amigables con el ambiente a nivel individual, al igual que la eficacia de acciones específicas para hacer frente a los problemas ambientales. Existe apoyo para una serie de herramientas que permiten cambios efectivos, principalmente para los incentivos económicos, la educación, el suministro de infraestructura, para las normas legales y su aplicación. Esta investigación ayuda a comprender la naturaleza de las diferencias entre los distintos segmentos de la población y a responder a las necesidades de las personas, a través de reconocer sus diversas motivaciones y barreras en relación con las diferentes problemáticas.

Ver el informe ¿A quién le interesa? <http://www.environment.nsw.gov.au/whocares/whocares2006.htm>

SECCIÓN 2

¿Cómo gestionar redes y aumentar la conciencia pública?

¿Qué incluye esta sección?

La comunicación, educación y conciencia pública (CEPA por sus siglas en inglés) son instrumentos para implementar las ENBPA. A menudo, las personas que coordinan las ENBPA tienen pocos recursos financieros para aplicar CEPA. En esta sección se ofrece información, ejemplos y listados con puntos clave, sobre cómo maximizar la gestión de redes para lograr los objetivos de las ENBPA. La gestión de redes tiene muchos aspectos y en esta sección se describen modalidades tales como el seguimiento a iniciativas en marcha, la colaboración y el apoyo de las redes a otras actividades. También cubre la manera de informar eficazmente sobre las acciones de las ENBPA y sobre cómo consultar, colaborar y generar alianzas para progresar.

En esta sección también se ofrece orientación sobre la forma de establecer una línea de base para analizar los niveles de conciencia pública sobre la conservación de la biodiversidad y sobre cómo hacer uso de eventos, tales como los “Días internacionales”, para mejorar el conocimiento sobre la biodiversidad.

Como en todas las secciones, esta parte se compone de:



Las hojas informativas explican el por qué y cómo las personas que coordinan las ENBPA pueden gestionar redes y aumentar la conciencia pública considerando las limitaciones de tiempo y recursos.



Los ejemplos muestran lo que se ha llevado a cabo para desarrollar redes y crear conciencia pública para apoyar la biodiversidad.



Los listados con puntos clave son útiles recordatorios al momento de planear la gestión de redes o aumentar las actividades para generar conciencia pública.

Contenido

Introducción a la gestión de redes	78
INTRODUCCIÓN: ¿Por qué gestionar redes?	79
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuáles son los elementos básicos para la gestión de redes?	80
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué se entiende por gestión de redes?	81
¿Cómo dar seguimiento a lo que está en marcha para apoyar la gestión de redes?	82
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué y cómo puedo dar seguimiento a lo que está en marcha?	83
EJEMPLO: Tipos de actividades que pueden identificarse	84
EJEMPLO: Tipos de actividades que pueden identificarse	85
EJEMPLO: Tipos de actividades que pueden identificarse	86
EJEMPLO: Formato para dar seguimiento a las actividades de CEPA	86
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo dar seguimiento a las actividades de CEPA en el país?	87
¿Cómo informar cuando se apoya a la gestión de redes?	88
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo puedo informar más eficazmente?	89
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuál es la mejor manera de usar la información escrita?	89
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Escribir artículos informativos breves para sitios web, artículos de opinión y boletines	90
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Boletines	91
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Temas sugeridos para un boletín	92
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo utilizar las reuniones de información?	93
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Organice una reunión informativa	94
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo hacer presentaciones efectivas?	95
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Preparar una presentación	96
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Hacer una presentación	97
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Dar una presentación	98
¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?	100
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo puedo consultar acerca de diversas problemáticas?	101
EJEMPLO: Cuestionario para entrevistar a los actores clave sobre cómo introducir a la biodiversidad en el sistema de educación formal	102
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Modalidades de entrevistas	103
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Criterios para la selección de preguntas para las entrevistas y técnicas a utilizar	104
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Entrevistas de exploración	105
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnicas de grupo para reuniones: haciendo las cosas de una manera diferente	106
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: La técnica de “Lluvia de ideas” para recoger criterios de los grupos	107
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “Conversación de café”	108
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “El Carrusel”	109
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “Grupos activos”	110
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: ¿Cómo facilitar las discusiones de los grupos activos?	111
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo compartir las ideas provenientes de muchos grupos?	112

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo obtener ideas divergentes en lugar de sugerencias comunes?	113
¿Cómo apoyar a las comunidades?	114
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo puedo apoyar de la mejor manera a las iniciativas de biodiversidad de las comunidades?	115
EJEMPLO: Prestar apoyo moral	116
EJEMPLO: Apoyo con autoridad y credibilidad.	116
Colaborando para la Biodiversidad	118
HOJA INFORMATIVA: ¿Con quién debo colaborar para la biodiversidad?	119
EJEMPLO: Colaboración con agencias de ayuda humanitaria	120
EJEMPLO: Colaboración para el Día Mundial del Medio Ambiente, Sierra Leona	120
EJEMPLO: Colaboración para la Semana del Medio Ambiente en Palau	120
EJEMPLO: Colaboración Nacional en Sierra Leona	121
EJEMPLO: Colaboración con otras Partes Signatarias del CDB	122
Gestión de redes para la biodiversidad	124
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué gestionar redes para agregar valor a los esfuerzos de biodiversidad?	125
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué oportunidades existen para trabajar con redes?	126
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo gestionar el trabajo con redes, como coordinador o coordinadora de las ENBPA?	128
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Tipos de redes	129
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Oportunidades para colaborar en CEPA	130
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Ideas sobre gestión de redes para las personas encargadas de las ENBPA	131
EJEMPLO: Redes globales de CEPA	132
Alianzas para la biodiversidad	134
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué desarrollar alianzas?	135
EJEMPLO: Alianzas para CEPA en el programa de Áreas Protegidas en la Región Amazónica.	136
EJEMPLO: Alianzas para CEPA en el Gran Chaco Americano	137
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Criterios para la cooperación en alianzas público-privadas	138
¿Cómo aumentar la conciencia pública para la biodiversidad?	140
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo hacer uso del Día Internacional de la Diversidad Biológica para aumentar la conciencia pública?	141
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo aumentar la conciencia pública?	141
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo llevar a cabo actividades para aumentar la conciencia pública a través de un sitio web?	142
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué componentes se deben incluir en la página web de las ENBPA para aumentar la conciencia pública?	143
EJEMPLO: Aumento de la conciencia pública a través de la web — Alemania.	144
EJEMPLO: Juegos sobre la Biodiversidad	144
EJEMPLO: Día de la Biodiversidad en Mali, en el “Acantilado de Bandiagara” 2005	145
EJEMPLO: Revista GEO /Bio-maratón de la GTZ en el Día de la Biodiversidad	146
EJEMPLO: Sugerencias de lo que el público puede hacer.	147
EJEMPLO: Estrategia de CEPA en Alemania	148

Introducción a la gestión de redes

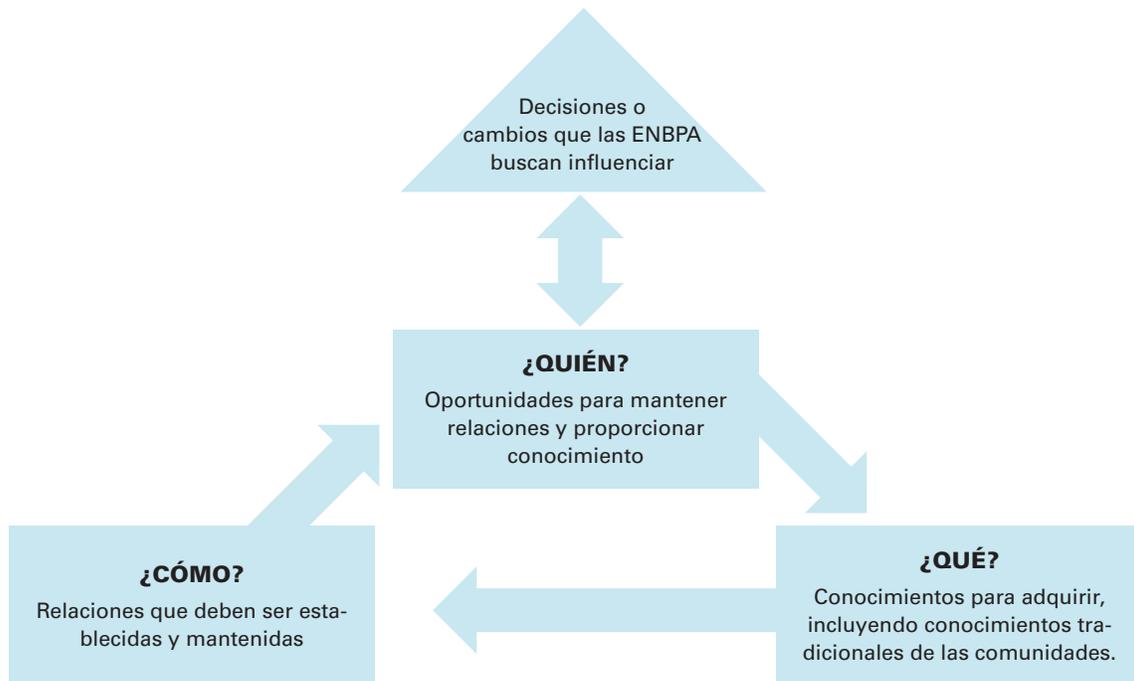
¿Por qué gestionar redes?

Es importante que las personas que coordinan las ENBPA, quienes a menudo son funcionarios y funcionarias públicos y que en general casi no tienen asignaciones presupuestarias del gobierno, piensen en sus prioridades y sobre cómo obtener el mayor impacto, tomando en cuenta las limitaciones de tiempo. Los gobiernos rara vez cuentan con los recursos necesarios para realizar una amplia campaña a nivel nacional para comunicar y educar a todos los niveles de la sociedad sobre la diversidad biológica. Con frecuencia, los recursos son tan limitados que las personas que coordinan las ENBPA podrían sentirse restringidos al momento de aplicar el Plan. Sin embargo, la persona coordinadora puede llevar a cabo actividades vitales de CEPA con el fin de aumentar la conciencia pública y aún así continuar con el logro de las prioridades de las ENBPA.

Las prioridades en las Estrategias Nacionales de Biodiversidad y Planes de Acción (ENBPA) especifican los grandes cambios en las acciones o en las decisiones que van a permitir influir en la conservación de la diversidad biológica. Las prioridades de las ENB orientan en relación con:

- Los actores clave, grupos o personas con los cuales es necesario establecer y mantener relaciones de trabajo;
- Los conocimientos necesarios para lograr estas prioridades.

El reto para las personas que coordinan las ENBPA es conectar de la mejor manera los conocimientos, incluyendo el que proviene de las iniciativas locales de conservación de la biodiversidad, con los procesos de toma de decisiones. La **gestión de redes** puede facilitar esta conexión.



La gestión de redes provee una relación de mutuo beneficio que agrega valor, de manera significativa, a los diversos actores.

Introducción a la gestión de redes

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Cuáles son los elementos básicos para la gestión de redes?

La gestión de redes provee de medios informales y formales para saber qué es lo que está ocurriendo, quién está haciendo qué y cuándo. Mediante la gestión de redes, la persona encargada de coordinar la ENBPA puede encontrar formas para colocar y mantener temas sobre biodiversidad en la agenda de grupos clave y apoyar los esfuerzos de éstos.

Una de las ventajas de hacer un seguimiento de lo que está en marcha, y crear relaciones con varios actores interesados en esta causa e involucrarlos de manera activa, es que usted puede ayudar a coordinar actividades, reducir la duplicación y apoyar a la mayor cantidad de personas, quienes pueden implicarse y trabajar constructivamente con usted. La persona encargada de coordinar la ENBPA puede ayudar para que los individuos y los grupos aprendan unos de otros, y compartan ideas y experiencias.

Las redes pueden apoyar a los demás a encontrar o a concretar conexiones.

Adicionalmente, las personas que son puntos focales del CDB pueden ganar valor al ofrecer información sobre temas de la Convención que son debatidos internacionalmente a los “actores” de la biodiversidad.

Para gestionar las redes de la mejor manera, la persona encargada de coordinar la ENBPA puede utilizar diversas modalidades, como se muestra en la siguiente tabla, para mantener a las personas trabajando y en contacto los unos con los otros en temas de biodiversidad.

Ejemplos de las modalidades para la gestión de redes

MODO DE PARTICIPACIÓN	EJEMPLO
Seguimiento	Seguimiento de noticias en Internet
Información	Boletín electrónico
Consulta	Reuniones con actores clave. Entrevistas
Apoyo	Fondos. Acceso a información. Acceso a redes
Colaboración	Proyectos focalizados
Redes	Unirse a una red existente
Alianzas	Proyectos conjuntos de mayor impacto

¿Qué se entiende por gestión de redes?

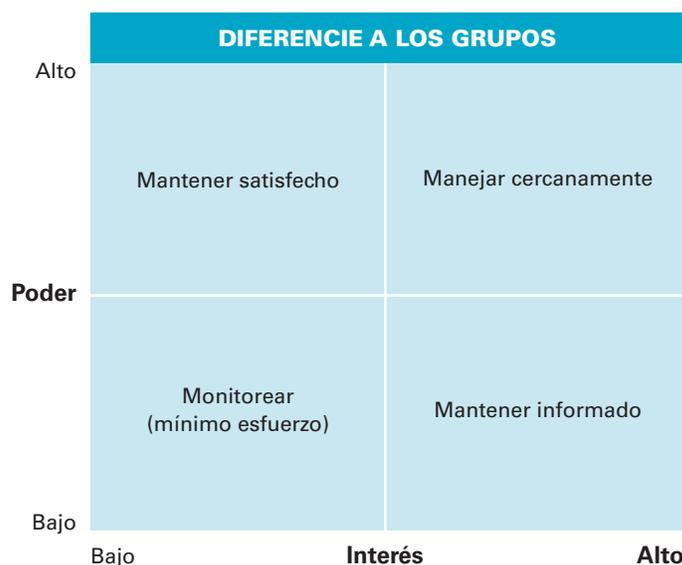
La gestión de redes trata del intercambio de información y el establecimiento de relaciones personales. Cada vez más, las redes son vistas como un componente importante para la resolución de problemas, para apoyar la forma en que las organizaciones llevan adelante su trabajo y para incrementar el grado de alcance de los objetivos. Las redes juegan un papel fundamental para influir en la propagación de nuevas ideas y prácticas. Ahora, cada vez más el trabajo de redes a través del Internet se está convirtiendo en una forma interesante para que las personas puedan compartir ideas a nivel local, nacional e internacional. (Wikipedia¹).

¿Cómo se trabaja en redes?

La gente trabaja en redes de diferentes maneras: por teléfono, en los pasillos, en comedores de la empresa, en conferencias profesionales, en ferias comerciales, en reuniones de la empresa, en aulas, salones, ascensores, en los aeropuertos, aviones, trenes y autobuses, en restaurantes, vestíbulos de hoteles y en salas de espera, etc. Las redes requieren de oportunidades para hacer nuevos contactos, de buenas habilidades sociales y pueden ser cuidadosamente planificadas o darse de una manera espontánea.

Para maximizar los esfuerzos en la gestión de redes, segmente a la audiencia de su red de acuerdo a

sus intereses y de acuerdo al poder que tenga cada grupo para realizar cambios en función de los objetivos de las ENBPA, tal y como se muestra en la siguiente figura. Aquellas personas con un alto poder e interés para hacer cambios, son importantes para usted y deben ser manejadas de cerca para que se conviertan en aliados. Para aquellas personas con menos interés en la biodiversidad, usted puede mantenerlas satisfechas mediante una información e interacción mínima.



¿Cómo dar seguimiento a lo que está en marcha para apoyar la gestión de redes?

¿Por qué y cómo puedo dar seguimiento a lo que está en marcha?

Dar seguimiento a lo que está en marcha es una actividad importante para las personas que son Puntos Focales del CDB o para personas encargadas de coordinar las ENBPA. Esto les permite saber:

- ¿Qué iniciativas de biodiversidad se están dando a nivel local?
- ¿Qué iniciativas asumen los distintos niveles del gobierno en cuanto a la biodiversidad?
- ¿Qué actividades son llevadas a cabo por ONGs nacionales e internacionales, universidades, Museos de Historia Natural, etc., para aumentar la conciencia pública y conservar la biodiversidad?
- ¿Quiénes son los contactos clave y cómo llegar a ellos?

Se puede dar seguimiento a las actividades que están ocurriendo sobre la biodiversidad a través de:

- Una búsqueda en la Web.
- Suscripción o escaneo de periódicos, revistas y boletines (es decir, una copia impresa y/o electrónica).
- Recopilación de documentos de proyectos e informes, folletos y material educativo.
- Visitas a las instituciones, ONGs y a las iniciativas locales para conocer su trabajo.
- Asistencia a conferencias y eventos relacionados con la diversidad biológica.
- Hacer reuniones informales con colegas (discusiones durante el almuerzo, horas de recreación, etc.).
- Hacer reuniones periódicas con las ONGs.
- Revisión de los calendarios de eventos.

Almacenamiento de datos

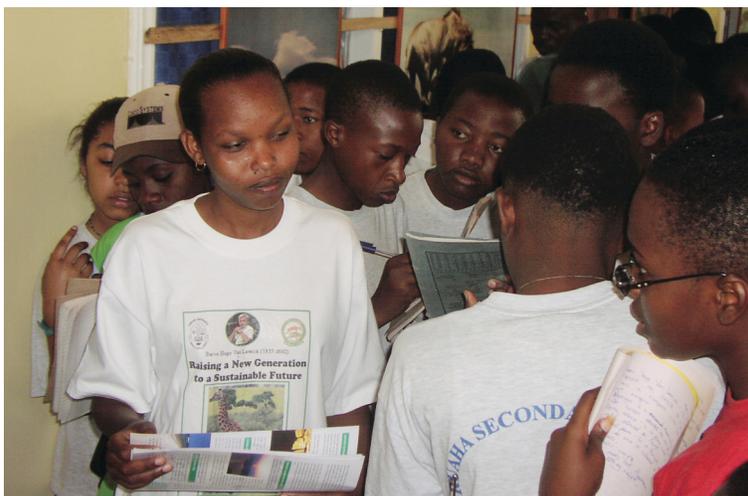
La información recopilada, a partir de hacer un seguimiento a lo que está en marcha, debe ser almacenada de manera eficiente, a fin de que ésta sea de fácil acceso, esté lista para usar o para divulgar a terceros.

Uno de los aspectos importantes para dar seguimiento de lo que ocurre en temas vinculados a la biodiversidad para la gestión de redes y para apoyar a la generación de relaciones públicas, es almacenar y actualizar nombres y direcciones de personas clave.

Los siguientes ejemplos y listados con puntos clave proporcionan una guía sobre las actividades que uno debe realizar cuando va a dar seguimiento a lo que está ocurriendo en materia de diversidad biológica. Esto proporciona oportunidades para incorporar mensajes importantes sobre las ENBPA.

EJEMPLO: Tipos de actividades que pueden identificarse**Entretenimiento educativo (edumentretenimiento) sobre biodiversidad en un Museo de Historia Natural**

En el 2002, la Fundación Hugo van Lawick organizó conjuntamente con el Museo de Historia Natural de Boma, Tanzania, una exhibición con eventos educativos entretenidos (edumentretenimiento). Las actividades se basaron en fotografías y películas del legendario fotógrafo, Hugo van Lawick, quien trabajó durante más de treinta años en Tanzania. Más de 3.300 niños y niñas y 750 adultos visitaron el evento durante 17 días. El museo nunca antes había recibido un promedio de 240 visitantes por día (200 niños y niñas, y 40 adultos).

**Educación sobre Biodiversidad en las escuelas**

Desde el 2003, la Fundación Hugo van Lawick ha trabajado con escuelas de formación docente y escuelas en el distrito de Iringa, Tanzania, para desarrollar programas de educación sobre biodiversidad. Los programas incluyen actividades en la clase para las escuelas, visitas de campo, actividades dentro de la comunidad para tener agua potable segura y viveros de árboles nativos para alimento y forraje.

Entrevista con Godi van Lawick, Tanzania; fotos Godi van Lawick

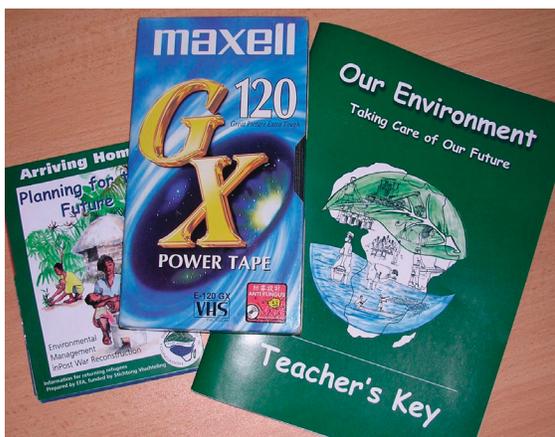
EJEMPLO: Tipos de actividades que pueden identificarse



Actividades Universitarias

Con el apoyo de la Fundación Hugo van Lawick, durante el 2003, se capacitaron a 30 maestros de la Universidad Tumaini Ruaha en educación sobre biodiversidad. El curso finalizó con un examen. Luego los profesores y profesoras fueron involucrados en el desarrollo e implementación de material educativo para la enseñanza primaria y secundaria en el distrito.

Fotos: Godi van Lawick



Material para las comunidades afectadas por la guerra en África occidental

Entre las actividades clave de CEPA, llevadas a cabo por las ONGs, están la elaboración y difusión de materiales de educación y programas para aumentar la conciencia pública en las comunidades de todo el país, destacando el rol de las comunidades tanto en la destrucción como en la protección de la biodiversidad. Las principales áreas para realizar estas actividades son las comunidades afectadas por la guerra, donde las actividades de subsistencia de los refugiados y repatriados generan una enorme presión sobre los bosques locales y alrededor de las áreas de conservación.

Foto: Actores Ambientales

EJEMPLO: Tipo de actividades que pueden identificarse**Educación sobre Biodiversidad en un Parque Nacional**

El señor Shafuri, guardabosque del Parque Nacional de Ruaha, en Tanzania, actúa como guía y profesor de la escuela de los niños y niñas de las aldeas cercanas al Parque. Debido a su estilo de enseñanza, que es muy estimulante y natural, además de compartir sus conocimientos técnicos es capaz de dar a las personas miembros del Equipo de Estudiantes encargado de diseñar exhibiciones, y a los profesores colegas un excelente ejemplo sobre cómo inspirar y motivar a los niños y niñas.

**Actividades en la comunidad**

En los pequeños pueblos de Idodi y Pagawa, en Tanzania, las comunidades locales se han involucrado en actividades para mejorar la gestión de sus recursos naturales y los ecosistemas, con la ayuda de la Fundación Hugo van Lawick. Se han realizado iniciativas como la mejora del suministro de agua, campañas de vacunación contra la rabia, plantación de árboles y la creación de un proyecto de cosecha de miel. A través la propuesta educativa de “aprender haciendo”, se aumenta la conciencia sobre la importancia de la biodiversidad, y se introducen nuevas prácticas de conservación y uso sostenible.

Entrevista con Godi van Lawick, Tanzania; fotos Godi van Lawick

EJEMPLO: Formato para dar seguimiento a las actividades de CEPA

Si usted no tiene los recursos necesarios para crear una base de datos, el seguimiento a lo que está ocurriendo con relación a la biodiversidad puede ser organizado utilizando una hoja de Excel, como una simple manera de almacenar los datos. El programa Excel permite que la información sea clasificada. La lista con las direcciones de correo electrónico puede ser copiada en un boletín y enviada por correo electrónico. Podría utilizar los siguientes títulos:

- Problemática sobre Biodiversidad
- Lugar/Región
- Organización
- Nombre de contacto
- Información de contacto
- Sitio Web
- Publicación / Productos / Proyectos / Eventos
- Fecha de actualización de información
- Observación

Problemática biodiversidad	Lugar / Región	Organización	Nombre de contacto	Teléfono de contacto	Correo electrónico	Dirección	Sitio Web	Productos / eventos	Fecha	Observación

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo dar seguimiento a las actividades de CEPA en el país?

Las actividades para mejorar los conocimientos, las actitudes y los comportamientos de las audiencias, en relación con la diversidad biológica, se llevan a cabo a través de:

- Los Museos de Historia Natural
- Los parques zoológicos y jardines botánicos
- Centros de visita en humedales y parques nacionales
- ONGs internacionales y nacionales
- Agencias de Cooperación para el desarrollo
- Departamentos, ministerios y otros organismos gubernamentales
- Las escuelas, los jóvenes y grupos de estudiantes
- Universidades y centros de formación de profesores/as
- TV, radio, periódicos y revistas
- Las comunidades locales
- Las instituciones religiosas
- Organizaciones de Ayuda Humanitaria
- Sector privado (involucrado en turismo, la ordenación de los recursos naturales, y proyectos de las multinacionales)

¿Cómo informar cuando se apoya la gestión de redes?

¿Cómo puedo informar más eficazmente?

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA tienen la tarea de informar acerca de la diversidad biológica a muchos y distintos actores. La información es vital para su trabajo en red.

Para empezar, las personas encargadas de las ENBPA o puntos focales del CDB tienen que informar a otros expertos y expertas, departamentos, organismos y organizaciones, acerca de las notificaciones de la Secretaría de la Convención, que son de importancia para estos grupos. Y a su vez, son los responsables de la preparación de una respuesta a la Secretaría luego de una notificación.

De igual forma, las personas coordinadoras deben informar a los actores relevantes en la sociedad acerca del Convenio sobre la Diversidad Biológica, en general, y en particular de las ENBPA.

Es especialmente importante aumentar la conciencia entre los actores clave sobre el hecho de que la biodiversidad se encuentra en la base del desarrollo nacional y del avance económico.

Manejar este flujo de información acerca de la biodiversidad requiere de la planificación de “quién”, “por qué”, “qué” y “cuándo” comunicar información.

Las personas encargadas de las ENBPA utilizan diferentes métodos para informar esto a diversas audiencias, dependiendo de los recursos que tienen a mano. Los métodos más frecuentemente utilizados incluyen:

- correos electrónicos, cartas, llamadas de teléfono;
- breves informes o artículos;
- boletines de ENBPA;
- reuniones de información y presentaciones.

Seleccionando la forma de informar

Cuando se seleccionan los medios para informar siempre es útil entender cómo la gente retiene la información. Las investigaciones demuestran que para el público no es fácil recordar toda la información que se les proporciona y que los métodos más interactivos permiten una retención superior.

- | | |
|-----------------------|---|
| • Clase = 5% | • Discusión en Grupo = 50% |
| • Lectura = 10% | • Practicar haciendo = 75% |
| • Audiovisuales = 20% | • Enseñar a otros / uso inmediato del aprendizaje = 90% |
| • Demostración = 30% | |

¿Cuál es la mejor manera de usar la información escrita?

La información sobre biodiversidad usada con mayor frecuencia es compartida en forma escrita a través de informes, artículos, anuncios en periódicos y boletines.

Los informes breves y los artículos pueden mantener a las noticias y a las ideas fluyendo, y pueden apoyar para que los temas de diversidad biológica estén vivos en la mente de muchas personas en la sociedad. Véase el listado con puntos clave con importantes recomendaciones sobre cómo escribir.

Los anuncios en periódicos son utilizados para informar al público en general cuando existen obligaciones legales de informar, o para invitar a las consultas o a los espacios de participación. Este tipo de comunicación se rige a menudo por diversas normas, por lo que es necesario que las personas que coordinan las ENBPA o son Puntos Focales del CDB, trabajen estrechamente con las unidades de comunicación relevantes en su Ministerio o Agencia.

Los boletines sobre las ENBPA informan a los contactos, las audiencias y a los diversos grupos clave sobre los progresos de las ENBPA. Los boletines informativos pueden ser distribuidos por correo electrónico, publicados en forma impresa o colocados en un sitio web. El listado con puntos clave proporciona consejos para la utilización eficaz de los boletines.

Las páginas web se utilizan cada vez más para resaltar artículos, boletines con noticias, publicaciones sobre biodiversidad y para proporcionar información a los distintos grupos meta.

¿Cómo informar?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Escribir artículos informativos breves para sitios web, artículos de opinión y boletines

- Cuando se escribe un artículo para un sitio web o boletín, tome en cuenta que usted, en realidad, está escribiendo una historia. Así que, ¡asegúrese de que esté bien escrita! (No subestime este hecho: las historias a menudo no están bien escritas).
- Siempre proporcione información de fácil comprensión, como si le estuviera contando a su madre o abuela una historia acerca de su experiencia profesional (es decir, evite el lenguaje técnico).
- ¿Vale la pena contar su historia? ¿Qué está ocurriendo en el mundo que se relaciona con su historia?
- La historia tiene que motivar a lectores y lectoras a continuar leyendo (por ejemplo, en el 4to párrafo, un lector ya debe saber de lo que se trata)
- Sea conciso: trate de limitar su texto a 150-200 palabras.
- Ofrezca un punto de vista fuerte e inesperado (por ejemplo, vincule un pequeño problema específico con el panorama general de la biodiversidad).
- Sea organizado, haga que su historia tenga un principio, un medio y un final.
- Sea sencillo: desarrolle una sola idea, no sobrecargue su artículo.
- Sea original: encuentre un tema que la gente aún no sepa, o preséntelo de una manera diferente (por ejemplo, empiece con una pequeña anécdota que ofrezca nueva información).
- Sea personal: la historia debería tener resonancia con el público.
- Ofrezca conocimientos especializados: la gente está buscando conocimientos de personas especialistas en un mundo cargado de información.
- No se centre sólo en las malas noticias (por ejemplo, hay una percepción errónea al pensar que sólo las malas noticias son de interés; existen estudios que han demostrado que la cobertura de los medios de comunicación sobre buenas y malas noticias es igual — lo que pasa es que la gente recuerda más las malas noticias)
- Ofrezca perspectivas: especialmente históricas (es decir, compare acontecimientos del pasado o con el futuro, lo que habría pasado si algo no se hubiera hecho).
- Preséntela oportunamente: “la vida media de una historia se mide en días, no semanas”
- Evite conclusiones sin sentido (que suelen ser eliminadas), la ira, el alarmismo y la excesiva especulación.
- Proporcione consejos sobre las medidas que se pueden adoptar y dónde obtener más información.

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Boletines

- General**
 - Los y las lectoras externas no estarán interesados en un boletín que sólo trate temas sobre lo que ocurre en el Ministerio.
 - Un boletín debe reflejar y comprender los intereses de las personas lectoras hacia las que va dirigido, al igual que el nivel de conocimientos de éstas.
 - Los boletines informativos de mayor éxito son aquellos que contienen noticias e información que puede ser utilizada por los lectores y lectoras: en otras palabras, noticias informativas y oportunas.
 - Un buen boletín debe enseñar ... debe ser escrito y diseñado para ser leído totalmente.
- Frecuencia**
 - La frecuencia de un boletín de noticias debe reflejar el ritmo al que el Ministerio crea noticias sobre las ENBPA.
 - Cuando los boletines de noticias se envían con demasiada frecuencia, es probable que el contenido sea flojo y relativamente poco interesante.
 - Si se envían boletines con información antigua, serán noticias viejas y desactualizadas.
- Evite ...**
 - Congratularse a sí mismo
 - Dar a los miembros noticias viejas o “ninguna noticia”
 - Fotos de los funcionarios y de las personalidades (use solo fotos de socios y ONGs).
 - Lenguaje técnico
 - Actitudes como “Nosotros somos los que sabemos mejor”
- Asegúrese de que ...**
 - Todos los boletines estén de acuerdo al diseño preestablecido en su Ministerio y que contribuyan a la imagen corporativa.
 - Se evalúe periódicamente la satisfacción de los lectores, su nivel de conocimientos y los principales campos de interés.
 - La planificación anual tenga en cuenta acontecimientos importantes.
 - Comuníquese con las personas lectoras de manera que:
 - Contribuyan cada vez más al boletín, y que sea fácil para que las personas que lo leen puedan responder, dar información y generar retroalimentación;
 - La lectura del boletín sea divertido (por ejemplo, incluya una encuesta de opinión, un juego, etc.)

¿Cómo informar?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Temas sugeridos para un boletín

- Invite a las personas lectoras a contribuir en cualquier aspecto del boletín. Proporcione información sobre:**
 - noticias y reportajes acerca de la planificación o ejecución de las ENBPA, cómo se gasta el presupuesto, la forma en que el Ministerio percibe a sus aliados y audiencias;
 - las acciones de los socios y actores;
 - entrevistas en la calle a personas, socios u ONGs;
 - encuestas sobre comunicación y educación, y entrevistas para obtener información;
 - noticias acerca de la comunicación y el aprendizaje;
 - publicaciones y nuevos productos;
 - nuevos recursos y sitios web sobre diversidad biológica;
 - perfil de los nuevos socios y ONGs;
 - información estadística sobre diversidad biológica y áreas específicas de conocimientos;
 - publicación de los principales documentos de reuniones, presentaciones o extractos de discursos;
 - reproducción de temas publicados en los medios y artículos;
 - columnas de opinión;
 - un calendario de actividades;
 - actividades del sector privado relacionadas con la biodiversidad (por ejemplo, de las industrias extractivas, la silvicultura, la pesca, etc.)

- Ofrezca espacio para:**
 - secciones de preguntas y respuestas;
 - retroalimentación de ONGs o socios;
 - cartas al Ministro/a de Medio Ambiente.

¿Cómo utilizar las reuniones de información?

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA frecuentemente hacen reuniones con contactos clave provenientes de diversas audiencias y grupos de actores para compartir información.

Antes de llamar a una reunión es importante analizar la problemática para determinar si ésta es la forma más eficaz de compartir información. A veces, un boletín informativo o incluso unas pocas llamadas de teléfono son más efectivas.

ORGANIZANDO REUNIONES INFORMATIVAS

Planifique su reunión de acuerdo al contexto más amplio de información de las ENBPA. Una reunión informativa puede constituir tan solo un elemento del proceso. En cualquier reunión es importante lo que se hace para prepararla y lo que se hace después para dar seguimiento.

Considere lo siguiente:

- **Antes**—¿Qué pasos se están siguiendo para su preparación?
 - ▶ Prepare información escrita para distribuir en la reunión;
 - ▶ Prepare folletos sobre la problemática.
- **Después**—¿Qué medidas se tomarán para el seguimiento?
 - ▶ written report of the meeting;
 - ▶ thank you letters to supporters and speakers;
 - ▶ press releases about the project/issue, etc.

¿Cómo informar?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Organice una reunión informativa

- Establezca un grupo de trabajo y delegue funciones para organizar la reunión.
- Haga un plan de preparación de la reunión en sí y del seguimiento (las actividades, la planificación y la división de tareas). Discuta el plan con su grupo de trabajo.
- Haga citas para la ubicación, la comida y el equipo necesario (micrófono, retro-proyector, papelógrafo, diapositivas, proyector, etc.)
- Haga citas con el/la Presidente/a de la sesión y con la persona que hará la presentación principal. Ofrezca una breve información sobre el contenido que debe presentar.
- Decida los medios de comunicación que serán desarrollados, como diapositivas, hojas de información, folletos, etc. Haga un plan de trabajo para el desarrollo de estos medios y dé instrucciones a los que están involucrados.
- Haga un plan para sus contactos en la prensa.
- Envíe invitaciones al público y a la prensa.
- Compruebe el equipo y el servicio de comida, el día mismo de la reunión.
- Mantenga un registro de los mensajes que emiten los medios de comunicación después de la reunión.
- Decida qué pasos se deben seguir después, para dar seguimiento a la reunión.
- Envíe un informe a las personas que estuvieron presentes.

¿Cómo hacer presentaciones efectivas?

Las presentaciones pueden ser instrumentos poderosos para informar a los grupos meta acerca de la problemática. Incluso pueden persuadir a las personas para que adopten su punto de vista. Para que una presentación sea efectiva debe ser minuciosamente preparada.

ALGUNOS PUNTOS CLAVE QUE SE DEBEN TENER EN CUENTA CUANDO SE PREPARA UNA PRESENTACIÓN

Manejar el nerviosismo

- Las investigaciones demuestran que el 85% de las personas que realizan presentaciones en público, sufren algún grado de ansiedad y nerviosismo antes de su intervención.
- El público no suele ser consciente del estrés de los oradores u oradoras.
- Una minuciosa preparación y ensayo de la presentación ante una audiencia pequeña como su familia, ayuda a desarrollar la confianza.
- Practique toda la presentación para tener un registro del tiempo y, sobre todo, las palabras de apertura.

Utilice su talento

Si usted tiene un buen sentido del humor y es bueno contando historias, ilustre la esencia de su presentación con ejemplos prácticos usando algunos chistes o caricaturas.

Sea claro sobre el propósito de la presentación

Sea claro acerca de lo que quiere comunicar a la gente o hágalo al final de su presentación. Sea claro hacia quién se dirige.

Por ejemplo, el propósito podría ser:

“Quiero que parte de la audiencia esté dispuesta a colaborar en la actualización de nuestra ENBPA”

“Quiero que el público meta conozca acerca de los posibles efectos negativos de una nueva carretera o de otros proyectos de infraestructura”

“Quiero que el público meta forme parte de la campaña durante el día de la biodiversidad”

Los listados con puntos clave presentados a continuación le proporcionarán buenas recomendaciones sobre cómo preparar y hacer buenas presentaciones.

¿Cómo informar?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Preparar una presentación

- 1. Propósito de la presentación**
 - ¿Qué quiero lograr con esta presentación? El objetivo debería ser realista y definido.
 - Determine si el propósito es informar, cambiar actitudes o influir en el comportamiento

- 2. Conociendo a su público**
 - ¿Cuáles grupos meta de las ENBPA están representados en la audiencia?
 - ¿El público está interesado, desinteresado, positivo o negativo, acerca del tema de la presentación?
 - ¿Qué nivel de conocimiento tiene la audiencia sobre su tema?
 - ¿Cuál es el nivel de la audiencia? ¿Qué 'lenguaje' entienden?
 - ¿Cómo percibe la audiencia al Ministerio y a usted? ¿Le respetan como experto o experta, como socio de coalición o como un 'adversario'?
 - ¿Qué podría ganar la audiencia al escuchar su presentación?
 - ¿Qué puede usted esperar del público? ¿Qué tipo de comentarios, preguntas y reacciones?

- 3. Conociéndose a sí mismo**
 - ¿Cuáles son sus puntos fuertes al realizar presentaciones? ¿Cómo los puede utilizar?
 - ¿Cuáles son sus puntos débiles al realizar presentaciones? ¿Cómo puede hacer frente a éstos?
 - Practique la presentación delante de sus amigos o colegas, o frente el espejo para aumentar la confianza, controlar el tiempo y hablar con fluidez.

- 4. Conociendo la situación**
 - ¿Con cuánto tiempo dispone para la presentación?
 - ¿Dónde se llevará a cabo? ¿Cuán grande es el auditorio?
 - ¿Cuántas personas asistirán a la presentación?
 - ¿Qué ayudas visuales están disponibles? (Es decir, pizarra, proyector, vídeo).
 - Asegúrese de tener una copia de la presentación en CD si está hecha bajo el programa de powerpoint o en una tarjeta de memoria, y asegúrese de que se abra correctamente antes de salir de casa.

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Hacer una presentación

Por lo general, una presentación, como la mayoría de las historias, se compone de tres elementos básicos: la introducción, la parte central, y la conclusión.

1. La introducción tiene dos objetivos:

En primer lugar, la persona oradora tiene que atraer la atención de la audiencia.

En la mayoría de los casos, las primeras frases no cuentan con toda la atención de la audiencia, debido a que ésta recién se está adaptando a la persona que va a realizar la presentación y están terminando las conversaciones previas. Por lo tanto, se recomienda empezar con información de “calentamiento” y no dar la información esencial en las primeras oraciones.

En **segundo** lugar, la persona que presente debe **informar** al público acerca del contenido **qué** se expondrá, **por qué** es importante (la motivación), y **cómo** se estructurará la presentación (línea de conducción de la ‘historia’).

El público también debe estar informado acerca del tiempo de duración de la presentación y si es posible hacer preguntas durante ésta. De esta manera, la audiencia sabrá qué esperar y puede centrarse en lo esencial de la presentación.

2. La parte central: Esta parte contiene el mensaje de la presentación.

- La información presentada debe ser cuidadosamente seleccionada, con especial atención en el objetivo y debe adaptarse a las características de la audiencia.
- Es importante la estructura de la presentación.

En primer lugar escriba todas las ideas que tengan información relevante. A continuación seleccione y catalogue la información en secciones lógicas. Juzgue la relevancia de cada uno de los elementos de la presentación con la siguiente perspectiva: ¿esta información contribuirá a lograr los objetivos de la presentación?

3. La conclusión: En esta parte se resumen los principales mensajes de la presentación y se extrae conclusiones de lo que se ha dicho. Aquí debe crear un espacio para que la audiencia haga preguntas y dar las gracias por la atención.

Deje en claro a la audiencia que está llegando a la parte final de su presentación, esto evita una abrupta terminación y el público puede centrarse en las conclusiones. .

¿Cómo informar?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Hacer una presentación

Por lo general, una presentación, como la mayoría de las historias, se compone de tres elementos básicos: la introducción, la parte central, y la conclusión.

1. **La introducción** tiene dos objetivos:

En **primer** lugar, las persona oradora tiene que **atraer** la atención de la audiencia.

- En la mayoría de los casos, las primeras frases no cuentan con toda la atención de la audiencia, debido a que ésta recién se está adaptando a la persona que va a realizar la presentación y están terminando las conversaciones previas. Por lo tanto, se recomienda empezar con información de “calentamiento” y no dar la información esencial en las primeras oraciones.

En **segundo** lugar, la persona que presente debe **informar** al público acerca del contenido **qué** se expondrá, **por qué** es importante (la motivación), y **cómo** se estructurará la presentación (línea de conducción de la ‘historia’).

- El público también debe estar informado acerca del tiempo de duración de la presentación y si es posible hacer preguntas durante ésta. De esta manera, la audiencia sabrá qué esperar y puede centrarse en lo esencial de la presentación.

2. **La parte central:** Esta parte contiene el mensaje de la presentación.

- La información presentada debe ser cuidadosamente seleccionada, con especial atención en el objetivo y debe adaptarse a las características de la audiencia.
- Es importante la estructura de la presentación.

En primer lugar escriba todas las ideas que tengan información relevante. A continuación seleccione y catalogue la información en secciones lógicas. Juzgue la relevancia de cada uno de los elementos de la presentación con la siguiente perspectiva: ¿esta información contribuirá a lograr los objetivos de la presentación?

3. **La conclusión:** En esta parte se resumen los principales mensajes de la presentación y se extrae conclusiones de lo que se ha dicho. Aquí debe crear un espacio para que la audiencia haga preguntas y dar las gracias por la atención.

Deje en claro a la audiencia que está llegando a la parte final de su presentación, esto evita una abrupta terminación y el público puede centrarse en las conclusiones.

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Dar una presentación

- Tómese su tiempo para ordenar las notas y comprobar que el proyector funcione correctamente: no comience apresuradamente.
- Vea a la audiencia desde el principio, el contacto es esencial para lograr un impacto.
- Un buen comienzo es importante. Las primeras frases son necesarias para atraer la atención de la audiencia. Asegúrese de sentirse seguro respecto a las primeras cosas que va a decir.
- Recuerde hablar más alto y claro que en una conversación normal.
- Enfóquese en diferentes personas en la audiencia y hable con ellos durante una o dos frases.
- Utilice su cuerpo y gestos para agregar dinamismo a su presentación.
- Utilice variaciones en el tono de voz y maneje el ritmo de la presentación para mantener la atención de la audiencia: haga pausas (muchas de las personas que presentan tienen la tendencia a hablar continuamente, por temor a dejar momentos de silencio; sin embargo, esto en realidad es apreciado por el público), utilice ejemplos de la vida real para ilustrar sus puntos, haga preguntas retóricas.

Recuerde

- Mantenga las manos fuera de los bolsillos y no haga sonar las monedas mientras habla.
- Hable al público y no a la pantalla.
- Ponga en sus diapositivas de powerpoint palabras clave, diagramas e ilustraciones que muestren su punto de vista — ¡no cargue la pantalla con textos!
- Limite el número de efectos visuales en sus diapositivas de powerpoint, ya que esto puede distraer a su audiencia.

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Cómo puedo consultar acerca de diversas problemáticas?

La consulta es una tarea importante para las personas que coordinan las ENBPA, usualmente para:

- cumplir con las peticiones de la Secretaría del CDB para realizar informes sobre determinadas cuestiones, y
- planear, obtener apoyo, aplicar y actualizar las ENBPA con los grupos interesados.

Existen diversos métodos de consulta que se encuentran a disposición de las personas que coordinan las ENBPA. Los utilizados con mayor frecuencia son las entrevistas telefónicas, los cuestionarios vía correo electrónico y las reuniones con actores clave.

Las **entrevistas telefónicas** son un medio eficaz, barato y rápido para adquirir información cualitativa acerca de un determinado tema, al mismo tiempo que provee una vía rápida para recoger aportaciones, ideas y consejos. Las preguntas de la entrevista deben ser principalmente abiertas. La información cualitativa adicional, puede reunirse después de la entrevista por medio de cuestionarios o encuestas colocadas en la Web.

Los **cuestionarios vía correo electrónico** son una manera barata y eficaz de adquirir información cuantitativa acerca de un determinado tema. Las preguntas son en su mayoría cerradas y directas. El porcentaje de respuesta está influenciado por la longitud del cuestionario, la complejidad de las preguntas, la credibilidad del remitente y la motivación que tiene la persona para completar el cuestionario. ¡Ayuda mucho si el hecho de responder es divertido!

Las **encuestas colocadas en la Web** son una manera barata de obtener información, además el procesamiento de las respuestas se hace automáticamente y con gran rapidez. Hay un buen software de libre disposición para realizar encuestas a través de la web, por ejemplo, Moodle (www.moodle.org) o Encuesta Monkey (www.monkeysurvey.org). Los mismos criterios y directrices se aplican en el diseño de cuestionarios vía correo electrónico.

Las **reuniones con actores clave** son una manera eficaz de obtener una retroalimentación importante y comentarios de la audiencia. Sin embargo, éstas demandan de una buena preparación y de gastos para pagar a facilitadores o facilitadoras externas, el alquiler de la habitación, el alquiler de equipos, el servicio de comida, y en algunos casos, gastos de viaje para las personas participantes. Para tener éxito en una reunión con actores clave, debe asegurarse de que estén invitados los/as líderes de opinión, de cada uno de los grupos. Las reuniones deben ser participativas y no deben estar limitadas a discursos oficiales, como suelen ser las reuniones de gobierno.

EJEMPLO: Cuestionario para entrevistar a los actores clave sobre cómo introducir las problemática de la biodiversidad en el sistema de educación formal

Estas preguntas se pueden utilizar durante entrevistas telefónicas o personales.

1. ¿Cuál es su opinión acerca de cómo se lleva adelante el tema de la biodiversidad actualmente en los planes de estudio, libros de texto y exámenes? ¿Qué oportunidades existen para mejorar la posición de la biodiversidad?
2. ¿Cuál debería ser la principal línea política para integrar la diversidad biológica en el sistema educativo? ¿Qué objetivos se tienen que alcanzar?
3. Supongamos que el proceso de integración tenga éxito, ¿cuáles serían los factores decisivos para su éxito?
4. ¿Cuáles deberían ser los resultados tangibles del proceso de integración?
5. ¿Cuáles deberían ser los criterios para medir el éxito de los distintos actores clave?
6. ¿Cómo ve su papel en el proceso, qué rol puede desempeñar su organización? ¿Cómo debe ser manejado y guiado el proceso? ¿Quién debe tomar las decisiones finales?
7. ¿Cuál es el valor agregado de colaborar con diferentes actores clave en este proceso?
8. ¿Cómo se puede involucrar y motivar a maestros y maestras, escuelas y ONGs para que colaboren en el proceso? ¿Cómo debe ser organizada la participación?
9. Por último, ¿qué consejos, sugerencias u otros comentarios adicionales tiene?

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Modalidades de entrevistas

Entrevistas directas: En este tipo de entrevista la conversación es estructurada y estandarizada para todas las personas entrevistadas. La persona que entrevista utiliza preguntas preparadas previamente y sigue un cuestionario que ha sido probado con anterioridad. Esta entrevista es utilizada para obtener información específica, por ejemplo, sobre cómo la biodiversidad debe usarse para apoyar a la economía de los hogares. Los datos son fáciles de procesar, a pesar de que las personas entrevistadas pueden sentirse confrontadas por esta manera de recopilar información.

- Conversación: estandarizada, estructurada
- Contenido: preguntas preparadas
- Instrumento: cuestionario
- Uso: se requiere de información especial, por ejemplo, datos
- Aceptación por parte de las personas participantes: +/- (más o menos)
- Logro del objetivo: +
- Facilidad de procesamiento de datos: +

Entrevistas abiertas: En este tipo de entrevistas, la conversación es abierta y libre, aunque limitada a algunos temas seleccionados. Se utiliza para obtener la opinión de la gente, registrando las opiniones mediante una lista de control. Sin embargo, tiene limitaciones para el procesamiento de datos y para el logro de objetivos específicos.

- Conversación: abierta, libre, no estructurada
- Contenido: temas preparados
- Instrumento: lista de control
- Uso: se requiere de información general, por ejemplo, opiniones
- Aceptación: +
- Logro del objetivo: +/-
- Facilidad de procesamiento de datos: +/-
- Véase el Listado con puntos clave sobre los tipos de preguntas y técnicas a utilizar.

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Criterios para la selección de preguntas para las entrevistas y las técnicas a utilizar

Las preguntas de una entrevista pueden ser de dos tipos

- Preguntas abiertas:**
 - Permiten una gran cantidad de respuestas posibles;
 - Siempre inician con los adverbios: ¿qué?; ¿por qué?; ¿dónde?; ¿quién?; ¿cómo?
 - Estimulan a respuestas largas y opiniones.
 - Crean un alto grado de aceptación y buena voluntad.
 - No son directas.
 - Tienen un riesgo de distracción.
- Preguntas cerradas:**
 - Sólo algunas respuestas son posibles (sí/no).
 - Comienzan siempre con un verbo.
 - Estimulan respuestas cortas y relevantes, ofrecen datos.
 - Son directas.
 - Conducen a su objetivo.
 - Pueden ser sugestivas para las personas participantes y generar resistencia.
- Una técnica verbal permite:**
 - Resumir para verificar la comprensión, para motivar aún más la respuesta, y para cerrar una pregunta principal.
 - Resaltar o repetir la respuesta para aclarar el entendimiento de la información.
 - Aunque puede crear confrontación y crear tensión, puede eliminar contradicciones.
- Una técnica no verbal permite:**
 - Observación de señales no verbales de las personas participantes, las mismas que proporcionan información complementaria.
 - Silencios que puede estimular la confianza, la concentración, la comprensión, aunque también pueden generar tensión.

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Entrevistas de exploración

PERSONA ENTREVISTADA	ETAPA DEL DIAGNÓSTICO DINÁMICO	EJEMPLOS DE PREGUNTAS DEL/A ENTREVISTADOR/A
Información	<input type="checkbox"/> Explorar	<p>“¿Qué quiere decir con...?”</p> <p>“¿Puede dar un ejemplo ...?”</p> <p>“¿Cómo debo ver esto ...?”</p> <p>“¿Cuándo empezó ...?”</p> <p>“¿Cuáles eran sus principales ideas ...?”</p> <p>“¿Dónde estaban los ...?”</p> <p>“¿Qué podría haber causado ...?”</p> <p>“¿Cuál fue su principal preocupación..?”</p>
Más información	<input type="checkbox"/> Resumir <input type="checkbox"/> Corroborar	<p>“entonces, lo que quiere decir ...?”</p> <p>“Si le entiendo correctamente ...?”</p> <p>“Para usted, el principal problema / cuestión pueda ser formulado como...?”</p>
Clarificación	<input type="checkbox"/> Ampliar el horizonte	“Si le he entendido correctamente, yo debería ver a este problema/pregunta también a la luz de....?”
Más información	<input type="checkbox"/> Reformular la pregunta <input type="checkbox"/> Defining Results and success criteria	<p>“De acuerdo a la forma en que se describe el problema, me imagino que podríamos hacer...?”</p> <p>“Supongamos que la iniciativa es un verdadero éxito, cuáles son los criterios decisivos del éxito...?”</p> <p>“¿Qué debe hacerse definitivamente, por quién y cuándo?”</p> <p>“¿Cuál debe ser el efecto de esto?”</p> <p>“¿Bajo qué condiciones usted estaría realmente satisfecho/a?”</p>
	<input type="checkbox"/> Cierre	“¿En cuáles próximos pasos podemos estar de acuerdo?”

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnicas de grupo para reuniones: haciendo las cosas de una manera diferente

□ Oradores/as

- *Tradicional:* Largas presentaciones por parte de personas notables o paneles con demasiadas presentaciones seguidas.
- Un enfoque *diferente:*
 - Presente a la audiencia durante 5 minutos con preguntas difíciles. Luego, tome 5 preguntas escritas de la audiencia y responda, luego utilícelas para construir el resto de la presentación — esto requiere de una cierta habilidad y práctica.
 - Utilice un formato de “entrevistador o entrevistadora de televisión” para interrogar a especialistas — totalmente reactivo, el humor es bueno, pero puede ser que la persona anfitriona sea la que domina y no la persona que presenta.

□ Preguntas y Respuestas

- *Tradicional:* Tomar preguntas de la audiencia y se responde unas pocas durante los últimos 10 minutos.
- Un enfoque *diferente:* Esto puede hacerse en un auditorio tipo teatro:
 - - Deje que la audiencia responda a las preguntas. Pida a las personas participantes que escriban dos preguntas y luego que la gente contribuya con las respuestas hasta que todos queden satisfechos.
 - - Haga una pregunta a la audiencia: Permita que la gente piense y que luego comparta sus respuestas en pareja.

□ Discusión en Plenario

- *Tradicional:* Debate abierto, generalmente tres participantes y la persona que realiza la presentación monopolizan el tiempo restante.
- Un enfoque *diferente:* Cambie la manera en que la sala está dispuesta y utilice:
 - La técnica de *carrusel, grupos activos y conversación de café.*
 - Haga una lluvia de ideas con diferentes grupos de acuerdo a una región o a algún otro criterio.
 - Separe a la audiencia en grupos con las personas especialistas — ubíquelos en diferentes partes de la habitación para que discutan sobre diversos temas con el público.

□ Preparación de las personas participantes

- *Tradicional:* Elaboración de una agenda y sinopsis, si tiene suerte
- Un enfoque *diferente:*
 - En vivo, charlar interactivamente por medio del Internet, con una persona notable cuya presentación está grabado en un sitio web.
 - Haga conferencias cortas por correo electrónico (asincrónicas), a nivel regional, con preguntas y temas para discutir. Las discusiones deben ser registradas.
 - Utilice recursos de páginas web, con documentos, enlaces bibliográficos, videos, etc.

Información proveniente de la Presentación de Gillian Martin-Mehers, Coordinadora de Aprendizaje de la UICN

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: La técnica de “Lluvia de ideas” para recoger criterios de los grupos

Una lluvia de ideas es un listado libre de ideas, en donde la contribución de todas las personas es valorada. Aunque la mayoría de las personas parecen entender el término, suelen confundirse sobre cómo utilizarlo. La lluvia de ideas se puede utilizar para diferentes fines y en distintas situaciones para:

- evaluar la comprensión** y/o la experiencia del grupo sobre una problemática. Esto se realiza mientras se introduce un nuevo tema y puede darle a usted pistas sobre cuán familiarizado está el grupo con el tema.
- dinaminzar o romper el hielo:** Esto se hace durante una presentación. Es una forma rápida de focalizar el pensamiento de todo el grupo.
- iniciar rápidamente una discusión:** Esto ayuda al grupo a identificar rápidamente muchos aspectos sobre un tema, incluso cuando recién están comenzando a pensar en él.
- mostrar la diversidad** dentro de un grupo. Una lluvia de ideas le permitirá obtener una amplia gama de puntos de vista sobre un tema dado.
- generar una lista de ideas** sobre un problema difícil.
- juntar nuevamente a grupos grandes** después de que hayan trabajado en pequeños grupos. Esta es la manera más rápida de compartir los principales puntos de vista sobre las diversas discusiones que se dieron en los grupos pequeños.

¿Sobre qué temas se puede hacer una lluvia de ideas?

La mayoría de los grupos usan la técnica de lluvias de ideas para propósitos limitados — generando listas de necesidades o soluciones de un problema-. Sin embargo, es posible utilizar la técnica de lluvia de ideas para diversos propósitos, dependiendo de la finalidad de este ejercicio. Se presentan algunos ejemplos a continuación:

- lecciones del pasado;
- causas de problemas comunes;
- nuevos objetivos;
- preocupaciones no expresadas;
- creencias ocultas o supuestos;
- personas y recursos de utilidad;
- fuentes de inspiración;
- formas de construir trabajo en equipo;
- obstáculos y oportunidades para cumplir con nuevos objetivos;
- formas para mejorar una reunión.

Véase el Listado de Puntos Clave sobre la Facilitación para la técnica de Lluvia de Ideas

Información proveniente de “El Arte de construir Facilidades de Capacitación: Manual de entrenamiento”, publicado por RECOFTC, 2002. Secciones opcionales <http://www.recoftc.org/site/index.php?id=357>

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “Conversación de café”

La técnica “conversación de café” tiene como objetivo captar el entorno informal y amigable de una cafetería, permitiendo que las ideas sean compartidas y desarrolladas en profundidad. Generalmente la persona anfitriona propone un tema y algunas preguntas. Los participantes pueden escribir sus ideas sobre un “mantel” de papel, las cuales pueden ser leídas y sobre las cuales se pueden añadir otras ideas por visitantes subsiguientes; esta información es utilizada para dar un reporte de los discutido a todo el grupo. Cada mesa podría discutir sobre un aspecto diferente de una problemática.

- Establezca acuerdos básicos** sobre la forma de comportarse durante una “conversación de café”:
 - Aceptación: elimine sus juicios en la medida de lo posible.
 - Escuche: con respeto.
 - Curiosidad: trate de comprender en vez de persuadir.
 - Diversidad: invite y respete todos los puntos de vista.
 - Sinceridad: Hable de manera personal y con significado.
 - Brevidad: sea honesto y profundo, pero no dé largas al asunto.

- Organice la discusión**
 - Junte a las personas en pequeños grupos (6 personas) alrededor de las mesas y ponga a una persona facilitadora en cada uno para que explique el proceso y los acuerdos;
 - Elija el tema a ser abordado por todas las mesas, o divida en varias secciones para que cada mesa tenga un subtema;
 - El tiempo para un debate significativo es de unos 60-90 minutos.
 - Puede utilizarse una “varita para hablar” como un instrumento para determinar el orden en el uso de la palabra — ésta es pasada de una persona a otra respetando un orden;
 - Ronda 1. Pase la varita a cada persona para que hable brevemente sobre un tema. Sin comentarios ni respuestas.
 - Ronda 2. Una vez más pase la varita a cada persona para que profundice su comentario o para que hable sobre lo que tiene sentido en ese momento.
 - Diálogo: Abra una conversación animada. Utilice la varita sólo en el caso de que alguien esté dominando la discusión, si existe discordia o falta enfoque.
 - Ronda final: Se pasa la varita para que cada persona hable brevemente sobre lo que es más importante para el/ella.

- Para **profundizar las preguntas de la discusión** se puede preguntar a cualquier participante:
 - ¿Qué le ha llevado a tener este punto de vista?
 - ¿Cómo le afecta esto personal y profesionalmente?
 - Tengo curiosidad, ¿puede comentar más acerca de eso?
 - Esto es lo que he escuchado.... ¿Es eso lo que usted quiere decir?

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “El Carrusel”

Esta técnica se utiliza para construir ideas sobre cómo abordar determinados problemas. La idea de un “carrusel” viene del principio de desplazar a los grupos en la sala, con el fin de centrar su atención en las diferentes estaciones de trabajo. Cada grupo trabaja con las ideas que propuso el grupo anterior, y se vuelve a trabajar sobre éstas.

- Coloque papelógrafos alrededor de la sala (4 – 5 estaciones), y escriba una pregunta o tema diferente en cada uno.
- Nombre a una persona facilitadora para cada estación, quien enfocará al grupo a discutir sobre la pregunta o tema de esa estación, e informar sobre lo que se discutió anteriormente.
- Divida a los y las participantes en pequeños grupos, y ofrezca a cada uno un marcador de color diferente.
- Cada grupo genera nuevas ideas y las añade en el papelógrafo con el color designado, pudiendo modificar lo que el grupo anterior dijo.
- Cuando se dé una señal, cada grupo avanza a la siguiente estación. En este punto, deben leer lo que fue escrito anteriormente, mejorar la idea existente o colocar una nueva idea.
- Cuando todos los grupos hayan contribuido a cada papelógrafo, se hace una revisión de las ideas propuestas con todo el grupo.

Si esta técnica está siendo utilizada para hacer una lluvia de ideas, entonces cada estación se utiliza para reunir las ideas, las cuales deben ser aceptadas sin mayores valoraciones.

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Técnica participativa: “Grupos activos”

La técnica de “grupos activos” son pequeñas discusiones de grupo sobre un tema o pregunta, que se hacen durante un corto tiempo. Normalmente, un grupo activo contiene únicamente a dos o tres personas.

¿Por qué utilizar “grupos activos”?

Los grupos activos se utilizan para:

- lograr la participación de todas las personas miembros del grupo;
- promover la interacción en pequeños grupos;
- proporcionar un entorno seguro para que todas las personas participen;
- dinamizar a las personas para generar un debate;
- ayudar a activar el conocimiento previo de los y las aprendices;
- trabajar juntos en torno a un enfoque particular o tarea;
- evaluar la comprensión por parte de las personas participantes;
- permitir la retroalimentación de todo el grupo que se reunió.

¿Cuándo se debe utilizar los grupos activos?

La técnica de los “grupos activos” se puede utilizar para reorganizar una sesión de plenaria, para dar a las personas participantes la oportunidad de intercambiar ideas y opiniones con sus vecinos y vecinas. Esto permite designar un tiempo para digerir el contenido de una presentación, el intercambio de ideas, expresar opiniones, contar sus propias experiencias y vincular éstas al debate principal.

Los “grupos activos” ayudan a reflexionar sobre lo aprendido y hacen pensar a las personas participantes sobre cómo podrían aplicar este conocimiento en su trabajo. Los grupos activos también sirven como un método para la resolución de problemas.

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo facilitar las discusiones de los “Grupos activos”?

1. Explique el objetivo y el procedimiento

Cuando se forman los “grupos activos” por primera vez, usted tendrá que explicar el propósito y el procedimiento de esta técnica. Por ejemplo: “me gustaría escuchar lo que ustedes piensan, y para esto aplicaré la técnica del *grupo activo*. ¿Alguien ha escuchado hablar de esta técnica? (Si es así, pida que lo explique). La idea es que ustedes se organicen en pequeños grupos y discutan el mismo tema o problemática. De esta manera todos serán escuchados, primero en el grupo pequeño y luego dando a conocer estas ideas a todos.”

2. Forme grupos activos

Ofrezca instrucciones específicas, tales como: “Gire hacia las dos personas sentadas más cerca de usted” o “siéntese junto con alguien de la misma zona del proyecto” o “esta vez me gustaría que hagan pareja con la persona que menos conoce”.

3. Describa la tarea

La tarea debe ser algo que se pueda hacer entre cinco a diez minutos. Si es más complicado, divídala en partes. Escriba la tarea en un lenguaje claro sobre el pizarrón o papelógrafo. Déje estas instrucciones durante todo la discusión.

4. Especifique el tiempo disponible

Restrinja el tiempo para ayudar a los grupos a centrarse en la tarea. Antes de que el “ruido” comience, explique cuál es el tiempo del que disponen para la tarea.

5. Monitorear el progreso

Circule de un grupo a otro mientras están haciendo el ejercicio. Este no es un tiempo para descansar. Es importante que usted vigile el proceso del grupo, de esta manera podrá aclarar dudas, y ayudar a las personas participantes que se bloquean, etc. Sin embargo, tenga cuidado de no interferir demasiado.

6. Vigile el tiempo

El tiempo suele pasar volando cuando se hace este tipo de grupos. Al decir “les quedan dos minutos” usted ayuda a que los miembros del grupo compartan el tiempo.

7. Invite a los grupos a reportar sus hallazgos

Si está trabajando con unos cuantos grupos, la forma más fácil es pedir a cada grupo que informe por turnos a los demás. Si no le queda mucho tiempo, solicite al azar a unos pocos grupos que presenten sus ideas o respuestas.

8. Procese el resultado

Si desea insumos por parte de las personas participantes, usted necesita reconocer sus contribuciones y luego resumir, analizar o construir sobre éstas. Es bueno compartir las ideas de todos los grupos. (Ver Listado con puntos clave.)

Información proveniente de: *El Arte de construir Facilidades de Capacitación: Manual de entrenamiento*, publicado por RECOFTC, 2002. Secciones opcionales <http://www.recoftc.org/site/index.php?id=357>

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo compartir las ideas provenientes de muchos grupos?

- La técnica de “obteniendo la crema”:** no todos grupos tienen que reportar individualmente, sólo si tienen algo nuevo que aportar. Esto reduce la repetición y alienta a la participación cuando les solicite trabajar en grupos una siguiente vez.
- Clasificación de ideas:** si la tarea consiste en hacer listados, pida a los grupos que recojan sus ideas, y luego las clasifiquen de acuerdo a un cierto orden-por importancia o urgencia-. Clasificar la lista le permite simplificarla, y es más clara para compartir las ideas.
- Un tema a la vez:** designe una persona por grupo, que actúa como portavoz, para informar sólo sobre un tema por turno. Esto evita las situaciones en las cuales, por ejemplo, el primer grupo expone demasniada información y no deja que los otros contribuyan.
- Comparar las ideas:** si se ha solicitado la misma tarea a todos, pida a las personas participantes que muestren sus productos uno por uno, y pida a los grupos que lean las ideas registradas, observando similitudes y diferencias. En este caso no hay presentaciones.
- Retroalimentación rotativa:** pida a los grupos mostrar sus resultados en diferentes rincones de la habitación. Pida que cada grupo, inicialmente, que se quede en su esquina, y luego rote por cada uno de los rincones hasta que todos los grupos lean la información de los otros grupos. Posteriormente, solicite que escriban preguntas o que den una retroalimentación constructiva, ya sea en el papelógrafo o a través de pequeñas notas.
- Girando la rueda:** permite el flujo de la información. En lugar de pedir a todo el grupo que se mueva alrededor de las presentaciones, haga que los y las participantes pasen de manera conjunta de una en una. Pida a un miembro de cada grupo que interprete cada presentación. Una vez que se han tomado el tiempo de revisar las presentaciones de todos los grupos, pueden regresar al propio sitio.
- Consejos para compartir ideas mediante exhibiciones:** informe a todos, antes de que se establezcan los pequeños grupos, que no van a compartir los resultados de su trabajo a manera de exposición oral, sino exhibiendo los resultados. Explique el propósito y el procedimiento. Se necesita que los papelógrafos se expliquen por sí mismos y que estén bien escritos, de tal manera que se puedan comparar.
- Facilitando la retroalimentación de las personas participantes:** la forma más eficaz de aprendizaje se da entre pares de un mismo grupo. Animar a las personas participantes a que analicen los productos de los demás es un poderoso método de aprendizaje.
- Resumiendo las presentaciones:** cuando todos los grupos han presentado su retroalimentación y han leído la información ofrecida por los demás, haga otra ronda con todo el grupo y discuta los principales puntos de retroalimentación. Pida a las personas que resuman las principales lecciones aprendidas del ejercicio. Felicítelos por su arduo trabajo (si es apropiado).

Información proveniente de *El Arte de construir Facilidades de Capacitación: Manual de entrenamiento*, publicado por RECOFTC, 2002. Secciones opcionales <http://www.recoftc.org/site/index.php?id=357>

¿Cómo consultar sobre diversas problemáticas?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo obtener ideas divergentes en lugar de sugerencias comunes?

Cómo realizar una lluvia de ideas

- 1. Arregle la sala.**
- 2. Pida que todos muevan las sillas de tal manera que puedan ver la pizarra o el papelógrafo.**
- 3. Aclare y proponga las siguientes reglas:**
 - Cualquier persona puede poner sus ideas en la lista si cree que son relevantes (incluso ideas confusas).
 - No se debe discutir si una idea se debe o no poner en la lista.
 - No se requiere que las ideas sean discutidas. Las ideas solo deben ser expuestas.
- 4. Exponga las tareas para el grupo en forma de pregunta.**
- 5. Solicite a una o más personas voluntarias que escriban en la pizarra o papelógrafo. Solicíteles que coloquen todas las ideas con letra clara. Un registro visual permite que se den más contribuciones sin censura.**
- 6. Comience a hacer una lista de las ideas. Invite a las personas a decir sus ideas una por una. Si alguien empieza a hablar sobre un tema, educadamente recuerde al grupo las reglas.**
- 7. Continúe hasta que no se ofrezcan más ideas y espere hasta que todas las personas hayan tenido la oportunidad de hablar, y se hayan apropiado de las ideas.**
- 8. Hacia el final del tiempo asignado, indique a las personas participantes que solo quedan dos minutos más. Esto a menudo resulta en una última explosión de ideas.**

¿Qué se puede hacer con la lista de ideas generadas?

Es importante concluir el ejercicio de lluvia de ideas. Si la lista no es demasiado larga, reflexione tomando en cuenta la lista en su conjunto. Pregúntele al grupo sobre lo que piensa respecto a la lista. En la mayoría de los casos la lista suele ser larga. Por lo tanto, el grupo tiene que encontrar una manera de reducir la lista a un número manejable de temas. Esto se puede hacer de varias formas:

- 1. Genere categorías y clasifique los ítems por temas.**
- 2. Agrupe los elementos y póngales un nombre. Esta tarea es un reto para cualquier grupo, por lo que la persona facilitadora desempeña un papel importante.**
- 3. El grupo puede dar prioridad a lo que está en la lista, por ejemplo, lo más necesario, lo más urgente o lo más práctico. Se pueden crear sub-grupos para que expandan las ideas más prometedoras.**

Información proveniente de : *El Arte de construir Facilidades de Capacitación: Manual de entrenamiento*, publicado por RECOFTC, 2002. Secciones opcionales <http://www.recoftc.org/site/index.php?id=357>

¿Cómo apoyar a las comunidades?

¿Cómo apoyar a las comunidades?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Cómo puedo apoyar de la mejor a manera a las iniciativas de biodiversidad de las comunidades?

Las personas que coordinan las ENBPA pueden apoyar iniciativas en una comunidad de varias formas, incrementando el apoyo para su mensaje, sin requerir mayor financiamiento.

OPCIONES DE APOYO	¿QUÉ PUEDE HACER LA PERSONA QUE COORDINA LA ENBPA?
Acceso a redes y a información	Apoye las iniciativas de las ONGs con las comunidades ayudando a estas instancias a encontrar información o a expertos y expertas. También puede ayudar apoyando los procesos de toma de decisiones relevantes para sus proyectos.
Apoyo Moral	Apoye a las comunidades o realice actividades de CEPA haciendo que el grupo se ponga en contacto con el Ministro/a u otra persona que sea un funcionario o funcionaria de alto nivel del gobierno. La presencia de una persona de alto nivel durante un evento ofrece apoyo moral al proyecto, le agrega credibilidad y autoridad, y aumenta la motivación de las personas involucradas.
Apoyo publicitario	Ayude a generar publicidad para iniciativas locales u ONGs, refiriéndose a estos proyectos en reportes, boletines y publicaciones oficiales.
Apoyo en procesos formales	Guíe a las ONGs o a las iniciativas de proyectos internacionales a través de procedimientos formales como declaraciones en aduana, transferencias internacionales de dinero, acceso a donantes y a fundaciones, etc.
Apoyo financiero y donaciones	<p>Sugiera posibles fuentes de financiamientos para las iniciativas de las ONGs:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información sobre las Pequeñas y Medianas Donaciones del GEF; • Información sobre Programas de Donaciones de las embajadas; • Información sobre El Comité Holandés de la UICN, el cual cuenta con un programa de desarrollo con cooperación holandesa, para países elegibles. Vea www.iucn.nl; • Asístalos para que entren en contacto con organizaciones internacionales como la WWF (www.panda.org) o Conservación Internacional (www.conservation.org). <p>Algunas veces los gobiernos tienen su propio sistema de licitación o subvenciones para las ONGs, incluyendo una invitación anual para que participen en la financiación de proyectos sobre conciencia pública y educación para el desarrollo sostenible o temas de biodiversidad. Por ejemplo, existen fondos para aumentar la conciencia de actores clave para la conservación de un humedal específico.</p>

EJEMPLO: Prestar apoyo moral

El Honorable Joseph Mungai (MP), Ministro de Educación y Cultura de Tanzania, rodeado de los y las estudiantes miembros del “Grupo de Soñadores” para la Educación en Biodiversidad de Tumaini. La presencia e interés del Ministro reforzó la motivación de los y las estudiantes.

Foto: Godi van Lawick

EJEMPLO: Apoyo con autoridad y credibilidad

Ceremonia de Apertura del Proyecto de Educación para la Biodiversidad, en la Universidad de Tumaimi, Tanzania, con el apoyo de la Fundación Hugo van Lawick. Invitado de Honor Pinda M. (MP), Ministro de NUN-OW-Tamisemi, quien declaró: “¡Les insto a que continúen con sus actividades y que lleven al proyecto a nivel del país! ¡Y sepan que el gobierno los apoya totalmente!”

Foto: Godi van Lawick

Colaborando para la Biodiversidad

¿Con quién debo colaborar para la biodiversidad?

La colaboración es una estrategia clave para las personas que coordinan las ENBPA, para aumentar la conciencia pública y también para obtener apoyo externo para la diversidad biológica. Existen varias posibilidades para la colaboración:

Trabajar con ONGs y organizaciones internacionales

Una de las ventajas de trabajar con organizaciones no gubernamentales para crear conciencia acerca de la diversidad biológica es que tienen una alta credibilidad con el público en general, como emisores de mensajes de conservación. Las ONGs suelen tener personas técnicas especializadas y/o expertos y expertas en educación. Otra ventaja de trabajar con las ONGs es que usted puede tener acceso a sus conocimientos, experiencia, redes y recursos.

Trabajar con otras partes signatarias del CDB

La ventaja de colaborar con otras partes signatarias del CDB sobre CEPA, es que hay la posibilidad de realizar intercambios entre pares. También fortalece los lazos y el entendimiento entre las audiencias de los distintos países en un mundo globalizado. Esto también puede permitir resaltar aspectos de la biodiversidad en el nivel transfronterizo (por ejemplo, sobre cuestiones de especies migratorias, áreas protegidas transfronterizas, etc).

Vincularse con actores de la Década de las Naciones Unidas sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible 2005-2014

En muchos países, ciertas actividades son emprendidas por el Ministerio de Educación, el sector formal de educación, las comisiones nacionales de la UNESCO, las redes de educación ambiental y otras organizaciones en el marco de la Década de las Naciones Unidas sobre la Educación para el Desarrollo Sostenible. Estas son oportunidades para posicionar a la biodiversidad como un elemento central del desarrollo sostenible. La UNESCO es la instancia coordinadora de la Década y las actividades pueden ser vistas en www.unesco.org/education/desd/. La región Europea ha desarrollado una estrategia y los indicadores para el Década, los cuales pueden verse en UNECE: <http://www.unece.org/env/esd/welcome.htm>

Trabajar con organizaciones de Ayuda Humanitaria

Las organizaciones de ayuda humanitaria que dan apoyo a los grupos desplazados por la guerra o por desastres naturales, pueden ser agencias valiosas para prestar ayuda y detener las amenazas a la biodiversidad local, por ejemplo, cuando se necesitan de urgencia materiales de los bosques para dar abrigo o para leña.

EJEMPLO: Colaboración con los organismos de ayuda humanitaria

En varios países de África occidental, el Programa Mundial de Alimentos de Naciones Unidas han apoyado con programas de educación y conciencia ambiental, en colaboración con los ministerios de ambiente y los organismos encargados de la conservación de la biodiversidad. Los programas se orientan hacia proyectos de protección de la salud de los refugiados y prevención de conflictos sociales, así como la reforestación en zonas degradadas y el establecimiento de plantaciones de árboles, para compensar a las comunidades propietarias de la tierra que acogen a los refugiados. Los materiales educativos son producidos y distribuidos a las personas refugiadas para demostrar ciertas ideas prácticas tales como el compostaje, la eficiencia energética a través de hornos de lodo, el establecimiento de viveros de árboles, etc.

EJEMPLO: Colaboración para el Día Mundial del Medio Ambiente, Sierra Leona

Cada año, el Foro para la Acción Ambiental (ENFORAC), un consorcio de todas las organizaciones ambientalistas y dos universidades colaboran con el Ministerio de Medio Ambiente y Bosques, y distintas agencias de las Naciones Unidas, para celebrar el Día Mundial del Medio Ambiente en Sierra Leona. Este evento usualmente incluye un discurso del/a Ministro/a de Medio Ambiente o de otros altos funcionarios y funcionarias del Gobierno, seguido por demostraciones de actividades prácticas. Ejemplos de este tipo de actividades son la muestra de aparatos para el ahorro de la energía en el hogar, que enfatizan, entre varios aspectos, la importancia de la conservación de la biodiversidad.



Foto: Environmental Actors

EJEMPLO: Colaboración para la Semana del Medio Ambiente en Palau

Palau celebra el Día de la Tierra todos los años como parte de la Semana del Medio Ambiente. Hace varios años el Presidente de Palau emitió un decreto ejecutivo en el que designó a la Junta de Protección de la Calidad Ambiental como el organismo encargado de coordinar esta actividad. El personal de la Junta forma un comité con los actores clave, incluyendo organismos nacionales y estatales, ONGs y grupos de la comunidad.

Las actividades de este evento varían cada año. Algunas veces hay varias actividades durante todo un mes, a veces durante una semana, y, a veces, sólo en el Día de la Tierra. Éstas incluyen temas de recolección de basura en tierra y mar, monitoreo de arrecifes de coral, paseos gratis en bus durante una semana o mes, limpieza de plantas invasoras, etc. Todos los años en el día de la Tierra organizan una feria con información, concursos, etc, para atraer el interés del público.

Entrevista con Joel Miles, de la Oficina de Respuesta y Coordinación Ambiental, Palau

Estudiantes de la escuela Secundaria Belau Modekgnei en una caminata por una cuenca. Foto de Palau Conservation Society



EJEMPLO: Colaboración Nacional en Sierra Leona

En octubre del 2004, el Foro para la Acción Ambiental en Sierra Leona organizó una semana de conferencias a nivel nacional sobre el tema de “Gestión Ambiental Sostenible”.

La conferencia identificó la falta de educación ambiental en el currículo escolar como algo preocupante. Durante la conferencia se recomendó la adopción de medidas inmediatas por parte del gobierno para introducir la educación ambiental en los planes de estudios del sistema escolar formal.

Desde entonces, la Comisión de Medio Ambiente y Bosques, recientemente creada, ha venido trabajando en estrecha colaboración con el Ministerio de Educación y otros agentes para desarrollar el currículo apropiado y materiales didácticos para la eventual introducción de la educación ambiental en el programa de las escuelas. A pesar de que existe voluntad política, el reto fundamental sigue siendo la identificación y asignación de los recursos financieros y técnicos necesarios para “actualizar” esta iniciativa.

Tommy Garnett, Presidente del Foro para la Acción Ambiental, Sierra Leona



Fotos : Actores ambientales

EJEMPLO: Colaboración con otras Partes Signatarias del CDB

Palau y Alemania

En Palau una pequeña iniciativa de CEPA fue llevada a cabo a través de vincularse con el Concurso Internacional sobre la Diversidad Biológica, organizada a través de una página web juvenil alemana — bajo el proyecto de multimedia “Naturdetektive”, de la Agencia de Conservación de la Naturaleza de Alemania Federal y CHM-PFN. Este proyecto ofrece una entrada a los y las estudiantes y a las escuelas en el “mundo de la biodiversidad”. Además ofrece a cada país la oportunidad de adquirir experiencias en la cooperación bilateral sobre actividades de CEPA y en la utilización del Internet.

Detectives de la Naturaleza

Cada dos semanas, se muestran diferentes imágenes en la web de animales o de plantas tropicales y de otras regiones del mundo, junto con preguntas acerca de estas especies, y su relevancia ambiental, biológica y cultural. Las personas participantes responden a estas preguntas por medio de un foro electrónico. La persona ganadora recibe un premio después de cada ronda. Grandes editoriales donan los premios.

Adaptando la experiencia a las necesidades de Palau

Para Palau, significó recoger imágenes visuales y la información sobre especies típicas de la región (por ejemplo, la araña de Palau, etc.). La información fue recopilada a través de actores clave, incluyendo fotografías digitales, para luego integrarlas a la página web del Mecanismo de Facilitación de Información — (CHM por sus siglas en inglés).

Ampliando la escala de acuerdo a las lecciones aprendidas

A partir del año 2006, hubo un acuerdo para compartir la información más ampliamente en Palau a través de un periódico local: *Island Times*. Las personas lectoras pueden llamar o escribir un correo electrónico con las respuestas correctas sobre las preguntas que se hacen en el periódico. Además, las organizaciones involucradas exponen temas en los programas de radio. Esta flexibilidad es importante, ya que no todas las escuelas y los hogares tienen acceso a Internet en Palau. Los y las maestras también utilizan este medio como una herramienta en la enseñanza de las ciencias y las clases de informática. Hasta la fecha, el proyecto ha dado relevancia temas de agro-biodiversidad, diversidad biológica marina, y aves endémicas de los bosques de Palau. El programa alemán “Cuestionario sobre Plantas” programado en HTML, fue adaptado para su uso en las escuelas de Palau como el de “Cuestionario sobre Manglares”, donde se proporcionan hojas informativas y preguntas sobre estas plantas.

<http://www.palau.biodiv-chm.org> ; www.naturdetektive.de

Entrevista a Joel Miles, de la Oficina de Respuesta y Coordinación Ambiental, Palau; y Dr Horst Freiberg, Agencia Federal Alemana para la Conservación de la Naturaleza, Alemania.

Gestión de redes para la biodiversidad

¿Por qué gestionar redes para agregar valor a los esfuerzos de biodiversidad?

El trabajo en red consiste en facilitar el intercambio de información y el establecimiento de conexiones personales. La gestión de redes es amigable y es un proceso esencial para nuestras complejas sociedades. La gente crea redes en diferentes ambientes, como en el teléfono, en los pasillos, en los comedores de las empresas, en las conferencias profesionales, en las exhibiciones comerciales, en las reuniones de empresa, en los aviones, trenes y autobuses, en los vestíbulos de hoteles y en las salas de espera. Muchas redes son cuidadosamente planificadas y otras simplemente ocurren. La gestión de redes puede tener lugar fuera de los entornos del gobierno, y en donde quiera que existan oportunidades para hacer nuevos contactos, y mientras las personas tengan buenas habilidades sociales. La gestión de redes proporciona beneficios al ayudar a las personas a encontrar o hacer conexiones, en vez de aislarse.

Las redes proporcionan una herramienta importante para las personas que son puntos focales de las ENBPA cuando, por ejemplo, tienen que superar la escasez de recursos financieros. Éstas permiten relaciones mutuamente beneficiosas, y agregan valor a las personas que trabajan en temas de biodiversidad.

Las redes pueden agregar valor para lograr cambios sistémicos para la biodiversidad y la sostenibilidad. Desde que se inició el trabajo con la Agenda 21, la idea de que muchos de los actores clave pueden utilizar el diálogo y generar espacios para aprender juntos a solucionar complejos problemas socio-económicos asociados con el mantenimiento de los servicios de los ecosistemas, ha ganado terreno. Las redes multi-sectoriales combinan actores de diferentes áreas, disciplinas de conocimiento y espacio. Ejemplos en el nivel mundial son El Consejo de Administración Marina y el Consejo de Administración de Bosques (*The Marine Stewardship Council and the Forest Stewardship Council* son sus nombres en inglés), quienes están buscando la forma de hacer cambios más sistémicos. Las redes pueden lograr cambios sistémicos a nivel nacional.

Las redes generan aprendizaje a través del diálogo, por medio de listas electrónicas, comunidades de prácticas, foros, talleres y capacitación. Estas actividades de aprendizaje se las llama también aprendizaje social, ya que cambian las ideas que las personas tienen de sí mismas y de los otros. Al unir a las personas para que reflexionen, trabajen y aprendan juntas superando barreras geográficas, sectoriales y de otro tipo, se puede desarrollar una conciencia del sistema como un todo y crear un espacio para hacer cambios sistémicos fundamentales. “El cambio se da cuando nos exponemos a nuevas ideas, y generalmente interactuando cara a cara”

(Caplan, J. Entrevista en Waddell, S. 2005 *La integración social: Un aprendizaje de la sociedad global y el cambio perspectiva*, UN-DESA)

¿Qué oportunidades existen para trabajar con redes?

Las redes pueden tomar muchas formas dependiendo de su propósito. Las más comunes son las redes de información. Sin embargo, si se quiere hacer un cambio en función de la conservación de la biodiversidad, las redes más importantes son las que están orientadas a estimular la reflexión y el aprendizaje. El impacto de los siguientes tipos de redes incrementan este propósito de acuerdo a la profundidad del cambio que se busca: redes de conocimiento, comunidades de prácticas, redes para tareas, redes para propósitos, redes para el cambio social, y redes para la generación del cambio. (Véase el Listado con puntos clave de Steve Waddell.)

Hay muchos eventos para el trabajo en redes que pueden ser utilizados por las personas que coordinan las ENBPA para mejorar su mensaje. Pueden existir eventos internacionales muy inspiradores como el Día Mundial de los Humedales (2 de Febrero), el Día de la Biodiversidad (22 de Mayo), el Día de la Tierra (el Día Internacional del Equinoccio de la ONU, el 20 o 21 de Marzo; o el patrocinado por los Estados Unidos el 22 de Abril), o el Día Mundial del Medio Ambiente (5 de Junio).

Tres de los métodos más utilizados para la creación de redes se describen a continuación y otros tipos de redes figuran en el listado con puntos clave.

Eventos de redes o grupos por Internet

El trabajo en redes a través del Internet puede generar discusiones, el intercambio de conocimientos y diálogos virtuales orientados a tareas específicas, utilizando el Internet. Las interacciones pueden incluir reuniones, debates, chats, videoconferencias o mensajería instantánea, permitiendo a los miembros que interactúen en vastas áreas geográficas a bajo costo. Cada vez más, se utiliza el Internet para hacer seminarios y talleres electrónicos. Estos seminarios electrónicos deben ser interactivos para que las personas participantes puedan dar, recibir y debatir información.

Si bien los miembros de una red se comunican principalmente en línea, también pueden promover, preparar o anunciar reuniones y eventos presenciales de manera virtual. Por ejemplo, la UICN ha preparado un programa internacional de educación sobre biodiversidad y conciencia pública en línea, antes de la realización de reuniones presenciales para discutir problemáticas que requerían diálogos cara-a-cara.

Principal ventaja: Conveniencia, esto permite la interacción a través de amplias regiones geográficas.

Desventaja: El compromiso, la actividad y la coherencia de los esfuerzos pueden variar.

Consideraciones importantes: Se debe delegar a una persona para que gestione las tareas y envíe indicaciones, planes de trabajo y orientación para lograr resultados. Los costos de las conexiones a Internet tienen que ser razonables.

Eventos generales de redes o grupos para la biodiversidad

Estos son eventos presenciales que por lo general están abiertos a profesionales de gobierno y de la sociedad civil, a menos que las invitaciones sean restringidas. Las redes aprovechan de estos eventos generales para interactuar, como la apertura de una exposición en un museo de historia natural o el lanzamiento de una campaña de diversidad biológica, o del Día de la Biodiversidad. Se intercambian tarjetas profesionales con la esperanza de encontrar los mismos intereses. Las “conversaciones de ascensor” se utilizan para presentar a las personas.

Una “conversación de ascensor” debe ser concisa y no debe durar más de 20 segundos. Incluye su nombre, nombre de la organización, lo que hace o lo que está buscando.

Eventos especiales de CEPA para el trabajo en red

Estos eventos son reuniones presenciales, donde las personas participantes enfocan sus intereses en CEPA. Las experiencias, los recursos, las ideas y los contactos compartidos contribuyen a mejorar las actividades y las habilidades de los actores clave y en ciertos momentos se estimula la colaboración. En estos eventos se pueden tomar decisiones para mejorar la situación de CEPA, como cambios en la política o el desarrollo de actividades para la creación de capacidades de manera conjunta. Los eventos incluyen talleres de CEPA, conferencias de los educadores y educadoras o actividades vinculadas a las redes de CEPA.

EJEMPLOS DE REDES DE CEPA**Internacional**

Comisión de Educación y Comunicación-CEC, de la UICN <http://cec.wcln.org/>

Cuenta Atrás 2010 www.Countdown2010.net

Convenio sobre la Diversidad Biológica, redes de Puntos Focales de CEPA

[Http://www.biodiv.org/programmes/outreach/cepa/home.shtml](http://www.biodiv.org/programmes/outreach/cepa/home.shtml)

Ramsar — Convención de los Humedales, redes de CEPA

http://ramsar.org/outreach_index.htm, recientemente se inauguró un grupo de discusión por e-mail (ramsar-
cepa-eng-join@indaba.iucn.org)

Convención Marco para el Cambio Climático, educación y divulgación

[Http://unfccc.int/cooperation_and_support/education_and_outreach/items/2529.php](http://unfccc.int/cooperation_and_support/education_and_outreach/items/2529.php)

Red Global de Educación Ambiental sobre Ríos www.green.org/

Fundación para la Educación Ambiental www.fee-international.org/

Red de Educación para la Biodiversidad www.bioednet.org/

Programa Regional de Educación Ambiental www.sadc-reep.org.za/

Asociaciones Nacionales para la educación ambiental

Asociación Australiana para EA <http://www.aeee.org.au/>

Red Canadiense para la educación y la comunicación ambiental

[Http://www.eecom.org/english/index.html](http://www.eecom.org/english/index.html)

Asociación Norteamericana de EA -NAAEE www.naaee.org/

Asociación de Educación Ambiental de Sudáfrica EEASA <http://www.eeasa.org.za/>

¿Cómo gestionar el trabajo con redes como coordinador o coordinadora de las ENBPA?

Debido a que la gestión de redes puede beneficiar a las personas que coordinan las ENBPA, especialmente cuando los fondos son limitados, existen algunas acciones básicas que pueden llevarse adelante a través de un plan de trabajo.

Preparando el trabajo en red

Reflexione sobre la situación de la ENBPA, dónde se necesita hacer cambios y de qué manera la gestión de redes puede asistirle. Pregunte a sus colegas quién le podría ayudar, actualice la lista de contactos y haga un seguimiento de las organizaciones involucradas. Elabore una lista de los logros de la ENBPA y quién le ha apoyado. Prepare una “conversación de ascensor”, que muestre el apoyo que usted está buscando para las próximas acciones de la ENBPA.

Trabajo básico con redes

La familia y las personas amigas son gente importante para informar acerca de su trabajo y para probar la claridad con la que usted comunica sus ideas. Recuerde que las personas se ven influidas por sus pares y su grupo social, por lo que puede convertirlos en aliados para su causa. Hacer redes con antiguos alumnos y alumnas de su universidad o de otras universidades, provee una importante red profesional donde usted puede compartir ideas e información, y hacer contactos con muchas organizaciones. Asistir a reuniones profesionales y unirse a organizaciones es importante para ampliar sus contactos. Recuerde también de generar redes dentro de su organización para mantenerse al tanto de lo que está sucediendo; esto lo puede hacer tomando un café o almorzando con colegas de diferentes secciones.

Trabajo avanzado con redes

La persona a cargo de coordinar la ENBPA puede aumentar las oportunidades de creación de redes, dando exposiciones, publicando artículos, ofreciendo entrevistas informativas, y enviando una carta por correo electrónico a la red. Las actualizaciones periódicas sobre las noticias y oportunidades para vincularse con actividades de biodiversidad se pueden ofrecer a través de una página web o un blog personal. Para asegurarse de que los contactos hechos puedan perdurar, un sistema de relaciones públicas requiere de mantenimiento y actualización permanente.

Con más fondos, la persona que coordina la ENBPA puede organizar reuniones con las redes, y con personas provenientes de diferentes sectores para explorar visiones y soluciones a los complejos problemas de la diversidad biológica. Las acciones propuestas en dichas reuniones necesitan de apoyo adecuado para realizar los cambios necesarios para la biodiversidad.

Gestión de redes para la biodiversidad

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Tipos de Redes

- 1. Redes informativas** Esto es lo que mucha gente piensa o cree que es una “red”. A través de ella, los y las participantes pueden compartir información sobre un interés común. No se desarrolla una agenda conjunta.
- 2. Redes de conocimiento** El objetivo es generar nuevos conocimientos, habilidades y herramientas en la red. Tiene una agenda definida para la investigación. La participación permite compartir los costos y mejorar el acceso a los datos.
- 3. Comunidades de práctica** Las personas participantes comparten y desarrollan información, conocimientos, sabiduría y capacidades. Esto requiere de un diálogo profundo e intercambio abierto, es auto-organizado, y tiene una agenda común que especifica acciones conjuntas. Entre los beneficios de la participación está una rápida respuesta a preguntas de interés común.
- 4. Redes de trabajo para el desarrollo de tareas** Las personas pueden formar una red cuando quieren emprender una tarea específica que requiera de diversos recursos y de la coordinación de la acción. Cuando la actividad finaliza la red se disuelve.
- 5. Redes de trabajo para propósitos específicos** Se usan cuando un problema requiere de constante atención por parte de un grupo de personas u organizaciones, los mismos que coordinan acciones y recursos sobre una base indefinida.
- 6. Redes para el cambio social** Este tipo de red produce aprendizaje social y cambios entre los miembros de diferentes sectores. Los miembros son actores clave interesados en un tema, quienes crean un diálogo profundo y formas de compartir abiertamente, llevan una coordinación colectiva y una acción sinérgica. El cambio requiere de competencias colectivas y de otras redes.
- 7. Redes de generación de cambios** El aprendizaje social y el cambio también se producen en este tipo de red, pero el objetivo principal es generar innovación, cambios o acciones más allá de las limitaciones de cada participante. El trabajo es realizado para los miembros de la red y otras personas — por lo que la participación es amplia. Esto también requiere de un diálogo profundo, intercambio abierto, coordinación colectiva y acción sinérgica.

Waddell, S. (2005). Aprendizaje social y cambio. Cómo los gobiernos, las empresas y la sociedad civil crean soluciones para problemas complejos de multi-sectores. Sheffield: Greenleaf Publishing Ltd. p 136

Gestión de redes para la biodiversidad

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Oportunidades para colaborar en CEPA

OPORTUNIDAD	COLABORAR CON	VALOR AGREGADO
<input type="checkbox"/> Decenio de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible	Ministerio de Educación Universidades abiertas Comités de la UNESCO	La biodiversidad como un elemento medular del desarrollo sostenible.
<input type="checkbox"/> Cuenta Atrás 2010	Comisión Europea, Ministerios de Ambiente, IUCN, ONGs	La biodiversidad como una herencia para las futuras generaciones.
<input type="checkbox"/> Convenio de Ramsar	Centros sobre Humedales, Ministerios de Ambiente, Áreas Protegidas, ONGs.	La biodiversidad como un concepto paraguas y un “enfoque más amplio”.
<input type="checkbox"/> Convenio Marco sobre Cambio Climático	Ministerios de Ambiente, WWF, ONG.	La biodiversidad como un indicador de cambio y de adaptación.
<input type="checkbox"/> Reducción de la pobreza	Organismos de cooperación para el desarrollo u organismos de ayuda humanitaria	Servicios ecosistémicos, generación de ingresos, prevención de futuros gastos en reparación.
<input type="checkbox"/> Turismo	Asociaciones de dueños de hoteles, operadores turísticos.	La biodiversidad como un punto de venta especial para el turismo.
<input type="checkbox"/> Eventos, por ejemplo, Día de la Biodiversidad, lanzamiento de la versión actualizada de la ENBPA, Día Mundial del Ambiente	Oficina del Primer/a Ministro/a, Presidente/a, Ministro/a de Ambiente. ONGs Zoológicos Museos de Historia Natural Escuelas Áreas Protegidas	La biodiversidad como herencia para las futuras generaciones, servicios ecosistémicos, prevención de futuros gastos en reparación.
<input type="checkbox"/> Convenio sobre la Diversidad Biológica	Otras Partes Signatarias del CDB	Intercambio de conocimiento y recursos.

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Ideas sobre gestión de redes para las personas encargadas de las ENBPA

- Fase 1: Preparación**
 - Evalúe de la situación de la ENBPA.
 - Prepare un “archivo de logros” que ha tenido en la implementación de la ENBPA.
 - Prepare una “conversación de ascensor” para ser claros acerca de la experiencia técnica que se solicita.
 - Obtenga información por parte de colegas y pares para facilitar la resolución de ciertos problemas.
 - Realice contactos.

- Fase 2: Red Básica**
 - Los amigos y la familia.
 - Redes con ex alumnos/as.
 - Redes (con precaución) dentro de la organización donde uno trabaja.
 - Asistencia a reuniones profesionales.
 - Participación en organizaciones profesionales.

- Fase 3. Redes avanzadas**
 - Haga presentaciones.
 - Publique artículos.
 - Organice un blog y/o una página web.
 - Organice entrevistas de información.
 - Envíe una carta a una amplia gama de miembros de la red.
 - Mantenga y actualice un sistema de relaciones públicas.

EJEMPLO: Redes Mundiales de CEPA

Los gobiernos de todo el mundo se han comprometido a reducir la pérdida de biodiversidad para el año 2010. La Cuenta Atrás 2010 ayuda a los gobiernos a pasar de las palabras a la acción. Más de 100 asociados, que van desde lo nacional a lo local, ONGs y empresas han aceptado este reto. Para ello han creado la Cuenta Atrás 2010, una potente red de socios activos que trabajan juntos para abordar las causas de la pérdida de la diversidad biológica. Cada socio se compromete a realizar más esfuerzos hacia la meta de proteger la diversidad biológica para el 2010. El actuar juntos crea un gran impulso para salvar la biodiversidad. <http://www.countdown2010.org/>



La Comisión de Educación y Comunicación (CEC) es una red mundial que ayuda a la conexión entre personas profesionales de la comunicación y educación para compartir conocimiento, aprendizaje y asesoramiento estratégico. La Comisión de Educación y Comunicación es parte de la UICN — la Unión Internacional para la Conservación Naturaleza, la red de conservación más grande del mundo. CEC es una red voluntaria que conecta a cientos de expertos y expertas en educación y comunicación provenientes de todos los sectores.

Los miembros de la CEC participan en tres grupos de trabajo:

- Red Mundial de Aprendizaje para la Conservación
- Educación para el Desarrollo Sostenible
- Comunicación Estratégica



La Comisión está dirigida por un Comité Directivo y un/a Presidente/a elegido cada cuatro años en el Congreso Mundial de Conservación de la UICN. Los miembros de la UICN — estados, gobiernos y ONG — son los que aprueban el mandato para la operación de las Comisiones. <http://cec.wcln.org/>

Alianzas para la Biodiversidad

¿Por qué desarrollar alianzas?

- Las alianzas pueden acelerar la implementación de acciones para la conservación de la biodiversidad.
- Las alianzas permiten unir a varias instancias, perspectivas, contactos y recursos de una serie de actores clave.
- Los socios comparten la responsabilidad en la ejecución.
- Las alianzas pueden ser configuradas por medio de contratos formales o informales, y pueden ser impulsadas bajo una visión compartida o meta.
- Las alianzas ayudan a desarrollar las capacidades, estimular la innovación y motivan a la acción.

La decisión de crear una alianza por lo general implica un compromiso. Esto significa que pueden existir acuerdos formales firmados, obligaciones financieras u otras implicaciones, además esto puede significar cambios en la forma de trabajo de cada organización. A veces, la colaboración entre los organismos internacionales y las organizaciones nacionales se desarrolla para la conservación de la biodiversidad. Debido a que CEPA es un aspecto importante para el éxito de cualquier acción en biodiversidad, las personas que coordinan las ENBPA requieren asegurar que CEPA se integre en la planificación de cualquier alianza, desde un inicio.

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS CLAVE PARA EL ÉXITO DE LAS ALIANZAS

- Motivos de primera importancia para unir los esfuerzos;
- Una visión común;
- Tomar a cargo un verdadero trabajo conjunto, más allá de compartir información, hacia el logro de acciones;
- Claridad sobre lo que cada parte espera obtener de la alianza;
- Se presta atención a los mecanismos de toma de decisiones en la alianza;
- Aprender a trabajar juntos, mientras se es flexible para cambiar y adaptarse a través de la experiencia;
- Buena comunicación y transparencia entre los socios;
- Comunicar los resultados de la alianza a otros;
- Compartir el monitoreo y la evaluación de la alianza;
- Desarrollar respeto y confianza entre los socios.

EJEMPLO: Alianzas para CEPA en el Programa de Áreas Protegidas en la Región Amazónica (ARPA)

Uno de los más grandes y ambiciosos proyectos de conservación jamás realizado, -Áreas Protegidas en la Región Amazónica (ARPA por sus siglas en inglés), es un programa dirigido por el Gobierno de Brasil e implementado en alianza con el Fondo de Biodiversidad Brasileiro (FUNBIO), el Banco Alemán de Desarrollo (KfW), el Fondo para el Medio Ambiente Global (GEF), el Banco Mundial y WWF.

ARPA es un esfuerzo de 10 años, encaminado a lograr la protección del 12% –50 millones de hectáreas, o 500000 km² — de la Amazonía brasileña y a establecer un fondo fiduciario de 240 millones de dólares para financiar una gestión efectiva de las Áreas Protegidas a perpetuidad. El programa fue anunciado por el Gobierno de Brasil en el 2002 y empezó a aplicarse en el 2003.

La implementación del programa significa desarrollar una comunicación intensiva entre los socios para guiar el trabajo y para asegurar los fondos. También se da una intensa comunicación con los actores locales, ya que ARPA requiere un enfoque participativo. Algunos de los ejemplos tangibles de las actividades de educación y la comunicación realizadas gracias a la alianza son:

- Expedición a Tumucumaque, en Agosto del 2005, la cual contó con periodistas de Brasil y EEUU. Se realizaron informes diarios, las fotos fueron publicadas en sitio web de la WWF y las historias se enviaron por teléfonos vía satélite.
- Expedición al Parque Nacional do Juruena, en Junio/Julio del 2006. Se hizo una cobertura en tiempo real desde Brasil al exterior, se envió material a través de teléfonos vía satélite y se publicaron en el sitio web de la WWF.
- Concierto de ARPA en el Carnegie Hall en Nueva York para incrementar la conciencia pública y generar más recursos financieros. Después del concierto, la WWF organizó un cóctel para los potenciales donantes e invitados especiales a través de un vídeo sobre ARPA.
- Apoyo para la realización de una consulta pública con las comunidades locales para debatir y establecer nuevas áreas protegidas. Esto implica herramientas para movilizar a las personas participantes, explicar las ventajas, desarrollar programas para aumentar la conciencia de las comunidades y el apoyo durante y después de las reuniones.
- Apoyo para la comunicación en las reuniones de la Junta Directiva de las áreas protegidas para explicar los planes de manejo, las buenas prácticas ambientales e identificar cuestiones importantes en las comunidades.
- Programas para aumentar de la conciencia pública para establecer acuerdos con las comunidades locales sobre pesca sostenible.

Entrevista a Rebecca Kritsch, líder en comunicaciones de las Iniciativas Amazónicas Clave de la WWF, Brasil; www.worldwildlife.org/wildplaces/amazon/projects/arpa.cfm

EJEMPLO: Alianzas para CEPA en el Gran Chaco Americano

Argentina, Bolivia y Paraguay han establecido una alianza para la gestión sostenible de los recursos naturales en el Gran Chaco Americano. La región del Chaco es la segunda superficie forestal más grande de América del Sur después de la Selva Amazónica.

En respuesta a la demanda de una red de 25 entidades gubernamentales e instituciones no gubernamentales que trabajan en la región, se inició un proyecto conjunto de CEPA, con el apoyo de la Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ). El proyecto tiene como objetivo aumentar la conciencia pública y contribuir a la labor de las diferentes instituciones que están llevando a cabo proyectos y actividades para conservar los recursos naturales y estimular el desarrollo rural.

A través de una serie de ejercicios para identificar potenciales oportunidades, y mediante reuniones y negociaciones nacionales e internacionales, las instituciones formaron una alianza con los Ministerios de Educación y las Secretarías de Medio Ambiente de los tres países para producir materiales educativos para la educación formal e informal; para mejorar la 'capacitación de capacitadores', y para iniciar talleres y cursos 'multiplicadores' para comenzar los cursos en las provincias, las universidades y en otras instituciones educativas.

Cada uno de los Ministerios revisó el contenido y las metodologías de las políticas nacionales para las universidades así como los currículos escolares. Los Ministerios se comprometieron a dar recursos y otro tipo de apoyo para el lanzamiento nacional y para los posteriores talleres de diseminación.

Los gobiernos provinciales contribuyeron con los costos de los talleres locales, los mismos que fueron diseñados para cubrir las necesidades de las personas participantes del sector formal de la educación, las instituciones ambientales gubernamentales y las ONGs.

La alianza también acordó ofrecer 'puntos' especiales para ayudar a los maestros y maestras, y funcionarios, hombres y mujeres, que asistían a los cursos, para obtener un aumento de sueldo o cargos más altos. En los primeros cuatro meses (de Septiembre — Diciembre de 2006), 76 'multiplicadores/as' y 224 profesores/as y técnicos/as fueron capacitados en la aplicación de este enfoque regional innovador.

Entrevista con la Ing. Rosmarie Metz, Coordinadora GTZ Proyecto Manejo Sostenible de los RRNN en el Chaco Sudamericano, Argentina

Alianzas para la Biodiversidad

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Criterios para la cooperación en alianzas público-privadas

- Eficacia**
 - Más oportunidades para involucrar a personas clave:
 - Nivel administrativo;
 - Nivel de gestión;
 - Nivel profesional.
 - Mejor acceso a:
 - Gobiernos;
 - Grupos objetivo vinculados a políticas de biodiversidad.
- Eficiencia**
 - Una respuesta más rápida y flexible.
 - Máximo rendimiento de costo/beneficio.
- Equidad**
 - Garantía de un equilibrio en la participación.
 - Garantía de un equilibrio en los beneficios.
- Mejoramiento**
 - Basado en la experiencia técnica existente.
 - Complemento a actividades ya existentes:
 - Experiencia profesional;
 - Otras experiencias profesionales especiales;
 - Mercados específicos;
 - Tareas específicas;
 - Intermediarios específicos y actores clave.
- Entusiasmo**
 - Inspiración y motivación para actividades conjuntas.
 - Apoyo a actividades conjuntas.
 - Credibilidad y confianza para alcanzar los resultados deseados.

¿Cómo aumentar la conciencia pública para la biodiversidad?

¿Cómo aumentar la conciencia pública para la biodiversidad?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Cómo hacer uso del Día Internacional de la Biodiversidad para aumentar la conciencia pública?

Cada año, el 22 de Mayo, la Secretaría y las Partes del Convenio muestran la importancia de la biodiversidad para el bienestar humano, a través de la celebración del Día Internacional de la Biodiversidad. Este día es una oportunidad excelente para hacer conexiones con sectores importantes. La Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica ha establecido un Grupo de Trabajo interno para coordinar los esfuerzos mundiales, y así mejorar el perfil de Día Internacional de la Diversidad Biológica (22 de mayo), y la programación para la celebración propuesta para el Año Internacional de la Diversidad Biológica en el 2010.

Este Grupo de Trabajo grupo examina los temas que se han seleccionado cada año y qué apoyo se puede prestar a las Partes signatarias para celebrar este evento. El apoyo consta de hojas informativas y carteles sobre el tema seleccionado. El Secretario Ejecutivo difunde un mensaje y en el sitio Web del CDB se presentan atracciones especiales. Vea www.biodiv.org

¿Cómo utilizar esta oportunidad?

Las personas que son Puntos Focales del Convenio o aquellas que coordinan las ENBPA,

Los informes sobre el Día de la Diversidad Biológica (accesible en el sitio web del CDB) ofrecen muy buenas ideas para utilizarlas en esta ocasión.

pueden utilizar la exposición nacional e internacional del Día de la Diversidad Biológica para aumentar la conciencia en general, y más particularmente en prioridades estratégicas nacionales específicas de las ENBPA. A menudo, lo hacen mediante la organización de una serie de eventos tales como exposiciones, debates, premios, actividades al aire libre para las escuelas y las comunidades. Al trabajar con algunas noticias locales e informando a los medios de comunicación (periódicos, radios y televisión) sobre el evento, el Día Internacional de la Diversidad Biológica puede convertirse en un acontecimiento de los medios.

¿A quiénes involucrar?

La participación de las ONGs en la planificación y la ejecución de los eventos para el Día Internacional de la Diversidad Biológica puede multiplicar el impacto de aquellas iniciativas que son llevadas a cabo solo por el Gobierno. Todos los sectores de la sociedad tienen que trabajar juntos en la conservación de la biodiversidad y un “Día” puede ser enfocado hacia la cooperación. El público objetivo para este día son los medios de comunicación, las personas de alto perfil vinculadas a la política nacional y las personas que toman decisiones, el sector privado, la juventud y las escuelas.

¿Qué es más importante?

Adaptar su mensaje para cada público y garantizar que éste sea pertinente. Esto es vital para que sus esfuerzos tengan éxito.

¿Cómo aumentar la conciencia pública?

Las personas que coordinan las ENBPA y las personas que son los Puntos Focales del CDB, a menudo tienen que aumentar la conciencia del público en general sobre temas específicos, como parte del proceso para influir en su comportamiento.



Valla informativa en el camino a Monrovia, Liberia (Foto Tommy Garnett)

HERRAMIENTAS PARA AUMENTAR LA CONCIENCIA EN EL PÚBLICO EN SU ROL DE CONSUMIDORES

Las siguientes herramientas se utilizan a menudo para dar información que permita a los grupos de consumidores a seleccionar de manera informada la compra de productos, servicios y actividades que puedan afectar la conservación y el manejo de la diversidad biológica:

- anuncios en los periódicos;
- vallas publicitarias y carteles;
- publicidad gratuita a través de entrevistas en los medios de comunicación;
- folletos;
- etiquetas ambientales;
- materiales educativos para las escuelas.

¿Cómo aumentar la conciencia pública para la biodiversidad?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Cómo llevar a cabo actividades para aumentar la conciencia pública a través de un sitio web?

El trabajo en red, en sus diferentes modalidades, es una habilidad y actividad básica que la persona que coordina la ENBPA debe tener para aumentar la conciencia pública.

Un servicio básico para aumentar la conciencia pública es una página web de la ENBPA.

¿Cómo construir un sitio web de las ENBPA?

El Mecanismo de Facilitación de Información del CBD ofrece a los que son Puntos Focales del CBD y a las personas que coordinan las ENBPA una herramienta útil para construir un sitio web de ENBPA. Lo ideal es que sea parte de la página web del Mecanismo de Facilitación Nacional del CBD, sin embargo, podría ser una página aparte. Puede encontrar todos los sitios del Mecanismo de Facilitación de Información en: <http://www.biodiv.org/chm/nfp.asp> y <http://bchcbd.naturalsciences.be/belgium/home.htm>

¿Qué elementos debe tener el sitio web de las ENBPA?

- Una versión actualizada de las ENBPA.
- Un calendario de reuniones y actividades de consulta.
- Puntos relevantes de las ENBPA para diferentes los sectores y las formas en que pueden participar.
- Enlaces a los recursos financieros para la gestión de las ENBPA, como el PNUD, etc.
- Una sección para los jóvenes, donde los niños y niñas puedan encontrar enlaces a juegos sobre diversidad biológica, o donde las escuelas encuentren actividades para el aula y para realizar al aire libre.
- Una sección con las preguntas más frecuentes o sugerencias para los grupos de consumidores.
- Convocatorias de licitación para llevar a cabo funciones específicas.
- Un componente de conciencia pública (véase la Hoja informativa).

¿Qué características se deben destacar?

- La simplicidad es clave.
- La página de inicio debe ser atractiva, ya que es la tarjeta de presentación del sitio y de la organización.
- Las secciones principales deberían ser de carácter informativo y estáticas.
- Toda la información debe ser accesible en no más de tres “clics”.
- Los temas del sitio web deben basarse en lo que buscan sus clientes, en lugar de presentar la perspectiva de un experto o experta.

¿Cómo aumentar la conciencia pública para la biodiversidad?

SECCIÓN 2 | ¿CÓMO GESTIONAR REDES Y AUMENTAR LA CONCIENCIA PÚBLICA?

¿Qué componentes se deben incluir en la página web de las ENBPA para aumentar la conciencia pública?

Es importante que las páginas web de las ENBPA incluyan secciones especiales que involucren a audiencias particulares. Una forma sencilla de lograrlo es haciendo enlaces con páginas web especiales de educación o divulgación, y algunas de éstas se muestran a continuación. Estos medios tienen el objetivo de aumentar la conciencia sobre la biodiversidad y ayudan a que las personas sepan lo que pueden hacer y se involucren.

Así también, el interés de las personas se puede atraer a través de elementos interactivos en la página web, como:

- Foros de discusión
- Tablones de anuncios con nueva información.
- Llamados para solicitar aportaciones sobre problemáticas o acciones.
- Instrumentos interactivos y juegos.
- Herramientas de audio o vídeo (por ejemplo, los discursos del/a Ministro/a, videos de eventos de la biodiversidad, etc.)
- Facilitar oportunidades de diálogo con la gente después de un programa de televisión.

ENLACES ÚTILES PARA ACTUALIZAR UN SITIO WEB DE ENBPA

- Greenfacts es una ONG belga con la misión de llevar complejos estudios científicos de salud y ambiente a un lenguaje accesible al público en general:
- <http://www.greenfacts.org/biodiversity/index.htm>
- PNUMA-Centro Mundial de Monitoreo para la Conservación WCMC, en su sección sobre biodiversidad, integra una serie educativa sobre “La biodiversidad beneficia a las personas”:
- www.unep-wcmc.org/biodiversity/
- Preguntas frecuentes acerca de la diversidad biológica son respondidas por el Sistema Global de Observación Terrestre:
- www.fao.org/gtos/tems/mod_div.jsp?div_PAGE=divqaa
- Preguntas y respuestas sobre la pérdida de la diversidad biológica de la Comisión Europea:
- <http://ec.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/04/27>
- “Biodiversidad y Conservación: la red de la vida” en el Field Museum de Chicago: www.fieldmuseum.org/biodiversity/
- Documentos cortos informativos sobre la diversidad biológica, para estudiantes, proporcionados por Cyberschoolbus (bus escolar cibernético) de las Naciones Unidas, basado en la Evaluación de Ecosistemas del Milenio:
- www.un.org/cyberschoolbus/briefing/biodiversity/

EJEMPLO: Aumento de la conciencia pública a través de la web – Alemania

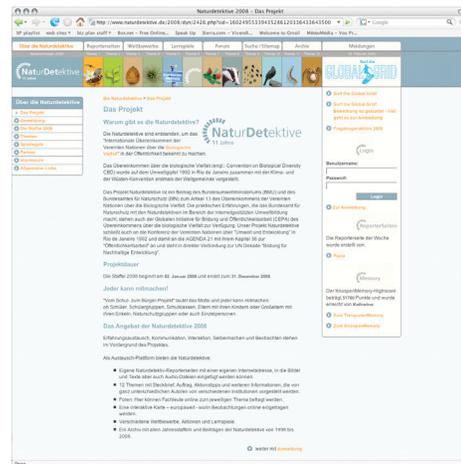
Detectives de la Naturaleza

El objetivo general del proyecto de multimedia Naturdetektive es el desarrollo de nuevas e innovadoras formas de descubrir y redescubrir la naturaleza y aumentar de la conciencia pública sobre la diversidad biológica. La plataforma del proyecto facilita la participación, la interacción y la comunicación entre las personas participantes. Para alcanzar este objetivo se realizó una innovadora mezcla de prácticas: trabajo de campo y presentaciones virtuales como “informes” y “observaciones”, las mismas que fueron colocadas en la página web.

El proyecto ofrece perspectivas prácticas sobre cómo los nuevos medios de comunicación y especialmente el Internet, pueden ser usados para aumentar el interés y la comprensión de las personas participantes acerca de la naturaleza y la biodiversidad, a través de una variedad de actividades que también son divertidas. Además se contribuye al artículo 13 del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) sobre “el aumento de la conciencia pública acerca de la Convenio” y del programa de la Decenio para la Educación para el Desarrollo Sostenible de la ONU 2005-2014.

El proyecto está dirigido principalmente a las escuelas, pero también ofrece oportunidades para que los padres y madres participen con sus hijos e hijas, y para grupos que se dedican a la conservación de la naturaleza y otros grupos interesados.

www.naturdetektive.de Dr. Horst Freiberg, Agencia Federal para la Conservación de la Naturaleza, Alemania.



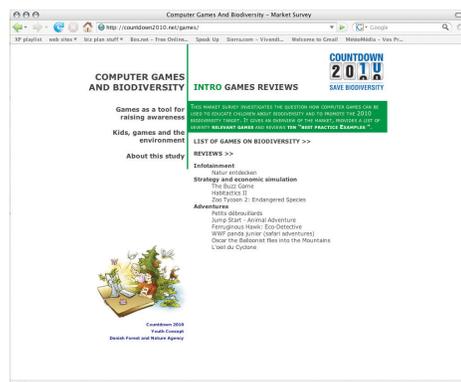
EJEMPLO: Juegos sobre la Biodiversidad

Entretenimiento para niños y niñas en sus tiempos libres

Los juegos de computadora sobre la problemática ambiental ahora son habituales ya que ambos, tanto los juegos de ordenador como el medio ambiente, están conectados con los intereses que tienen los niños y niñas para su tiempo libre. Más concretamente, el 77% de niños y niñas entre 6 a 13 años de edad están interesados en los animales, el 64% en juegos de ordenador, el 63% en la naturaleza y el medio ambiente y el 52% en el Internet. Las niñas son más aficionadas a los animales, mientras que los niños prefieren juegos de ordenador, pero no hay diferencia de género en el interés por la naturaleza y el medio ambiente.

Estudio acerca de los juegos de ordenador y de la diversidad biológica

El Organismo Alemán para la Comunicación de la Juventud colaboró con el Programa de Cuenta Atrás 2010 para estudiar cómo los juegos de ordenador pueden ser utilizados para educar a los niños y niñas acerca de la diversidad biológica y promover la meta sobre diversidad biológica para el 2010. El estudio ofrece una visión general del mercado y proporciona una lista de 70 juegos y comentarios pertinentes de los “10 ejemplos de mejores prácticas”. <http://countdown2010.net/games/>



EJEMPLO: Día de la Biodiversidad en Mali, en el “Acantilado de Bandiagara” 2005

Socios

- Ministerio de Medio Ambiente de Mali, Misión Cultural de Bandiagara, y el Servicio Alemán para el Desarrollo (DED).
- Período de preparación: 10 semanas. Presupuesto: ~ €20,000 y contribuciones adicionales no-monetarias.

Acciones

- Inventario de la diversidad biológica y la calidad ecológica del acantilado de Bandiagara y de la meseta vecina de Dogon, a 500 Km. de la capital, Bamako.
- Discusiones de expertos y expertas en mesas redondas y paneles en Bamako sobre “Biodiversidad en Mali”, con especial atención a la interconexión entre los conocimientos tradicionales y locales, el uso de los recursos biológicos para la seguridad alimentaria y el uso de las plantas medicinales, por ejemplo, la planta endémica *Acridocarpus monodii* para evitar la Malaria.

Resultados

Monitoreo de la biodiversidad e intercambio de conocimientos sobre:

- Exploración conjunta del “Acantilado de Bandiagara” con más de 1000 participantes: científicos/as, políticos/as, ambientalistas, periodistas, curanderos tradicionales Dogon, cazadores, agricultores, la población local y los organismos bilaterales y donantes multilaterales.
- El intercambio de ideas y experiencias acerca de la diversidad biológica y la utilización de los recursos genéticos para la medicina a base de hierbas.
- Discusión de los posibles conceptos y acciones para la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica.
- Aumento de la estimación/apreciación, a nivel local y nacional, sobre el medio ambiente, la conservación y la protección de la biodiversidad para el logro de la seguridad alimentaria de maneras sostenibles, y apoyar al alivio de la pobreza.
- El debate sobre plantas endémicas llevó a la definición de una Agenda de Acceso y Distribución de beneficios en un tema político.
- Integrar el vínculo entre la conservación de la biodiversidad y el alivio de la pobreza en las prioridades de los donantes.
- Aumento de la conciencia en la política y en los medios de comunicación a todos los niveles (desde la radio local hasta la televisión del gobierno)

Suhel al-Janabi, GeoMedia. Consultor de la GTZ BIODIV Programa “Implementación del Convenio sobre Biodiversidad”. Más información: www.gtz.de, www.geo.de; http://www.biodiversity-day.info/2005/index_en.htm

EJEMPLO: Revista GEO/Bio-Maratón de la GTZ en el Día de la Biodiversidad

“Sólo lo que entendemos podemos valorar y proteger”

Idea e impactos esperados

- Aumentar la conciencia pública a través de evaluar el estado de la biodiversidad en la cobertura de los medios de comunicación, por medio de grupos mixtos de actores clave.
- Concientizar a las personas para que tengan orgullo de “su” diversidad biológica.
- Presentar el tema de conservación de la diversidad biológica en los sectores que no están tradicionalmente vinculados a la biodiversidad, como los medios, las instancias políticas y las de planificación.
- Expediciones orientadas a la acción.

Concepto

- Bio-monitoreo conjunto en un área definida durante 24 horas. Los equipos de exploración integran a los diferentes actores.
- Atraer a las personas que toman decisiones a través de la presencia de los medios de comunicación y viceversa.
- Cada día cuenta con un tema de importancia (por ejemplo, diversidad biológica y cambio climático, los recursos naturales y la pobreza, los conocimientos tradicionales y la biodiversidad.) y esto hace que el evento sea más interesante para el público, los socios, la prensa y los políticos.
- Aplicando el experimento: los expertos y expertas señalan la relación particular entre las especies o ecosistemas en el contexto de la temática del día.
- Enmarcando el día de la Diversidad Biológica: para mejorar el impacto para ese día, se realizan actividades de seguimiento, por ejemplo, un seminario para el intercambio de ideas entre periodistas, conferencias de prensa, talleres científicos de 1 o 2 días/ simposios sobre el tema del día de la Biodiversidad.

Organización y participantes

- La planificación conceptual con todos los socios, para el día de la Diversidad Biológica, debería comenzar con por lo menos cuatro meses de antelación.
- Además de orientar el proceso a nivel nacional para el Día de la Diversidad Biológica, las actividades locales debe ser organizadas en estrecha cooperación con las autoridades del distrito, las universidades, los municipios, las escuelas, las organizaciones no gubernamentales, etc.
- Los científicos y científicas son cruciales para la planificación y organización del evento, y como personas especializadas en el campo.
- La integración de los medios de comunicación desde el principio garantiza la máxima divulgación. Un día de acción con los políticos, las personas especialistas en ciencia, los y las estudiantes, para realizar juntos un bio-monitoreo en un entorno paisajístico atractivo proporciona una plataforma interesante para los medios de comunicación.

Suhel al-Janabi, GeoMedia. Consultor de la GTZ BIODIV Programa “Implementación de la Convención sobre Biodiversidad”. Más información: www.gtz.de, www.geo.de; www.biodiversity-day.info

EJEMPLO: Sugerencias de lo que el público puede hacer

Diez cosas que todos podemos hacer para marcar la diferencia

1. Reduzca los impactos sobre el cambio climático tomando transporte público, bicicletas, haciendo una caminata, o comparta el carro por lo menos un día a la semana, y evite, cuando sea posible, los viajes por vía aérea.
2. Compre alimentos, de preferencia verduras y frutas orgánicas, lácteos, huevos, y carne en un mercado local por lo menos un día a la semana.
3. Coma mariscos extraídos en forma sostenible, tome en cuenta que los peces que compra sean herbívoros, como el bagre, la tilapia, etc. Evite comprar peces carnívoros como el salmón y mariscos como el camarón.
4. Instale al menos un foco para el ahorro energético en su hogar. Se ahorrará aproximadamente 30 EUR en electricidad y los focos de reemplazo cada año, y reducirá las emisiones de carbono en una tonelada, cada tres años.
5. Apague las luces en las habitaciones vacías.
6. Baje el termostato por lo menos 1 grado centígrado en invierno.
7. Suspenda el uso de herbicidas y pesticidas sobre el césped.
8. Conozca la posición de las personas que le representan en el gobierno respecto a temas ambientales y apoye a los candidatos y candidatas que tienen el mejor registro en temas ambientales y las mejores plataformas.
9. Diga a todos en su casa, la escuela, lugar de culto y el trabajo acerca de lo que está haciendo para conservar la diversidad biológica y pídale que se unan a usted.
10. Por encima de todo, no desperdicie — reduzca el consumo, compre sólo lo que realmente necesita, reutilice y re-use cuando sea posible.



<http://www.countdown2010.net/article/executive-group?id=38>

EJEMPLO: Estrategia de CEPA en Alemania

Punto de partida 1998

- El desarrollo nacional del Mecanismo de Facilitación de Información (CHM por sus siglas en inglés), en 1995, demostró que existían limitados conocimientos sobre la biodiversidad y el CDB;
- Pregunta: ¿cómo aumentar la conciencia pública sobre la biodiversidad y el CDB?
- Estrategia: comenzar con el sector de la educación formal: mezclar el trabajo en campo y las observaciones sobre la naturaleza a través del Internet a través del Proyecto Detectives de la Naturaleza.

Primeros pasos

- Colaborar con el sector de la educación formal a través de la Red Alemana de Escuelas;
- Diseñar un plan piloto para el primer año de actividades con dos temas principales de observación de la naturaleza, y evaluar las reacciones de las escuelas;
- Estimular una retroalimentación positiva con 12 temas por año y un par de acciones especiales y concursos;
- Imprimir folletos, afiches, CDs, herramientas de aprendizaje electrónico HTML, publicar artículos;
- Administrar varios cuestionarios para ajustar el concepto del proyecto.

Estrategia

- Desarrollar una mezcla innovadora entre la realización de trabajos y observaciones en el campo y el mecanismo de información en Internet;
- Proponer temas de trabajos de observación que sean sencillos, así como concursos y otras acciones para que el proyecto sea interactivo y tenga “vida”;
- Diseñar temas principales de forma breve y coherente que le permitan trabajar a corto y mediano plazo;
- Integrar a socios de diferentes instituciones, las universidades y las escuelas.
- Utilizar incentivos para la participación (por ejemplo, premios para los concursos o informes bien diseñados).

Evaluación

- El proyecto ha recibido premios en varias ocasiones;
- Ha recibido apoyo de la cooperación internacional más ampliamente (por ejemplo, con Ranas Alrededor del Mundo de Canadá; con Una Planta que Emprende Vuelo, de la Red de Escuelas de Sudáfrica; con el Concurso Internacional sobre la Diversidad Biológica de Palau);
- La participación de las escuelas continúa y se incrementa;
- Cambio de enfoque del proyecto, desde un enfoque que solo trabaja con escuelas hacia un proyecto orientado al público en general.

www.naturdetektive.de Dr Horst Freiberg, Presentación de CEPA, Feria COP 8, 2006.

SECCIÓN 3

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores?

“en el mundo de hoy dependemos unos de otros”

—Kofi Annan

¿Qué incluye esta sección?

Desde la Conferencia de las Naciones Unidas para el Ambiente y el Desarrollo, en 1992, se ha enfatizado la importancia de los procesos que involucran a múltiples actores, con el fin de lograr una integración de los objetivos ambientales, económicos y sociales. Los actores clave son personas con un interés o influencia en un cierto tema -en este caso- la diversidad biológica. Por lo tanto, para lograr los objetivos de las ENBPA, las personas que coordinan las ENBP necesitan de la cooperación de varios actores. En esta sección se ofrece una introducción de cómo se puede utilizar la comunicación, educación y conciencia pública, CEPA, para trabajar con estos actores y cómo desarrollar el apoyo necesario para la conservación de la biodiversidad.

Esta sección también provee herramientas para ayudar a las personas que coordinan las ENBPA a “integrar” la diversidad biológica en otros sectores. Integrar la biodiversidad implica recibir apoyo para los problemas señalados en las ENBPA mediante las acciones de los otros sectores, particularmente para evitar la pérdida no intencionada o los impactos sobre la diversidad biológica. El camino más estratégico es trabajar bajo el lema “ganar-ganar”, donde los acuerdos y obligaciones deben ser cumplidos por ambos sectores. ¡Ser estratégico no significa necesariamente educar o persuadir a todas las partes interesadas a “amar” la biodiversidad! De manera pragmática, se trata de cómo trabajar con los actores clave para lograr sus objetivos, mientras se apoyan las consideraciones que plantea la biodiversidad.

En esta sección las personas que coordinan las ENBPA pueden elegir entre diferentes herramientas para actualizar sus conocimientos y las habilidades para poder llegar e involucrar a personas no expertas en temas de biodiversidad. Aquí usted encontrará la manera de cómo utilizar intervenciones de CEPA para:

- involucrar a varios actores clave;
- integrar o incorporar la biodiversidad en diversos sectores tales como:
 - ▶ Otros ministerios, departamentos, agencias o institutos;
 - ▶ Medios de comunicación;
 - ▶ Educación formal.

Apoyar la intervención de actores clave a través de:

- desarrollar las capacidades de dichos actores;
- manejar estratégicamente la participación.

Hoja Informativa

Las hojas informativas explican a las personas que coordinan las ENBPA sobre cómo involucrar a los actores clave y cómo ser estratégicos en vista de las limitaciones de tiempo y recursos.

Ejemplo

Los ejemplos muestran cómo se ha utilizado CEPA en algunas instancias para incorporar e involucrar a los actores clave.

Listado de puntos clave

Los listados con puntos clave son útiles recordatorios para el momento de planificar una intervención con actores clave.

Contenido

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores?	156
HOJA INFORMATIVA: Introducción	157
EJEMPLO: Problemas para implementar el plan de biodiversidad	159
¿Quiénes son los actores clave?	160
HOJA INFORMATIVA: ¿Quiénes son los actores clave?	161
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Identificando a los actores clave	162
¿Cómo involucrar a varios actores clave?	164
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo involucrar a los actores clave mediante los líderes de opinión?	165
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo involucrar a los actores clave mediante el uso de la comunicación informal?	165
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo involucrar a los actores clave mediante el uso de grupos focales?	166
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo seleccionar el enfoque de acuerdo al tamaño del grupo de actores clave?	166
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo seleccionar el enfoque cuando la problemática es compleja?	168
HOJA INFORMATIVA: ¿Sobre qué bases se involucran los actores clave?	168
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo involucrar a las personas que toman decisiones y a las personas que tienen influencia política?	169
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuándo utilizar la comunicación formal y la informal?	169
EJEMPLO: Intervenciones fallidas de gobierno por falta de involucramiento de actores clave.	170
EJEMPLO: Involucrando a las comunidades a través de Ferias de Conocimientos sobre Biodiversidad.	171
EJEMPLO: Involucrando al sector empresarial en la biodiversidad.	172
EJEMPLO: Involucrando a las municipalidades en la biodiversidad.	172
EJEMPLO: Vinculando la conservación de la biodiversidad con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) — un enfoque a través de carteles	172
EJEMPLO: Involucrando a las personas que toman decisiones.	173
¿Cómo integrar la diversidad biológica en otros sectores del gobierno?	174
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuáles son los elementos básicos para integrar la biodiversidad en las políticas de otros sectores?	175
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo negociar para integrar la biodiversidad en las políticas de otros sectores?	176
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo conducir el proceso para integrar la biodiversidad en las políticas de otros sectores?	176
EJEMPLO: Integrando la biodiversidad en las estrategias de reducción de la pobreza	179
EJEMPLO: La integración de la biodiversidad en otros Ministerios en Eslovenia	179
EJEMPLO: Preparación de un taller introductorio sobre la Estrategia Nacional de Biodiversidad para otros sectores en Eslovenia.	180
EJEMPLO: Escenario para un taller introductorio sobre la Estrategia Nacional de Biodiversidad para otros sectores en Eslovenia	181
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Seguimiento al taller introductorio para otros sectores en Eslovenia	182
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Preparación de negociaciones enfocadas a soluciones “ganar-ganar” sobre un proyecto nuevo de infraestructura en una zona ecológicamente sensible, con otros Ministerios.	183
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Integrando a la biodiversidad en otros sectores	184

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Habilidades de comunicación para el involucramiento efectivo de actores clave y para la integración de la biodiversidad en otros sectores	185
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Preparando las negociaciones	186
¿Cómo inspirar a la prensa? ¿Cómo trabajar con los medios de comunicación?	188
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuán importante son los medios de comunicación?	189
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuáles son las tendencias de los medios de comunicación?	190
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué debemos entender para poder relacionarnos con los intereses de los medios de comunicación?	190
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo acercarse a la prensa?	192
HOJA INFORMATIVA: ¿Por qué las salidas de campo son cruciales?	192
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo lidiar con historias “negativas” en los medios de comunicación?	193
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuál es el papel de las herramientas visuales? ¿Cuánto tiempo se puede recordar una historia?	193
EJEMPLO: Salida de campo al Chocó ecuatoriano	194
EJEMPLO: ¿Cómo inspirar a los periodistas mediante la utilización de premios?	195
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Salidas de campo para periodistas	196
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo identificar una “noticia” con valor periodístico sobre temas de biodiversidad?	197
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo escribir un comunicado de prensa?	198
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Por qué preocuparse por la biodiversidad?	199
¿Cómo integrar la biodiversidad en los programas escolares?	200
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué estrategias se pueden utilizar para integrar la biodiversidad en los programas escolares?	201
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo llevar adelante la estrategia?	202
EJEMPLO: Redes de Educación Ambiental	203
EJEMPLO: Creación de una demanda para la educación sobre biodiversidad y la EDS en el sistema educativo formal en Alemania	204
EJEMPLO: Combinación de enfoques de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba en Noruega	204
EJEMPLO: Estrategia empujar — halar en El Salvador.	205
¿Cómo fortalecer las capacidades de los actores clave?	206
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo fortalecer las capacidades de los actores clave?	207
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuáles son algunos de los elementos para el aprendizaje efectivo?	208
EJEMPLO: Fortalecer las capacidad y mejorar las condiciones en África Occidental.	209
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Aprendizaje de adultos	210
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Enfoque de empoderamiento para el desarrollo de capacidades	211
EJEMPLO: Taller de un día de CEPA.	212
¿Cómo asegurar la participación pública?	214
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué es la participación pública?	215
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuáles son las modalidades de participación pública más frecuentemente utilizadas?	216
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo proveer información para la participación?	217
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo ganar el interés del público para que participen en la ENBPA?	217
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo atraer el interés público hacia las ENBPA?	218

EJEMPLO: Comunicación estratégica de un Informe de biodiversidad.219

HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo hacer que una audiencia pública sea un éxito?220

EJEMPLO: Cómo influir en el comportamiento para mejorar la gestión del medio ambiente de Nueva Zelanda221

EJEMPLO: CEPA agrega valor a las audiencias públicas en Natura 2000.222

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Participación de las comunidades en las actividades de investigación y manejo223

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Participación pública en las evaluaciones de impacto ambiental.224

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Monitoreo y evaluación participativas.225

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores?

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores?

Introducción

El Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) solicita a las Partes integrar la conservación y el uso sostenible de la diversidad biológica en los planes, programas y políticas de los sectores relevantes o de manera intersectorial (Artículo 6 (b)).

El Convenio también promueve a las Partes a que adopten el “enfoque ecosistémico”, el cual requiere de la participación de todos los sectores de la sociedad en la conservación y manejo de la biodiversidad.

Para implementar una Estrategia Nacional de Biodiversidad y el Plan de Acción, ENBPA, las personas que coordinan las ENBPA y Puntos Focales del CDB tienen que buscar la cooperación de otros actores clave en el gobierno (por ejemplo, otros ministerios y departamentos) y otros sectores de la sociedad (por ejemplo, los propietarios de la tierra, las asociaciones de hoteleros, las comunidades, las ONG, los medios de comunicación, etc.)

Para obtener esta cooperación con los actores y para poner a la biodiversidad en al agenda de los otros Ministerios, en diferentes niveles de gobierno y sectores, se necesita de la intervención de la comunicación, de la educación y la conciencia pública. Esto implica la creación de redes (como se describe en la Sección 2), y también el establecimiento de relaciones de trabajo, la definición de objetivos comunes, influenciar los procesos de toma de decisiones, la negociación, el fortalecimiento de las capacidades y la actualización de conocimientos.

Muchos de estos actores pueden tener poco o ningún conocimiento sobre la biodiversidad o sentir poco interés hacia los planes científicos, las políticas y los mecanismos existentes (por ejemplo, para el uso sostenible, los procedimientos de cuarentena, procedimientos para la evaluación de impacto, etc.) debido a la falta de conciencia sobre su importancia y de las graves consecuencias de pasar por alto a estos aspectos para el desarrollo económico y para el alivio de la pobreza.

En Sri Lanka, un estudio llegó a la conclusión de que había una falta de comprensión entre los sectores no conservacionistas (incluyendo tanto agencias estatales y el sector empresarial) y autoridades provinciales, regionales y municipales acerca de la biodiversidad y otros planes ambientales y políticas, así como sus responsabilidades con relación a la aplicación de estos planes.

Fuente: La temática de evaluación sobre la biodiversidad para el proyecto NCSA, Ministerio de Medio Ambiente de Sri Lanka, 2006.

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA se enfrentan a una urgente necesidad de invertir en el establecimiento de contactos con estos departamentos y actores clave, para llenar este vacío de conocimientos y para encontrar formas de trabajar juntos para lograr los cambios necesarios en las políticas y prácticas de estos grupos.

Entre los requerimientos identificados, conjuntamente con los actores clave en Sri Lanka, están:

- (a) una estrategia bien planificada de comunicación para permitir un diálogo continuo y la comunicación con agencias seleccionadas de desarrollo, las empresas y las personas encargadas de formular políticas, y
- (b) la construcción de capacidades en los organismos de conservación para comunicar, promover y “vender” su imagen y planes de trabajo.

Fuente: La temática de evaluación sobre la biodiversidad para el proyecto NCSA, Ministerio de Medio Ambiente de Sri Lanka, 2006.

Esto también representa una tarea para los medios de comunicación masiva para informar a todos los interesados acerca de la diversidad biológica.

¿Cómo involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo pueden realizarse las tareas de comunicación de manera efectiva cuando existen tantos grupos?

Puede ser contraproducente tratar de “educar” a todos los actores. Más eficaz es ‘escucharlos’ y explorar las oportunidades de trabajar en áreas de interés común y encontrar motivos y razones para cambiar sus políticas y prácticas de una forma más amigable con la naturaleza. A menudo estos motivos y razones tienen poco que ver con el conocimiento sobre la biodiversidad.

ESCUCHAR ES LA CLAVE DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación para integrar la biodiversidad en otros sectores, requiere que las personas encargadas de las ENBPA “escuchen” a los otros actores. Esto ayuda a explorar y usar nuevas oportunidades para identificar área de interés común, “encontrar” motivos y razones para que los actores cambien sus políticas y prácticas hacia una manera más amigable con la naturaleza. A menudo, estos motivos y razones tienen poco que ver con la conservación de la biodiversidad *per se*.

Para ser efectivos y estratégicos, las personas que coordinan las ENBPA deben identificar a los actores más importantes y encontrar la mejor manera de involucrarlos para lograr su apoyo para integrar la conservación de la biodiversidad en sus políticas y prácticas.

EJEMPLO: Problemas para implementar el plan de biodiversidad

En 1999, Sri Lanka publicó un Plan de Acción Nacional para la Conservación de la Biodiversidad (PANCB), preparado con una amplia participación. El Plan fue actualizado recientemente. Sin embargo, un estudio sobre las necesidades de capacitación que se requieren para implementar el PANCB, bajo el marco de la Auto-Evaluación de Capacidades Nacionales, financiado por el GEF, demostró que:

- Los sectores de desarrollo y de finanzas tienen poca apreciación de los vínculos vitales entre el uso sostenible y la biodiversidad, con el desarrollo nacional y el crecimiento económico.
- Los actores que se encuentran fuera del ámbito de la conservación no son conscientes de los requerimientos de PANCB y del CDB.
- El sector de las agencias de desarrollo dan poca atención a la pérdida de la biodiversidad en sus planes y programas.
- Las agencias nacionales de asignación presupuestaria destinan fondos inadecuados para la conservación de la biodiversidad.

Causas subyacentes

Durante una discusión de mesa redonda entre las agencias de conservación del estado, representantes del sector privado, órganos reguladores, agencias de desarrollo, y el sector financiero del gobierno, se obtuvieron ideas importantes sobre las causas subyacentes del problema:

- Las personas encargadas de coordinar el PANCB carecían de mecanismos de coordinación y capacidades para integrar la biodiversidad en otros niveles del gobierno y de la sociedad.
- Las personas encargadas de formular políticas, las personas administradoras de alto nivel, el personal técnico en materia de energía, de riego, de minería, los sectores financieros, de turismo y de planificación de infraestructura, no tenían conciencia sobre aspectos técnicos de la biodiversidad y los vínculos de la conservación de la biodiversidad con el desarrollo económico y la erradicación de la pobreza.
- Los sectores y las personas encargadas de formular políticas que no están relacionadas con la conservación, no entienden los impactos de la pérdida de biodiversidad (a través del uso insostenible de la tierra, pérdida de hábitats y especies, las amenazas provenientes de las especies invasoras y de los organismos genéticamente modificados, etc.) en la calidad de vida de las personas y en la economía nacional.
- Las agencias de conservación tienen una baja capacidad de comunicación para “vender” sus planes y programas de manera efectiva a los sectores financieros y de desarrollo.

Las recomendaciones de la mesa redonda en Sri Lanka

- Capacitar a los Puntos Focales del CDB para implementar una estrategia de comunicación bien planificada, que permita llegar a:
 - a. Las personas de alto nivel encargadas de formular políticas, planificar y administrar (a nivel central y regional) en sectores de desarrollo relevantes específicos, que impacten o dependan de los componentes de la diversidad biológica, y
 - b. Al sector empresarial.
- Establecer una unidad de comunicación móvil como parte de la estrategia para crear un diálogo activo y continuo con otros sectores/agencias, que ayude a la incorporación de la biodiversidad.
- Construir capacidades en organismos estatales responsables de la conservación de la diversidad biológica y en ONGs específicas, para tener una comunicación personalizada, y fomentar la planificación, la negociación, etc. (es decir, formación de formadores) y promover la imagen corporativa/objetivos/ planes.

Fuente: *La temática de evaluación sobre la biodiversidad para el proyecto NCSA*, Ministerio de Medio Ambiente de Sri Lanka, 2006.

¿Quiénes son los actores clave?

¿Quiénes son los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Quiénes son los actores clave?

Actores externos

El Punto Focal del CDB o la persona que coordina la ENBPA tiene que tratar con diferentes sectores externos a su ministerio, como la industria, la minería, la agricultura, la energía, el agua, el transporte, la ordenación del territorio, el turismo, los bosques y la pesca. Dentro de estos sectores hay varios actores clave. Éstos pueden ser Ministerios, organismos gubernamentales, asociaciones del sector privado, gobiernos locales, terratenientes, grupos de mujeres o asociaciones de la comunidad. Estos son actores clave externos.

Actores clave

Los actores clave son aquellas personas y organizaciones que son vitales para el éxito o fracaso de una organización o proyecto, para alcanzar sus objetivos.

Los actores primarios son:

- (a.) Aquellos que otorgan permisos, aprobaciones y apoyo financiero, y;
- (b.) Aquellos que son afectados directamente por las actividades de la organización o proyecto.

Los actores secundarios son aquellos que están siendo indirectamente afectados.

Los actores terciarios son aquellos que no se encuentran afectados o involucrados, pero que pueden influenciar opiniones a favor o en contra.

Actores internos

Cuando se trata de actores, a menudo nos concentramos en los que se encuentran fuera y nos olvidamos de comunicar (internamente) con los actores dentro del propio Ministerio. Una comunicación frecuente con estos actores “olvidados” es esencial para obtener el apoyo.

Los “actores olvidados” son actores internos

- Directores o directoras superiores de los/as Puntos Focales del CDB y coordinadores/as de las ENBPA.
- Personal encargado de la planificación de nuestro propio Ministerio que asignan fondos y personal.
- Colegas en el propio Ministerio que se encuentran encargadas de las otras convenciones, por ejemplo, Ramsar, Convenio Marco sobre Cambio

Vea la Sección 1 sobre la comunicación interna

¿Quiénes son los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Identificando a los Actores Clave

Una ENBPA tiene como objetivo el de ampliar los límites de un área protegida para incluir todos los bosques de importancia, que en la actualidad se encuentran fuera del parque.

- Actores primarios:**
 - ¿Quién otorga permisos, aprobaciones o el apoyo financiero que se necesita para alcanzar la meta?
 - Autoridad Regional de Conservación de la Naturaleza
 - Ministerio de Medio Ambiente
 - Ministerio de Bosques
 - Ministerio de Planificación Regional
 - ¿Quién está directamente afectado por el plan o por la actividad?
 - Propietarios de tierras y/ o habitantes del bosque
 - Compañías madereras
 - Operadores de Turismo
 - Personas que utilizan el lugar para recreación y otros usuarios (cazadores, observadores de aves, ciclistas, caminantes, jinetes, etc.)
- Actores Secundarios**
 - ¿Quiénes están indirectamente afectados por el plan?
 - Empresas locales
 - Propietarios de tierras y/o habitantes fuera de la zona protegida
 - Organizaciones no gubernamentales de medio ambiente
- Actores terciarios**
 - ¿Quiénes no están involucrados o afectados, pero pueden influir con opiniones a favor o en contra?
 - líderes de opinión locales (hombres y mujeres que son líderes religiosos, líderes empresariales, líderes sindicales, maestros, celebridades locales)
 - medios de comunicación locales
 - departamentos de ecología de universidades, institutos nacionales de investigación
 - medios de comunicación nacional: a través de temas ambientales insertados en periódicos o programas especiales.

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo involucrar a los actores clave mediante de los líderes de opinión?

La investigación “de escritorio” puede ser suficiente para identificar a actores clave.

Sin embargo, para involucrar a grupos de actores clave se requiere de una acción más personalizada, por ejemplo, contactos cara a cara, llamadas telefónicas y la construcción de relaciones públicas.

Conseguir ayuda de hombres y mujeres que son líderes de opinión

No todos los miembros de un grupo de actores clave son lo mismo. Por lo tanto, es importante identificar la opinión del líder o lidereza en cada grupo. Contáctese con las personas líderes e involúcrelos para que participen en la planificación de actividades y para que atraigan a todo el grupo de actores clave. De esta manera se minimiza el riesgo de que no colaboren al final.

LOS Y LAS LÍDERES DE OPINIÓN SON PERSONAS...

- a las que otras personas seguirían
- con muchos campos de interés
- de confianza por el valor de su información
- involucradas en diferentes redes
- con habilidades e interesadas en conectar a personas que se beneficiarían del contacto

El trabajo en redes y la comunicación informal son formas eficaces para identificar a líderes de opinión. Esto necesita del contacto cara a cara.

Los líderes de opinión no necesariamente serán expertos o expertas en diversidad biológica, pero sus puntos de vista y creencias deben ser tratados con el máximo respeto.

¿Cómo involucrar a actores clave mediante el uso de la comunicación informal?

La comunicación informal es a menudo una forma eficaz de llegar a algunos de los actores clave para facilitar la agenda de conservación de la biodiversidad. Sin embargo, para algunos actores se podría necesitar de medios de comunicación más formales.

COMUNICACIÓN INFORMAL

En general se trata del intercambio de información a nivel personal. No está limitado por reglas y normas que se aplican a las relaciones formales entre las organizaciones o entre organizaciones e individuos.

La comunicación informal es una forma muy eficaz para establecer y mantener relaciones, para discutir cuestiones delicadas y obtener una mejor y más detallada retroalimentación personal.

La comunicación informal se lleva a cabo en reuniones cara a cara; a menudo en entornos informales como en los pasillos de los lugares de trabajo, la oficina, el comedor, o en reuniones sociales.

En Sri Lanka, el Departamento de Conservación de Costas, la Autoridad de Desarrollo Urbano y la Autoridad Central de Medio Ambiente, consideraron que la forma más eficaz de coordinación se logró a través de vínculos informales, en particular entre profesionales que se encuentran en la mitad de su carrera. Esto permitió a los y las participantes informalmente aclarar cuestiones de vital importancia para la toma de decisiones.

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo involucrar a los actores clave mediante el uso de grupos focales?

Los grupos focales es uno de los métodos que pueden ser utilizados para profundizar el conocimiento acerca de lo que siente un determinado grupo acerca de una problemática de biodiversidad. Esto permite conocer cómo involucrar mejor a este grupo de actores en relación con dicha problemática. Otros métodos comúnmente utilizados son las entrevistas y las encuestas formales.

GRUPOS FOCALES

Los grupos focales están formados por un número reducido de personas que representan a un grupo de actores clave. Esta técnica se utiliza comúnmente para fines comerciales y para el mercadeo social, para poner a prueba nuevos productos, ideas y formas de mercadeo.

Un grupo focal es especialmente efectivo para la elaboración de una estrategia de comunicación para un plan de la biodiversidad. Un análisis de los resultados de un grupo focal puede mostrar la forma de involucrar al grupo más amplio de actores clave para trabajar sobre una problemática de biodiversidad.

Los grupos focales:

- son un importante instrumento para ‘escuchar’ a los actores de un grupo social específico (por ejemplo, un segmento de consumidores, o un grupo afectado por una política determinada);
- se utiliza un tipo de entrevista no-dirigida;
- obtienen de la interacción grupal una mayor percepción de por qué algunas opiniones se mantienen;
- pueden ser utilizados para mejorar la planificación y el diseño de nuevos productos o programas, para la evaluación y para proporcionar ideas y datos cualitativos para las estrategias de comunicación y comercialización;
- se han utilizado durante años por varias empresas orientadas hacia el consumo responsable, y ahora están siendo usados cada vez más en la política, para la formulación y aplicación de políticas.

¿Cómo seleccionar el enfoque de acuerdo al tamaño del grupo de actores clave?

El enfoque de comunicación varía de acuerdo al tamaño del grupo. Una problemática en particular relacionada con los impactos del turismo sobre la biodiversidad puede que involucre únicamente a seis grandes hoteles en una isla. En este caso, el enfoque para lograr la participación de los hoteles en la gestión es relativamente sencillo. Se trata de realizar visitas a las personas que administran a los hoteles y lograr algunas soluciones conjuntas con el personal del hotel.

Por otro lado, si la tarea es llegar a muchas empresas hoteleras y a decenas de miles de propietarios de la tierra, un enfoque diferente de comunicación tiene que ser planificado estratégicamente. El enfoque a ser utilizado con un grupo grande puede ser pensado de la misma manera que se planifica el introducir y difundir una innovación en la sociedad. Las políticas de la biodiversidad, las nuevas tecnologías o nuevas prácticas son como introducir una innovación.

Everett Rogers¹ propuso un modelo, el cual sugiere que la adopción de una innovación en la sociedad comienza con las personas más imaginativas y, a continuación, se difunde a través de la sociedad a medida que las personas subjetivamente la evalúan de acuerdo a:

- La ventaja relativa de la innovación es percibida como mejor que la idea que sustituye desde el punto de vista de los beneficios económicos, prestigio social, la conveniencia, o la satisfacción.
- La medida en que la idea es compatible con los valores y las prácticas existentes.
- La facilidad y simplicidad de la idea.
- La posibilidad de probar y de experimentar con la idea sobre una base limitada.
- La facilidad de ver los resultados de una innovación.

La difusión de cualquier innovación generalmente comienza con un muy pequeño grupo denominadas personas “innovadoras” o “pioneras”. Usted debe dirigir sus primeros esfuerzos a este “grupo de personas innovadoras”. Después de ello, el siguiente grupo sobre el que debe preocuparse para llevar a cabo una innovación son denominados como los “primeros implementadores”, por ejemplo, los primeros grupos de agricultores que cultivan ecológicamente. Los primeros implementadores pueden tener más educación que el promedio

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

de su grupo y puede que tengan un menor riesgo, como por ejemplo, en aquellos grupos que llevan adelante la agricultura orgánica: puede ser que sus ingresos no dependan enteramente de esta actividad y que tienen un fuerte interés en la naturaleza. Otros en la sociedad esperan ver los resultados. Si los primeros esfuerzos tienen éxito, otros podrían seguir el ejemplo. A medida que más y más gente adopta la medida en el tiempo, se alcanza un punto de inflexión, cuando aproximadamente un 17% de las personas usan esta innovación, lo que lleva a una amplia adopción de la innovación, tal y como se muestra en la siguiente figura.

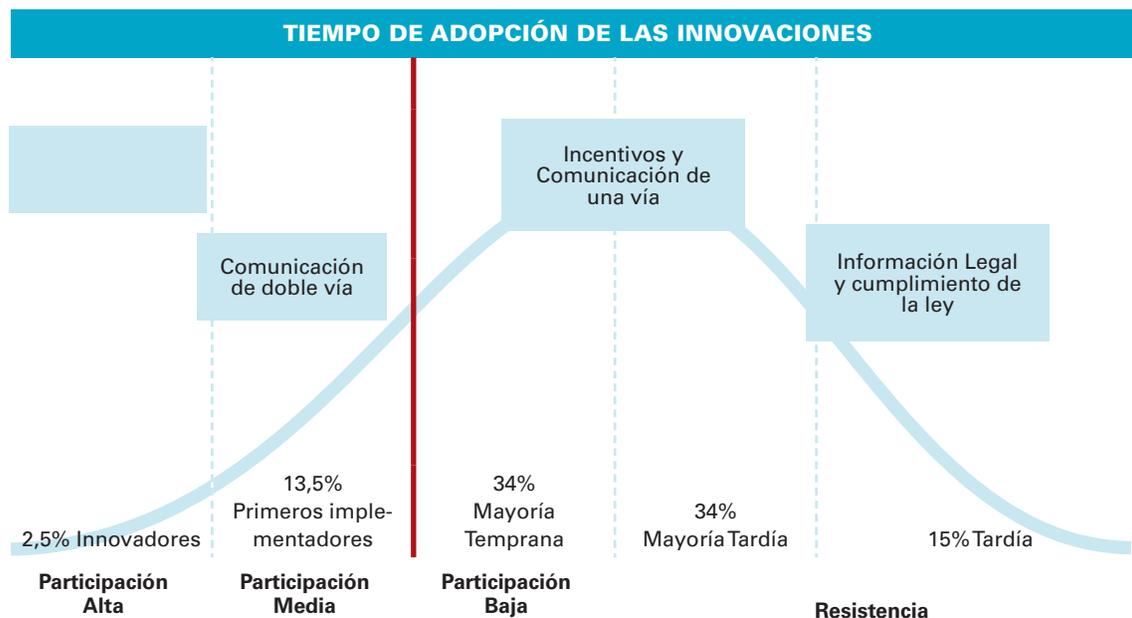


Figura adaptada por E. Rogers <http://www.valuebasedmanagement.net>

Los innovadores: El enfoque de comunicación primero se centra sobre el pequeño grupo de personas innovadoras o pioneras, a través de un diálogo de doble vía. El grupo de innovadores apoyan al diseño del enfoque a través de un proceso denominado investigación-acción participativa, y experimentan con la idea o la tecnología y ofrecen una retroalimentación sobre cómo adaptarla mejor a la situación. Los y las líderes de opinión en el grupo de actores clave pueden ayudar a identificar a las personas pioneras e interesarles en un nueva aproximación para la conservación de la biodiversidad. También puede haber otras personas que cumplan con esta función.

Por ejemplo en Letonia, los inspectores forestales del estado y el personal de extensión forestal han demostrado ser una fuente de información útil en cuanto a saber quiénes son los propietarios forestales privados innovadores y sobre quiénes estarían dispuestos a integrar las consideraciones de biodiversidad en el manejo de sus bosques.

Los primeros implementadores: Para atraer a más personas a que adopten una innovación, se debe utilizar una comunicación de doble vía para compartir ideas y ayudar a superar las dudas entre el grupo de los primeros implementadores. De igual a igual, el aprendizaje a través de la demostración es una valiosa manera de fomentar el apoyo y para adaptar el enfoque.

La mayoría temprana y tardía: Una vez que, aproximadamente el 17% del grupo de actores clave haya adoptado una nueva idea, el mercado está maduro para una campaña a gran escala para ampliar la adopción de la innovación e involucrar un grupo aún más amplio (la **mayoría temprana** y luego la **mayoría tardía**). En este momento está claro qué tipo de información e incentivos se necesitan para superar los obstáculos de la nueva práctica. Si el umbral del 17% no se alcanza, esta innovación de biodiversidad se limitará a unos pocos proyectos piloto.

Los escépticos: Naturalmente no todas las personas hacen el esfuerzo de adoptar la innovación y por lo tanto se quedan atrás de esta tendencia social. En esos casos, para lograr un cambio se necesitarán regulaciones.

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo seleccionar el enfoque cuando la problemática es compleja?

Se utilizan diferentes enfoques de acuerdo a la complejidad de la problemática.

Cuando la problemática es fácil de entender, los mensajes son simples y el resultado previsto es bien definido. Las intervenciones de CEPA para involucrar a los actores clave serán diferentes de aquellas utilizadas cuando la problemática es compleja y los resultados son impredecibles.

Cuando el problema no es complicado y el resultado es claro, entonces es apropiado utilizar la comunicación de una vía, sugiriendo las acciones que deben ser tomadas, por ejemplo, hacer frente a la prohibición del comercio de ciertas especies en peligro. Sin embargo, cuando la planificación de CEPA se hace para re-introducir grandes mamíferos, o para la restauración de un paisaje forestal, entonces los enfoques participativos son más apropiados.

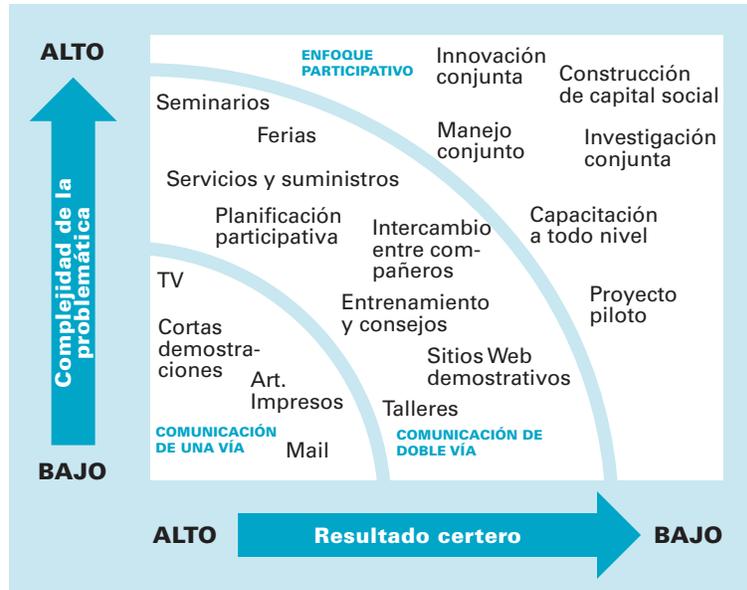


Figura: Cuando la incertidumbre y la complejidad aumentan en proyectos piloto, la investigación participativa, la innovación conjunta y los enfoques de gestión son obligatorios. Ver Les Robinson http://media.socialchange.net.au/people/les/What's_best.pdf

¿Sobre qué bases se involucran los actores clave?

Cuando se trabaja con actores clave, sus expectativas necesitan ser manejadas. De esta manera se mantienen las buenas relaciones, las personas no se sienten defraudadas o desilusionadas cuando no se cumplen las expectativas, y saben hasta qué punto se les va a pedir su participación antes de que acepten hacerlo.

Para cada tema de biodiversidad, decida de antemano en qué medida o con qué propósito se va a trabajar con cada uno de grupos de actores clave.

Esto requiere ser comunicado claramente al grupo desde un principio.

Modalidades de involucramiento

ACTORES COMO:	OBJETIVOS DEL INVOLUCRAMIENTO:
Clientes	Satisfacción de los actores clave
Socio en diálogo	Crea una base de comprensión mutua.
Productores de ideas	Exploración de alternativas factibles.
Co-productor de políticas	Crea un espacio de apropiación de las soluciones
Colocadores de agendas	Seguimiento a las aspiraciones de los grupos de base
Responsabilidad conjunta	Creación de un modelo de manejo conjunto
Actores que deciden	Delegación del poder en los actores clave

¿Cómo involucrar a varios actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo involucrar a las personas que toman decisiones y a las personas que tienen influencia política?

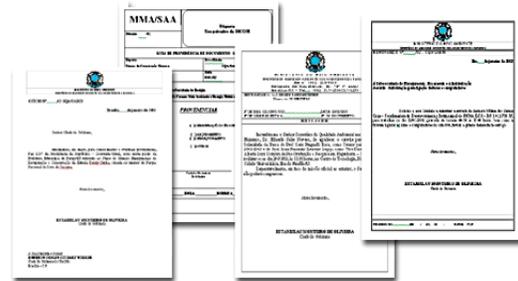
Los Puntos Focales del CBD y las personas coordinadoras de las ENBPA se enfrentan con frecuencia a la falta familiaridad y comprensión acerca de la diversidad biológica y del CBD, cuando tratan con políticos y personas encargadas de tomar decisiones en otros sectores o en otros niveles de gobierno. Aunque se distribuyan de manera regular los informes, los memos y otras publicaciones, no hay garantía de que sean leídos, entendidos o acordados. Desde la perspectiva de la comunicación: ¡los memos no comunican!

Otro lema frecuente es “educar a las personas que toman decisiones”.

¿Tenemos que educar a todo el mundo?

Las personas expertas en biodiversidad tienden a pensar que la forma de avanzar es educando a las personas que tienen influencia política y a las personas encargadas de tomar decisiones, mediante la organización de talleres. Desde la perspectiva de la comunicación, es necesario preguntarse: ¿las personas encargadas de tomar decisiones tienen tiempo para esto?, ¿sienten la necesidad y el deseo de ser educados?, ¿ven la importancia de este tipo de talleres?, ¿es posible que este tipo de talleres puedan resultar contraproducentes?

LOS MEMOS NO COMUNICAN



La experiencia ha demostrado que tratar de que todos los políticos y las personas encargadas de tomar decisiones sean expertos o expertas en biodiversidad puede ser inútil, y que es más eficaz aceptar el nivel de sus conocimientos e intereses y concentrarse más bien en cómo integrar a la diversidad biológica en sus prioridades. Las dos modalidades principales para esto son: la comunicación formal e informal.

¿Cuándo utilizar la comunicación formal y la informal?

Comunicación formal

Este tipo de comunicación se basa en el intercambio de información, ajustado a reglas y normas que se aplican a las relaciones formales entre las organizaciones o entre organizaciones e individuos. La comunicación formal es eficaz para establecer transacciones y declaraciones claras y precisas, y se presenta en forma de cartas, contratos, artículos y discursos durante las sesiones oficiales y los productos de dichas reuniones. Un ejemplo de ello es una carta del/a Ministro/a de Medio Ambiente a sus colegas o miembros del parlamento.

Las conversaciones oficiales y las reuniones son las modalidades de una comunicación formal sobre el CBD, la ENBPA o sobre un tema específico de la biodiversidad.

Combinando la comunicación formal e informal

A menudo es eficaz combinar la comunicación formal con la informal para alcanzar los resultados deseados en los ámbitos políticos. La comunicación informal puede ser:

- una breve conversación antes de la reunión del Gabinete o del Parlamento;
- una carta personal, un correo electrónico o una llamada telefónica;
- un artículo en una revista, frecuentemente leída por las personas encargadas de tomar decisiones;
- un almuerzo o cena de alto nivel con las personas encargadas de tomar decisiones. Estas ocasiones son adecuadas para que una persona de alto perfil dé un breve discurso sobre la importancia de un tema específico sobre la biodiversidad. Al final del evento se hace una invitación extensiva al personal que trabaja con la persona con perfil político, para un taller especial donde se analizarán las implicaciones del tema en más detalle.



EJEMPLO: Intervenciones fallidas de gobierno por falta de involucramiento de actores clave

Decreto para establecer una reserva natural

En 1988, el gobierno (de lo que es ahora la Federación de Rusia) decidió crear la reserva natural “Kerzhenskiy”, en la región de Nizhnii Novgorod, alrededor del asentamiento Rustay. Los residentes locales estaban acostumbrados a ir al bosque para cazar y pescar. El día en que el bosque pasó a ser legalmente parte de la reserva natural, la gente de la localidad tuvo que parar sus actividades. Esto significaba perder toda posibilidad de suministrar productos forestales que eran muy importantes para sus ingresos familiares.

Protestas Locales

Los residentes locales protestaron en contra de esta situación. Los representantes de las autoridades regionales participaron en una audiencia pública con los residentes locales, y tuvieron la oportunidad de escuchar las posiciones tanto de los residentes como las de las personas encargadas de la administración de la reserva. Las autoridades regionales se comprometieron a discutir sobre las diversas opciones con la administración de la reserva y con las personas líderes del asentamiento Rustay.

Negociaciones

Después de largas negociaciones se acordó que una zona de 7 kilómetros se destinaría para la caza y la pesca, para las personas que viven en el asentamiento Rustay. El conflicto perdió parte de la tensión, pero no fue resuelto por completo debido a que otras restricciones sobre el uso del bosque que no fueron resueltas.

Reparar daños es más costoso

El gobierno debió haber discutido con la comunidad local la creación de la reserva, y debió haberlos involucrado en la planificación, antes de desarrollar la legislación respectiva. Si este debate hubiera tenido lugar antes de que la reserva fuese establecida, el conflicto no habría surgido, o por lo menos no en estas proporciones. Cuando las perspectivas de la comunidad local no son tomadas en cuenta con antelación, como en este caso, la función principal del gobierno es comunicarse con todos los actores involucrados en el conflicto para encontrar una manera de resolverlo. No se puede esperar la participación y el apoyo de la comunidad local a la reserva, a menos de que se gaste mucho tiempo y dinero en un tipo de comunicación más intensiva, con el fin de resolver esta situación.

Fuente: ECAPP curso de educación a distancia

EJEMPLO: Involucrando a las comunidades a través de Ferias de Conocimientos sobre Biodiversidad

La Iniciativa Ecuatorial del PNUD ha demostrado el valor de las ferias de conocimientos sobre biodiversidad para las comunidades, para crear vínculos entre la comunidad y las personas encargadas de formular políticas a nivel local, nacional y mundial. La experiencia Ecuatorial puede ser utilizada a nivel nacional para crear oportunidades estratégicas para el diálogo.

Acciones

- **Identificar las mejores prácticas:** Establecer un sistema de identificación de las mejores prácticas de la comunidad respecto a la conservación de la biodiversidad y la reducción de la pobreza.
- **Convocar a los y las dirigentes de la comunidad:** Crear un espacio abierto e inclusivo en foros políticos, para conservacionistas de la biodiversidad provenientes de las comunidades, para compartir experiencias y establecer una agenda política común.
- **Facilitar el intercambio de conocimientos:** organizar sesiones en torno a la biodiversidad y temas de la reducción de la pobreza, promover el intercambio de las mejores prácticas.
- **Crear vínculos:** Establecer relaciones duraderas entre los y las líderes de las comunidades y las personas encargadas de formular políticas a través de la participación en reuniones estratégicas.

- **Haga espacio:** Designar asientos específicos para los y las representantes de las comunidades para los procesos de toma de decisiones y grupos de trabajo.
- **Catalizar la investigación:** Definir una política ambiental que sea favorable para el éxito de la conservación de la biodiversidad y la reducción de la pobreza en las comunidades.
- **Apoyo a las alianzas duraderas:** Llevar a la práctica los nuevos conocimientos y técnicas adquiridos tanto por parte de los y las líderes de las comunidades, así como de las personas encargadas de formular políticas.

Resultados: las mejores prácticas de las comunidades son integradas en los procesos de formulación de políticas para la conservación de la biodiversidad y para la reducción de la pobreza. Las comunidades proporcionan a las personas encargadas de formular las políticas con conocimiento de primera mano sobre cómo vincular con éxito la conservación de la biodiversidad y la reducción de la pobreza, para generar ingresos a largo plazo, y para proporcionar un incentivo para que los gobiernos inviertan en la conservación de la biodiversidad. Por lo tanto, las comunidades son consideradas como indispensables para el desarrollo; y por lo tanto deben ser incluidas en el momento de la creación de políticas a nivel local, nacional y mundial.

La Iniciativa Ecuatorial (www.equatorinitiative.org) es una alianza de muchas organizaciones y gobiernos con el CDB

EJEMPLO: Involucrando al sector empresarial en la biodiversidad

Iniciativa de Líderes para la Naturaleza

El Comité Nacional de la UICN de los Países Bajos es una organización no gubernamental que sirve a los miembros holandeses de la UICN, tanto al gobierno como a las ONGs.

El Comité Nacional maneja la iniciativa, “*Líderes para la Naturaleza*”, destinada a apoyar a los líderes corporativos, mujeres y hombres, a comprender su papel en la protección de la naturaleza y para que actúen de acuerdo a su entendimiento.

“*Líderes de la Naturaleza*” actualmente involucra a unos 100 representantes de la comunidad empresarial holandesa, entre ellos 60 Directores/as Ejecutivos/as, pertenecientes, en su mayoría, a grandes empresas que operan internacionalmente.

Las sesiones, que han llevado a cabo desde 2004, tienen por objeto aumentar la comprensión de la interacción humana con el medio natural, inspirar a los líderes y liderezas corporativos, y de manera conjunta descubrir metodologías eficaces para lograr el cambio. “*Líderes de la Naturaleza*” utiliza un orientación sistémica que combina el enfoque ecosistémico con estrategias de largo plazo para “mantener el negocio”. También se centra en la responsabilidad de los y las dirigentes empresariales.

“*Líderes de la Naturaleza*” es una iniciativa que ha generado varios proyectos concretos dentro de las empresas y mecanismos innovadores de financiación para la protección de la naturaleza. En el 2006, la Iniciativa para la Naturaleza de los Países Bajos, escribió una carta abierta firmada por 85 Directores/as Ejecutivos/as y otros altos empresarios y empresarias de la política holandesa, solicitando una mayor intervención de los gobiernos en la protección de la naturaleza y el medio ambiente.

Entrevista con Pieter van de Gaag, Consejero de alto rango de los Países Bajos, Comité de la UICN. [Http://www.iucn.nl](http://www.iucn.nl)

EJEMPLO: Involucrando a las municipalidades en la biodiversidad



Foto: Página Web Cuenta Atrás 2010

La Municipalidad danesa comparte responsabilidades para ayudar a especies en peligro.

¿No tuvo una mascota en Navidad?

Noventa y ocho alcaldes daneses sí las tuvieron — por lo menos simbólicamente. La Ministra de Medio Ambiente, Connie Hedegaard, les informó a todos los alcaldes y alcaldesas, a través del saludo de año nuevo, sobre una especie en peligro de extinción en su distrito y les pidió que asuman la responsabilidad de salvarla hasta el 2010.

Una reforma administrativa ha reorganizado recientemente a los municipios daneses. En consecuencia, casi 75 millones de euros serán invertidos en la restauración de la naturaleza durante los próximos tres años. Este dinero — y gracias al entusiasmo de todos los municipios implicados — se espera que contribuya a la estrategia para reducir la pérdida de biodiversidad para el 2010 en adelante.



Foto: Página Web Cuenta Atrás 2010

El Departamento de Obras Públicas de Helsinki, recibió un certificado de honor de Cuenta Atrás en el 2006

El paisaje natural del antiguo sitio de relleno, Vuosaari, gracias a la ingeniosa y singular reutilización de los tierras de desperdicio, la introducción de especies domesticadas en su totalidad y, en particular, la educación ambiental de niños, niñas y jóvenes del lugar, señalaron que el Taller de Artesanías de la Ciudad de Helsinki, organizado por el Departamento de Obras Públicas en la rama del medio ambiente, fue el claro ganador de la competencia finlandesa Cuenta Atrás 2010. .

Entrevista a Sebastián Winkler y Wiepke herding, Secretaría de Cuenta Atrás 2010, la Oficina regional de la UICN para Europa <http://www.countdown2010.net/article/danish-municipalities-to-share-responsibility-for-endangered-species>

EJEMPLO: Vinculación de la conservación de la biodiversidad con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) — un enfoque a través de carteles

Punto de partida

- Limitada conciencia en todos los niveles de los vínculos entre la conservación de la biodiversidad y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).
- El ODM 7 sobre medio ambiente no es reconocido suficientemente.
- La conservación de la biodiversidad no es concebida ampliamente como un aspecto clave para el logro de los demás Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Idea

- Creación de un formato de presentación, que:
 - muestre claramente la importancia de la conservación de la biodiversidad para lograr todos los ODM;
 - sea útil en todos los niveles (local, sub-regional, regional, etc.) para las agencias de cooperación para el desarrollo;

- que presente los datos, la información, los resultados y los efectos de determinados enfoques de proyecto y sus relaciones con los ODM;
- muestre casos sobre el involucramiento de actores clave y sobre los donantes.

Pasos hasta la fecha

- El desarrollo de un concepto de cartel para presentar una serie de ejemplos sobre la conservación de la biodiversidad en las comunidades, en el proceso hacia y durante la Cumbre de Revisión del Milenio del 2005, en Nueva York.
- Desde entonces, los carteles han servido como una herramienta para el intercambio horizontal de las mejores prácticas entre proyectos, como una herramienta para el diálogo con las personas que formulan políticas, con donantes y socios, para aumentar la conciencia pública entre muchas audiencias sobre los vínculos entre la conservación de la biodiversidad y la mitigación de la pobreza. Se han presentado más de 30 carteles con proyectos hasta la fecha.

Desarrollo posterior

- Cooperación con el PNUD y la Iniciativa Ecuatorial: Elaboración de programas de computación para crear de manera sencilla los carteles sobre Biodiversidad-ODM sin gráficos o programas de diseño gráfico; aplicaciones en línea o sin conexión; distribución mundial del CD con los libros con los carteles sobre ODMs.

Suhel al-Janabi, GeoMedia. Consultor de la GTZ BIODIV Programa “Implementación de la Convención sobre Biodiversidad”. Más información: <http://www.gtz.de/en/themen/umwelt-infrastruktur/umweltpolitik/14936.htm>. Para crear su propio cartel, en virtud de <http://onlinegeneration.com> login, o ir a la Guía en CD Rom.

EJEMPLO: Involucrando a las personas que toman decisiones

El Comité Nacional de la UICN de los Países Bajos es una organización no gubernamental que sirve a los miembros holandeses de la UICN, al gobierno y a las ONG. Varios años atrás se puso en marcha un “Grupo de Trabajo de La Haya” para el intercambio informal y el diálogo sobre cuestiones internacionales relacionadas con la conservación de la naturaleza, y sobre los aspectos políticos y socioeconómicos relacionados. Este grupo se reúne cuatro veces al año en La Haya, cerca del Parlamento.

El Grupo de Trabajo, tiene miembros del parlamento y sus asistentes, civiles, funcionarios y funcionarias públicos, expertos y expertas, y representantes de organizaciones no gubernamentales de conservación. Está presidido por el actual presidente del Consejo Socio-Económico Holandés.

El Comité Nacional de la UICN de los Países Bajos propone temas de debate que están, o deberían estar, en la agenda de la política holandesa. Para estimular a las partes a que hablen libremente, no se toman notas sobre las discusiones, sólo se presentan resúmenes sin los nombres, de acuerdo con el “Reglamento de Chatham House”.

El Grupo de Trabajo ha demostrado ser una herramienta eficaz para apoyar a los miembros del parlamento, y para proporcionarles diferentes perspectivas que apoyan su proceso de toma de decisiones. Uno de los resultados de estos diálogos fue una moción parlamentaria, en el 2005, para hacer posible una estructura financiera para los parques naturales en los territorios holandeses de ultramar.

El grupo de trabajo también hizo posible que el gobierno holandés brinde apoyo para proteger las tierras de turba de Kalimantan Central. Otro ejemplo de los efectos del Grupo de Trabajo, es que permitió que el gobierno tome la decisión de adquirir sólo productos forestales certificados para proyectos de vivienda.

Entrevista con Pieter van de Gaag, Consejero de alto rango, Comité de la UICN de los Países Bajos y Secretario del Grupo de Trabajo de La Haya, www.iucn.nl

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores del gobierno?

Existen riesgos y costos frente a un programa de acción. Pero estos son mucho menos que los riesgos y los costos a largo plazo de una cómoda falta de acción.

—John F. Kennedy (1917 – 1963)

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cuáles son los elementos básicos para integrar la diversidad biológica en las políticas de otros sectores?

CEPA desempeña un papel importante al poner a la biodiversidad en la agenda de otros Ministerios o departamentos gubernamentales, e integrarla a sus políticas y prácticas. Para simplificar el texto, se utilizará el término “ministerios” para referirse a los ministerios o departamentos gubernamentales, organismos o institutos.

Obteniendo una cita

El primer paso es conseguir una cita, y esto puede ser difícil. La gente en otros ministerios puede no saber o entender los temas relacionados con la biodiversidad, el CDB y las ENBPA, o los vínculos que su ministerio pueda tener con la biodiversidad. Por lo tanto, esta persona puede no estar dispuesta a pasar mucho tiempo en el tema, o incluso hacer una cita para discutir este tema.

Proceso de creación de relaciones públicas

El colocar la biodiversidad en la agenda de otro ministerio necesita de una inversión para desarrollar las relaciones públicas y un esfuerzo importante para encontrar un terreno común con el fin de trabajar juntos e identificar objetivos comunes. Hay que tener cuidado al momento de interactuar para no generar la impresión de que “está dejando caer algunas de sus obligaciones en el escritorio de otra persona”. Desde la perspectiva de la comunicación, educación y sensibilización, el desarrollo de relaciones públicas es un proceso vital para tener éxito. Se necesita tiempo y paciencia, hay que escuchar y apreciar a la otra persona y su forma de llevar a cabo su trabajo sectorial.

Negociación

Una vez que el camino está abierto para discutir los temas, la negociación es una parte importante del proceso. La negociación tradicional a veces se llama *ganar-perder*, por el hecho de asumir que la negociación es como dividir un “pastel”, mientras una persona obtiene ganancias de los resultados, la otra pierde. Esta forma de ver la negociación tiene sentido cuando hay que resolver un solo problema, como el precio de compra-venta de un artículo. Si entra en la negociación con esta mentalidad, usted puede impedir a la otra persona que tome en cuenta la problemática en cuestión.

Cuando se discuten múltiples problemas, las diferencias entre las preferencias de las partes, hace posible hacer negociaciones de tipo “ganar-ganar”. En estos casos, las partes suelen llamar a las negociaciones como “resolución de problemas de manera conjunta” u “hornear un pastel juntos”.

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo negociar para integrar la biodiversidad en las políticas de otros sectores?

Negociar significa “ceder (*conjuntamente con otro*) con una perspectiva de acuerdo” (Diccionario Oxford), y los principios de negociación se basan en el supuesto de que valoramos a las personas y la relación con ellas.

Quid pro quo

Una negociación requiere determinar, en primer lugar, lo que usted debe obtener y lo que está dispuesto a renunciar. ¡Por supuesto que ceder cualquier aspecto relacionado con la conservación de la biodiversidad puede parecer difícil! La negociación puede basarse en aspectos que pueden no costarle nada o muy poco a usted, pero que pueden ser importantes para la otra parte.

Cuando la política agrícola en Eslovenia cambió de aplicar prácticas agrícolas intensivas a prácticas más extensivas, se creó una condición más favorable para la conservación de la naturaleza (Véase el ejemplo). Los subsidios de apoyo a la agricultura extensiva podían ser obtenidos en el Ministerio de Agricultura. Sin embargo, el conocimiento sobre “cómo” aplicar los principios de una agricultura más sostenible se encontraban en el Ministerio de Ambiente. Esto demostró ser un punto fuerte de partida para la cooperación entre los dos Ministerios.

“Ganar-ganar”

El caso ideal es ganar lo que más pueda para la conservación de la diversidad biológica, mientras que la otra parte siente que también ha logrado conseguir sus intereses. Este es un resultado de “ganar-ganar”, en donde a menudo la ventaja es que se descubren mejores soluciones. Usted puede abogar para lograr resultados “ganar-ganar”, aunque la otra parte puede que no ayude. Incluso, en un comienzo, la otra parte puede intentar intimidarlo al decirle que no es un tema que les incumba, o diciendo que no tienen tiempo, o sembrando dudas sobre la viabilidad económica, o incluso sobre los datos científicos sobre el estado de la diversidad biológica. Es importante persistir e influir en la discusión, mediante la exploración de necesidades subyacentes, y desde allí construir soluciones que reconozcan y valoren esas necesidades.

HAGA PREGUNTAS COMO:

- “¿Por qué parece ser que la mejor solución para usted?”
- “¿Cuál es su necesidad real aquí?”
- “¿A qué intereses se debe responder en esta situación?”
- “¿Qué valores son importantes para usted aquí?”
- “¿Cuál es el resultado o la consecuencia de que desea?” (Red de Resolución de Conflictos)

¿Cómo conducir el proceso de integrar la diversidad biológica en las políticas de otros sectores?

Hay 8 pasos en los que hay que trabajar para integrar a la diversidad biológica en las políticas y las acciones de otros sectores. Todo depende de las distintas formas de CEPA — desde la comunicación interna, la comunicación informal e interactiva, hasta la comunicación externa para mostrar los resultados de una alianza exitosa.

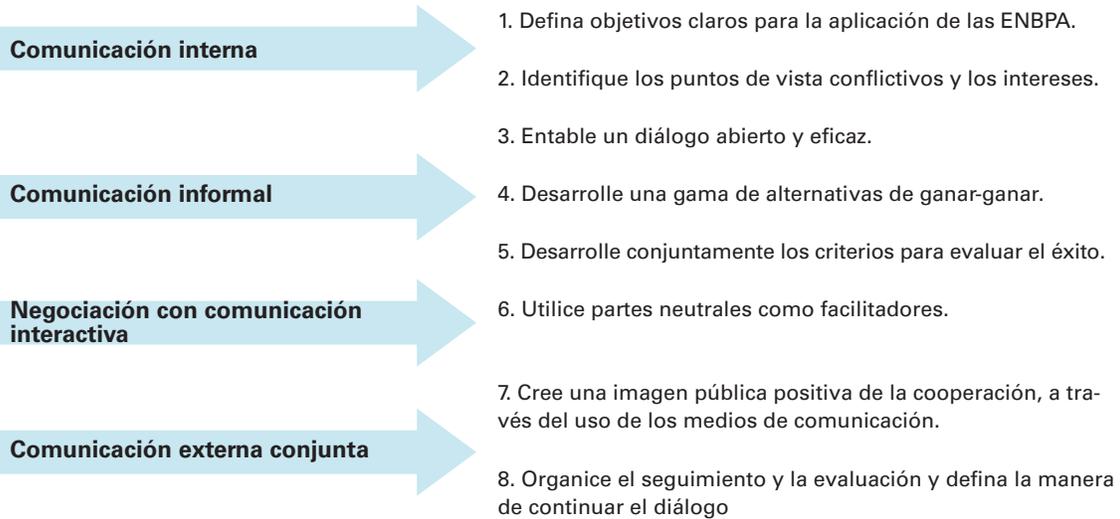
1. Defina claros objetivos y los intereses utilizando la comunicación interna

El proceso de integración de la biodiversidad en otros sectores, comienza con la planificación del mismo. Aquí la comunicación interna se utiliza para obtener la aprobación de sus colegas y superiores sobre el proceso y los objetivos. Este primer paso, en su propia organización, es muy importante. La comunicación interna tiene como objetivo el definir claramente las prioridades que la organización desea de los demás ministerios y de la negociación. En este paso las consecuencias jurídicas y políticas de la integración de la biodiversidad deben ser mapeadas.

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

8 PASOS PARA INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES



2. Identifique los intereses en conflicto

La comunicación interna dentro de su propia organización le puede ayudar a descubrir información valiosa que sus colegas tienen acerca de potenciales áreas de conflicto y oportunidades de negociación, así como los intereses específicos de los otros ministerios en temas de biodiversidad. Además, sus colegas pueden tener valiosos contactos con personas en otros ministerios que podrían facilitar la construcción de una relación profesional.

3. Participe en un diálogo abierto mediante el uso de la comunicación informal

Una vez que están listos para interactuar con los demás ministerios, predomina la comunicación externa informal e interactiva. Use la comunicación informal tanto como le sea posible, para trabajar en la solución de problemas y en la construcción de relaciones profesionales con el otro ministerio. Invite al personal de distintos ministerios a talleres, reuniones o almuerzos de trabajo para presentar el proceso de las ENBPA o algunas problemáticas específicas de la biodiversidad. Estas y otras oportunidades son utilizadas para establecer una primera relación profesional y desarrollar respeto mutuo, lo cual les será de utilidad al momento de trabajar juntos en la búsqueda de soluciones.

Los diferentes ministerios gubernamentales a menudo tienen algún tipo de rivalidad, por lo que es importante tratar de superarlas, e invertir en las relaciones profesionales. Trate de pensar en el otro ministerio como un “socio” en lugar de “el enemigo.” Respete su nivel de conocimientos sobre la diversidad biológica.

4. Desarrolle una gama de soluciones “ganar-ganar”

Una vez que las relaciones profesionales se desarrollan, y las dos partes están familiarizadas con los temas, se puede utilizar la técnica de lluvia de ideas y la de solución conjunta de problemas, para desarrollar las primeras ideas para la cooperación. Participar de manera conjunta en la búsqueda de datos, con los otros sectores, también es un movimiento inteligente — aun cuando los datos ya estén claros para los Puntos Focales del CDB o para las personas que coordinan las ENBPA. Puede sonarle como “volver a inventar la rueda”. Lo importante es que esto contribuye a que la otra parte pueda involucrarse más, a confiar en las conclusiones — convirtiéndose este esfuerzo en “su propia rueda”. La comunicación interactiva y la comunicación informal

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

apoya este paso. Una vez que la negociación ha terminado, se necesitará de un acuerdo formal, que tal vez necesite ser comunicado más ampliamente, con el fin de que sea asumido por cada organización.

Cuando se explora la manera de integrar la biodiversidad en las políticas de un determinado sector, es mejor comenzar sobre una base condicional, por ejemplo, con declaraciones que comiencen con “Supongamos...”, y no con propuestas definitivas..

5. Desarrolle conjuntamente los criterios para evaluar el éxito

Por medio de un diálogo interactivo decida conjuntamente cómo se va a evaluar si el acuerdo se está llevando a cabo de una manera satisfactoria.

6. Utilice una persona que facilite de manera neutral

Una persona “externa” y neutral es recomendable para facilitar las reuniones y para permitir a ambas partes la libertad de innovar.

7. Cree una imagen pública positiva a través del uso de los medios de comunicación

Una estrategia de comunicación ayuda a recordar a las personas que coordinan las ENBPA que siempre están sumamente ocupados, sobre cómo y cuándo promover sus actividades. Ser pro-activos en el desarrollo de los contactos con los medios de comunicación, y el suministro de las historias, sobre todo las de carácter conjunto acerca de la cooperación entre los ministerios, puede mejorar la imagen de todos los ministerios involucrados y las acciones para la diversidad biológica. Anuncie o celebre la cooperación públicamente.

8. Organice el seguimiento y la evaluación y defina la manera de continuar el diálogo

Tanto la comunicación formal como informal desempeñan un papel importante en las relaciones profesionales vinculadas a la integración de la biodiversidad en otros sectores, y para evaluar el progreso de la implementación.

Durante todo el proceso de integración y negociación de los temas de biodiversidad, nunca debe olvidarse la importancia de la comunicación interna para mantener a sus colegas informados de los progresos.

Utilice varios aspectos de CEPA

El verdadero proceso de integración de la diversidad biológica implica muchos aspectos de CEPA, que a continuación se ilustran en algunos ejemplos y listados con puntos clave.

EJEMPLO: Integrando la biodiversidad en las Estrategias de Reducción de Pobreza

En Sierra Leona, el Banco Mundial financió una Estrategia para la Reducción de la Pobreza (ERP). Para ello la Secretaría contrató a un equipo de técnicos, hombres y mujeres, expertos en diversidad biológica para establecer contacto con las agencias de gobierno encargadas de estos temas. Se llevó a cabo una investigación sobre varios aspectos relacionados con la diversidad biológica y el alivio de la pobreza.

La Secretaría organizó un día para realizar consultas, y para ello invitó a todas las organizaciones conocidas, dedicadas al medio ambiente, que operan en la capital. Se presentaron los resultados de los estudios científicos relacionados con la diversidad biológica, incluyendo los efectos de la minería, la agricultura, la pesca, los conflictos, los desplazamientos humanos, las industrias, etc. Después de las presentaciones, se formaron diversos grupos de trabajo para discutir y recomendar las medidas mediante las cuales los problemas identificados podían ser integrados en las Estrategias de Reducción de la Pobreza.

Los temas discutidos incluyeron:

- ¿Cuál es la situación de la diversidad biológica en el país?
- ¿Cuál es la situación socioeconómica en las zonas geográficas que son ricas en biodiversidad?
- ¿Quiénes son los principales actores clave?
- ¿Quiénes son los grupos que protegen las zonas ricas en biodiversidad?, ¿cuál es su situación socioeconómica?
- ¿Cómo se relacionan con las problemáticas de la diversidad biológica?
- ¿Qué cambios en el comportamiento de estos grupos se están buscando?
- ¿Qué podría motivarles para el cambio?
- ¿Qué cambios implicaría esto en las políticas y prácticas de otros actores?
- ¿Cuál sería el papel del gobierno, cuáles sería el rol de otros actores?
- ¿Cuál puede ser el papel de las comunidades locales?
- ¿Cómo se podría supervisar y evaluar el cambio?

Entrevista a Tommy Garnett, Presidente del Foro para la Acción Ambiental, Sierra Leona

EJEMPLO: La integración de la biodiversidad en otros Ministerios en Eslovenia

Ministerio de Defensa

“Fue muy interesante cuando llegamos al Ministerio de Defensa. Ellos solo dijeron: ‘Hagan su negocio y nosotros haremos el nuestro’. Pero, luego dijimos ‘Para eso estamos aquí. Como ustedes saben, el problema es que Eslovenia firmó la Convención de Río, y cada sector debe encontrar su lugar’.

“Entonces, empezamos a buscar los puntos en común. De inmediato, nos dimos cuenta que para hacer ejercicios militares da igual que sea en abril o en julio. Pero para las aves, en algunas zonas, no lo es. Por lo tanto, llegamos a la conclusión de que podíamos tener planes diferentes y que los ejercicios no se realizarían en los períodos de anidación. Es así como comenzamos a cooperar y encontramos nuevas posibilidades de soluciones comunes”.

Ministerio de Agricultura

“Tradicionalmente estábamos en ‘las dos orillas del río’. La principal tarea del ministerio de Agricultura era aumentar la producción, y esto por lo general se hacía posible a través de la intensificación y expansión de las tierras agrícolas, principalmente en los humedales”.

“Luego la política agrícola cambió y hubo dinero disponible para prácticas extensivas, que se ajustaban a los intereses de la conservación de la naturaleza. Los subsidios podían ser adquiridos en el Ministerio de

Agricultura, pero el conocimiento sobre las mejores prácticas se encontraba en nuestro Ministerio. Así que esto resultó ser un gran punto de partida para la cooperación. Todavía no es fácil. Hay muchas negociaciones en marcha, pero eso es parte de la comunicación también. Así que, tan pronto como se pueda definir un real interés común, se puede iniciar la cooperación.”

Entrevista con Peter Skoberne, Sub-Secretario, Ministerio de Medio Ambiente y Ordenación del Espacio, Eslovenia

EJEMPLO: Preparación de un taller introductorio sobre la Estrategia Nacional de Biodiversidad, para otros sectores en Eslovenia

Objetivos

1. Establecer relaciones profesionales con otros sectores;
2. Informar a los otros sectores sobre el CDB, aspectos básicos de biodiversidad, el proceso para formular la Estrategia Eslovena, el Plan de Acción y el trabajo realizado hasta ese momento;
3. Lograr que otros sectores consideren que la biodiversidad tiene importancia para su ámbito político, que se sientan involucrados, percibir la utilidad de mantener un mayor número de conversaciones bilaterales exploratorias, que soliciten a sus superiores estar presentes en estas discusiones y que se conviertan en embajadores y embajadoras de la ENBPA dentro de sus propios ministerios.

Acciones

- Nombramientos y términos de referencia de un/a coordinador/a de taller;
- Reporte en plenaria de los miembros del equipo de la ENBPA para exponer sobre la estructura, las cuestiones políticas, su papel como facilitadores de las sesiones de los grupos y puntos focales para el seguimiento de las discusiones bilaterales con cada Ministerio (se entrega documentos con detalles y directrices); lista de las personas que serán invitadas de otros Ministerios;
- Sesiones cara a cara para informar a los que no estuvieron presentes en la reunión anterior;
- Llamadas telefónicas y recordatorios a las personas participantes que han sido invitadas: para saber la elección de su almuerzo, el transporte, las expectativas, las ideas sobre la diversidad biológica;
- Se decidió hacer una distribución de las mesas para realizar una plenaria en la mañana (mesas con personas heterogéneas, con personal de la Agencia de Medio Ambiente en cada una): tarjetas con el nombre correctamente escrito hechas para cada participantes;
- Planificar la asignación de asientos para el almuerzo: el personal de la Agencia de Medio Ambiente debe sentarse junto a personas provenientes de otros sectores (banderas de color para el personal de la Agencia);
- Presentación de información para los/as expositores/as y facilitadores;
- Preparación de la documentación del taller para dar a los y las participantes: resumen de programa, sin detalles, preparación de tarjetas de presentación para el personal de la Agencia.
- Formularios de evaluación para obtener retroalimentación de los y las participantes;
- Colocación de tarjetas con nombres de los y las participantes en las mesas para la sesión matutina;
- Material organizado: papelógrafos, cinta de pegar, marcadores, retroproyector, proyector de diapositivas y equipo de computadoras.
- Tareas y funciones para el seguimiento clarificadas (informe con fotos que se enviarán a los y las participantes, carta de agradecimientos firmada por el/la Ministro/a, el personal de la Agencia cuenta con información que les instruye en el enfoque estratégico para las conversaciones bilaterales posteriores (es decir, sobre las percepciones, las restricciones, las oportunidades, el tono de la voz, escuchar con respeto, etc)

Branka Hlad, Agencia de Medio Ambiente, de Eslovenia y de Frits Hesselink, HECT Consultancy, Países Bajos

EJEMPLO: Escenario para un Taller introductorio sobre la Estrategia Nacional de Biodiversidad, para otros sectores en Eslovenia

Recibir a los participantes con café, y darles el programa y la lista de participantes, tarjetas de colores para asignación de asientos en el almuerzo, y una copia de los análisis y de la estrategia (resúmenes) del proyecto. La lista de participantes incluye fotos y declaraciones acerca de la diversidad biológica de cada uno de los y las participantes, obtenidas durante entrevistas telefónicas. Siente a las personas participantes en mesas de 6 a 8 personas.

- 09.00 Bienvenida dada por anfitriones
- 09.15 Pequeña explicación del programa — Presidente/a de la sesión
- 09.20 Breve introducción de las mesas, señalando nombres y expectativas.
- 09.25 Introducción al Convenio de Biodiversidad (Agencia)
- 09.40 Cada mesa discute qué preguntas hacer
- 09.50 Respuesta de las preguntas (Agencia)
- 10.10 Introducción a conceptos básicos sobre biodiversidad (Agencia)
- 10.25 Reflexión de cada mesa: ¿qué fue lo más importante?
- 10.45 Receso (Los miembros de la Agencia se mezclan con los invitados)
- 11.15 Introducción al uso sostenible de la biodiversidad (Agencia)
- 11.30 Reflexión de cada mesa ¿Qué fue lo más importante?
- 11.45 Introducción a la biodiversidad y la agricultura.
- 12.00 Reflexión de cada mesa: ¿qué fue lo más importante?
- 12.15 Introducción a la Estrategia Eslovena sobre Biodiversidad (Agencia)
- 12.30 Reflexión de cada mesa: ¿qué fue lo más importante?
- 12.45 Sesión de clausura de la mañana, explicación para los grupos sobre el trabajo de la tarde (Presidente/a de la sesión)
- 13.00 Almuerzo — comunicación informal
- 14.30 Grupo de trabajo: lluvia de ideas sobre preguntas tales como: ¿cómo manejar la diversidad biológica en las diferentes situaciones de la sociedad? ¿La agricultura, la planificación económica, la conciencia pública y la educación? ¿Cuáles son las oportunidades para abordar problemáticas relativas a la diversidad biológica? ¿Qué está pasando ahora? ¿Cuáles son las funciones de los diferentes actores clave? ¿Qué es necesario para el éxito? ¿Cuál sería un enfoque eficaz? ¿Qué medidas hay que tomar para facilitar la aportación del sector oficial? ¿Qué cuestiones todavía tienen que ser respondidas?
- 15.45 Llenar los cuestionarios para la evaluación
- 16.00 Presentaciones en Plenario sobre las discusiones de los grupos.
- 16.30 Observaciones finales sobre el taller — Presidente/a del taller (próximos pasos)
- 17.00 Café

Branka Hlad, Environment Agency, Slovenia y Frits Hesselink, HECT Consultancy, Netherlands

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Seguimiento al taller introductorio sobre la Estrategia de Biodiversidad para otros sectores en Eslovenia

- Informe de los contenidos del taller:**
 - Introducción a cargo del/a Ministro/a;
 - Copia de las presentaciones introductorias;
 - Copia de las presentaciones de los grupos de trabajo;
 - Fotos de los papelógrafos con las lecciones aprendidas, y sugerencias sobre próximos pasos;
 - Fotos de las sesiones del taller y el almuerzo;
 - Resumen de las observaciones finales del taller por parte del Presidente/a del taller;
 - Expectativas del grupo de la mañana y evaluaciones;
 - Lista de participantes y sus datos (+ foto y declaraciones).
- Cartas de agradecimiento a las personas participantes, firmado por el/la Ministro/a de Medio Ambiente, cartas de agradecimiento a los/as Ministros/as de otras ramas e invitados especiales, firmado por el/la Ministro/a de Medio Ambiente.**
- El seguimiento de llamadas telefónicas para concertar conversaciones bilaterales con 19 representantes de 12 ministerios, para explorar puntos de acción para ENBPA, discutir posibles textos y otros procedimientos para la cooperación.**
- Visitas de seguimiento de los miembros del equipo de la ENBPA de la Agencia Ambiental, a diferentes departamentos e instituciones gubernamentales.**
- El escenario de visitas incluye:**
 - Empezar con conversaciones breves: establecer el tiempo y el programa de reuniones;
 - Alcance de las impresiones generales sobre taller e informe;
 - Explicar la ENBPA: procedimiento y contenido principal — solicite preguntas;
 - Descubrir las cuestiones importantes para el otro sector en sus políticas y estrategias (es decir, los documentos de estrategia existentes; ¿quién toma las decisiones sobre estas estrategias?, ¿qué puntos de entrada existen?
 - Preguntas: ¿Cuál es su opinión acerca de nuestras primeras ideas? ¿Cómo podríamos formular estos puntos de acción mejor?
 - Preguntas: ¿Cuándo estaría satisfecho su Ministerio con el proceso ENBPA? ¿Qué otras sugerencias tiene? ¿Cuáles deberían ser los próximos pasos?
 - Comunicación de seguimiento sobre textos y acciones finales.

Frits Hesselink, HECT Consultancy, Netherlands and Branka Hlad, Environment Agency, Slovenia

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Preparación de negociaciones enfocadas a soluciones “ganar-ganar” sobre un proyecto nuevo de infraestructura en una zona ecológicamente sensible, con otros ministerios

PROBLEMÁTICA	NUEVA INFRAESTRUCTURA EN UN ÁREA SENSIBLE
<input type="checkbox"/> Preocupación sobre la Biodiversidad	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida de especies • Pérdida de servicios de los ecosistemas • Pérdida de las características del paisaje cultural • Otros conflictos
<input type="checkbox"/> Posibles áreas de negociación	<ul style="list-style-type: none"> • Alternativas a la propuesta de ubicación de la infraestructura • Mejora de la infraestructura con garantías para la diversidad biológica • La compensación de los gastos de reubicación de las especies u otras medidas de mitigación • Compensación a través de una extensión de un área protegida en otro lugar • Criterios de selección que promuevan la transparencia y la consistencia para los futuros proyectos de infraestructura • Mejora del diálogo, las relaciones profesionales y la reputación.
<input type="checkbox"/> Posibles resultados o acuerdos	<ul style="list-style-type: none"> • Soluciones alternativas • La inversión en medidas técnicas para evitar o mitigar los efectos negativos • Especies iguales o servicios de los ecosistemas protegidos en otros lugares para reducir costos* • Acuerdos mutuamente convenidos sobre compensaciones de las medidas de conservación • La mejora de las relaciones profesionales que ofrecen oportunidades futuras de negociaciones de “ganar-ganar”. • Nuevos y mejores criterios para los proyectos de infraestructura. <p style="margin-left: 20px;">* esto no siempre es factible en todas las situaciones</p>

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Integrando la biodiversidad en otros sectores

- 1. Definir objetivos claros para la aplicación de las ENBPA**

 - Aclare de la manera más concreta posible los resultados deseados.
 - Analice los procedimientos de toma de decisiones dentro de su propio Ministerio, la posición del Ministerio en el gobierno y la reputación de esta instancia en la sociedad.
 - Identifique las obligaciones jurídicas y consecuencias políticas de la integración. (* Esto es especialmente importante si las Directrices sobre Hábitats y Aves de la UE están involucradas)
 - Formule un plan para la implementación del CDB y las ENBPA.
- 2. Identificar perspectivas conflictivas e intereses**

 - Identifique a los actores clave más relevantes en otros Ministerios y en la sociedad.
 - Analice y comprenda sus intereses, las responsabilidades, los valores y opiniones.
 - Examine y califique los diversos conflictos (potenciales).
 - Identifique las oportunidades de trabajo de colaboración (por ejemplo, en relación con el desarrollo socioeconómico, la gestión de la cuencas hidrográficas; programas forestales, etc.)
- 3. Establecer un diálogo abierto y eficaz**

 - Desarrolle el respeto y la aceptación entre los Ministerios (las secciones y departamentos dentro de los Ministerios).
 - Consulte con las partes interesadas antes de tomar decisiones definitivas.
 - Piense en el cambio de sus propias actitudes, no trate a los actores clave como “enemigos”; trátelos como “socios”.
 - Promueva la búsqueda conjunta de datos.
 - Llegue a un acuerdo sobre los procedimientos de intercambio de información.
- 4. Desarrollar una gama de alternativas ganar-ganar**

 - Piense acerca de las opciones para resolver situaciones bajo la modalidad de “ganar-ganar”.
 - Considere las opciones a la luz de los problemas y las oportunidades.
 - Enfoque el debate sobre los acuerdos condicionados.
 - Coopere en la elaboración de un acuerdo general que satisfaga los intereses principales de cada grupo.
- 5. Desarrollar un conjunto de criterios para evaluar el éxito**

 - Participe en un diálogo para establecer criterios para evaluar las opciones políticas, de manera objetiva.
 - Focalice la discusión en los criterios de la problemática, y no en cuestiones o puntos de vista personales.
 - Forme “coaliciones” externas con otros socios para apoyar un juicio objetivo.
- 6. Utilizar partes neutrales, como facilitadores, para los debates.**

 - Identifique a personas neutrales para facilitar los debates.
 - Formule de antemano las responsabilidades del facilitador/a.
 - Identifique el procedimiento más eficaz para la facilitación del proceso.
 - Logre la participación de las partes neutrales durante la aplicación de los resultados de las negociaciones.
 - Acepte la responsabilidad de un resultado exitoso.
- 7. Crear una imagen pública positiva a través del uso de los medios de comunicación**

 - Formule una estrategia de comunicación para la ENBPA.
 - Desarrolle contactos pro-activos con los medios de comunicación.
 - Anticipe cómo adaptar su estrategia de medios en caso de que exista publicidad negativa.
 - Asegure publicidad complementaria en la web y otros canales interactivos.
- 8. Organizar el monitoreo, la evaluación y la continuación del diálogo**

 - Llegue a un acuerdo sobre la planificación de la interacción en el futuro, y la manera de monitorear el progreso de las discusiones.
 - Determine quién es el responsable de verificar los resultados.
 - Llegue a un acuerdo sobre los procedimientos para la evaluación conjunta y la continuación de las negociaciones.
 - Dé retroalimentación positiva sobre las negociaciones y las decisiones.
 - Mantenga contacto, con llamadas de teléfono, mensajes de correo electrónico y a través de las oportunidades sociales informales.

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Habilidades de comunicación para el involucramiento efectivo de actores clave y para la integración de la biodiversidad en otros sectores

- 1. Siempre tome la iniciativa**
 - No espere hasta que se encuentre en una posición defensiva.
 - Vea la problemática y las soluciones desde distintas perspectivas.
 - Evite en lo posible que otros dicten los pasos que usted debe tomar en el proceso.
- 2. Oriente el proceso hacia los resultados**
 - Desarrolle alternativas reales para los problemas, en una etapa temprana.
 - Concéntrese en las soluciones y no sólo en el análisis y en las teorías.
 - Enfóquese en acciones que ayuden a lograr los resultados deseados.
- 3. Apunte al consenso**
 - Desarrolle un acercamiento para la construcción de relaciones profesionales de confianza.
 - Escuche con atención y trate de entender los distintos intereses.
 - Desarrolle opciones para dar cabida a estos intereses.
- 4. Actúe de manera responsable**
 - Compórtese de la manera en que desea que los demás lo hagan.
 - Evite el comportamiento y lenguaje de expertos.
 - Trabaje en el marco de su mandato.
 - Sea abierto y explícito sobre los motivos de sus acciones.
- 5. Invierta en su credibilidad**
 - Siempre consulte con otras personas (interna y externamente) antes de tomar una decisión.
 - Sólo involúcrese en compromisos realistas.
 - Sea transparente.

¿Cómo integrar la biodiversidad en otros sectores?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Preparando las negociaciones

Quién debe realizar la negociación

Decida si utilizar una persona o un equipo; nombre a la persona, o al equipo y determine el papel que cada uno de los miembros va a tener; decida el nombre de la persona que toma la decisión final sobre las negociaciones.

Verifiquemos la información de la otra parte

- Revise los contactos hechos en el pasado con el otro Ministerio o departamento. Haga una lista de los tres elementos más importantes, con sus razones, sobre el tema a ser debatido.
- Revise la situación financiera del otro ministerio y la forma en que afecta a sus consideraciones.
- Averigüe qué tipo de personas son los negociadores.
- ¿Cuál es su relación con la problemática?
- ¿Qué es más importante para el negociador o negociadora?
- ¿Qué alternativas a nuestras ideas y sugerencias están disponibles para ellos?
- ¿Quién toma las decisiones? ¿Estas personas estarán en las negociaciones?
- ¿Cuáles son sus expectativas de esta reunión?

Revise las consideraciones que son clave desde el punto de vista de nuestra Agencia

- ¿Cuál es nuestra mutua comprensión sobre la misión y los objetivos?
- ¿Cuáles son los aspectos y cuestiones esenciales para nosotros?
- ¿Cuáles son los principales aportes y resultados que queremos?
- ¿Qué factores afectan a nuestro calendario para lograr la resolución del problema?
- ¿Cuáles son las potenciales áreas de responsabilidad con respecto a posibles decisiones?

Definamos su posición:

- ¿Qué queremos? Defina:
 - la posición;
 - la meta a alcanzar;
 - el resultado mínimo aceptable.
- Puntos clave o ítems para un borrador de acuerdo para formalizar las negociaciones.
- El tipo de cooperación que deseamos lograr con la otra parte.
- ¿Qué alternativas tenemos?

Compruebe la preparación de la sesión de negociación

- Agenda acordada
- Ensayar las negociaciones (decidir con qué preguntas se iniciarán las negociaciones)
- El entorno de la negociación — la adecuación del tamaño de la sala, distribución de los asientos, el acceso a teléfonos, fotocopadoras, fax, secretaría de apoyo, etc.
- ¿Hay distracciones en el área de reunión, de ruido, luz, o temperatura?
- Disposiciones para el café y cualquier otro arreglo especial en el lugar.

**¿Cómo inspirar a la prensa?
¿Cómo trabajar con los medios
de comunicación?**

¿Cuán importante son los medios de comunicación?

La opinión pública es un elemento importante para influir en las políticas. La opinión pública puede ser tan fuerte que presiona a las personas encargadas de tomar decisiones del gobierno y del sector privado para que cambien sus políticas y prácticas.

Los medios de comunicación — la prensa, a través de la radio o la información en formatos electrónicos — son un medio importante de información para una gran parte del público y permiten estimular el diálogo sobre un tema dado, en la sociedad. La “prensa” incluye a las personas que participan en la publicación de periódicos y revistas de noticias, así como aquellos involucrados en la radiodifusión y en los medios digitales.

El trabajo con la prensa es una tarea primordial para los Puntos Focales del CDB y para las personas que coordinan las ENBPA. Para saber cómo inspirar a la prensa sobre su problema, es importante entender el mundo de los medios de comunicación.

En la mayoría de los países desarrollados, donde hay muchas opciones para adquirir la información, los medios de comunicación ya no tienen un papel tan importante en conducir la opinión pública o para generar cambios de comportamientos.

ALGUNOS HECHOS ACERCA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUROPA

	1960	2004
Canales de televisión por hogar	5.7	82.4
Títulos de revistas	8.400	17.300
Estaciones de radio	4.400	13.500
Estaciones de Internet		25.000+
Páginas indexadas de Google		4.4 billones

En los países ricos en biodiversidad, orgullosos de sus tesoros naturales, los medios de comunicación siguen ejerciendo cierta influencia en la toma de decisiones. También desempeñan un papel importante en el fomento de la conservación y alientan a los gobiernos a hacerlo. Los medios de comunicación pueden recurrir todavía al orgullo nacional mediante publicaciones o transmitiendo información acerca de la naturaleza con una perspectiva positiva.

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cuáles son las tendencias en los medios de comunicación?

La industria de los medios utiliza una amplia gama de aproximaciones para la distribución de información sobre el medio ambiente a sus públicos en un mundo con alrededor de 6,4 mil millones de habitantes. Los enfoques varían según el país, región o incluso dentro de un mismo país.

En Asia, África o América Latina, especialmente en las zonas rurales distantes, la radio sigue siendo la fuente más importante de información.

En un mismo país puede haber grandes contrastes entre los medios de comunicación disponibles en áreas rurales y urbanas, como resultado de la rápida difusión de innovaciones como el Internet, los teléfonos móviles, los I-teléfonos y los dispositivos Blackberry en las zonas urbanas. Algunos de los medios de rápido cambio en términos de las modalidades y siglas utilizadas de los medios de comunicación, se listan a continuación:

LAS MODALIDADES DE LOS MEDIOS Y LOS HÁBITOS ESTÁN CAMBIANDO CADA DÍA...				
TiVO	CDRom	Chateo	Skype	Juegos en línea
DVD	HDTV	Wikis	PSP	Flickr
MP3	UMTS	Podcasting	ADSL	DTV

La competencia por la atención de las personas es enorme.

La “anarquía de la información” del Internet ha afectado a la industria de las noticias. Los medios de comunicación ya no actúan como un “filtro” de la información para el público en general. Los consumidores y consumidoras tienen cada vez más control de lo que desean leer o ver. Los consumidores pueden “navegar” a través de la amplia gama de canales disponibles en la televisión y encontrar programas de interés. Las personas que consumen noticias pueden mantenerse actualizados a través de las noticias de una variedad de periódicos, la radio y la televisión de todo el mundo en Internet. El Internet proporciona una gran fuente de información. De hecho, las personas que consumen noticias pueden crear su propia página web hecha en un formato de revista de estilo y proporcionar comentarios sobre las noticias o la política. Este es un weblog — comúnmente conocido como “blog”, lo que puede incluir audio o “podcasts”. Se estima que hay alrededor de 60 millones de blogs que forman lo que se llama medios de comunicación social.

¿Qué debemos entender para poder relacionarnos con los intereses de los medios de comunicación?

¿Qué piensan los expertos o expertas en biodiversidad acerca de los medios de comunicación?

Una gran cantidad de personas expertas en diversidad biológica, en particular los científicos, sienten que los medios de comunicación pueden y deben jugar un papel más dominante en el posicionamiento de la importancia de la biodiversidad en la sociedad, y en moldear las percepciones y actitudes más positivas hacia conservación. Algunas personas expertas ven a la prensa como enemigos, que carecen de interés en la biodiversidad, están sesgados en contra de ésta, y dan noticias desfavorables y poco amigables sobre la biodiversidad.

Sin embargo, los científicos y científicas también tienen que ser educados acerca de cómo funcionan y cómo tratar con los medios de comunicación

Las personas expertas atribuyen esta falta de atención de los medios a la ignorancia acerca de la diversidad biológica, y abogan fuertemente sobre la necesidad de ‘educar’ a los medios de comunicación.

¿A qué retos se enfrentan los medios de comunicación?

El Internet ha aumentado significativamente la competencia entre los medios de comunicación. Nuevos canales de televisión compiten con los canales tradicionales y con el Internet. Los editores de prensa son asediados con información y todavía tienen que hacer frente a una continua disminución de suscriptores y anunciantes. Enfrentados a la necesidad de vender sus periódicos, buscan información que les ayude a hacerlo.

En los países desarrollados los periódicos pierden más y más suscriptores porque ahora leen noticias gratis en la web. La gente no lee más de un 10% de un periódico y menos del 0,1% de lo que se ofrece ahora en la televisión. ¡Es por eso que la competencia es tan fuerte en el mundo de los medios de comunicación!

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo llegar? ¿A qué apelar?

Comprender las presiones que enfrentan los medios de comunicación pone de manifiesto el reto de ofrecer información sobre la biodiversidad al público. Las noticias sobre biodiversidad tienen que competir con el terrorismo, los conflictos, las cuestiones sociales, la economía, la política local y el deporte en los medios de comunicación.

En países ricos en biodiversidad, como Brasil, las cuestiones de diversidad biológica todavía figuran entre los principales intereses. Esto hace que publicar o transmitir información al aire sea más fácil, teniendo en cuenta que las historias deben ser atractivas para el público.

En contraste, la mayoría de las personas en los países desarrollados perciben la pérdida de la diversidad biológica como un hecho “triste, pero qué le vamos a hacer”, pues también está ocurriendo en otros lugares. La gente siente una falta de control personal para detener la pérdida de biodiversidad, así que estas problemáticas son más propensas a ser sustituidas por incidentes de horror que ocurren cerca de casa, accidentes nucleares, terrorismo o incluso el cambio climático.

NOTICIAS NECESARIAS PARA LA CIUDADANÍA URBANA

Maslow desarrolló el concepto de las jerarquías de las necesidades de las personas. El diagrama de la pirámide de Maslow indica que las necesidades básicas tienen que ser satisfechas antes de pasar al segundo nivel. En Europa y otras sociedades altamente urbanizadas, las personas que consumen no están preocupadas excesivamente por la satisfacción de las necesidades fisiológicas básicas, pues éstas ya están satisfechas. El consumidor o consumidora está más centrado en las necesidades sociales de aceptación, estima o auto-perfeccionamiento. Esto significa que un ciudadano o ciudadana de un país desarrollado tiene que ser abordado en los medios de comunicación como un “consumidor ya interesado”.

Las personas con capacidad de consumo prefieren a las celebridades de la televisión o del cine, y seleccionan los criterios de exclusividad y conveniencia. Son partidarias de la aventura más que de los discursos de severos científicos o expertos poco sonrientes. Este grupo social prefiere que los portavoces de la biodiversidad sean personas con las que se identifiquen. Las historias contadas por gente interesante puede tener una probabilidad mucho mayor de ser utilizadas con éxito por los medios de comunicación.



PIRÁMIDE DE MASLOW

La pirámide de Maslow muestra la jerarquía de las necesidades de las personas. Después de que las necesidades básicas de alimentación y vivienda están aseguradas, a continuación, se interesan por la aceptación social, por sentirse apreciados y por su desarrollo personal. Para obtener la atención y el interés, los medios de comunicación suelen centrar sus mensajes en estas necesidades.

AUMENTANDO EL INTERÉS DE LOS MEDIOS

El uso de personas de alto perfil para difundir un mensaje puede ser muy eficaz. Sin embargo, es necesario que usted tenga cuidado al seleccionar al portavoz — tiene que ser alguien con una verdadera comprensión de la problemática.

La vinculación de su historia a otros eventos, como el lanzamiento internacional de la Lista Roja de la UICN, también es una buena forma de promover una historia.

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo acercarse a la prensa?

Es importante adoptar una perspectiva a largo plazo para desarrollar las relaciones con la prensa y para inspirar a los y las periodistas a apreciar mejor los temas relacionados con la diversidad biológica.

Algunos puntos clave a tener en cuenta son:

- Es primordial crear un clima de confianza con la prensa o profesionales de los medios;
- Invierta en el establecimiento de relaciones personales con periodistas y editores o editoras.

Ganar la confianza de las personas especializadas en hacer reportajes abre nuevas perspectivas. Los reporteros, hombres y mujeres, siempre están buscando nuevos contactos y fuentes, lo cual incluye fuentes que les expliquen mejor temas relacionados con la biodiversidad.

ALGUNOS PASOS PARA APROXIMARSE A PERSONAS ESPECIALIZADAS EN HACER REPORTAJES Y PERIODISTAS

- Identifique los nombres y contactos de las personas que se ocupan de producir historias sobre medio ambiente, la conservación, la ciencia, la salud en los diferentes medios de comunicación.
- Invítelos a eventos de tal manera que entiendan mejor el tema, y así podrán identificar a personas interesantes que pueden ser entrevistadas.
- Lleve a las personas dedicadas al periodismo a salidas de campo, para que tengan una experiencia de primera mano sobre temas de biodiversidad.
- Comprenda y acepte el hecho de que los y las periodistas tendrán un menor nivel de conocimiento sobre la biodiversidad que usted. Una persona que realiza reportajes, por lo general, no puede dedicarse demasiado tiempo al estudio.
- Describa con claridad los temas.
- Evite un tono didáctico o de predicación. Las personas dedicadas al periodismo son muy rápidas y aprenden mucho más rápido de lo que usted piensa.

¿Debemos invitar a la prensa a reuniones y eventos de ENBPA?

¡Por supuesto! Incluya a la prensa. Algunos expertos o expertas en biodiversidad, consideran que los y las periodistas malinterpretan un tema complicado o escriben negativamente acerca de la conservación y por lo tanto evitan invitar a los medios a las reuniones. Prefieren que los medios divulguen su historia una vez que los artículos o informes científicos hayan sido publicados.

La mejor forma de ganar espacio con los medios de comunicación es establecer una relación franca y abierta con los y las periodistas. Una buena forma para involucrar su interés es invitándoles y proporcionándoles informes científicos o material con referencias antes de las reuniones. Si es posible, previo a la reunión, dé una breve exposición a los medios sobre temas que se tratarán en la reunión.

¿Por qué las salidas de campos son cruciales?

En los países ricos en diversidad biológica, las noticias más importantes están en las provincias y no en las ciudades. Una persona dedicada al periodismo, con base en una gran ciudad, puede no comprender plenamente la importancia de la diversidad biológica hasta que él o ella van hacia donde está la acción. Sin embargo, los medios de comunicación por lo general destinan pocos recursos para enviar reporteros a lugares lejanos para cubrir historias sobre la diversidad biológica. Una buena solución es proporcionar a los y las periodistas interesantes viajes de campo, patrocinados por una respetada organización, centrada en cuestiones de conservación. Al financiar las expediciones se presenta una oportunidad única para que los/as profesionales viajen y encuentren varias historias de interés, superando la falta habitual de fondos en las agencias de prensa.

LA VENTAJA DE LAS SALIDAS DE CAMPO

Al pagar los billetes de avión, el transporte local, alojamiento y comidas para los y las periodistas de un periódico o estación de televisión, se supera el primer obstáculo sobre destinar fondos para viajes distantes y se puede obtener historias interesantes sobre la biodiversidad.

Financiar los viajes proporciona las siguientes ventajas:

- Una oportunidad única para que un/a periodista viaje;
- Un reportaje único para el medio de comunicación, sin ningún gasto de fondos;
- Una mayor comprensión por parte de los/as periodistas sobre diversos temas;
- Más atención de los medios hacia temas de conservación y sobre las organizaciones patrocinadoras, que financiaron el viaje.

Invierta en periodistas que tienen una buena capacidad, interés y motivación para desarrollar las historias. Sin embargo, el viaje no garantiza que el o la periodista regrese con una buena historia.

¿Cómo lidiar con historias “negativas” en los medios de comunicación?

Si la historia divulgada en la radio o en medios impresos parece ser “mala propaganda” no cierre la puerta al periodista. Llámelo y propóngale otras historias y ofrézcale un mayor número de materiales. Evite la confrontación.

Si esto no funciona, tenga una actitud positiva con respecto a la “crisis”. Por lo menos su historia está en los medios, y como suelen decir “ninguna publicidad es mala publicidad”.

¿Cómo puede evitar las personas especializadas en realizar reportajes “tergiversen” la historia?

La mayoría de las historias tergiversadas se deben a que el o la periodista no tuvo tiempo suficiente o la capacidad para escribir una buena historia. Para impedir que esto suceda:

- trabaje con los y las reporteros que usted confía y con especialistas con quienes se tenga una buena relación;
- comparta toda la información que tenga sobre ese tema;
- proporcione un claro comunicado de prensa presentando los temas y toda la información que tenga como mapas, cartas, fotos, datos y gráficos.

¿Cómo puede evitar que las personas especializadas en realizar reportajes y/o editoriales simplifiquen y modifiquen las historias?

Dé seguimiento a una historia que ha sido presentada de una manera simple, a través del lanzamiento de una historia más completa al día siguiente. El seguimiento también podría darse a través de una opinión editorial. Normalmente, al siguiente día que sale una historia, las personas encargadas de hacer editoriales buscan gente con experiencia para ampliar el tema.

Es importante crear relaciones fuertes y fiables con los medios de comunicación. Siempre que sea posible trabaje con personas especializadas en realizar editoriales y reportajes. Ofrezca nuevas oportunidades a estas personas profesionales para que comprendan mejor las cuestiones de biodiversidad e invítelos a salidas de campo.

¿Cuál es el papel de las herramientas visuales?

El material gráfico, como mapas, fotografías o imágenes de vídeo, son muy importantes para todos los medios de comunicación. Trate de ser creativo en el uso de imágenes. Las imágenes de la biodiversidad suelen ser muy adecuadas para la televisión, y el proporcionar imágenes de buena calidad a los medios, ayuda a que su historia se difunda. Una vez más, una buena relación con las personas especializadas en realizar reportajes de televisión y con productores y productoras de cine, alienta a las redes de los medios de comunicación a producir y difundir programas de conservación de la naturaleza.

¿Por cuánto tiempo recuerda el público una historia?

Las personas son bombardeadas con tantos mensajes en un día, que su mensaje no podrá permanecer como prioridad. Si su historia es olvidada, la buena noticia es que dos días después las versiones escritas son puestas en Internet (aún las historias de radio como las de televisión). La historia se mantiene en línea durante varios años a disposición de las personas para leer sobre el problema.

Al hacer recortes de prensa y fotocopias de los artículos disponibles, se proporciona una oportunidad para que las personas lean sobre estos temas en otras ocasiones.

EJEMPLO: Salida de Campo al Chocó ecuatoriano

En julio del 2006, supervisé la organización de un viaje con periodistas al Chocó, una región rica en biodiversidad en el Ecuador, al borde de la costa del Pacífico. Un grupo de 19 profesionales de los medios, en representación de periódicos, revistas, radios y televisión, participaron en una visita de cuatro días.

El primer día estaba reservado para viajar de Quito a San Lorenzo, seis horas de viaje bajando por los Andes. Especialistas en biología que acompañaban a los y las periodistas y explicaban sobre la devastación de la región Andina, así como el proceso de destrucción de la selva tropical del Chocó.

En el segundo día se realizaron debates cerrados para que los y las participantes intercambien sus experiencias y se pidió a las personas especializadas en biología de Conservación Internacional, y a otros actores locales, que presenten sus casos e historias. Cada uno hizo hincapié en la importancia de proteger los ecosistemas frágiles.

Durante el tercer día, el grupo visitó la Reserva Ecológica Cayapas-Mataje, un área protegida nacional de 50.000 hectáreas, creada para detener el desarrollo de la industria camaronera en la región.

En la reserva, los y las periodistas fueron a Pampanal de Bolívar, un pueblo de pescadores. Allí entrevistaron a funcionarios y funcionarias locales y pescadores, quienes les explicaron la forma en que lucharon contra las empresas camaroneras que estaban destruyendo el ecosistema. También discutieron con la gente local sobre las ventajas y desafíos que tenían debido a la presencia de la reserva.

Los profesionales de los medios también vieron de cerca el trabajo de un grupo de mujeres que se dedican a la recolección de moluscos en el manglar, llamadas “concheras”. Fotografiaron a las mujeres durante el trabajo y aprendieron de primera mano acerca de su estilo de vida y sobre las dificultades que enfrentan.

En el último día tuvimos una reunión de recapitulación, donde nos comprometimos a mantenernos en contacto, por lo menos durante un año. El resto del día se dedicó al viaje de regreso a Quito. La evaluación de la visita de campo recibió altas calificaciones.

Aportado por Haroldo Castro, ex Vicepresidente de Comunicación Global de Conservación Internacional y miembro del Comité Directivo CEC, UICN.

EJEMPLO: ¿Cómo inspirar a los periodistas mediante la utilización de premios?

El Premio “Reportaje sobre la Biodiversidad” (PRB) comenzó en 1999, y tiene los siguientes objetivos:

- Aumentar la cantidad de reportajes ambientales;
- Mejorar la calidad de reportajes ambientales a través del desarrollo de capacidades y de entrenamiento;
- Reconocer el excelente trabajo de periodistas que cubren los principales temas ambientales, y estimularles para que continúen con sus esfuerzos;
- Fortalecer la relación entre la conservación y los medios de comunicación.

En 2006, el Premio fue co-organizado por Conservación Internacional (CI), la Fundación Biodiversidad (parte del Ministerio de Medio Ambiente en España), el Centro Internacional para Periodistas (CIP) y la Federación Internacional de Periodistas Ambientales (FIPA).

El octavo premio en el año 2006 recibió un total de 588 artículos, presentados por 363 periodistas de 148 medios de comunicación de América Latina y Madagascar. La página web del Premio al Reportaje sobre Biodiversidad (www.biodiversityreporting.org) recopila más de 1900 artículos ambientales, escritos en cuatro idiomas por unos 800 periodistas.

Los componentes clave para el éxito son:

- La creación de alianzas sólidas entre las organizaciones relacionadas con el periodismo ambiental y aquellas dedicadas a la conservación de la biodiversidad;
- El uso del Internet como principal plataforma, para la reducción de costos y para estimular todos los procedimientos, desde la disseminación de la información hasta el diseño de un proceso claro para los y las jueces del concurso;
- La invitación a expertos y expertas a formar parte del jurado, para evaluar los premios nacionales. Estos periodistas ambientales y académicos de gran experiencia, han donado su tiempo y experiencia para evaluar los artículos.
- Las personas ganadoras de cada uno de los países, obtienen un viaje con todos los gastos pagados para participar en una conferencia internacional sobre medios de comunicación que trata sobre temas de medio ambiente o conservación.
- La organización de ceremonias de entrega de premios en cada uno de los países del PRB. Los eventos son reuniones nacionales de alto perfil, en donde se reconocen a los y las mejores periodistas y también el compromiso de los medios de comunicación con la conservación.

Aportado por Haroldo Castro, creador y Director Ejecutivo del “Premio al Reportaje sobre Biodiversidad” 1999-2006

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Salidas de campo para periodistas

Antes del viaje

- Seleccione un grupo de periodistas (entre 4 -20), que estén personalmente interesados en viajar y escribir sobre los temas de biodiversidad presentes en la localidad de destino.
- Compruebe su disponibilidad para viajar durante las fechas que usted planea.
- Envíe una carta de invitación formal a las personas especializada en producir editoriales, indique que es una invitación de carácter personal para el o la periodista.
- Prepare materiales relacionados con el viaje, incluyendo hojas de datos, mapas, gráficos, fotos, video, etc.
- Confirme la participación en varias ocasiones, concretamente antes de comprar el billete de avión, y uno o dos días antes de la salida.

Durante el viaje

- Tan pronto como sea posible, informe a los y las periodistas sobre el programa y distribuya el material adecuado.
- No trate de proteger a los y las participantes ni trate de manipular sus intereses. Sea honesto, y entienda que las personas especializadas en periodismo aprecian en gran medida su libertad.
- Organice encuentros informales entre periodistas y dirigentes locales, y siempre destaque los temas de la historia y los principales actores involucrados.
- Incite a conversaciones y discusiones entre los y las participantes. A pesar de que es un viaje, no es un tiempo para vacaciones y deben usar cualquier momento libre para aprender e intercambiar ideas.
- Organice una reunión final antes de abandonar el lugar, asegurándose de que compartan los pros y los contras del viaje. No esté a la defensiva y escuche todos los comentarios, ya que esto ayudará a la planificación de futuras salidas de campo.

Después del viaje

- Explique que tienen completa libertad para escribir lo que quieran sobre el tema y que usted está disponible para dar información adicional.
- Pida que le envíen una copia de la publicación, una grabación de radio o un clip de vídeo, o un enlace a Internet de la historia que se publicará, ya que los necesitará para realizar un informe.
- Dé seguimiento a todas las personas que han participado en el viaje, y asegúrese de que tengan todo el material para publicar una buena historia.

Aportado por Haroldo Castro, miembro del Comité Directivo de CEC, UICN.

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo identificar una “noticia” con valor periodístico sobre temas de biodiversidad?

Criterios de proximidad

Una persona especializada en periodismo prefiere cubrir un evento de su región porque los lectores y lectoras prefieren leer sobre su pueblo en lugar de leer sobre un país lejano. Esto es lo que los medios llaman “*la regla de los muertos por kilómetro*”: Una persona que es asesinada a un kilómetro de distancia, equivale a 4000 personas asesinadas a 4000 kilómetros de distancia. La proximidad también puede ser geográfica, cronológica, social y psico-afectiva.

Criterios de identificación

Menos del 2% de los medios de comunicación cubren temas de ambiente, debido a la dificultad de disponer de lectores que se identifiquen con la conservación. Para hacer la historia más relevante, las personas profesionales en comunicación ambiental deben tratar de encontrar un rostro humano o interés detrás de la historia o de los mensajes.

Criterios de noticias

Las noticias siempre se refieren a algo nuevo. Lo que se refiere a hoy es más interesante que el día de ayer, pero menos que mañana. Las noticias son como una mariposa, algo agradable, pero que fallece en dos días.

Criterios de sorpresa

Según una encuesta reciente, la gente recuerda sólo el 7% de un programa de noticias de TV, apenas dos horas después de que haya sido transmitido. Recuerdan lo que les sorprende por una razón u otra. La frase utilizada en las escuelas de periodismo para ilustrar este hecho es: “*Si un perro muerde a un hombre, no es noticia. Si un hombre muerde a un perro, se convierte en noticia*”. Esta es una norma fundamental que hace que un comunicador sea un cazador de historias.

Criterios de “contar una historia”

Esto es válido en particular para largometrajes. Un mensaje, ya sea ambiental, político o humanitario, se explica a través de una historia. Por ejemplo, no diga que un río está muy contaminado. Trate de contar la historia de una tribu de pescadores, cuya frágil existencia se ve amenazada por la pérdida de peces debido a la fuerte contaminación del río.

Josué Anselmo, ex oficial de la UICN medios de comunicación

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Cómo escribir un comunicado de prensa?

Las agencias de noticias, como Reuters o AFP, producen noticias instantáneas, que se actualizan continuamente. Las agencias de noticias prestan sus servicios a los medios de comunicación mundiales de los gobiernos/Naciones Unidas/empresas/bancos, etc.

AFP recibe decenas de comunicados de prensa por día y envía a sus periodistas a varias conferencias de prensa por día en cada ciudad principal. Esto ilustra la competencia entre los proveedores de información y la necesidad de centrarse en el envío de noticias existentes e inteligentes. Un comunicado de prensa debe tener un gran ángulo como noticia, debe ser claro, conciso y breve.

Directrices para la redacción de un comunicado de prensa:

- No usar un lenguaje técnico, máximo 400 palabras y siete párrafos;**
- Incluir un elemento/contexto humano;**
- Proporcionar ejemplos concretos, las cifras son bienvenidas, siempre use frases que muestren proporciones como “lo que equivale a...”**
- 1er párrafo — El ángulo de la noticia en la parte superior, poner claramente en la introducción el nombre de la fuente;**
- 2do párrafo — Desarrollar la idea principal;**
- 3er párrafo — Hacer una cita directa para asegurar la idea principal;**
- 4to párrafo — Poner algunos antecedentes para dar contexto;**
- 5to párrafo — Poner una segunda cita si es necesario;**
- 6to párrafo — Utilizar una perspectiva más amplia y una visión para el futuro;**
- Poner el contacto de la persona y detalles, quien debe estar en capacidad de responder lo antes posible.**
- Los comunicados de prensa deben ser enviados preferentemente por correo electrónico o fax.**

Josué Anselmo, ex oficial de medios de comunicación unidad de la UICN

¿Cómo inspirar a la prensa?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: ¿Por qué preocuparse por la biodiversidad?

- Los seres humanos dependen de la diversidad biológica, ya que ésta nos provee de alimentos, medicinas y materias primas, y ofrece muchos otros bienes y servicios que apoyan el mantenimiento de la vida humana. Los bosques, por ejemplo, proporcionan madera, oxigenan el aire, purifican el agua, previenen la erosión y las inundaciones, moderan el clima, y convierten los residuos en nutrientes o materias primas, como el petróleo y el gas.
- Las personas expertas en esta temática estiman el valor de los bienes y servicios proporcionados por los ecosistemas en € 26 trillones al año, dos veces el valor de la producción fabricada por las sociedades humanas por año.
- Entre 10.000 y 20.000 especies de plantas se utilizan en medicamentos en todo el mundo.
- La fragmentación del hábitat, la degradación y la pérdida de bosques, humedales, arrecifes de coral y otros ecosistemas son la mayor amenaza para la diversidad biológica. Con la pérdida o degradación de los hábitats, las especies vegetales y animales desaparecen. Por ejemplo, los bosques contienen muchas de las especies terrestres conocidas, pero aproximadamente el 45% de los bosques originales de la Tierra han sido clareados. La mayor parte de esta destrucción sucedió durante el siglo pasado.
- Las especies han venido desapareciendo entre 50 y 100 veces más rápido que la
- tasa natural, y se prevé que aumentará en forma dramática. Basados en las tendencias actuales, se calcula que 34.000 especies de plantas y 5.200 especies animales (incluyendo uno de cada ocho especies de aves en el mundo) se enfrentan a la extinción. Además de la pérdida y degradación del hábitat, las especies exóticas invasoras se han convertido en una importante amenaza para las especies nativas, debido a que sus hábitats naturales han sido colonizados.
- Los cambios atmosféricos a nivel mundial, como el agotamiento de la capa de ozono y el cambio climático, aumentan la presión sobre las especies amenazadas. Una capa cada vez más delgada de ozono permite que más radiación ultravioleta-B alcance la superficie terrestre y dañe a los tejidos vivos. El calentamiento global ya está cambiando los hábitats y está teniendo impacto en la distribución de las especies.
- La diversidad agrícola que se ha desarrollado a lo largo de miles de años a través del cultivo de plantas y domesticación de animales se está perdiendo. Esto se debe principalmente a la agricultura comercial moderna que se centra en relativamente pocas variedades de cultivos y un reducido número de razas de animales.

Comisión Europea, Comunicado de prensa sobre “La pérdida de la biodiversidad: datos y cifras”, 2004

¿Cómo integrar la biodiversidad en los programas escolares?

¿Cómo integrar la biodiversidad en los programas escolares?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Qué estrategias se pueden utilizar para integrar la biodiversidad en los programas escolares?

Así como la persona coordinadora de la ENBPA quiere incorporar la biodiversidad en los medios de comunicación y en otros sectores del Gobierno, y apoyar que estos sectores tomen en cuenta este tema y lo integren a su práctica, también se necesita de una estrategia para trabajar con el sector educativo.

Los Puntos Focales del CDB y las personas encargadas de la coordinación de las ENBPA tienen básicamente dos estrategias para integrar la diversidad biológica en el sistema de educación formal de primaria, secundaria y educación terciaria, posicionando la biodiversidad como:

1. un área de contenido separada en el currículo;
2. como un componente de la educación ambiental para la sostenibilidad (EAS) o de la educación para el desarrollo sostenible (EDS).

La educación sobre la biodiversidad como un contenido separado

La ventaja de tener a la biodiversidad como un contenido aparte es que hay un control sobre la forma de introducir aspectos importantes de ésta en el sistema educativo formal. Este enfoque trata de apoyar y equipar a los profesores y profesoras con las habilidades y con la comprensión necesaria para incluir los aspectos científicos, económicos y sociales relacionados con la conservación de la diversidad biológica en sus programas de educación. La desventaja de esta estrategia es que la diversidad biológica tiene que competir con muchos otros 'intereses' del sistema formal de educación, el cual ya ha sido 'bombardeado' (por ejemplo, con temas sobre la paz, la salud, el ajedrez, el SIDA, la violencia, etc.)

La biodiversidad como un componente de la EDS

La ventaja de posicionamiento de la diversidad biológica como un componente de la educación ambiental para la sostenibilidad o de la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS), es que en la actualidad esta aproximación está en la agenda de los Ministerios de Educación, ya que muchos gobiernos y organizaciones educativas están participando en el Decenio de Naciones Unidas para la Educación sobre el Medio Ambiente Desarrollo (2005-2014). La EDS habilita a las escuelas y a las instituciones de educación superior para que participen en programas de acciones concretas que involucran a la comunidad más amplia en el proceso educativo. La desventaja es que hay poco control en cuanto tratamiento de la diversidad biológica, y sobre cuánto de este tema en realidad se impartirá en el aula.

¿Cómo integrar la biodiversidad en los programas escolares?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo llevar adelante la estrategia?

Defina un objetivo estratégico

Es importante formular un objetivo estratégico global para la utilización de cualquiera de los dos enfoques — la educación sobre la diversidad biológica como un contenido independiente o como parte de la EDS. Por ejemplo: “los y las estudiantes al final de su educación — antes de entrar en el mercado laboral — tienen las competencias necesarias para tomar decisiones informadas en sus puestos de trabajo, lo cual tendrá un impacto positivo sobre la biodiversidad y el desarrollo sostenible “. A partir de esta formulación, los objetivos específicos son desarrollados para las diferentes asignaturas en la educación primaria, secundaria y terciaria.

Enfoques de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba

La EDS o la educación sobre la biodiversidad pueden ser introducidas en el sistema de educación formal mediante el uso de enfoques de arriba hacia abajo o de abajo hacia arriba. En el enfoque de arriba hacia abajo, el sistema de enseñanza oficial dirige a las escuelas para que incluyan la nueva área de contenido. Mientras que en el enfoque de abajo hacia arriba, son las escuelas las que demandan por esta área de contenido.

¿De qué se trata el enfoque de arriba hacia abajo o estrategia “de empuje”?

En el enfoque de arriba hacia abajo el Ministerio de Medio Ambiente trabaja en asociación con el Ministerio de Educación, conjuntamente con instituciones que desarrollan los planes de estudio, autores y autoras de publicaciones sobre educación, compañías editoriales, instituciones de formación de profesores, e inspectores e inspectoras escolares. Se provee a las escuelas con material relevante, los docentes son capacitados en la aplicación de los nuevos métodos y contenidos y se realizan exámenes de conocimiento sobre éstos. Este proceso tarda por lo menos cinco a diez años para ser aplicado plenamente. Invariablemente esta colaboración se basa en los años de trabajo que han llevado adelante las ONGs, relacionados con la educación sobre diversidad biológica, EDS o por los maestros y maestras y las escuelas pioneras.

LOS ACTORES CLAVE EN EL ENFOQUE DE ARRIBA HACIA ABAJO

- Ministerio de Educación
- Instituciones que desarrollan planes de estudio o currículo escolar
- Instituciones que forman profesores/as
- Consejos de evaluación
- Inspectores/as de educación
- Editoriales de material educativo
- Organizaciones profesionales de docentes

¿De qué se trata el enfoque “de abajo hacia arriba” o estrategia de “halar”?

En el enfoque de abajo hacia arriba, el Ministerio de Medio Ambiente en colaboración con el Ministerio de Educación, estimulan la formación y el mantenimiento de redes de escuelas que trabajan en educación sobre la diversidad biológica o en EDS. Las redes pueden ser de carácter nacional o pueden estar vinculadas a iniciativas internacionales (por ejemplo, Globe, ENSI, FEEE, etc.), donde se descarga la información para tareas y actividades de aula del Internet. Las redes electrónicas entre escuelas permiten el intercambio de resultados, informes y discusión de los proyectos de los y las estudiantes. La radio y la TV son medios eficaces para incentivar a las escuelas a participar. Los instrumentos de auto-evaluación que permiten a los profesores y profesoras comprobar la eficacia de sus aptitudes en EDS o biodiversidad también son formas populares para estimular la demanda por parte de la comunidad de docentes.

Combinación de enfoques

A menudo, los Ministerios de Medio Ambiente y de Educación aplican una combinación de enfoques para ahorrar tiempo y no volver a escribir los programas de estudio e institucionalizar nuevos contenidos en el sistema. Para influir en el contenido utilice momentos estratégicos, como por ejemplo, cuando se está haciendo la actualización de un tema en los planes de estudio, o aproveche la inclusión de ciertos temas en la agenda política, como los temas relacionados con el cambio climático, para inyectar cambios en este ámbito.

EJEMPLO: Redes de Educación Ambiental

ENSI es una red internacional de gobiernos, establecida bajo los auspicios de la OECD-CERI (Centro de Educación, Investigación e Innovación), en 1986. La secretaría internacional se encuentra en Solothurn, Suiza. Durante el último año, ENSI ha desarrollado una asociación oficial con la UNESCO en el marco del Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible (DEDS ONU) y la Comisión Económica de Naciones Unidas para Europa (UNECE), en relación con la estrategia de UNECE sobre Educación para el Desarrollo Sostenible.

ENSI reúne iniciativas escolares, autoridades escolares, formación de docentes, institutos de investigación educativa y otros actores clave provenientes de más de veinte países de todo el mundo, y cada vez hay más miembros. Su negocio principal es la investigación en temas de vanguardia y la política de reflexión en el ámbito de la Educación para el Desarrollo Sostenible — www.ensi.org

GLOBE (Aprendizaje Global y Observaciones para Beneficio del Medio Ambiente) es un programa educativo y científico internacional de metodología activa, para las escuelas primarias y secundarias. — www.globe.gov/

GLOBE proporciona a los y las estudiantes la oportunidad de aprender a:

- Tomar mediciones científicas válidas de la atmósfera, hidrología, los suelos y la cubierta terrestre — en función de sus planes de estudio locales.
- Presentar informes de sus datos a través del Internet.
- Publicar sus proyectos de investigación sobre la base de datos y protocolos de GLOBE.
- Colaborar con la comunidad científica y otros estudiantes de GLOBE en todo el mundo.

Para docentes, GLOBE proporciona asistencia a través de:

- Capacitación en talleres de desarrollo profesional, la Guía para Docentes, videos sobre “cómo hacer.”, y otros materiales.
- Apoyo permanente a través de un “Escritorio de Ayuda” provisto por la comunidad científica y por los aliados.
- Facilitar el contacto con otros docentes, estudiantes y la comunidad científica de todo el mundo.

Para socios internacionales y de EE.UU., GLOBE provee de:

- Talleres para capacitar a capacitadores/as.
- Orientación y apoyo para el asesoramiento de docentes.

EJEMPLO: Creación de una demanda para la educación sobre biodiversidad y la EDS en el sistema educativo formal en Alemania

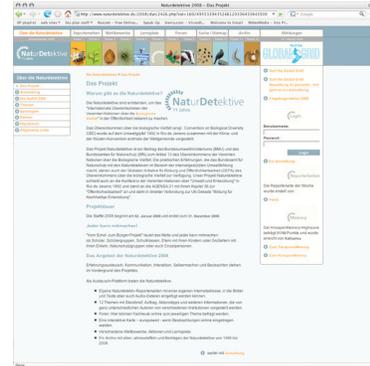
Detectives de la Naturaleza

El objetivo general del proyecto de multimedia Naturdetektive es desarrollar nuevas e innovadoras formas de descubrir y redescubrir la naturaleza, y aumentar la conciencia sobre la diversidad biológica. Contribuye al artículo 13 del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) sobre “el aumento de la conciencia pública acerca de la Convención” y al Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) 2005-2014 de la ONU.

El proyecto facilita la participación, la interacción y la comunicación entre los y las participantes, a través de la página web, en una mezcla entre la práctica, el trabajo de campo y la presentación virtual de “informes” y “observaciones”. El proyecto proporciona un ejemplo práctico de cómo los nuevos medios de comunicación y especialmente el Internet, pueden ser utilizados para aumentar el interés, la comprensión, y crear diversión para los y las participantes en temas relacionados a la naturaleza y la biodiversidad.

El proyecto está dirigido principalmente a las escuelas, pero también ofrece oportunidades para otros usuarios, como por ejemplo, para padres y madres de familia, quienes pueden participar con los jóvenes, y también grupos interesados en la conservación de la naturaleza y otros individuos interesados.

www.naturdetektive.de Dr. Horst Freiberg, Federal Agency for Nature Conservation, Germany



EJEMPLO: El Salvador como ejemplo de estrategia de empuje-y- hale – GreenCOM

Después de que terminó la guerra civil, el Ministerio de Educación de El Salvador, llevó a cabo la gran reforma de las escuelas del país. GreenCOM, una organización no gubernamental financiada por USAID, utilizó este momento estratégico para introducir la educación ambiental en la educación formal. Para esta estrategia integrada se llevó a cabo lo siguiente:

- 1. Establecimiento de la educación ambiental como uno de los principales componentes transversales de la reforma de la educación nacional**, mediante el establecimiento de una unidad de educación ambiental en el Departamento de Desarrollo Curricular del Ministerio de Educación. Con esto se pudo influir en la enseñanza primaria, secundaria y terciaria.
- 2. Una política nacional de educación ambiental**, desarrollada sobre la base de aportaciones de los y las participantes en una conferencia nacional.
- 3. Formación de docentes para cubrir temas de medio ambiente** y apoyar a 4 guías de educación ambiental para docentes, gracias al Ministerio y a GreenCom.
- 4. Desarrollo de materiales para docentes capacitados**; además de las guías para docentes, GreenCOM colaboró en el desarrollo de una serie de materiales de aula y gracias a la colaboración del sector privado se obtuvo fondos para la producción de materiales educativos y suplementos ambientales en periódicos.
- 5. Desarrollo de proyectos de la escuela con la comunidad**, proporcionado oportunidades para la participación de la escuela en la solución de los problemas ambientales de las comunidades de los alrededores. Los y las estudiantes en una escuela, cerca del Parque Nacional El Imposible, por ejemplo, establecieron un vivero para reproducir especies nativas del parque.
- 6. Actividades a través de los medios de comunicación**, dieron lugar a un aumento significativo en la cobertura de los temas ambientales. “Uno de los mejores ejemplos fue el periódico *El Diario de Hoy*, el cual firmó un acuerdo con GreenCOM, en 1994, para poner un tema ambiental una vez al mes en su revista infantil de los Domingo, *Guanaquín*. Desde 1995 hasta el primer semestre de 1999, se publicaron 54 revistas Guanaquín con temas dedicados al ambiente, con un promedio de impresión de 11.200 ejemplares cada uno. Una evaluación de GreenCOM, en 1996, encontró que el 86 por ciento de los docentes usaban Guanaquín para preparar sus clases y el 83 por ciento de los y las estudiantes lo utilizaba para realizar sus tareas escolares, además hicieron muchos de los experimentos sugeridos”.

http://www.greencom.org/GreenCOM/project_profile.asp?id=1

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

Para involucrar a los actores clave e integrar la biodiversidad en otros sectores, no sólo se necesita crear conciencia, establecer programas y generar participación. Esto también implica fortalecer las capacidades de los actores para gestionar los cambios necesarios para conservar la diversidad biológica. Este es un proceso a largo plazo.

FORTEALECIMIENTO DE LAS CAPACIDADES – ERRORES COMETIDOS CON FRECUENCIA

El fortalecimiento de las capacidades de las personas es concebido a menudo únicamente como capacitación. Normalmente se dice: vamos a organizar un taller de capacitación, vamos a enviar personal para cursos en el extranjero, o vamos a escribir un manual o guía. Sin embargo, los talleres de capacitación pueden tener una audiencia incorrecta, o con participantes que no pueden aplicar los conocimientos recién adquiridos en sus lugares de origen, ya sea porque el taller no es lo suficientemente práctico o porque la estructura organizativa, sus prioridades o sus procedimientos no lo permiten. Muchas personas capacitadas en el extranjero no regresan a su país o a sus puestos de trabajo. Las guías y los manuales a menudo terminan en libros en estanterías sin haber sido leídos.

Es posible evitar estos errores si se involucran a las diversas disciplinas de la educación, incluyendo la educación para adultos y la actualización profesional.

¿A qué nivel es necesario fortalecer las capacidades?

El fortalecimiento de las capacidades para la diversidad biológica es, principalmente, acerca de aprender a gestionar el cambio. La gestión del cambio implica nuevos enfoques y nuevos “saber hacer” en tres niveles:

- **nivel individual**, orientado a desarrollar nuevos conocimientos, nuevas actitudes, nuevas competencias y nuevos perfiles profesionales en una persona;
- **nivel organizacional (o de programa)**, orientado a desarrollar nuevas prioridades, nuevos procedimientos, nuevas descripciones de funciones, nuevas prácticas de una organización, y
- **El nivel institucional o sistémico**, orientado a desarrollar nuevos programas, nuevas normas para el involucramiento, nuevas alianzas, nuevos modos de interacción, nuevas actitudes hacia el intercambio, la cooperación y la participación, nuevas políticas, nuevas formas de gobernanza y nuevas condiciones habilitantes.

Un proceso continuo sobre aprendizaje organizacional

El fortalecimiento de capacidades se ha convertido cada vez más en una actividad permanente en las organizaciones, con el fin de prepararse mejor para los retos del mañana. Los departamentos de biodiversidad podrían aprender de las ideas modernas de gerencia y gestión, las cuales plantean la inversión en el desarrollo de capacidades de manera regular. A medida que aumenta la presión sobre la diversidad biológica, las organizaciones de los gobiernos tienen que invertir en el desarrollo de capacidades para convertirse en organizaciones de aprendizaje, para ser innovadoras y para adaptarse a los nuevos tiempos.

Fortalecimiento de las capacidades como parte de la política y la aplicación de las ENBPA

La comunicación y educación (CEPA) juegan distintos roles en cada una de las fases de la política de biodiversidad. El desarrollo de capacidades también es necesario para apoyar el involucramiento de los actores clave en la implementación de las políticas de biodiversidad, a través de todo el ciclo de la aplicación de políticas.

Gestión de contenidos y aprendizaje

Una gama de oportunidades para el desarrollo de las capacidades están surgiendo, que van mucho más allá de la clásica enseñanza y de los métodos de formación de grado, cursos de postgrado y talleres de capacitación.

Los expertos y expertas en biodiversidad deberían desempeñar un papel como especialistas en los programas de fortalecimiento de capacidades. Sin embargo, la planificación y ejecución de estos programas nece-

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

sitan de expertos y expertas en actualización profesional, enseñanza de adultos y especialistas sobre gestión del cambio, es decir, especialistas en CEPA, para asegurar que las capacidades van a ser incorporados en las organizaciones y en las instituciones.

Los especialistas de CEPA comprenden el proceso de aprendizaje, la forma en que se conduce al cambio y la forma de gestionar ese cambio. Como Kurt Lewin reconoció a través de su trabajo con grupos, *“La motivación para el cambio debe ser generada antes de que los cambios puedan ocurrir. Uno debe ser apoyado en el proceso de examinar nuevamente sus más preciadas premisas sobre uno mismo y sobre su relación con los demás”*.

Las personas y las organizaciones tienen muchas reacciones defensivas que le hacen resistentes al cambio o al aprendizaje, por lo que requieren ayuda para reflexionar y considerar nuevas maneras de ver el mundo. Para manejar ese proceso de cambio en los individuos y en las organizaciones de manera que no se genere resistencia, se requiere de una persona especializada.

¿Cuáles son algunos de los elementos de un aprendizaje efectivo?

Algunos principios para un aprendizaje/enseñanza efectivos son:

- La gente cree más en los conocimientos que por sí mismos han descubierto que en el conocimiento presentado por otros;
- El aprendizaje es más eficaz cuando es un proceso activo y no pasivo;
- La gente recuerda el 20% de lo que escuchan, el 40% de lo que oyen y ven, el 80% de lo que descubren por sí mismos.
- La aceptación de nuevas formas de razonamiento acerca de las actitudes y pautas de comportamiento no puede ser alcanzada separadamente — todo el conjunto cognitivo, afectivo, y de comportamiento deben cambiar;
- Se necesita más que información para cambiar nuestras teorías de por qué hacemos lo que hacemos, las actitudes y los patrones de comportamiento;
- Se necesita más experiencia de primera mano para generar un conocimiento válido;
- Los cambios en el comportamiento serán temporales, a menos que las razones y actitudes subyacentes hayan cambiado;
- Para que los cambios en los patrones de comportamiento, en las actitudes y en las prácticas sean permanentes, tanto la persona como el entorno social tienen que cambiar;
- Mientras más apoyo, aceptación y cuidado exista en el entorno social, más libre es una persona para experimentar con nuevos comportamientos, actitudes y teorías.
- Es más fácil cambiar la teoría de una persona, sus actitudes y sus pautas de comportamiento, cuando él o ella acepta la pertenencia a un nuevo grupo. La discusión y los acuerdos que tienen lugar dentro de un grupo proporcionan un compromiso personal y un estímulo para el cambio, lo que no ocurre cuando el cambio ocurre únicamente a nivel individual.
- La creación de nuevos grupos, con nuevos roles definidos y claras expectativas sobre lo que son los comportamientos apropiados, son de ayuda en los esfuerzos de educación. Una persona se socializa cuando internaliza la normativa de la cultura de los grupos a los que él o ella pertenece. A medida que la persona desarrolla la pertenencia a un grupo, la nueva normativa de la cultura es aceptada e internalizada.

Basado en Malcolm Knowles 1950. <http://www.infed.org/thinkers/et-lewin.htm> y Paulo Freire <http://www.infed.org/thinkers/et-freir.htm>, 1951.

EJEMPLO: Fortalecimiento de las capacidades y de las condiciones habilitantes en África occidental

La Red de Actores Verdes para África Occidental (GAWA por sus siglas en inglés) fortalecieron sus capacidades sobre el tema de manejo de los medios de comunicación, a través del acceso a expertos y expertas, así como mejorando el acceso a los conocimientos técnicos, y a facilidades técnicas. A través del apoyo de la UICN en Holanda, GAWA ahora cuenta con estudios de edición de vídeo bien equipados en Freetown (SL) y en Cotonou (Benin). Los estudios, gestionados por personas técnicas capacitadas, son accesibles para todas las organizaciones ambientales y para organismos gubernamentales que deseen producir documentales sobre las cuestiones relacionadas con la protección del medio ambiente.

Cada uno de los 11 países miembros de GAWA tiene una persona capacitada en filmación y edición, con acceso a la asistencia técnica por parte del equipo técnico de tiempo completo que tienen sede en Freetown y Cotonou. Los estudios ya han producido una serie de documentales para campañas de sensibilización del público y para la televisión nacional, sobre temas relacionados con la conservación de las ballenas (en Benin), las tortugas marinas (en Liberia), los manglares (en Senegal), aves y primates (en Sierra Leona).

Tommy Garnett, Presidente de la Red de Actores Verdes para África Occidental

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Educación de adultos

Malcolm Knowles estuvo convencido de que los adultos aprenden de manera diferente que los niños y las niñas, con base en las siguientes premisas.

- 1. Los adultos necesitan saber por qué necesitan aprender algo antes de involucrarse en el aprendizaje. La primera tarea de un facilitador o facilitadora es ayudar a las personas que aprenden a tomar conciencia de la “necesidad de conocer”.**
- 2. Los adultos tienen que ser vistos por los demás como personas capaces de auto dirigirse, les molesta y se resisten a situaciones en las que se sienten que los demás imponen su voluntad sobre ellos;**
- 3. Muchos de los recursos más importantes de aprendizaje reside en los propios aprendices, esto requiere de un mayor énfasis en las técnicas experimentales que permiten integrar esa experiencia.**
- 4. La disposición de aprender de los adultos se orienta, cada vez más, al desarrollo de tareas en función de sus roles sociales;**
- 5. Los adultos aprenden nuevos conocimientos y habilidades de manera más efectiva cuando éstos se presentan en el contexto de aplicación a situaciones de la vida real.**
- 6. Mientras que se reconoce que las personas están motivadas a aprender en respuesta a algunos incentivos como ascensos, salarios más altos, etc., al mismo tiempo se destaca que lo más prominentes son las presiones internas, como el deseo de una mayor satisfacción en el trabajo, la autoestima, y la calidad de vida.**

De Malcolm Knowles 1950 <http://www.infed.org/thinkers/et-knowl.htm>. 1950

Los adultos se orientan hacia el objetivo y aprenden mejor cuando:

- Se sienten respetados como aprendices auto dirigidos responsables.
- Sienten que sus conocimientos y experiencias se valoran y pueden ser compartidas.
- Están implicados en un diálogo en donde se comparten percepciones, conocimientos técnicos, y valores basados en experiencias individuales.
- Se sienten capaces de confiar en los demás, y se sienten seguros en el ambiente de aprendizaje.
- Ven que la información o la nueva habilidad es de utilidad inmediata para el desempeño de tareas o para hacer frente a los problemas que enfrentan en su vida, es decir, que es práctico y pertinente.

Tomado de Stephen Leib 1991 [Http://honolulu.hawaii.edu/intranet/committees/FacDevCom/guidebk/teachtip/adults-2.htm](http://honolulu.hawaii.edu/intranet/committees/FacDevCom/guidebk/teachtip/adults-2.htm)

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Enfoque de empoderamiento para el desarrollo de capacidades

- **El empoderamiento trata sobre el incremento de las habilidades de los individuos, grupos y comunidades para tomar mejores decisiones para sí mismos y para recuperar el sentido de su propio valor.**
 - Proporciona un marco de apoyo que permite a las comunidades lograr la autosuficiencia.
 - Los procesos participativos permiten a las personas aprendan unos de otros, en la búsqueda de una mejor comprensión de su situación;
 - El grupo de discusión tiene como objetivo el despertar el sentido de la fuerza y la confianza para examinar y analizar su situación;
 - La comunidad identifica los problemas y las soluciones;
 - Cada persona tiene experiencia y sus puntos de vista son valorados de igual manera durante el proceso de aprendizaje;
 - Las personas facilitadoras proporcionan un marco para pensar y cuestionar la situación y reta a las personas a tomar medidas para hacerse cargo de su salud y de sus vidas;
 - Las personas facilitadoras proporcionan información y asistencia en tareas como el monitoreo y la presentación de informes y apoya a lo que la gente elige hacer;
 - La comunidad es dueña del programa y asume la responsabilidad por el éxito y el fracaso.

- **Paulo Freire, quien trabajó con muchas comunidades de América del Sur, dijo que el aprendizaje debe:**
 - Estar acompañado por el diálogo, porque es un proceso de aprendizaje mutuo y las percepciones son diferentes sobre la base de experiencias individuales;
 - Aumentar la conciencia del problema de las personas que participan del proceso de aprendizaje;
 - Involucrar a las personas que aprenden en el análisis de las causas de sus problemas;
 - Promover acciones para resolver los problemas;
 - Estimular la reflexión sobre la acción, para aprender de ella.
 - El aprendizaje conduce a cambios a través de un ciclo de reflexión y acción en la que se celebran éxitos y en donde las causas de los errores y los fracasos son analizados críticamente.

Paulo Freire <http://www.infed.org/thinkers/et-freir.htm>

¿Cómo fortalecer la capacidad de los actores clave?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

EJEMPLO: Taller de capacitación de CEPA de un día. (para que lo adapte a su situación concreta)

TIEMPO	ACTIVIDAD
<input type="checkbox"/> 09:00	Introducción de los objetivos del taller, horario y metodología.
<input type="checkbox"/> 09:15	Introducción de participantes y capacitador/a — Comparta su experiencia en el uso de herramientas de CEPA en su trabajo diario.
<input type="checkbox"/> 10:00	Establecimiento del contexto — ¿Qué es CEPA? Breve presentación de las herramientas de comunicación, educación, participación y conciencia pública, y la forma en que el sistema intergubernamental y las ENBPA han integrado a estas herramientas en sus procesos. Estudio de caso sobre el CDB, presentación y discusión.
<input type="checkbox"/> 11:00	Receso
<input type="checkbox"/> 11:30	Utilizando de CEPA en diferentes contextos — Estudios de caso con preguntas y discusión.
<input type="checkbox"/> 12:30	Almuerzo
<input type="checkbox"/> 14:00	Grupos de Trabajo — Compartir el aprendizaje de qué es lo que funciona cuando se introduce CEPA como una herramienta en los proyectos de conservación o de biodiversidad, ¿cuáles son algunas de las condiciones que ayudan a mejorar la eficacia de los proyectos? ¿Cómo se iniciaron y concluyeron estos procesos? Divida el cuarto o espacio para 4 grupos..
<input type="checkbox"/> 15:00	Plenario, los grupos de trabajo comparten sus historias, reflexiones y resultados (10 minutos por grupo de trabajo).
<input type="checkbox"/> 16:00	Receso
<input type="checkbox"/> 16:30	Aplicaciones y aprendizaje — Lluvia de ideas y reflexiones. ¿Cómo pueden ser aplicadas las herramientas de CEPA en la labor que estamos haciendo? ¿Cuáles son los dos puntos principales de aprendizaje del día de hoy?
<input type="checkbox"/> 17:00	Cierre

¿Cómo garantizar la participación pública?

La educación es una especie de diálogo continuo, y un diálogo asume, en la naturaleza del caso, los diferentes puntos de vista.

—Robert Hutchins (1899 – 1977)

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Qué es la participación pública?

La participación pública es un método utilizado por los gobiernos, organizaciones y comunidades de todo el mundo para mejorar sus decisiones. La participación se basa en principios democráticos e involucra a las personas que se ven afectadas por esas decisiones. La idea de la “participación” tiene muchas dimensiones, desde informar y consultar con las personas, hasta compartir el poder en la toma de decisiones, como se muestra en el siguiente gráfico. Es importante tener claro qué nivel de participación se desea entablar con el público.

Si bien la participación parece más compleja y lenta, al final es más probable que los cambios deseados sean más aceptados por la sociedad. A largo plazo, esto puede ser más rápido y más sostenible ya que las personas asumen la responsabilidad de sus decisiones. La otra ventaja es la creatividad que proviene del compartir diferentes conocimientos.

TIPOLOGÍA	CARACTERÍSTICAS
1. Manipular la participación	La participación es una simple pretensión, los representantes de “la gente”, los cuales no son elegidos ni tienen poder, se reúnen en comisiones oficiales.
2. Participación pasiva	Las personas participan mediante el hecho de comunicarles lo que ha sido decidido o lo que ya ha ocurrido. Implica anuncios unilaterales realizados por parte de una administración o gestión de proyectos, sin escuchar las respuestas de la gente. La información que se comparte pertenece sólo a las personas profesionales externas.
3. Participación por consulta	Las personas participan al ser consultadas o al responder preguntas. Los agentes externos definen los problemas y los procesos para recopilar información, y por lo tanto controlan el análisis. Este tipo de proceso consultivo no concede ninguna participación en la toma de decisiones, y los y las profesionales no están obligados a tener en cuenta la opinión de las personas.
4. Participación por incentivos materiales	Las personas participan al aportar recursos, por ejemplo, mano de obra a cambio de alimentos, dinero en efectivo u otros incentivos materiales. Los agricultores podrán hacer disponible sus tierras y la mano de obra, pero no están involucrados ni en la experimentación, ni tampoco en el proceso de aprendizaje. Esto a menudo se denomina participación, y sin embargo las personas no tienen interés en la prolongación de las tecnologías o de las prácticas, una vez que se acaban los incentivos.
5. Participación funcional	Esta participación es vista por las agencias externas como un medio para lograr los objetivos del proyecto, especialmente la reducción de los costos. La gente puede participar formando grupos para cumplir con los objetivos predeterminados, relacionados con el proyecto. Este tipo de participación puede ser interactiva e implicar una toma de decisiones compartida, pero tiende a surgir sólo después de que las decisiones importantes ya han sido hechas por agentes externos. En el peor de los casos, la población local sólo puede ser cooptada para servir a objetivos externos.
6. Participación interactiva	Las personas participan en el análisis conjunto, el desarrollo de planes de acción y en la formación o fortalecimiento de las instituciones locales. La participación es vista como un derecho, no como un medio para alcanzar los objetivos de un proyecto. El proceso implica el uso de metodologías interdisciplinarias que buscan múltiples perspectivas y hacen uso de sistemas estructurados de los procesos de aprendizaje. A medida que los grupos toman control sobre las decisiones locales y determinan cómo se utilizan los recursos disponibles, tienen un interés en mantener las estructuras o prácticas.
7. Auto-mobilización	Las personas participan en la adopción de iniciativas con independencia de las instituciones externas, para cambiar los sistemas. Estos grupos desarrollan contactos con instituciones externas para obtener recursos y el asesoramiento técnico que necesitan, pero conservan el control sobre cómo se utilizarán los recursos. La auto-mobilización puede difundirse si los gobiernos y las organizaciones no gubernamentales proporcionan un marco propicio de apoyo. Esta auto-mobilización puede o no desafiar las formas actuales de distribuciones de la riqueza y el poder.

Participation Continuum. Fuente: adaptación de Pretty (1994), Sattethwaite, Hart (1992) in Pretty, J.N. 1995 Aprendizaje Participativo para la agricultura sostenible, *Desarrollo Mundial*. 23: 1247-1263.

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cuáles son las modalidades de la participación pública que se utilizan con más frecuencia?

En una serie de países, la participación pública es un requisito legal. Con frecuencia, la forma de participación adopta la forma de audiencias públicas o procedimientos para que el público ofrezca sus comentarios.

Además de estos procedimientos formales de participación, hay una gran variedad de modalidades para la participación colaborativa, que a menudo no son legalmente requeridos, pero son seleccionados por su eficacia. Las intervenciones de CEPA son la base de estas modalidades. En el siguiente cuadro se ilustran algunas características de las diferentes modalidades de la participación:

Características de las modalidades de participación

AUDIENCIAS PÚBLICAS	PROCEDIMIENTOS PARA LA REVISIÓN Y PRODUCCIÓN DE COMENTARIOS	MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN
A menudo requerido en los marcos legales	A menudo requerido en los marcos legales	No necesita de marcos legales
Propuesta realizada por el gobierno	Propuesta realizada por el gobierno	No hay propuesta, sino se presenta una problemática
Gobiernos versus ciudadanos/as	Gobiernos versus ciudadanos/as	Se requiere de la ciudadanía y otros actores
Proponentes, opositores, y grupos de interés	Comentarios detallados en forma escrita por parte de los actores clave	Todos los actores son tratados de igual manera en la discusión
Muy poco tiempo para realizar declaraciones	Clarificación de comentarios durante las audiencias públicas	Proceso de creación de redes, búsqueda conjunta de datos y resolución de problemas
No hay intercambio con expertos o expertas del gobierno	No hay oportunidad para discutir entre quienes hacen comentarios	El diálogo y el fortalecimiento de las capacidades son medulares
Los ciudadanos no tienen derecho a que se les responda sus preguntas	Los expertos del gobierno responden a los comentarios individuales	La educación y difusión son necesarias para alcanzar un proceso de calidad
Presupuesto reducido, poca inversión de tiempo	Presupuesto reducido, se requiere de mayor inversión de tiempo	Inversión considerable de tiempo y presupuesto
Mayor riesgo de que fracase la participación. Posibles demandas futuras, o decisiones mal tomadas	Menos riesgo de fracaso de la participación. Menos demandas legales o decisiones equivocadas	Considerable reducción del riesgo de fallar en la participación

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo proveer de información para la participación?

Una de las claves para la participación pública es el acceso a toda la información relevante. Los instrumentos que permiten realizar esto son:

- El Mecanismo de Facilitación de Información sobre Biodiversidad;
- Estrategia de Biodiversidad, planes de acción y actualizaciones;
- Informes del “Estado de la diversidad biológica”.

Mecanismo de Facilitación de Información sobre Biodiversidad

Para aumentar la participación del público, los Puntos Focales del CDB y las personas encargadas de coordinar las ENBPA tienen la importante tarea de desarrollar mecanismos accesibles que faciliten la difusión de la información sobre la diversidad biológica y el uso sostenible. Esta información tiene que ser generada a partir de diferentes fuentes: el gobierno, las instituciones de investigación y de educación, la industria, las organizaciones no gubernamentales y los individuos.

A menudo, los Mecanismos de Facilitación de Información están diseñados a partir de la “oferta”, orientada desde la perspectiva de los expertos y expertas. Toda la información técnica relevante es puesta en un sitio web bajo títulos que tienen sentido para las personas expertas en biodiversidad, pero no necesariamente para las personas usuarias que no son expertos: el público en general. Para cubrir las necesidades de la participación pública, es necesario saber qué tipo de preguntas tienen

los usuarios/as clave respecto al mecanismo de facilitación de información. Incluso el lenguaje utilizado en la formulación de los títulos, tiene que ser la de las personas usuarias finales y no la “jerga” de los expertos y expertas.

Una serie de intervenciones de CEPA puede ayudar a hacer realidad el Mecanismo de Facilitación de Información para los diferentes grupos de la población.

¿CÓMO HACER QUE EL MECANISMO DE FACILITACIÓN DE INFORMACIÓN FUNCIONE?

- encuestas para evaluar las áreas de demanda de información;
- organizar la participación de los usuarios finales;
- diseño de páginas web debe estar orientado a la demanda;
- estrategias de difusión y divulgación;
- páginas especiales para las escuelas, los estudiantes y los grupos de jóvenes;
- páginas especiales para otros niveles de gobierno;
- inclusión regular de concursos, encuestas o sondeos de opinión;
- inclusión de ilustraciones, mapas y gráficos;
- la inclusión de una pestaña sobre “preguntas más frecuentes”;
- encuestas de satisfacción de los usuarios y usuarias;
- diseño, publicidad y difusión de la página web!

¿Cómo ganar el interés del público para que participen en las ENBPA y su aplicación?

La eficacia de una ENBPA depende de la calidad de la información científica en la cual se basa, las medidas técnicas que propone y de la aceptación del plan por parte de sus actores clave. Invertir en intervenciones de CEPA significa que hay menos riesgo de tener una ENBPA como un “documento” de estantería.

Las intervenciones de CEPA son utilizadas y dirigidas para informar al público acerca de las ENBPA y sobre la adopción de medidas específicas que se tomarán. CEPA se utiliza para:

INTERVENCIONES DE CEPA PARA AYUDAR AL PROCESO ENBPA

- para romper el hielo, la creación de redes y el establecimiento de relaciones;
- métodos para el involucramiento de los actores clave y la facilitación de reuniones;
- planificación estratégica de la comunicación;
- resúmenes sin jerga adaptados a públicos específicos;
- información adaptada a públicos específicos, para apoyar el cambio;
- directrices específicas, actualización profesional y formación para apoyar el cambio.

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

- obtener la cooperación o participación de los diversos sectores de la sociedad para aplicar acciones;
- fortalecer las capacidades de los diferentes grupos para asumir la responsabilidad o hacer frente a los cambios que se espera de éstos;
- ayudar a identificar y trabajar con líderes de opinión;
- actualizar las ENBPA y ayudar a ganar la deseada cooperación de actores clave; y
- explorar las prioridades y la viabilidad de las medidas de conservación.

Las intervenciones de CEPA que pueden mejorar la participación del público en un proceso de las ENBPA, se detallan en el siguiente cuadro:

¿Cómo atraer el interés público hacia las ENBPA?

Las ENBPA y otros informes sobre diversidad biológica, a menudo tienen importantes estadísticas e información producto de la investigación. Para llevar los datos a la vida cotidiana y estimular la demanda pública, es necesario hacer del lanzamiento de la ENBPA un evento para los medios, de tal manera que atraiga gran atención.

Para ganar la atención de audiencias específicas, por ejemplo, consumidores, escuelas y universidades y empresas, se necesita preparar material específico para estos grupos. Un resumen de la Estrategia Nacional o sobre una problemática asociada, sin utilizar lenguaje técnico, es una manera útil para llevar a la gente para que acceda a la propia estrategia. La creación de un sitio web interactivo, ofrece un importante medio de información central. Los intermediarios, como los museos de historia natural, los centros de visitantes, los parques zoológicos y las ONG dedicadas a la conservación pueden organizar eventos para anunciar y difundir la ENBPA o el estado de situación de la misma.

INTERVENCIONES DE CEPA PARA POPULARIZAR UN INFORME DEL ESTADO DE LA BIODIVERSIDAD

- Sitio Web con características interactivas, casos, foros públicos, mapas;
- Calculadora en-línea para realizar un seguimiento de la huella ecológica;
- Comunicado de prensa y eventos para radio/televisión para el lanzamiento;
- Resúmenes sin lenguaje técnico y entrevistas exclusivas para las principales revistas;
- Resúmenes sin lenguaje técnico, adaptados para las universidades y las escuelas;
- Eventos en los parques zoológicos y en los museos de historia natural;
- Presentaciones y personalidades para programas de radio y televisión;
- CD-ROM con bases de datos, la Estrategia y materiales de difusión y educación;
- Licitación para organizar actividades de sensibilización para las organizaciones no gubernamentales..

Véase el ejemplo: Comunicación Estratégica para un Informe sobre la Biodiversidad

EJEMPLO : Comunicación estratégica de un Informe sobre Biodiversidad

Para mejorar la exposición del Informe sobre Recursos Mundiales, WRI planeó una serie intervenciones de CEPA. Un componente clave de su estrategia fue la preparación de un resumen ejecutivo con muchas ilustraciones y diagramas, escrito en un lenguaje sencillo. Este resumen ejecutivo proporcionó un material que fácilmente podía ser utilizado por diferentes revistas y por la prensa, resultando en una gran visibilidad del Informe en los servicios públicos de difusión de noticias, y en la prensa. El lanzamiento del informe el Día de la Tierra ayudó a que sea un hecho periodístico. Toda la atención dada por la prensa siempre es un buen estímulo para las escuelas, quienes demandaron este material. Se preparó un paquete con toda la información del reporte para su uso en las escuelas.

REPORTE DE RECURSOS MUNDIALES EDICIÓN 2000 - 2001



Ejemplo de una estrategia de CEPA utilizada por el Instituto de Recursos Mundiales WRI, para mejorar el Informe sobre Recursos Mundiales 2000-2001. Presentación a cargo de Wendy van Asselt, ex coordinadora de comunicaciones de WRI.

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

¿Cómo hacer que una audiencia pública sea un éxito?

Muchos gobiernos invierten en intensas campañas de difusión y educación, antes y después de las audiencias públicas, y sobre los procedimientos de revisión y producción de comentarios. Esto optimiza la eficacia de las audiencias legales y aumenta la cantidad y la calidad de la participación y reduce al mínimo los riesgos de fracaso. En estos casos, los gobiernos utilizan una gama de modalidades de la participación colaborativa.

INTERVENCIONES DE CEPA APOYANDO A LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS

- Creación de redes informales previas con actores clave;
- Campañas de divulgación para informar a las personas acerca de las opciones;
- Grupos focales y encuestas para hacer un mapeo de opiniones, resistencias e ideas;
- Proyectos piloto para la búsqueda de soluciones y opciones ganar-ganar;
- Información y publicidad previa a las audiencias públicas;
- Audiencias públicas cercanas a las personas residentes, ciudadanos y ciudadanas afectadas;
- Personas facilitadoras y neutrales moderan el debate;
- Materiales educativos para las escuelas y la educación informal;
- Amplia información para la prensa

Modalidades de la participación

Cuando no hay requisitos legales para la participación del público, como para el caso de las evaluaciones de impacto ambiental, la participación del público puede ser un poderoso medio para mejorar la calidad de las decisiones para la biodiversidad. En muchos países existe una gran experiencia en participación, como en el caso de la planificación y manejo participativo de áreas protegidas, o para procedimientos de evaluación rural participativa. Sin embargo, para hacer uso de esta participación es importante darse cuenta de los obstáculos que pueden darse y afrontarlos.

Para empezar, se necesita de la comunicación interna, para convencer a las personas con alto perfil en el Ministerio, de que la participación pública en la toma de decisiones conduce a mejores resultados.

OBSTÁCULOS EN LA PARTICIPACIÓN

- resistencia proveniente de los mecanismos de arreglos institucionales existentes;
- cambios de rol y actitud requeridos por parte de los funcionarios electos y de los funcionarios y funcionarias públicos;
- tiempo limitado de los ciudadanos y ciudadanas para colaborar;
- gestión de las expectativas de las personas participantes;
- falta de recursos para involucrar a los grupos desfavorecidos;
- falta de habilidades de colaboración entre las personas que planifican y los grupos ciudadanos;
- falta de presupuesto adecuado.

EJEMPLO: Cómo influir en el comportamiento para mejorar la gestión del medio ambiente de Nueva Zelanda

Un estudio del cuidado del suelo en Nueva Zelanda llegó a la conclusión de que los esfuerzos para influir en el comportamiento de las personas y mejorar la gestión del medio ambiente, incluyen:

- 1. Necesidad de promover el entendimiento común de los distintos puntos de vista individuales y la participación en grupo.** Como cada individuo evalúa de forma distinta un problema, es importante acercarse a las personas, establecer un entendimiento común y crear un camino para la acción. Cuando las personas sienten que tienen la oportunidad de participar en la planificación de los futuros cambios que les afectan, es probable que participen de los cambios que se requieren.
- 2. Se requieren de aproximaciones complementarias para promover acciones que permitan la aplicación de las políticas, basadas en iniciativas educativas.** Las tendencias de la política sobre medio ambiente reconocen la necesidad de utilizar creativamente múltiples mecanismos reguladores, de incentivos, voluntarios y de derecho de propiedad, a medida que se diseñan aproximaciones para promover la acción. La eficacia de todo esto depende de los marcos de apoyo a la educación, la sensibilización, la comprensión y la apropiación para generar cooperación entre los grupos sociales.
- 3. El cambio es un proceso que requiere de tiempo y diferentes expectativas.** Involucrarse en procesos participativos es complejo y no existe un método único a utilizar. La participación no es un solo evento, como en el caso de una consulta. Es un proceso permanente y lleva tiempo, además contribuye a la capacidad de los grupos para que continúen y hagan crecer la iniciativa. El fomento de la participación implica trabajar de manera diferente, utilizando varios enfoques y métodos, y diferentes expectativas.
- 4. La participación tiene que ser eficaz en todos los niveles de involucramiento,** desde la creación de un ambiente habilitante en el nivel de las políticas de manera participativa, mientras se incorporan y coordinan las lecciones aprendidas; hasta la formulación de programas que generan una mezcla de políticas de manera participativa; y la realización de cambios radicales en las operaciones de los proyectos, más allá de la mera planificación de los mismos.
- 5. Es importante prestar atención a la tarea y al proceso.** Las iniciativas de colaboración que son efectivas prestan atención a las tareas (por ejemplo, para reducir el clareo de los terrenos) y al proceso (cómo trabaja la gente en grupos, cómo se mantienen las relaciones y se logran los resultados), y ambos aspectos deben ser evaluados.
- 6. El cambio transformacional requiere cambios culturales grupales, que se extienden a los demás.** Para ello es necesario equilibrar las relaciones interinstitucionales para lograr resultados concretos y al mismo tiempo desarrollar la capacidad efectiva para hacer que el proceso continúe.

Allen, W. Kilvington, M. Horn, C. 2002 *Uso de la base de aprendizaje participativo y enfoques para la Gestión del Medio Ambiente para ayudar a lograr un cambio de comportamiento constructivo*, el Ministerio de Medio Ambiente, Nueva Zelanda.

EJEMPLO: CEPA agrega valor a las audiencias públicas en Natura 2000

Natura 2000 es una red ecológica europea establecida bajo las Directivas de Hábitat y Aves de la Unión Europea. Los Estados miembros deben identificar y designar zonas especiales de conservación y protección, y adoptar todas las medidas necesarias para garantizar la conservación y evitar el deterioro.

En los Países Bajos, debido a una gran variedad de decisiones y medidas ambientales, existe la obligación legal de informar al público con antelación y asegurar su participación a través de audiencias públicas. Esta obligación también se aplica para la identificación y designación de lugares Natura 2000.

Algunos años antes de las audiencias públicas, el gobierno comienza con una serie de reuniones informativas en diferentes partes del país, talleres con ecologistas, tomadores y tomadoras de decisiones de los niveles provinciales y municipales, organizaciones no gubernamentales y otras partes interesadas. Se tratan cuestiones como la forma de definir las áreas más importantes y cuán factible son de protegerse. Las personas que facilitan el proceso son profesionales que guían estos diálogos. Las organizaciones no gubernamentales, a través de licitaciones, están invitadas a organizar programas para aumentar la conciencia pública a nivel regional y local.

Durante este proceso, los actores clave se mantienen involucrados a través de un boletín electrónico y una revista. Los habitantes de las zonas próximas a la propuesta de Natura, son informados mediante reuniones de información local y hojas volantes, acerca de las obligaciones nacionales bajo Natura 2000. Se desarrolla un sitio especial en Internet con diversa información sobre aspectos jurídicos, ecológicos, informaciones prácticas y sobre las políticas.

Las reuniones formales se celebran en el Ministerio con los representantes de los principales grupos de actores clave. La frecuencia de estas reuniones aumenta a una vez por mes en el último año, antes de las audiencias públicas. A lo largo de todo el proceso, se mantiene informada a la prensa para generar publicidad gratuita.

Se hacen anuncios de una página entera en los principales periódicos para informar al público acerca de las audiencias públicas de Natura 2000. Éstas tienen una parte informativa y una parte de discusión. Se toma en cuenta la información recopilada para realizar las decisiones finales. Posteriormente se informa a los actores clave a través de publicaciones oficiales y correo directo.

Entrevista Bas Roels, Coordinador de Natura 2000, el Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad de los Alimentos, Países Bajos

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Participación de la comunidad en actividades de investigación y manejo

Las comunidades locales suelen tener un excelente conocimiento acerca de zonas ricas en biodiversidad, sobre la vegetación remanente, las opciones para realizar procesos de re-vegetación y para la rehabilitación. A menudo son más sabias que los expertos y expertas que vienen de ciudades lejanas o incluso del extranjero. Los expertos y expertas que hacen investigación y encuestas sobre la biodiversidad, a menudo dependen de los conocimientos de las comunidades locales. Lo mismo ocurre en temas de manejo de la biodiversidad y de los recursos naturales.

Para garantizar la participación efectiva de las comunidades locales en la investigación y las encuestas (y para la gestión colaborativa), es importante responder con tiempo las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el papel de los roles de género en los modos de vida de la comunidad?
- ¿Quiénes son los y las principales dirigentes y líderes de opinión en los diferentes grupos de la comunidad?
- ¿Cuál es su relación con el tema de investigación sobre biodiversidad?
- ¿Qué los podría motivar a colaborar, cuáles son los obstáculos?
- ¿Qué conocimientos previos se necesitan para involucrarse en la investigación?
- ¿Cuál es la relevancia de la investigación para la comunidad desde una perspectiva educativa?
- ¿Cómo puede una actividad de investigación contribuir a sus medios de vida y al avance de su educación?
- ¿Cómo pueden los resultados de la investigación agregar valor a su situación económica?
- En el caso de que la mayoría de las personas de la comunidad sean analfabetos, ¿cómo pueden participar activamente y de manera significativa en la gestión de las zonas ricas en biodiversidad?
- ¿Cómo se comunicarán los resultados de la investigación a la comunidad?
- ¿Cómo se reconocerá a la comunidad por los resultados?
- ¿Cómo se puede establecer una base significativa de respeto mutuo y confianza?
- ¿Cómo podemos establecer y mantener buenas relaciones de trabajo?
- ¿Cuáles son las modalidades de comunicación necesarias durante y después de la investigación o encuesta?
- ¿Cómo puede involucrarse la comunidad para tomar a cargo la comunicación?

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: La participación del público en las evaluaciones de impacto ambiental

Si no existen obligaciones legales para lograr la participación del público en las evaluaciones de impacto ambiental, la participación pública de todas maneras puede ser un instrumento importante para generar más apoyo para las decisiones del Gobierno. Con el fin de organizar una participación efectiva, es aconsejable responder a las siguientes preguntas acerca de la participación pública en las EIA.

- **Antes de que se adopte una decisión sobre la participación en los procesos de EIA, pregúntese:**
 - ¿Qué disposiciones relevantes existen en la legislación local?
 - ¿Cuán útil es el futuro proyecto, para el cual se está realizando una EIA, para la comunidad, región, o país?
 - ¿En qué medida va a crear puestos de trabajo e ingresos para la gente?
 - ¿Quién financia el proyecto? ¿Es un proyecto financiado por el sector público o privado? ¿Cuál es la reputación del donante y de sus socios?
 - ¿En qué etapa del proyecto se está realizando la evaluación de impacto ambiental (conceptual /diseño/ ejecución o fase posterior a la ejecución)?
 - ¿Hay consultas públicas sobre la propuesta/proyecto en curso para discutir la evaluación de impacto ambiental?
 - ¿Quién debe participar en las consultas públicas? ¿Cómo se publicitará la consulta?
 - ¿Cuán públicos serán los resultados del informe de EIA? ¿Qué papel desempeñan el informe en las decisiones finales sobre el proyecto?
 - ¿Cómo se estructuraría el proceso de la audiencia?

- **Después de obtener un resultado positivo sobre la participación pública, pregúntese:**
 - ¿Se ha invitado a todos actores clave relevantes? ¿Están apropiadamente informados? ¿Tienen los documentos pertinentes, mapas etc.?
 - ¿Cómo podemos manejar las expectativas de los diversos grupos de interesados?
 - ¿Necesitamos facilitadores neutrales en el proceso?
 - ¿Cómo podemos generar un ambiente constructivo?
 - ¿Cómo podemos organizar el proceso de búsqueda de datos, la recopilación de información y la evaluación conjuntamente?
 - ¿Cómo podemos organizar el proceso de evaluación conjunta de los datos, la información y un asesoramiento adecuado para la toma de decisiones?
 - ¿Cómo podemos organizar la comunicación sobre la decisión?

¿Cómo garantizar la participación pública?

SECCIÓN 3 | ¿CÓMO INVOLUCRAR A LOS ACTORES CLAVE E INTEGRAR LA BIODIVERSIDAD EN OTROS SECTORES?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Monitoreo y evaluación participativa

La participación en el monitoreo y la evaluación representa una filosofía diferente al monitoreo usual de un programa o proyecto. Por lo tanto, hace preguntas diferentes. El monitoreo y la evaluación participativa tiene las siguientes características:

- Es importante para que todos los actores clave tengan una forma de evaluar el proceso de participación en el que están involucrados;
- Exige claridad de los objetivos y de los indicadores de éxito que promueven la rendición de cuentas y que pueden ser monitoreados y evaluados por los y las participantes y por las personas encargadas de tomar decisiones a todos los niveles;
- Se requiere reflexionar sobre los resultados de las acciones realizadas y permite a la gente pensar con más claridad sobre sus futuras acciones;
- Incluye elementos cuantitativos y cualitativos;
- Puede incluir aproximaciones como la auto-evaluación, la evaluación de beneficiarios, el monitoreo participativo de impacto, evaluación y monitoreo participativos;
- Todas las aproximaciones tienen en común la participación activa y significativa de uno o más partes actores clave en el diseño, implementación, el análisis y la revisión crítica de las actividades de monitoreo y evaluación;
- Se construye a partir de las herramientas utilizadas en la investigación-acción participativa, la investigación social y la teoría y práctica sobre monitoreo y evaluación;
- Observa al proceso participativo en sí mismo, como un medio para un fin (el proceso de participación) y como un fin en sí mismo (participación mejorada de las personas y/o de la calidad de la participación);
- Alienta el uso de la evaluación como una herramienta de aprendizaje y permite que las perspectivas de los miembros del equipo se articulen, e incluye dicha información en el diseño y adaptación de los programas.
- Es útil cuando una tercera parte se involucra para plantear preguntas importantes para que los y las participantes respondan;
- Permite planear estrategias para acercarse e involucrar a cada persona o grupo al comienzo del ejercicio de evaluación.

Allen, W. Kilvington, M. Horn, C. 2002 Uso de la base de aprendizaje participativo y enfoques para la Gestión del Medio Ambiente para ayudar a lograr un cambio de comportamiento constructivo, el Ministerio de Medio Ambiente, Nueva Zelanda. Pag. 35 -37

SECCIÓN 4

¿Cómo planificar la comunicación de manera estratégica?

“Sin planificación.. se planifica el fracaso”

¿Qué incluye esta sección?

La conservación de la biodiversidad depende de las acciones de muchas personas y organizaciones. CEPA es un medio para obtener apoyo y asistencia por parte de éstas.

CEPA falla cuando las actividades no son debidamente planificadas y preparadas.

La planificación y preparación de CEPA implica identificar obstáculos, asegurar la eficiente utilización de los recursos y maximizar el impacto.

Sección 1: proporciona información sobre la importancia de CEPA para lograr los objetivos de la biodiversidad. Explica el papel de CEPA en la formulación de las ENBPA, en su actualización y su aplicación.

Sección 2: proporciona herramientas de CEPA para hacer uso de las redes. Se puede hacer mucho a través de la creación y gestión de redes para aplicar las ENBPA, sobre todo cuando se tiene recursos limitados

Sección 3: ofrece herramientas de CEPA para involucrar a los actores clave para la aplicación de las ENBPA.

Sección 4: proporciona herramientas para planificar de manera estratégica la comunicación, y ofrece instrucciones para desarrollar un plan de comunicación paso a paso.

En todas las secciones la guía se compone de:



Proporciona teoría y puntos prácticos sobre cómo y cuándo utilizar CEPA.



Ofrece pequeños estudios de caso de cómo CEPA ha sido utilizada para ilustrar las hojas informativas.



Proporciona una lista útil para revisar la utilización de CEPA en la planificación.

Contenido

Introducción: ¿Por qué planificar la comunicación de manera estratégica?	231
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué es la comunicación estratégica?	231
EJEMPLO: Plan de Comunicación para la campaña del día de la Biodiversidad en los Países Bajos.	232
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Planificación de la comunicación	233
Paso 1. Análisis de la problemática y el rol de la comunicación.	234
HOJA INFORMATIVA: Paso 1: ¿Cómo analizar la problemática?	235
HOJA INFORMATIVA: Paso 1: ¿Cómo identificar el rol de la comunicación?	235
HOJA INFORMATIVA: Paso 1: ¿Cuándo la comunicación por sí sola no es suficiente?	236
HOJA INFORMATIVA: Paso 1: ¿Cómo decidir sobre el rol de la comunicación en relación con una problemática de la biodiversidad?	236
EJEMPLO: La comunicación sin un análisis de la situación.	238
EJEMPLO: La comunicación por sí misma no puede resolver el problema.	238
EJEMPLO: Problemáticas de la biodiversidad que están formulada en términos demasiado amplios para ser comunicadas adecuadamente	239
EJEMPLO: Lobos hambrientos atacan una aldea en Siberia – la comunicación no tiene rol	239
EJEMPLO: Protección de cocodrilos: el papel vital de la comunicación	240
EJEMPLO: Una propuesta de comunicación basada sobre un análisis insuficiente de la problemática de la biodiversidad.	240
Paso 2. Seleccionar grupos meta/audiencias y actores clave.	242
HOJA INFORMATIVA: Grupos meta: ¿a quién quiere llegar?	243
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo determinar a un grupo meta?	243
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: diseño de investigación sobre grupos meta.	244
EJEMPLO: Comprendiendo al grupo meta	245
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Métodos de investigación para grupos meta.	246
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Análisis de los grupos meta	247
Paso 3. Determinar las objetivos de la comunicación	248
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué efectos quiere lograr?	249
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo determinar los objetivos de la comunicación?	250
EJEMPLO: Objetivos para influir en los conocimientos, las actitudes y los comportamientos.	251
EJEMPLO: Objetivos de la comunicación.	251
Paso 4. Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios	252
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué enfoque va a utilizar para comunicarse?	253
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo desarrollar una estrategia?	253
HOJA INFORMATIVA: Diseño de la estrategia: ¿Es más efectivo comunicarse directamente con los grupos meta o comunicarse a través de intermediarios y socios?	254
HOJA INFORMATIVA: ¿Es más efectivo enfocarse en enviar mensajes o iniciar un proceso de doble vía?	255
HOJA INFORMATIVA: ¿Es más efectivo centrarse en un enfoque informativo, en uno emocional, en un enfoque basado en la acción, o en una combinación de éstos?	256
EJEMPLO: Estrategia de comunicación para recibir retroalimentación del público en general.	257

EJEMPLO: Enfoques de la comunicación	257
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Eligiendo el momento de trabajar con socios	258
Paso 5: Definir los mensajes	260
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué va a comunicar? ¿Cuál es el mensaje?	261
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo formular un mensaje?	262
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo poner a prueba los mensajes y los medios a utilizarse?	263
EJEMPLO: Comunicación de mensajes.	264
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: La evaluación previa de mensajes.	265
Paso 6. Definir el medio de comunicación	266
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo difundir el mensaje?	267
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué medios utilizar para comunicarnos?	267
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo seleccionar medios eficaces de comunicación?	268
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Seleccionando el medio de comunicación	269
Paso 7. Organizar la comunicación e informar a los socios	270
HOJA INFORMATIVA: ¿Quién hace qué? ¿Cómo organizar sus esfuerzos de comunicación?	271
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo trabajar de manera efectiva con los socios?	271
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Orientando y ofreciendo información a los socios	272
Paso 8. ¿Cómo planificar las actividades de comunicación?	274
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo planificar las actividades de comunicación?	275
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Desarrollando un Plan de Comunicación	276
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Factores que fallan en la planificación de la comunicación.	277
Paso 9. Presupuesto para la comunicación	278
HOJA INFORMATIVA: ¿Cuánto cuesta? ¿Cómo hacer un presupuesto para la comunicación?	279
HOJA INFORMATIVA: ¿Cómo comunicar con un presupuesto limitado?	279
LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Fuentes de financiación	280
Paso 10. Monitoreo y Evaluación	282
HOJA INFORMATIVA: ¿Qué hemos logrado? ¿Cómo evaluar la comunicación?	283

¿Por qué planificar la comunicación de manera estratégica?

- La planificación contribuye en gran medida al éxito.
- Algunas preguntas claves que se deben considerar al inicio del proceso son:
 - ¿Cuál es la situación actual y cómo sería la situación ideal futura?
 - ¿Qué necesita para llegar allá?
 - ¿Qué rol desempeñan la comunicación, la educación y la formación para lograr sus metas?
 - ¿Cómo aprender de sus experiencias a medida que avanza?

Planificación no estratégica	Planificación estratégica
Se centra en decidir sobre el medio que se utilizará antes que el mensaje	Clarifica los objetivos, las audiencias y el mensajes antes de decidir el medio a utilizarse
Las personas creativas proponen una idea "chévere" y divertida	Las personas creativas planifican para lograr los resultados deseados
Se centra en los medios a utilizarse	Se centra en la audiencia, el mensaje y el contenido
El contenido del mensaje es secundario al medio y por lo general no responden al "por qué" o al "qué"	Los medios son considerados como una herramienta para alcanzar los objetivos

La comunicación es parte de todo el proceso de aplicación de la política y la estrategia.

Para aplicar las ENBPA hay muchos proyectos que se deben preparar y ejecutar. Aunque la mayoría de los/as Puntos Focales del CDB, y de las personas que coordinan las ENBPA, conocen la importancia de la fase inicial de diseño de proyectos, ésta a menudo recibe poca atención. Además, el papel de la comunicación no es considerado durante esta primera fase de concepción del proyecto. Por lo general, se abordan los temas de comunicación sólo después de que se preparan los planes, las políticas o los proyectos. La práctica demuestra que este hecho constituye un obstáculo importante, y que reduce considerablemente las posibilidades de éxito de la aplicación del proyecto.

La comunicación Ad hoc no es efectiva

Hay una enorme diferencia entre planificar la comunicación de manera estratégica y no hacerlo. Con qué frecuencia oímos a las personas decir: "hagamos un video para informar a todos", antes de cualquier pensamiento acerca de cuál es el resultado que se quiere lograr.

¿Qué es la comunicación estratégica?

La **comunicación estratégica** se planifica y cumple con un propósito.

La **comunicación estratégica** está dirigida a una audiencia en particular o hacia varias audiencias.

La **comunicación estratégica** está diseñada y se orienta a producir un resultado deseado, como producir cambios en las políticas, en las prácticas de una organización o en el comportamiento individual.

La **comunicación estratégica** tiene como objetivo lograr resultados utilizando de la mejor manera el tiempo y los recursos disponibles.

Hay dos grandes aproximaciones de la comunicación.

Comunicación instrumental: El plan de comunicación se organiza con el fin de aumentar el interés de la opinión pública, los políticos y otros grupos especiales sobre un tema en particular, o para generar apoyo para las políticas o planes. La comunicación puede utilizarse por sí sola o de manera conjunta con otros instrumentos de la política, como los incentivos financieros o las regulaciones.

Comunicación interactiva: El plan de comunicación establece un diálogo activo con algunos grupos de interés con el fin de involucrarlos completamente en la planificación, implementación o evaluación de una política o de un componente de la ENBPA.

LOS 10 PASOS PARA PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN SON:

1. Análisis de la problemática y del rol de la comunicación.
2. Selección de los grupos meta/audiencias y de los actores clave.
3. Definición de los objetivos de la comunicación.
4. El desarrollo de la estrategia y selección de socios.
5. Definición de los mensajes.
6. Selección de los medios de comunicación.
7. Organización de la comunicación e información para los socios.
8. Planificación (en términos de hitos y actividades)
9. Hacer un presupuesto de las actividades.
10. Monitoreo y evaluación.

EJEMPLO: Plan de comunicación para la Campaña del día de la Biodiversidad en los Países Bajos.

Problemática

¿Cómo involucrar a la gente — especialmente a los jóvenes — sobre nuevas formas de pensar y de ‘hacer’ para un mundo sostenible?. ¿Cómo utilizar la exposición nacional e internacional del Día de la Biodiversidad?

Grupos meta

Profesores, jóvenes entre 12 y 17 años, padres, Municipios, organizaciones no gubernamentales.

Objetivos de comunicación

- Ampliar el conocimiento sobre los vínculos causales con respecto a la biodiversidad.
- Transmitir la sensación de que todos pueden dar una contribución personal de utilidad.
- Proporcionar perspectivas de acción que ofrezcan resultados visibles.

Estrategia

Explorar el potencial de una campaña nacional, que haga que la gente se una a la campaña, que sea clara sobre lo que deben hacer las personas, que desencadene iniciativas de abajo hacia arriba, que proporcione una base para el seguimiento y que ofrezca grandes oportunidades para generar publicidad gratuita. Comenzar con un estudio de factibilidad entre los principales actores clave.

Mensaje (a ser probado)

Día de la Biodiversidad: el mundo está cambiando, dé sus ideas y únase.

Medios (a ser probados)

- Página web interactiva, con información sobre la biodiversidad y con actividades para ser realizadas dentro y fuera del aula;
- Competencia de carteles: pre-selección de los carteles de las Escuelas de Arte, los artistas jóvenes de renombre nacional son parte del jurado, los mejores carteles se imprimen y son utilizados en los municipios;
- Concurso para realizar un anuncio sobre biodiversidad utilizando los teléfonos celulares para hacer videos. El video ganador será difundido en la televisión nacional. Foros locales y nacionales con jóvenes, políticos, empresas, ONGs y gobierno;
- Acuerdos formales para hacer compromisos: en el hogar sobre el uso del automóvil, el ahorro de energía, en familia: contar por dos horas, a la luz de las velas, historias sobre la naturaleza en el Día de la Biodiversidad, visitar una exposición sobre biodiversidad, etc.

Organización, Presupuesto, Planificación, Evaluación

La selección de los socios, intermediarios, el levantamiento de fondos, el cronograma, los hitos y los métodos de evaluación se decidirán sobre la base del estudio de factibilidad.

Fuente: HECT Consultancy, Países Bajos

LISTADO DE PUNTOS CLAVE: Planificación de la comunicación

LAS SIGUIENTES DIRECTRICES HAN DEMOSTRADO SER DE AYUDA CUANDO SE DESARROLLA UN PLAN DE COMUNICACIÓN.

- Lapso de tiempo:** primero usted debe clarificar si va a diseñar una estrategia de comunicación con objetivos a largo plazo, un plan de comunicación con objetivos a corto plazo o para un proyecto específico.
- Objetivo:** en segundo lugar, usted debe ser consciente sobre si la campaña que está organizando es para aumentar el interés del público, de los políticos o de otros grupos especiales para un asunto en particular, o para generar apoyo para las políticas o para los planes — esto es **comunicación instrumental**. (*La campaña de Biodiversidad utiliza la comunicación instrumental*)
- Puede ser que su plan de comunicación sea para establecer un diálogo activo con ciertos grupos y para involucrarlos completamente en los procesos de planificación, ejecución o evaluación de las políticas y proyectos de biodiversidad— esto es **comunicación interactiva**. (*El estudio de factibilidad entre los actores clave en el ejemplo de la campaña de Biodiversidad es una forma de comunicación interactiva*).

LOS 10 PASOS PARA LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN SON:

1. Análisis de la problemática y del rol de la comunicación.
2. Selección de los grupos meta/audiencias y actores clave.
3. Definición de los objetivos de la comunicación.
4. El desarrollo de la estrategia y la selección de socios.
5. Definición de los mensajes.
6. Selección de los medios de comunicación.
7. Organización de la comunicación e información para los socios.
8. Planificación (en términos de hitos y actividades)
9. Hacer un presupuesto de las actividades.
10. Monitoreo y evaluación

ALGUNOS CONSEJOS:

- Durante la aplicación, compruebe periódicamente cuán factible es el plan, y qué desastres pueden ocurrir.
- Sea flexible en la adaptación del plan en caso de escasez de dinero o de tiempo.
- Debido a que el éxito genera éxito, es mejor ser menos ambiciosos y empezar con un plan que casi con certeza lleve al éxito, que ser demasiado ambicioso y no tener ningún impacto real.

Paso 1: Análisis de la problemática y el rol de la comunicación

Paso 1: Análisis de la problemática y el rol de la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cómo analizar la problemática?

Antes de desarrollar una estrategia de comunicación, debe saber claramente cuál es la problemática relacionada con la conservación de la biodiversidad y cómo la comunicación puede contribuir a resolverla. La comprensión de los problemas reales sustenta el diseño de una estrategia de comunicación. La visión precisa de las causas y los efectos es fundamental para convencer a los grupos meta, a los potenciales socios, a las personas encargadas de tomar decisiones y a otros sectores o niveles de gobierno, para que una cuestión concreta sea resuelta con urgencia.

Este es el primer paso esencial para que cualquier plan de comunicación evite la pérdida de energía, tiempo y recursos financieros en esfuerzos de comunicación que no tendrán ningún efecto.

¿Cómo empezar?

En primer lugar tiene que identificar el problema relacionado con la biodiversidad, y analizar el carácter y alcance del problema.

UNA PROBLEMÁTICA SOBRE LA BIODIVERSIDAD PUEDE SER ANALIZADA RESPONDIENDO A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS:

- ¿Cuál es el alcance de la problemática de la biodiversidad en términos cualitativos y cuantitativos?
- ¿Qué hace que la problemática sea urgente? ¿Cuáles son las consecuencias si no se toma ninguna acción?
- ¿Cuál es el contexto y cuáles son las causas de la problemática?
- ¿Cuáles son las actividades que causan la problemática?
- ¿Qué partes son responsables de estas causas y actividades?
- ¿Qué partes tienen interés en estas actividades?

(Véase también el análisis de actores clave en la sección 3)

¿Cómo identificar el rol de la comunicación?

Para identificar el rol de la comunicación, es necesario preguntar a las partes responsables o interesadas en la problemática:

¿Cuál son los Conocimientos, las Actitudes y las Prácticas actuales (comportamientos) de los grupos meta y los actores clave involucrados?

Una forma abreviada de referirse a los Conocimientos, Actitudes y Prácticas es **CAP**.

¿Qué reacciones tienen que cambiar por parte de los grupos meta y los actores clave se pueden sugerir para conservar las biodiversidad?

Es importante aclarar cuáles son los cambios deseados en las personas involucradas en la problemática.

- ¿Es para **cambiar las actitudes** de las personas u organizaciones, o
- **cambiar la mentalidad** — la manera en que la gente percibe un determinado asunto, o
- **cambiar** la forma en que la gente piensa acerca de un tema, o (más difícil)
- **cambiar el comportamiento?**

Para evaluar el rol de la comunicación en este proceso de cambio es necesario entender si el problema se debe a:

- Una falta de conciencia de que la problemática es importante;
- Actitudes negativas hacia la problemática o hacia las soluciones;
- Falta de conocimientos o del “saber hacer” para llevar adelante un cambio.

En estos casos, los distintos estados de conocimientos, actitudes y prácticas necesitan de diferentes soluciones de comunicación, y la comunicación puede ser utilizada como un único instrumento.

ERRORES QUE FRECUENTEMENTE SE COMENTEN EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: ANÁLISIS NO APROPIADO DE LA PROBLEMÁTICA

El papel de la comunicación es por lo general mal definido en la aplicación de las ENBPA. En primer lugar, el problema no está bien definido. No se comprende las razones del por qué los grupos meta actúan de una manera determinada, o las barreras que existen para el cambio. Los resultados de la comunicación no están definidos claramente.

Ejemplo 1: La comunicación “para hacer frente a las amenazas de la biodiversidad” es demasiado vaga, cuando el verdadero problema comunicacional es “reducir la presión de los visitantes que acampan en el hábitat de una especie rara de flor”.

Ejemplo 2: Carteles o folletos con bellas imágenes y mensajes sobre la importancia de un área que se debe protegerse podría no ser muy útil si el verdadero problema de comunicación es responder a la percepción de la gente acerca de que la nueva área protegida significará nuevas restricciones a su forma normal de la vida, a sus negocios, a la recreación o a las nuevas inversiones.

La comunicación necesita más que fotografías, publicaciones o medios de comunicación. En lugar de esto, para ser efectivos se necesitan de entrevistas, audiencias, mesas redondas y negociaciones abiertas.

Paso 1: Análisis de la problemática y el rol de la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cuándo la comunicación por sí misma no es suficiente?

Las problemáticas asociadas a la biodiversidad por lo general son complejas, y a menudo hay muchos actores involucrados con diferentes intereses y puntos de vista. Los cambios deseados para la conservación pueden beneficiar o perjudicar a las diversas partes implicadas. La resistencia al cambio puede ser debido a la falta de recursos financieros, la falta de formas alternativas de generación de ingresos, y la falta de recursos técnicos o de infraestructura. En estos casos la comunicación por sí sola no puede resolver el problema.

Cuando el cambio de comportamiento deseado no beneficia a las personas involucradas, entonces se necesita utilizar otros instrumentos. La comunicación puede apoyar la utilización de estos otros instrumentos. Los instrumentos para generar un cambio son:

- Legislación y reglamentación: es decir, leyes, directrices, restricciones, convenios;
- Incentivos financieros: es decir, subsidios, depósitos, tasas, impuestos, compensaciones;
- Facilidades: equipo apropiado, máquinas y herramientas, infraestructura.

LA COMUNICACIÓN PARA TRES CATEGORÍAS DE PROBLEMÁTICAS DE LA DIVERSIDAD BIOLÓGICA

Desde la perspectiva de la comunicación, se pueden distinguir tres categorías de problemas:

- Los problemas de la biodiversidad con causas que pueden abordarse y resolverse plenamente con la comunicación como un **instrumento único** — es decir, los cambios voluntarios son posibles con el conocimiento, las actitudes o las prácticas existentes.
- Los problemas de la biodiversidad en donde existe una combinación de causas relacionadas con la comunicación conjuntamente con otras causas, puede resolverse utilizando la comunicación como un **instrumento de apoyo** para otros incentivos.
- Los problemas de la biodiversidad que son generados por causas que **no tienen relación con la comunicación** y que sólo pueden resolverse con otros instrumentos y medidas.

¿Cómo decidir sobre el rol de la comunicación en relación con una problemática de la biodiversidad?

PREGUNTAS QUE AYUDAN A IDENTIFICAR EL POTENCIAL DE LA COMUNICACIÓN PARA CAMBIAR EL COMPORTAMIENTO DE LOS GRUPOS META.

¿Son los beneficios individuales más grandes que las desventajas?

- ¿Cuáles son las principales ventajas o desventajas del cambio de comportamiento deseado para el grupo meta?
- ¿Son las desventajas más grandes que los beneficios o ventajas? Si es así, la comunicación es mejor que sea utilizada como un instrumento de apoyo (por ejemplo, para explicar nuevos reglamentos).

¿Actitud positiva o negativa?

- ¿Cuál es la actitud actual del grupo meta sobre el problema?
- Si la actitud es positiva, la motivación interna podría ser suficiente para cambiar el comportamiento, y la comunicación se puede utilizar para enfatizar las ventajas.
- Si la actitud es negativa, el papel de la comunicación depende de la conciencia sobre el problema.

¿El grupo meta está consciente del problema?

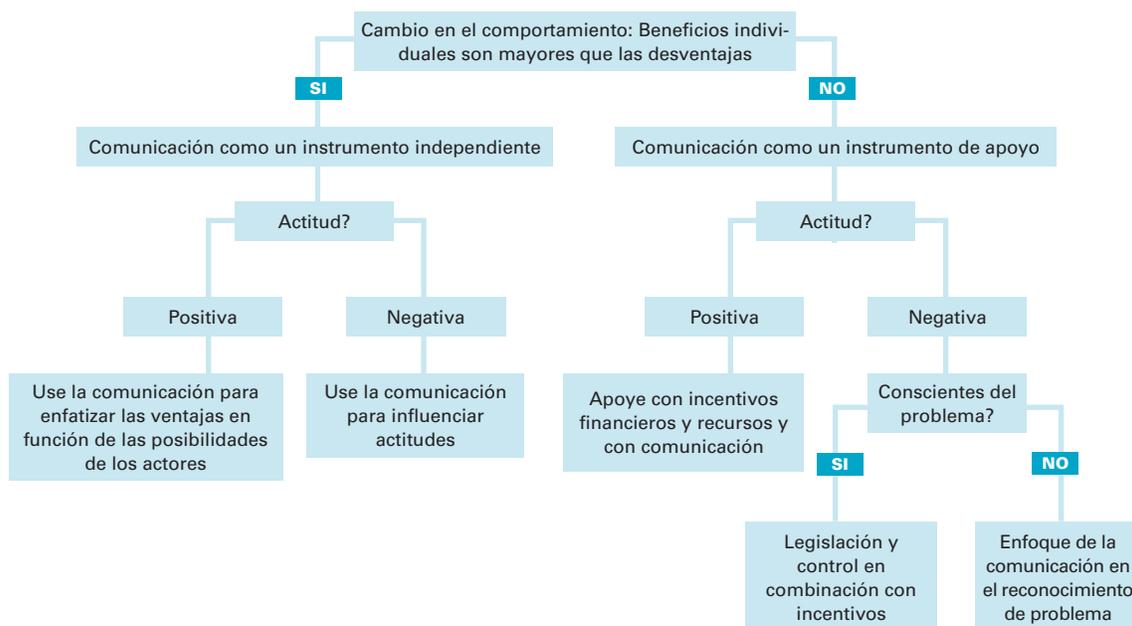
- Si el grupo meta ya sabe sobre el problema, entonces un cambio en sus prácticas sólo será posible con la legislación, los controles y los incentivos. La comunicación puede ser usada para explicar las normas.
- Si el grupo meta carece de conocimientos sobre el problema, la comunicación debe centrarse en el reconocimiento del problema.

Estas medidas se explican en las figuras a continuación: ¿Cómo decidir sobre el rol de la comunicación en una problemática de la biodiversidad?

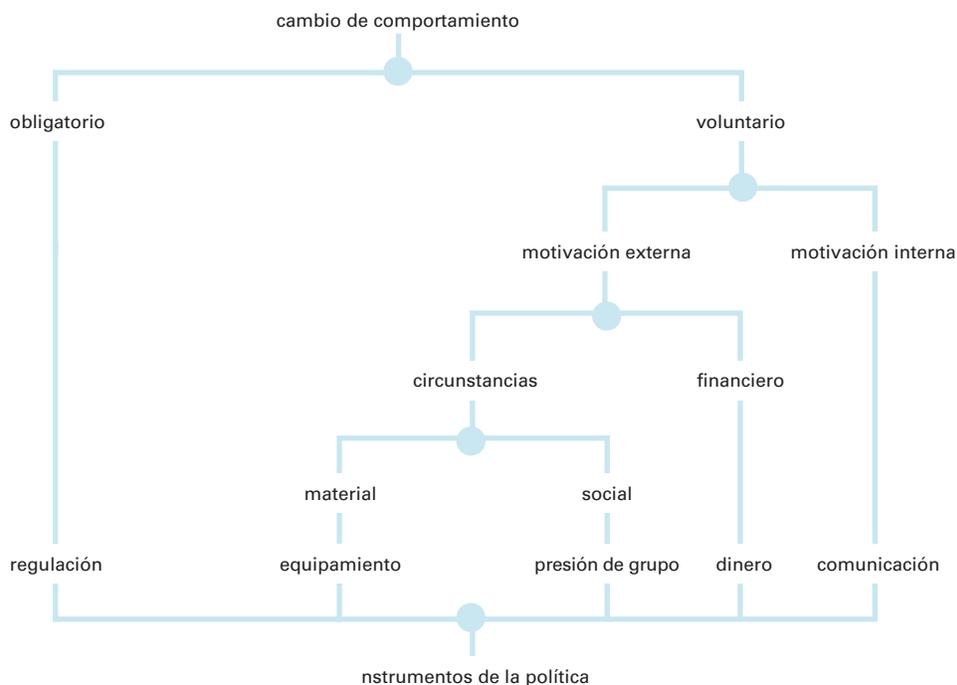
La conservación de la biodiversidad requiere cambios en los conocimientos, las actitudes y las prácticas de las personas. Las personas miden las ventajas y desventajas antes de hacer cambios en su comportamiento. El siguiente diagrama ayuda a aclarar el papel de la comunicación, desde una perspectiva de cambio de comportamiento; los cambios se dan de acuerdo con la percepción del beneficio. La comunicación puede ser utilizada como un instrumento independiente o como apoyo a otros instrumentos.

Paso 1: Análisis de la problemática y el rol de la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?



El siguiente diagrama es otra manera de representar los instrumentos de la política que podrían ser utilizados para lograr cambios de comportamiento, ya sea voluntariamente o por medio de una regulación obligatoria. La comunicación puede ser el único instrumento a ser utilizado cuando las personas están motivadas internamente por sus propios valores o por sus preocupaciones, por ejemplo, para las generaciones futuras. Cuando las acciones propuestas para conservar la diversidad biológica son más difíciles, los incentivos externos o los instrumentos de la política son necesarios para motivar o para ayudar a la gente a cambiar. Los subsidios o los apoyos financieros pueden ayudar, por ejemplo, para cubrir el riesgo que implica un cambio de práctica. Para otros, el suministro de redes de pesca, amigables para las tortugas por ejemplo, puede facilitar el cambio.



Fuente: Cees Van Woerkum, Cambio de Comportamiento e instrumentos de política, 1999

EJEMPLO: Comunicación sin un análisis de la situación

La tala de madera en Karelia

La empresa maderera del asentamiento de Piaozero, en la República de Karelia, en la Federación de Rusia, ha existido desde 1973. Durante todos estos años — con licencias emitidas por el gobierno de Karelia— casi todo el bosque de la zona fue cortado. Para el año 2000, el único bosque remanente que quedó para uso de la empresa, está localizado al Norte de la República.

Protestas de las ONGs

Las ONG ambientalistas de Rusia, con el apoyo de sus colegas finlandeses, consideraron a este bosque era único, con un ecosistema rico en biodiversidad, lo cual es de importancia para el medio ambiente europeo. Las ONGs iniciaron una campaña de protesta contra los planes de la empresa y en contra de las concesiones de licencias ambientales dadas por parte del gobierno de Karelia. El conflicto atrajo la atención internacional.

Comunicación del Gobierno

La protesta obligó al gobierno de Karelia a prestar más atención a la situación y los diferentes actores involucrados. El jefe del Gobierno visitó el asentamiento de Piaozero y entabló largas discusiones con los residentes locales, la administración y los trabajadores de la empresa maderera. Además, el Gobierno ayudó a una iniciativa de las ONG rusas para organizar un taller en Piaozero. Durante este taller todas las posiciones fueron reveladas, pero no se logró consenso. Hasta hoy (2002) la situación sigue siendo muy crítica, y el conflicto no se resuelve.

Demasiado tarde, ningún análisis de la situación, un mensaje equivocado

El Gobierno debería haberse comunicado con las ONG inicialmente. Para responder al problema, éste debería haberse dado cuenta de que la base de los conflictos eran las cuestiones económicas y sociales de la zona. La pregunta no debió haberse centrado en “cortar o no cortar”, sino sobre “¿cuáles podrían ser las mejores formas y medios para mejorar la situación social y económica de la zona con una mínima destrucción de los bosques?”

Fuente: ECAPP Curso de Educación a Distancia

EJEMPLO: La comunicación por sí sola no puede resolver el problema

Los letreros no son suficientes

Todos los fines de semana, un Parque Nacional recibe unos pocos cientos de visitantes de las ciudades cercanas. Los visitantes no entran en el parque, pero permanecen cerca de un área de estacionamiento, en una zona pequeña diseñada especialmente para hacer picnics y disfrutar del clima y de la idea de que están en la naturaleza. Al salir, un montón de basura queda atrás. A la administración del Parque le resulta difícil invertir en más personal de limpieza. El director del parque no desea utilizar guardias, o la policía local para patrullar y hacer cumplir un mejor comportamiento ambiental, ya que él considera a los visitantes como buenos embajadores y como un grupo de apoyo para el parque. Por lo tanto, él decide colocar carteles pidiendo a los visitantes dejar el lugar tan limpio como lo encontraron.

No hubo ninguna mejoría en la situación, incluso con los letreros. El director no entiende por qué. Por último, uno de los guardias le pregunta al director cómo pueden los visitantes limpiar su basura, como se indica en los carteles, si no existen suficientes cestos de basura.

En este caso, la comunicación por sí sola no puede resolver el problema. La gente necesita la infraestructura y los servicios necesarios para poder actuar adecuadamente. En este contexto la comunicación se utiliza para apoyar el uso de los servicios o suministros.

Enviar mensajes informativos por sí solos no es suficiente

Una bahía cerca de una ciudad tiene muchas especies diferentes de mariscos. Los habitantes de la ciudad los recogen para comérselos. Unas pocas especies son raras y están amenazadas. Para proteger estas espe-

cies, la autoridad local introdujo un nuevo reglamento restringiendo su recolección. Los recolectores de mariscos fueron informados sobre el nuevo reglamento (dando conocimiento). Sin embargo, el conocer sobre la regulación no significa que vayan a dejar de recolectar las especies amenazadas. La gente necesita creer que esa medida es por el bien de todos, y que las especies amenazadas deben ser protegidas (creación de una actitud).

Incluso cuando los recolectores de mariscos estuviesen de acuerdo con la regulación y comprendiesen las razones de su aplicación, tal vez no obedezcan (o cambien su comportamiento). La gente podría continuar con la recolección de las especies amenazadas, debido al dinero que generan. Cuando el cambio de comportamiento individual tiene más inconvenientes que beneficios, la comunicación no es suficiente. Otras medidas son necesarias, tales como el patrullaje de la playa e imponer multas a los transgresores.

EJEMPLO: Problemáticas de la biodiversidad que están formuladas en términos demasiado amplios para ser comunicadas adecuadamente

- El aumento de la población significa crecientes demandas de espacio y de alimentos, poniendo así en peligro la diversidad biológica.
- El desarrollo urbano, la agricultura intensiva y la forestería reducen los hábitats.
- La ampliación de las carreteras, el ferrocarril, las redes de electricidad fragmentan los hábitats y ponen en peligro a algunas especies.
- La sobreexplotación de los recursos naturales conduce a la extinción de las especies.
- La contaminación afecta a la salud de los animales y las plantas, tanto como a la salud humana.
- Los desastres ambientales, como los vertidos de petróleo, han tenido consecuencias devastadoras sobre las aves, y la fauna y flora marina.
- Se predice que el cambio climático causará que las especies migren hacia otras regiones o se extingan.
- Las especies invasoras entran en los ecosistemas donde no ocurren en forma natural, y reducen la biodiversidad de la zona.

Los temas de diversidad biológica presentados anteriormente pueden ser más concretos para efectos de la comunicación (y de acción) respondiendo a las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el alcance de la problemática en términos cualitativos y cuantitativos?
- ¿Qué hace que el problema sea urgente? ¿Cuáles son las consecuencias si no se toman medidas?
- ¿Cuál es el contexto y la causa del problema?
- ¿Qué actividades causan el problema?
- ¿Qué partes son responsables de estas causas y actividades?
- ¿Qué partes tienen interés en estas actividades?

EJEMPLO: Lobos hambrientos atacan una aldea en Siberia — la comunicación no tiene rol

En enero del 2001, cientos de lobos hambrientos atacaron aldeas y granjas, en las cercanías de la ciudad de Krasnojarsk, en busca de alimentos. Estos animales, que son generalmente tímidos, se encontraban desesperados por alimento después de semanas de temperaturas de -45C. Después de devorar vacas, ovejas y cerdos, los lobos trataron de entrar en las casas. En el pueblo de Balachtinsk se formaron comandos encargados de prevenir nuevos ataques. Un gran número de lobos fueron asesinados. Es evidente que en situaciones extremas la supervivencia humana tiene prioridad sobre la protección del medio ambiente. Para resolver este problema en el futuro, se necesitan otras medidas de comunicación.

Fuente: ECAPP Curso de Educación a Distancia

EJEMPLO: Protección de los cocodrilos: el papel vital de la comunicación

El cocodrilo (*Crocodylus mindorensis*) es una especie endémica a las Filipinas críticamente amenazada. Una población pequeña y fragmentada sobrevive en zonas densamente pobladas en la parte norte de Sierra Madre. La población de cocodrilos se encuentra amenazada por la caza, por los métodos de pesca destructivos que se utilizan (como la pesca con dinamita, con electricidad o con productos químicos), y por la conversión de los humedales. El obstáculo más importante para la conservación de esta especie en forma silvestre es la percepción negativa que tiene la gente sobre ésta.

En el 2000 se realizó una campaña de comunicación, enfocada en el tema “el cocodrilo Filipino: algo de lo que estar orgullosos”. Se distribuyeron folletos, boletines informativos, calendarios y carteles en la zona del hábitat de los cocodrilos. Se impartieron conferencias sobre los cocodrilos en las escuelas locales. Los estudiantes presentaron obras de teatro y espectáculos de marionetas en aldeas remotas. Se realizaron consultas comunitarias para escuchar las preguntas y preocupaciones de la población local. Se fortalecieron las capacidades de los y las dirigentes de las aldeas para gestionar eficazmente los recursos de los humedales. Ahora el 98% de las personas saben que el cocodrilo de las Filipinas está oficialmente protegido por ley. La caza y el uso de métodos de pesca destructivos prácticamente se han dejado de usar en la zona. Más importante aún, las personas ahora apoyan activamente el programa de conservación y se enorgullecen de que el cocodrilo de Filipinas sobreviva en su pueblo.

Merlijn van Weerd, Gwen van Boven y Jan van der Ploeg en: La comunicación en Áreas Protegidas, UICN 2004, Capítulo 16, página 139

EJEMPLO: Una propuesta de comunicación basada sobre un análisis insuficiente de la problemática de la biodiversidad



Una Agencia de Protección del Medio Ambiente está preocupada por el aumento de los costos de la indemnización que tienen que pagar a los agricultores, por daños a la propiedad privada, a causa de los grandes mamíferos como los osos, los leopardos de nieve o los lobos, los cuales se encuentran en diversos parques nacionales en la región montañosa del país. La administración considera que, muy a menudo, el daño no es causado por estos mamíferos, y que la gente está asustada innecesariamente y que culpan a estos depredadores por la pérdida de sus ovejas o pollos, en lugar de buscar otras causas.

Para corregir esto, la dirección decidió producir una versión en el idioma local de un documento sobre estos depredadores, que había sido producido en otro país. La publicación incluye fotos educativas a color, dibujos y demás información biológica acerca de los señales que estos depredadores dejan en sus presas y sobre cómo identificarlos. La publicación se vende en los parques en los centros de visitantes de los parques nacionales y en las oficinas principales de la Agencia en la capital. La Agencia espera que estos cuadernos sean utilizados en las escuelas para ayudar a aumentar la conciencia ambiental, para resolver el problema. Sin embargo, están sorprendidos al no encontrar cambios en la práctica de indemnización.

El análisis del problema pone de manifiesto que los agricultores, quienes hacen el reclamo por los daños, son los principales actores. La Agencia de Protección del Medio Ambiente no pensó lo suficiente sobre el grupo al cual requiere alcanzar, las creencias que este grupo tiene sobre el asunto, y las formas más eficaces de comunicación para llegar a ellos. Los medios escogidos no se dirigen a los agricultores, ya que éstos generalmente no leen libros ni folletos. Incluso si lo hicieran, probablemente no tendría un efecto debido a que el lenguaje utilizado no es el apropiado para este grupo.

La comunicación efectiva requiere de un análisis adecuado de la problemática, en primer lugar para determinar quiénes son los actores decisivos y cuáles son sus actitudes en relación con el problema que hay que resolver. En este caso, visitar directamente a los agricultores y realizar reuniones cara a cara, y reuniones en grupo, habría sido una estrategia más eficaz.

Fuente: ECAPP Curso de Educación a Distancia

Paso 2: Seleccionar grupos meta/ audiencias y actores clave

Paso 2: Seleccionar grupos meta/audiencias y actores clave

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

Grupos meta: ¿A quién quiere llegar?

Antes de desarrollar un plan de comunicación, primero debe saber a qué grupos meta desea llegar.

Los grupos meta son grupos relativamente homogéneos de personas (en términos de conocimientos, actitudes, prácticas, o intereses sobre un tema). Cada grupo meta requiere de un enfoque diferenciado de comunicación, en función de su motivación.

Los grupos meta son instrumentales para la solución del problema. La intención de la comunicación (o de la comunicación conjuntamente con otros instrumentos) es obtener la cooperación de estos grupos meta. Los actores clave incluyen a los grupos meta, pero no todos los actores clave son un grupo meta.

¿CUÁLES SON LOS GRUPOS META?

Los grupos meta incluyen:

- las personas que ‘se comportan negativamente’ o cuyo comportamiento se desea cambiar (por ejemplo, los pescadores que utilizan dinamita en los arrecifes de coral);
- las personas que son afectadas por este comportamiento (por ejemplo, las personas que participan en la industria turística local);
- las personas que tienen la responsabilidad formal del problema (por ejemplo, funcionarios del gobierno local);
- las personas que influyen en la opinión y el comportamiento de los involucrados (por ejemplo, periodistas, líderes de opinión y celebridades).

ERRORES QUE SE COMENTEN FRECUENTEMENTE EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: INVESTIGACIÓN INSUFICIENTE SOBRE LOS GRUPOS META

- Centrarse en todos los actores clave, en vez de enfocarse en los grupos meta principales (es decir, sobre la gente que realmente puede hacer una diferencia en la solución del problema).
- Tratar de convencer a los actores, en lugar de escuchar y tener en cuenta sus puntos de vista, comprender sus motivaciones y cómo se relacionan con el problema.
- Ver a los actores como “enemigos de la biodiversidad”, en lugar de agentes de cambio y grupos de interés, que son tan legítimos como los expertos y expertas en desarrollo sostenible.

¿Cómo determinar a un grupo meta?

Existen muchas formas de investigación que se utilizan para informar a las personas a cargo de la comunicación acerca de los grupos meta.

¿Qué es un objetivo de investigación?

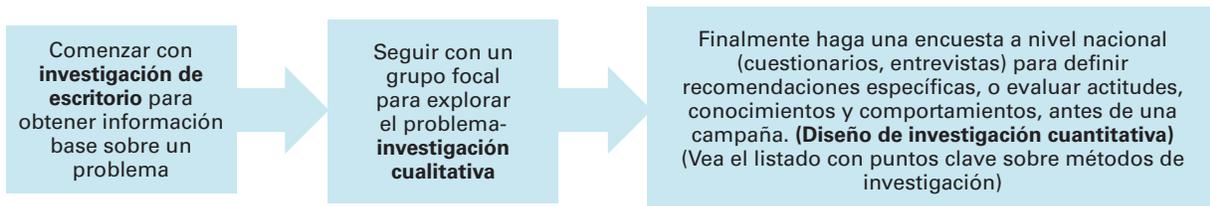
Para establecer los objetivos de la investigación una buena pregunta a realizarse es: “¿qué información es necesaria para resolver el problema?”

¿Qué métodos de investigación se utilizan?

Los siguientes métodos de investigación se pueden utilizar: investigación de escritorio o de gabinete para recopilar y analizar información existente, entrevistas, cuestionarios, encuestas hechas a través de la Web, grupos focales y entrevistas a grupos de expertos y expertas. Normalmente se utiliza una combinación de estos métodos.

El diseño de la investigación puede ser **cuantitativa** — ofreciendo cifras que pueden ser extrapoladas hacia una población más amplia, y/o **cualitativa**, que ofrece información más sutil, provenientes de preguntas abiertas; de **observación**, donde el comportamiento de las personas es observado y registrado; **experimental**, donde un experimento es controlado para observar el efecto de un cambio de variable.

Ejemplo: utilización de diferentes métodos de investigación para conocer a los grupos meta de una iniciativa



Puede ser útil consultar a un experto o experta en comunicación

Es aconsejable consultar a un experto o experta acerca de los métodos más efectivos de investigación que se pueden diseñar tomando en cuenta su presupuesto y sus objetivos. El asesoramiento de las personas expertas es más productivo durante la fase en donde se definen los objetivos de la investigación, y cuando se construye el diseño de la misma.

Paso 2: Seleccionar grupos meta/audiencias y actores clave

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Diseño de investigación sobre grupos meta

Con frecuencia, para evaluar los conocimientos, las actitudes y el comportamiento de los grupos meta, se tiene que hacer una investigación social. Metodológicamente se pueden distinguir cuatro tipos de diseño de investigación:

Investigación cualitativa

- Generalmente utilizada para fines de exploración;
- Utiliza un pequeño número de encuestados;
- No puede ser generalizada hacia toda la población, y
- No se calcula el significado estadístico ni la confiabilidad.

Ejemplo: Grupos de discusión y entrevistas en profundidad.

Investigación cuantitativa

- En general es utilizada para sacar conclusiones y probar hipótesis específicas;
- Utiliza técnicas de muestreo aleatorio para hacer inferencias desde la muestra hacia la población;
- Fomenta la participación de un gran número de encuestados.

Ejemplo: encuestas, estudios basados en la web, entrevistas, y cuestionarios.

Técnicas de observación

- La persona que investiga observa los fenómenos sociales, o comportamientos ambientales en el entorno natural;
- Las observaciones pueden ser transversales (es decir, observaciones que se hicieron durante el mismo período de tiempo) o longitudinales (es decir, observaciones que se producen durante varios períodos de tiempo).

Ejemplo: Observación de las comunidades locales en la proximidad de las reservas naturales y los visitantes de los parques.

Técnica experimental

- La persona que investiga crea un ambiente casi artificial para tratar de controlar los factores espurios, y manipula al menos una de las variables.

Ejemplo: Hacer una evaluación de los cambios en los conocimientos, las actitudes o los comportamientos de los visitantes de un parque nacionales, luego de la colocación de nuevas señales en un área específica del parque.

EJEMPLO : Comprendiendo al grupo meta

En Bulgaria, se inició un proyecto cercano al Parque Nacional de los Balcanes Centrales, en el pequeño pueblo de Rosino. Debido a las dificultades económicas y al alto nivel de desempleo había muchas irregularidades en el parque: tala de árboles, caza ilegal de animales silvestres y recolección de hierbas y frutos.

El objetivo del proyecto era dar a la población local oportunidades de formar pequeñas empresas basadas en la utilización de los recursos naturales. El grupo meta era la comunidad de Rosino, un pueblo con más de 4.000 habitantes procedentes de diversos orígenes étnicos. El diseño del proyecto pensó en abordar a la población a través de la escuela local.

Las personas expertas del Directorio del Parque, el agente de relaciones públicas y el agrónomo llevaron a cabo un programa para capacitar a los maestros y maestras de las escuelas para cultivar hierbas y métodos para la participación de los y las estudiantes y los padres y madres de familia. El alcalde de la localidad acordó conceder algunos terrenos municipales a la escuela para ser utilizados con estos fines.

La financiación del proyecto estuvo garantizada por la dirección del parque. Los niños y niñas y los maestros y maestras trabajaron durante todo el año. Cultivaron cinco especies de hierbas que se encontraban en el parque, las secaron, y con la mediación de la Dirección del parque vendieron las hierbas a una pequeña fábrica para la producción de infusiones aromáticas. Mientras tanto, una ONG local, se estableció en el pueblo para dar apoyo a las actividades de educación ambiental.

Varias familias de los niños y niñas que fueron muy activos durante el año propusieron tomar la responsabilidad para el cultivo el año siguiente. El parque apoyará y mantendrá la función de supervisión, facilitará expertos y ayudará en el proceso en el pueblo. Al centrarse en la escuela y con la participación de los padres y madres de familia en el proyecto, se estimuló un proceso de abajo hacia arriba. Este proyecto tiene como punto de partida a la población local, sus intereses y creencias.

Referencia: Kamelia Georgieva, Bulgaria en: ESDebate, UICN 1999

Paso 2: Seleccionar grupos meta/audiencias y actores clave

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Métodos de investigación para grupos meta

Investigación de escritorio o de gabinete

Se trata de recoger datos existentes de un gran número de fuentes, como documentos internos, publicaciones de las instituciones gubernamentales y las instituciones no gubernamentales, datos de libre acceso en Internet, periódicos y revistas profesionales, informes anuales de las empresas y bases de datos comerciales. Se recomienda fuertemente la investigación de escritorio para iniciar cualquier actividad de comunicación a fin de adquirir conocimientos básicos sobre el tema y proporcionar indicaciones útiles. Esto ayuda a maximizar los resultados de los presupuestos para la investigación.

Entrevistas

Las entrevistas cara a cara o las telefónicas son medios eficaces para obtener información sobre un determinado tema. Las entrevistas telefónicas son una forma rápida para obtener insumos, ideas y consejos. Se puede obtener información adicional mediante cuestionarios o encuestas basadas en la Web. Las entrevistas se pueden utilizar para estudiar el problema y las posibles soluciones. Algunos métodos de encuestas usan entrevistas telefónicas basadas en un cuestionario.

Cuestionarios

Los cuestionarios son eficaces y baratos para obtener información cuantitativa. Las preguntas son en su mayoría cerradas. La tasa de respuesta está influenciada por la longitud del cuestionario, la complejidad de las preguntas, la credibilidad del remitente y la motivación para completar el cuestionario. ¡Ayuda si el hecho de responder es divertido! Se necesita de una gran muestra, ya que por lo general solo responden del 20 al 30% de las personas.

Encuestas basadas en la web

Las encuestas basadas en la Web tienen la ventaja adicional de tener un procesamiento automático de respuestas. Hay un buen software de libre acceso para llevar a cabo encuestas basadas en la web, como www.moodle.org o las encuesta monkey www.monkeysurvey.org. Se aplican los mismos criterios y directrices que para los cuestionarios.

Grupos focales

Un grupo focal es una forma de investigación cualitativa, en la cual se pregunta a un grupo de personas sobre sus actitudes respecto a un producto, servicio o idea. Las preguntas se hacen en un ambiente interactivo de grupo en donde las personas participantes tienen la libertad de hablar con los otros miembros del grupo. Los grupos focales son una herramienta importante para obtener retroalimentación. En particular, permiten a la gente discutir, ver y/o probar nuevas ideas y servicios. Esto puede proporcionar información muy valiosa sobre el potencial de aceptación de una solución propuesta.

Paso 2: Seleccionar grupos meta/audiencias y actores clave

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Análisis de los grupos meta

El conocer a los grupos meta es fundamental para el desarrollo de una estrategia de comunicación eficaz. El llegar a las personas equivocadas, con el mensaje correcto no tendrá ningún impacto; como tampoco lo tendrá si llegamos a la gente adecuada con el mensaje equivocado. Esta fase requiere respuestas a una serie de preguntas. El siguiente listado con puntos clave le puede ayudar a analizar los grupos meta.

- ¿Cuáles son los grupos implicados?
- ¿Quién está directamente afectado por el plan o actividad?
- ¿Cuál es la composición de estos grupos en cuanto a las características demográficas (edad, ingresos, religión, género, educación y estilo de vida)?
- ¿Qué roles o posiciones se pueden distinguir en el grupo meta?
- ¿Qué intereses tiene el grupo meta en relación con el problema y las soluciones?
- ¿Quién se beneficiará? ¿Quién va a sufrir daños o pérdidas?
- ¿Qué nivel de conocimiento tienen los grupos meta acerca del problema y de las soluciones?
- ¿Cuál es la actitud del grupo meta hacia el problema y hacia las soluciones propuestas?
- ¿Se puede esperar que tengan resistencia al cambio?
- ¿Quiénes no están involucrados directamente pero pueden influir en las opiniones?
- ¿Qué relación tiene su organización con los grupos meta? ¿Cómo le perciben a usted?
- ¿Qué medios de comunicación utilizan?
- ¿Es posible utilizar a las organizaciones intermediarias para llegar a este grupo meta?

Paso 3: Determinar los objetivos de la comunicación

Paso 3: Determinar los objetivos de la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Qué efectos quiere lograr?

Para lograr los cambios en las personas que se requieren para alcanzar los objetivos de conservación de la biodiversidad, en la mayoría de los casos, se necesitará de una combinación de instrumentos. En cualquier proyecto hay objetivos de comunicación, los cuales son diferentes de los objetivos de conservación, aunque se relacionan.



Los objetivos de comunicación deben ser:

- Claros en relación con los resultados que se quieren alcanzar, y deben ser específicos y medibles;
- Ser realista, viables y aceptables;
- Motivar un cambio en los conocimientos, las actitudes o los comportamientos, y no ser demasiado ambiciosos ni demasiado débiles;
- Indicar cuando los resultados deben ser alcanzados.

Los objetivos pueden incluir desde el involucramiento de la población en la resolución de problemas específicos, hasta la llamada de atención al público hacia una problemática, el aumento de los conocimientos o de la conciencia, motivando conductas o desarrollando habilidades para tomar acciones.

UNA META DEBE SER SMART (QUE SIGNIFICA "INTELIGENTE" EN INGLÉS):

- **E**specífico
- **M**edible
- **A**ceptable
- **R**eal
- **R**elacionada con el Tiempo

Los objetivos de comunicación como *"queremos aumentar la conciencia ambiental de la población en los próximos años"* o *"queremos educar a la gente sobre la importancia de esta área protegida"* son demasiado vagos.

Será imposible determinar si los esfuerzos de comunicación tuvieron o no éxito.

El objetivo *"queremos que el 95% de los visitantes del parque dejen de arrojar basura"*, sí es específico y medible.

Los objetivos de comunicación deben estar relacionados con los objetivos de las ENBPA y de su misión y pueden ser específicos o generales. Dichos objetivos deben estar vinculados a los objetivos organizacionales del ministerio o departamento. El cumplir con los objetivos de comunicación debe contribuir a lograr los objetivos de las ENBPA.

Los objetivos de comunicación son acerca de los conocimientos, actitudes y prácticas, y son diferentes a los objetivos de conservación, que se refieren a conservar a una población silvestre de cierto tamaño, o proteger el área de un ecosistema.

Paso 3: Determinar los objetivos de la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cómo determinar los objetivos de la comunicación?

Para determinar los objetivos de la comunicación es necesario conocer la situación a profundidad y ver la factibilidad de dichos objetivos. Es imposible identificar un objetivo realista cuando no hay claridad acerca de lo que el grupo meta conoce del problema; la actitud que tienen y cómo se comportan.

TRES CATEGORÍAS DE LOS POSIBLES OBJETIVOS EN COMUNICACIÓN

Proporcionar conocimientos: cuando los grupos meta no están lo suficientemente informados; no tienen información sobre el problema; la relación entre las causas y los efectos; o información sobre las posibles soluciones; entonces el objetivo de la comunicación es desarrollar el conocimiento y la comprensión adecuada.

Ejemplo: *Los residentes de un área protegida no se dan cuenta de que sus métodos de pesca dañan el medio ambiente y disminuyen las posibilidades de ingresos futuros.*

Cambio de actitudes: cuando los grupos tienen la actitud 'equivocada' sobre el problema o hacia las posibles soluciones, entonces el objetivo de la comunicación es cambiar esta actitud, de tal manera que por lo menos la actitud no impacta negativamente sobre la problemática de conservación.

Ejemplo: *Residents of a protected area have a strong preference for indigenous fishing methods and distrust alternatives.*

Modificación del comportamiento: cuando los grupos se comportan de una manera que pone en peligro la biodiversidad, entonces el objetivo de la comunicación es detener o cambiar ese comportamiento.

Ejemplo: *La caza en una zona protegida.*

Los objetivos de la comunicación y la evaluación

Las personas que coordinan las ENBPA deben definir claramente sus objetivos de comunicación para evaluar el progreso.

ERRORES QUE SE COMENTEN CON FRECUENCIA EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: DEFINICIÓN INADECUADA DE LOS OBJETIVOS

- el objetivo de la actividad de la comunicación no está bien definido o es demasiado vago;
- los objetivos son demasiado ambiciosos para ser alcanzados;
- los especialistas de la comunicación no están involucrados en la definición de los objetivos y en la planificación de las intervenciones, solo se les encarga la tarea de comunicar el plan o política a los actores clave con un mínimo o ningún presupuesto;
- existe una falta de conocimiento de lo que se quiere de manera precisa de los grupos meta y lo que se requiere para alcanzar el resultado:
 - ▶ ¿es necesario el conocimiento, nuevas habilidades y prácticas?
 - ▶ ¿necesitamos que ellos cambien de actitud?
- los objetivos de la comunicación se establecen para cambiar el comportamiento de otras personas y los valores, sin comprender bajo qué condiciones el cambio de comportamiento ocurre;
- Cuando se definen los objetivos no se toma en cuenta el hecho de que la gente necesita beneficios sociales, económicos o de cualquier otra índole, para cambiar cualquier comportamiento;
- Los indicadores no están definidos para los objetivos de la comunicación, lo que hace que la evaluación de los resultados sea difícil.

EJEMPLO: Objetivos para influir en los conocimientos, actitudes y los comportamientos

Foto ECAPP Curso de Educación a Distancia

El mar Caspio es un área natural. Muchas personas que viven en Rusia, y en países como Turkmenistán, Irán, Azerbaiyán y Kazajstán, dependen de éste para su sustento. La pesca sostenible es esencial para mantener los modos de vida sustentables y para la conservación del mar Caspio. Una serie de iniciativas internacionales fueron presentadas recientemente para contribuir a contrarrestar la sobre pesca.



Foto ECAPP Curso de Educación a Distancia

En este caso, uno de los propósitos de la comunicación es informar a los pescadores en los distintos países acerca de las nuevas recomendaciones de la pesca — proporcionando nuevos conocimientos y desarrollando nuevas actitudes en apoyo a las recomendaciones.

Sin embargo, un cambio únicamente a nivel de conocimientos y de las actitudes no va a detener el problema de la sobre-explotación de los recursos pesqueros, ya que los pescadores dependen de la pesca para su sustento. Por lo tanto, se debería formular alternativas para la generación ingresos, y de estar manera se lograrían cambios en el comportamiento.

La comunicación, por tanto, sólo puede desempeñar un papel de apoyo a este problema de conservación de la biodiversidad.

EJEMPLO: Objetivos de la Comunicación

OBJETIVO	CAMBIO EN:
El 80% de los visitantes de un parque natural deben ser conscientes de que el caminar por ciertas áreas específicas daña la naturaleza y la vida silvestre.	Conocimiento
El 80% de los conductores/as de automóviles deben tener en cuenta que usar transporte público es mejor para el medio ambiente que el transporte privado.	Conocimiento
Una comunidad local que vive en un área protegida, debe sentir la necesidad de proteger a una determinada especie que se encuentra en peligro de extinción.	Actitud
Los hoteles en la isla deben acoger con satisfacción la introducción de un sistema de eco-etiquetados y un sistema de capacitación, control y regulación.	Actitud
El 75% de los funcionarios y funcionarias del gobierno que trabajan en los departamentos que tienen un impacto sobre el ambiente, deben tomar en consideración la ENBPA la hora de formular los planes, por ejemplo sobre infraestructura, en el sector de la agricultura o del desarrollo industrial.	Comportamiento
El 50% de los directores y directoras de las grandes industrias extractivas y el 25% de las empresas medianas deben integrar las cuestiones relacionadas con la biodiversidad en sus planes de negocios y misión.	Comportamiento

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Qué enfoque va a utilizar para comunicarse?

El próximo paso es planear qué enfoque, en términos generales, va a utilizar para comunicarse con un grupo meta y alcanzar sus objetivos. A pesar de ser tentador el querer decir todo lo que sabe, y compartir su conocimiento y entusiasmo por los temas de biodiversidad, no hay tiempo suficiente para hacerlo. Lamentablemente no todo el mundo quiere ser un convertido en estos temas. A medida que analiza el conocimiento, los intereses y las motivaciones de los grupos meta, aumenta la necesidad de usar otras formas de intervención para lograr los cambios deseados. A veces el gobierno no es el más confiable en materia de medio ambiente, pero las ONGs o los medios de comunicación sí lo son. Esto tiene implicaciones sobre la forma de comunicarse con el grupo meta y sobre a quién seleccionar como socio.

ERRORES QUE SE COMENTEN CON FRECUENCIA EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: PERCIBIR A LA COMUNICACIÓN SÓLO COMO INFORMACIÓN

- Sobrecargar a la audiencia con hechos e información, sin entender su nivel de comprensión y necesidades.
- Asumir que el ofrecer información y datos es el mejor medio para convencer a la gente para que adopten una forma determinada de pensar.
- No darse cuenta de que la información que proporcionan los expertos y expertas no siempre es aceptada por la audiencia, pues puede ser demasiado científica o no tener atractivo. La audiencia por lo tanto decide que la información no es relevante para ellos.

Un axioma importante

“Lo que decimos no es necesariamente escuchado, lo que es escuchado no es necesariamente entendido, lo que es entendido no es necesariamente conduce a la adopción de acciones, lo que se hace no es necesariamente repetido”.

Si nos damos cuenta de esto, podemos encontrar la forma de lograr una comunicación efectiva.

¿Cómo desarrollar una estrategia?

El término estrategia tiene su origen en el arte de la guerra. Una estrategia de comunicación determina la forma en que su organización o la ENBPA aspiran a lograr sus objetivos en materia de comunicación. La estrategia describe opciones fundamentales sobre el enfoque que se aplicará.

Las siguientes preguntas guiarán a las personas encargadas de coordinar las ENBPA en cuanto a la forma de desarrollar una estrategia de comunicación.

CÓMO DECIDIR SOBRE EL ENFOQUE DE LA COMUNICACIÓN O SOBRE LA ESTRATEGIA

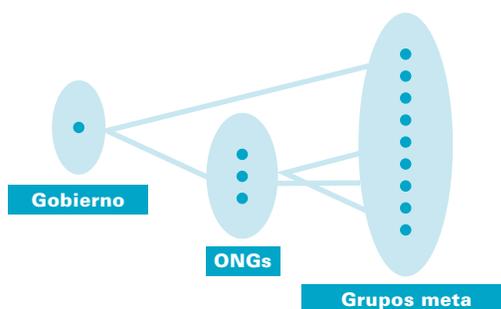
1. ¿Quién tomó la iniciativa para hacer frente al problema que existe?
2. ¿Es más eficaz comunicarse directamente con los grupos meta o es más eficaz comunicarse a través de intermediarios?
3. ¿Es más eficaz centrarse en el envío de mensajes, o es más efectivo iniciar un proceso de comunicación de doble vía?
4. ¿Es más efectivo centrarse en un enfoque informativo (es decir, suministrar información sobre los aspectos funcionales del problema), o utilizar un enfoque emocional, o una combinación de ambos?

Cada una de estas preguntas es tratada en diferentes hojas informativas que se presentan a continuación.

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

Diseño de la estrategia – ¿Es más efectivo comunicarse directamente con los grupos meta o comunicarse a través de intermediarios y socios?



Puede ser costoso, complejo y puede tomar mucho tiempo para una persona que coordina la ENBPA, comunicarse directamente con todo el grupo meta, sobre todo cuando el público destinatario es grande y hay diferentes grupos meta a los cuales se necesita llegar. Puede resultar efectivo y eficiente trabajar con intermediarios para alcanzar a su grupo meta. Las ventajas y desventajas que deben tenerse en cuenta para elegir su estrategia, se exponen a continuación.

VENTAJAS DE TRABAJAR CON INTERMEDIARIOS

- Puede ser más económico.
- Los intermediarios pueden tener las bases de datos del grupo meta y pueden llegar a ellos de manera más eficaz.
- Los intermediarios pueden tener el apoyo de una gran audiencia o pueden tener apoyo de los grupos de base.
- Los intermediarios pueden tener para el grupo meta una imagen de solidez, confiabilidad y con autoridad basada en la experiencia.

DESVENTAJAS DE TRABAJAR CON INTERMEDIARIOS

- Puede haber falta de control del mensaje.
- Puede haber una falta de control sobre la forma en que el grupo meta es abordado.
- Puede haber falta de control sobre la planificación de la comunicación y sobre todo el proceso de comunicación..

LA SUPERACIÓN DE LAS DESVENTAJAS

- Analizar los pros y los contras de la utilización de intermediarios para cada situación específica y de la selección de la estrategia más eficaz.
- Desarrollar buenas relaciones con las organizaciones con misiones similares, o con las organizaciones con las misiones y actividades que pueden fortalecer las actividades de las ENBPA.

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

Diseño de la estrategia – ¿Es más efectivo enfocarse en el envío de mensajes o iniciar un proceso de doble vías?

Modelo vertical – el envío de mensajes

La comunicación es a menudo un proceso de arriba hacia abajo (vertical), el cual se centra en el envío de mensajes y productos a los grupos meta. Esta es la visión más tradicional de la comunicación.

En este ‘modelo vertical, la persona que recibe el mensaje es más o menos un objeto pasivo. El medio de una vía o modelo vertical de comunicación está orientado a informar y persuadir a fin de influir o poner temas en la agenda pública.

Modelo horizontal – iniciar un proceso de doble vías

En el modelo de comunicación horizontal, la atención se centra en el diálogo con el fin de crear significados compartidos. La comunicación es un proceso de doble vía. Lo más importante en este enfoque es que se centra en el proceso, en la retroalimentación, el diálogo y en las personas, mas no en los productos, los mensajes, los problemas y las tecnologías. En el enfoque de doble vía hay un verdadero interés en los grupos meta que están involucrados en la elaboración de políticas y acciones conjuntamente con el gobierno.

La selección de estos enfoques depende de la situación.



¿CUÁL ENFOQUE ES EL ADECUADO?

- Al abordar un problema relativamente simple o que puede resolverse de manera directa, la estrategia de enfocarse en el envío de mensajes puede ser muy eficaz (por ejemplo, para impulsar a los visitantes de un parque nacional a no tirar la basura fuera de lugar).
- Cuando el problema es más complejo y se requiere de la cooperación de diversos grupos con diferentes intereses, un proceso de comunicación de doble vía será más eficaz.

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

Diseño de la estrategia – ¿Es más efectivo centrarse en un enfoque informativo, en uno emocional, en un enfoque basado en la acción, o en una combinación de éstos?

Una vez más, el enfoque más efectivo depende de la situación. En el siguiente cuadro se dan ejemplos de los diferentes enfoques que pueden ser considerados como parte de la estrategia de comunicación con el grupo meta.

ENFOQUE	¿QUÉ ES?	EJEMPLO
El enfoque informativo	La atención se centra en la información funcional sobre el problema, las causas y las posibles soluciones.	Una ONG distribuye un folleto acerca de la contaminación en un lago y las actividades propuestas para resolver el problema.
El enfoque emocional	El objetivo es crear una imagen enfocándose en la comunicación de valores que tienen resonancia con el estilo de vida y los valores de un grupo meta determinado.	Una campaña de Green Peace tiene como objetivo dar a la industria química una imagen negativa al mostrar imágenes de enormes complejos industriales que parecen aterradores y alienantes.
El enfoque basado en la acción	La atención se centra en los cambios de comportamiento del grupo meta.	Entrega de un folleto informativo a las personas visitantes de un parque nacional para que no arrojen basura.

EJEMPLO: Estrategia de comunicación para recibir retroalimentación del público en general

Borrador del Proyecto de Ley sobre la Evaluación de Impacto Ambiental

En el 2000, el gobierno federal de la Federación Rusa elaboró un nuevo concepto sobre la evaluación de impacto ambiental a nivel de Estado. Al final del año, el primer borrador del proyecto de ley estuvo listo. Para obtener retroalimentación sobre el proyecto de ley, el gobierno abrió un debate con las organizaciones no gubernamentales y con el público en general.

Medios de comunicación e Internet

Se publicó el borrador del proyecto de ley en los medios de comunicación y se lo colocó el documento en la página web del gobierno. Se invitó a los niveles intermedios de gobierno a que generen comentarios a través de medios electrónicos. Se llegó a un acuerdo con una de las principales ONGs, *Ecoline*, para que la información se distribuyera a través de su red electrónica en Rusia. Se pidió a todas las ONGs que discutan el borrador de proyecto en todo el país.

Una ONG como intermediaria

Ecoline colocó la información en su sitio web, solicitando comentarios, sugerencias y otro tipo de retroalimentación. Posteriormente, *Ecoline* recolectó la información de los comentarios y presentó un documento al gobierno. El gobierno invitó a *Ecoline* a participar en un taller para discutir el borrador del proyecto de ley y presentar los resultados de la discusión pública.

Efectividad

El gobierno seleccionó una estrategia muy efectiva de comunicación con el público general a través del uso de los medios de comunicación y de medios electrónicos. Fue de vital importancia la utilización de la red electrónica de una ONG como *Ecoline*, ya que ésta facilitó la organización de una amplia discusión pública en diferentes partes del país. Debido a su reputación fiable, la organización obtuvo una mejor respuesta y una mejor calidad de retroalimentación de estas audiencias, que la que el gobierno hubiera podido lograr por su cuenta.

Fuente: ECAPP curso de Educación a distancia

EJEMPLO: Enfoques de la comunicación

MENSAJE	ENFOQUE
El Gobierno está preparando una ley sobre Evaluación de Impacto ambiental, lea el borrador y envíe sus comentarios.	Enfoque informativo
Utilice el Método Pro Silva para la gestión forestal: disminuye los costos en un factor de 5, genera ingresos regulares, genera más maleza y mejora el sistema inmunológico de su bosque.	Enfoque informativo
Su bosque es no sólo su propiedad, sino también es la propiedad de todos los seres que viven en él y el de las futuras generaciones.	Enfoque emocional
Tenemos que salvar nuestros recursos naturales para las generaciones futuras; todo ser humano tiene derecho a un medio ambiente sano.	Enfoque emocional
Día de la Biodiversidad: el mundo está cambiando, dé sus ideas y únase al concurso de carteles, de video por teléfono móvil y muchas más actividades.	Enfoque de acción
Ahora podemos dejar de usar los productos químicos X y reemplazarlos con los productos químicos Y, una buena alternativa para el medio ambiente y es económica.	Enfoque de acción

Paso 4: Desarrollar una estrategia y seleccionar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Eligiendo el momento para trabajar con socios

Generar alianzas con otras organizaciones puede apoyarle a alcanzar los objetivos y sus metas de programa.

Al momento de planificar su estrategia debe considerar la idea de generar alianzas. Una organización que tiene una alta credibilidad para los grupos meta y tiene a los medios de comunicación a su disposición para llegar a los distintos grupos, le puede ofrecer muchas ventajas.

Para decidir si llevar adelante una alianza:

- Desarrolle una visión general de las organizaciones que tienen una relación con las audiencias a las que desea influenciar, y de las organizaciones que desarrollan esfuerzos de comunicación que tengan similares valores, conocimientos y prácticas;
- Identifique las posibles ventajas de la colaboración con estas organizaciones, tales como:
 - El conocimiento, las habilidades, las redes y otros recursos;
 - Ofrecer una mayor credibilidad a su mensaje;
 - Oportunidades para llegar a los grupos meta.
- Identifique las posibles desventajas de las alianzas:
 - Toma de decisiones complejas;
 - Diferentes objetivos y cultura institucional;
 - Los recursos necesarios para desarrollar las alianzas.
- Ver los pros y los contras, y decidir si las alianzas pueden contribuir a su proyecto o programa.



Paso 5: Definir los mensajes

Paso 5: Definir los mensajes

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Qué va a comunicar? ¿Cuál es el mensaje?

El intercambio de mensajes es el núcleo del proceso de comunicación para una persona encargada de coordinar la ENBPA. La formulación de un buen mensaje es fundamental para el éxito de toda comunicación. El mensaje refleja lo que quiere que los grupos meta conozcan, sientan o hagan, y reflexiona sobre el por qué ellos deben saber, sentir o hacer. Esta sección le guiará para formular mensajes efectivos.

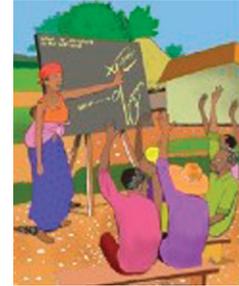


Ilustración del Programa de Humedales de Uganda.

¿Qué debe ir en el mensaje?

Un mensaje es la traducción del objetivo comunicacional para el grupo meta. El mensaje utiliza palabras fáciles de entender por el grupo meta. El mensaje está hecho en el lenguaje de ese grupo.

Mensajes — ¿cómo empezar?

Formular mensajes eficaces requiere del conocimiento y de la comprensión adecuada tanto del problema como del grupo meta (CAP).

- Haga un esbozo general de lo que tiene que decirse a los grupos meta.
- El tema principal del mensaje debe reflejar el objetivo de la comunicación.
- Compruebe que el mensaje sea coherente con la misión/políticas de la organización
- Luego formule sub-temas que reflejan los beneficios para los grupos meta.

¿Cómo ser creativo en la formulación de mensajes?

¡Los comunicadores y comunicadoras tienen que agregar una “chispa” para avivar los temas! Aunque la conservación sea importante, no siempre es interesante para los que no son expertos o expertas. La formulación de los mensajes requiere de un proceso analítico y de un proceso creativo. Pensar creativamente sólo es posible cuando hay una idea clara de la situación actual y los cambios que se deben realizar. Para explorar ideas sobre mensaje creativos organice una sesión de lluvia de ideas.

La lluvia de ideas es un método para resolver problemas, en donde los miembros aportan ideas espontáneamente. La clave para la lluvia de ideas es no interrumpir el proceso de pensamiento o cuestionar lo que está siendo planteado. A medida que las ideas salen de la mente, son capturadas, estimulando al desarrollo de nuevas ideas.

Paso 5: Definir los mensajes

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cómo formular un mensaje?

Relación del mensaje con la organización (remitente)

El mensaje debe conectarse con la imagen y la identidad del remitente. Si este no es el caso, la comunicación carecerá de credibilidad. Por ejemplo, cuando las empresas que vierten residuos peligrosos o las que no consideran a las comunidades en sus operaciones, distribuyen un folleto con un mensaje acerca de la importancia de la biodiversidad para la empresa, éste no tendrá ningún impacto, e incluso puede tener un efecto inverso.

Mensaje — grupo meta

El grupo meta debe entender y aceptar el mensaje para que pueda ser efectivo. Por lo tanto, el mensaje debe conectarse con las características del grupo meta: los actuales conocimientos, las actitudes, los niveles de educación, el estilo de vida, sus intereses y su involucramiento en el problema y en sus soluciones, etc.

Mensaje — objetivos en términos de conocimientos, actitudes, y comportamientos

El mensaje debe reflejar los objetivos en materia de comunicación (influyendo el conocimiento, las actitudes y/o el comportamiento). Cuando el objetivo principal es informar, el mensaje debe contener los datos acerca del problema, las causas y las soluciones. Un mensaje persuasivo no será efectivo en este caso.

Por otra parte, cuando el objetivo principal es influir en las actitudes (por ejemplo, para construir una imagen positiva de una ONG como parte de una estrategia de recaudación de fondos), el mensaje debe apelar a las emociones.

Mensaje — estrategia

El mensaje debe conectarse a la estrategia de comunicación. Además, el mensaje debe reflejar el enfoque estratégico: debe tener un carácter informativo, emocional u orientado a la acción. El tono de voz también debe reflejar la estrategia, por ejemplo, humorística, amenazante, dando hecho/ perspectiva de los expertos y expertas, popular/informal.

Mensaje — los medios de comunicación

Un conocido slogan del ‘gurú de la comunicación’, McLuhan, es: “*el medio es el mensaje*”. Es un hecho que la combinación de los medios de comunicación y los mensajes pueden reforzar los efectos de la comunicación o debilitarlos. Por ejemplo, cuando un gobierno distribuye un folleto con un mensaje diciendo que ellos valoran las opiniones de las comunidades locales sobre la conservación de la vida silvestre, pero éstas nunca han sido escuchadas por el gobierno, el mensaje carece de credibilidad. Sin embargo, si ese mensaje fuera dicho por un grupo de representantes del gobierno cuando visitan las comunidades, y éstas comparan sus ideas, será mucho más convincente.

¿Cómo poner a prueba los mensajes y los medios a utilizarse?

Cuando un mensaje se desarrolla, es una buena idea probarlo junto con el medio que se utilizará, para ver si se entiende como se desea que se entienda. Hacer esto antes de entrar en plena producción, evitará errores costosos. En Swazilandia, por ejemplo, un artista dibujó a una mujer sentada en una silla con otros hombres sentados alrededor. Este dibujo es culturalmente incorrecto, porque debería haberse representado a la mujer sentada con otras mujeres en el suelo. Esto distrajo a la personas del mensaje sobre biodiversidad que se quería transmitir en el documento.

La evaluación previa permite detectar si las ilustraciones o los mensajes se prestan para malas interpretaciones o para una falta de claridad, antes de imprimir o distribuir el material de manera masiva. Como el mensaje está estrechamente vinculado con el medio a través del cual se va a enviar, es una buena idea probar los mensajes conjuntamente con los medios escogidos.

La evaluación previa de mensajes es una técnica de la investigación de mercados. A menudo, el diseño de investigación cualitativa es eficaz cuando se entrevistan cara-a-cara a por lo menos a 20 personas, de preferencia del grupo meta al que se quiere llegar.

Muchas veces, un paso tan vital como evaluar el mensaje, es olvidado. Cuando se realiza este “muestreo” al grupo meta es importante que compruebe lo siguiente::

- si el mensaje es entendido
- si el mensaje es aceptado y acordado
- si el tono de voz y el diseño del mensaje son atractivos
- el efecto del mensaje en el grupo meta
- interpretaciones inesperadas de mensaje

¿Qué es un chequeo de desastres?

Cuando no hay tiempo, personal o presupuesto disponibles para este tipo de pruebas, un borrador del mensaje puede ser objeto de al menos un “chequeo de desastres”, con un número reducido de personas que no están involucradas en la elaboración del mensaje.

Este procedimiento se llama chequeo de desastres porque la experiencia demuestra que cuando las personas están involucradas en el desarrollo de un mensaje, a veces están “ciegas” a efectos inesperados — tales como una fuerte resistencia causada por el tono de voz del mensaje. Puede ser desastroso cuando estos efectos se dan en una etapa posterior, por ejemplo, después de que el anuncio se publica en el periódico más popular del país. Un cónyuge, un conocido, los vecinos o los empleados pueden ser utilizados para hacer un chequeo de desastres.

EJEMPLO: Comunicación de mensajes

Los objetivos de comunicación para un grupo pionero de propietarios de bosques privados alentándoles hacia el manejo de la biodiversidad

Los objetivos de comunicación enfocados para un grupo pionero (aquellos que están dispuestos a probar un nuevo enfoque) de propietarios privados de bosques pioneros, serían:

- centrar su atención en una nueva forma de gestión forestal;
- aumentar su interés para ampliar sus conocimientos métodos de gestión con bajos insumos;
- generar el deseo de involucrarse activamente en la aplicación de los nuevos métodos a sus prácticas de gestión, debido a los diversos beneficios de este método.

Mensajes para estos pioneros...

El principal mensaje promocional para presentar el nuevo método de gestión forestal a los propietarios privados de bosques y a los ingenieros forestales es:

“Reduzca sus costos, mantenga un ingreso regular y proporcione oportunidades para la naturaleza y la sociedad.”

Los diversos elementos de este mensaje se apoyan en un conjunto de mensajes más detallados, los cuales deben ser comunicados en el tiempo, tales como:

- La reforestación tradicional es cinco veces más cara que los métodos *Pro Silva*.
- El corte selectivo genera ingresos regulares.
- Mediante el corte selectivo, haga espacios “naturales” para la regeneración.
- Continúe con la tala selectiva sólo cuando se hayan regenerado los espacios naturales.
- Lo más importante es saber “qué árboles cortar”.
- Los supervisores y supervisoras del Servicio Forestal Estatal no son sus enemigos, sino sus asesores en materia de tala selectiva.
- Reglamentar la caza significa contar con más sotobosques.
- El bosque no es sólo su propiedad, también es propiedad de todos los seres vivos.
- Los miles de especies que viven de la madera muerta son vitales para el sistema inmunológico de los bosques.
- ¡Los visitantes son sus clientes también!

Fuente: Varga Béla, Laszlo Zanati y Frits Hesselink, Comunicando la Biodiversidad a los Propietarios de Bosques Privados en Hungría en: Comunicar Conservación de la Biodiversidad a Propietarios de Bosques en Europa Oriental, los principales temas y Modelo de Estrategias de Comunicación, editado por Piotr Tyszko, UICN 2004

Paso 5: Definir los mensajes

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: La evaluación previa de mensajes

- Comprensión:** ¿El grupo meta comprende los mensajes? ¿Existe alguna interpretación inesperada de su mensaje?
- Relevancia:** ¿El grupo meta siente que los materiales están hechos para ellos?
- Notable:** ¿Los materiales atraen la atención del grupo meta?
- Memorable:** ¿El grupo meta recuerda el mensaje después de haber sido expuesto a éste varias veces?
- Credibilidad:** ¿El grupo meta confía en el mensaje/remitente/fuente?
- Aceptabilidad:** ¿Los materiales y los mensajes se conectan con los valores y la cultura del grupo meta? ¿Se puede detectar errores que puede evitar ahora?
- Atracción:** ¿El grupo meta estaría dispuesto a recoger el volante, leer el cartel o mirar el comercial de televisión que fue preparado?
- Cambios en 'CAP':** Después de haber sido expuestos los materiales, el grupo meta incrementó sus conocimientos sobre el tema o cambió sus actitudes, creencias o sus intenciones de comportamientos?

Paso 6: Definir el medio de comunicación

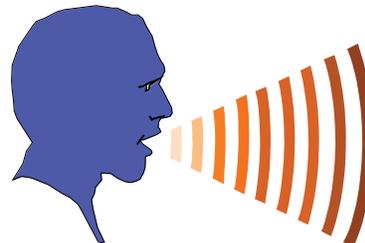
Paso 6: Definir el medio de comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cómo difundir el mensaje?

Los “medios” de comunicación son el vínculo con los grupos meta

En esta fase de planificación estratégica de la comunicación, usted debe seleccionar el “medio” para transmitir su mensaje al grupo meta. El “medio” o “canal” de la comunicación hace que el mensaje sea visual y / o audible para el grupo meta. Los medios tienen gran impacto en la eficacia de la comunicación, ya que son el vínculo entre su organización y el grupo meta.



El “medio” de comunicación varía

Los medios elegidos pueden variar enormemente de una situación a otra. La comunicación cara-a-cara, es uno de los mejores medios de comunicación. Para las personas que coordinan las ENBPA, hablar con las personas correctas fuera de la Agencia ambiental puede ser beneficioso y una herramienta costo/efectiva.

ERRORES QUE SE COMENTEN CON FRECUENCIA EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: REFLEXIÓN INADECUADA AL ELEGIR EL MEDIO

- Las iniciativas en conservación de la naturaleza, con frecuencia utilizan herramientas tales como los medios de comunicación, carteles, folletos o películas, sin un análisis adecuado de los “medios” que deben utilizarse para resolver un determinado problema.
- Las personas a menudo olvidamos que la más poderosa herramienta de comunicación es la conversación cara-a-cara..

Potenciales obstáculos cuando se escoge un medio

Obstáculo	Resultado que se obtiene en general
Invertir tiempo y energía en el desarrollo de un plan estratégico de comunicación, y luego producir el medio (por ejemplo, un folleto o un DVD) rápidamente.	El medio escogido no tiene atractivo o carece de la calidad necesaria para que ganemos credibilidad frente al grupo meta.
Comenzar por invertir en los “medios” antes de responder preguntas esenciales acerca de la estrategia (“saltarse directamente a los medios”).	Es muy probable que los esfuerzos de comunicación no sean eficaces.

¿Qué medios utilizar para comunicarnos?

La elección de los medios para comunicar el mensaje depende de los objetivos de comunicación, las características del grupo meta, el mensaje, el presupuesto y su experiencia con los medios.

Los **medios interpersonales** implican hacer un contacto directo entre las partes de la comunicación y se realizan de muchas maneras.

Ejemplos de medios interpersonales de comunicación

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------|---|
| • Diálogo, conversación cara a cara | • Visitas turísticas | • Talleres |
| • Discusiones de grupo | • Visitas a casas | • Llamadas de teléfono |
| • Conferencias | • Mesas redondas | • Correos electrónicos (preguntas y respuestas) |
| • Simposios | • Exhibiciones | • Debates en Internet |
| | • Reuniones | |

Ventajas

- Cada situación es única porque hay interacción;
- Existe flexibilidad, porque durante un diálogo o una reunión se puede cambiar el tono de voz, la estrategia y el contenido de la comunicación y adecuarla a la situación específica.

Paso 6: Definir el medio de comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

Medios de comunicación

Ejemplos de medios de comunicación		
<ul style="list-style-type: none"> • Prensa • Notas de prensa • Revistas • Boletines • Manuales • Catálogos, folletos, volantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Cartas • Radio • Cintas • Televisión • Video • Carteles 	<ul style="list-style-type: none"> • Pegatinas • Banderines • Vallas • CD Rom • Sitio Web
Desventajas <ul style="list-style-type: none"> • El mensaje es “fijo”; • Hay poca flexibilidad para el cambio, una vez que ha sido lanzado. 	Ventajas <ul style="list-style-type: none"> • Puede llegar a grandes audiencias; • Usa la credibilidad de los medios de comunicación. 	

Cómo seleccionar medios eficaces de comunicación?

¿El “medio” ayuda a lograr el objetivo de comunicación?

¿Es que los “medios” escogidos son los más adecuados para alcanzar las metas u objetivos de la comunicación? El responder a esta pregunta requiere de un buen análisis.

Ejemplo: La comunicación interpersonal será más eficaz (por ejemplo, visitas directas a los hogares, reuniones, etc.) que los medios de comunicación (por ejemplo, la publicidad en un periódico) para obtener la cooperación de una comunidad local en una campaña en contra de una planta de energía nuclear.

¿Los medios son los más adecuados para llegar al grupo meta?

Los medios/canales utilizados deben estar “disponibles” para el grupo meta y deben tener suficiente credibilidad. Debe haber una buena comprensión de los «medios» que utilizan el grupo meta. Los medios deben ser clasificados en función del alcance, los costos y reconocimiento (es decir, cuáles son los medios más apreciados y creíbles para el grupo meta, etc.).

¿Los medios refuerzan el mensaje?

Un conocido ‘gurú de la comunicación’, Mcluhan, dijo: “el medio es el mensaje”. La combinación de medios y mensajes pueden reforzar los efectos de la comunicación o pueden debilitarlos.

Ejemplo: cuando un gobierno distribuye un folleto con un mensaje diciendo que valoran las opiniones de las comunidades locales sobre la conservación de la vida silvestre, pero éstas nunca han sido consultadas, entonces el mensaje carece de credibilidad. Sin embargo, si ese mensaje fuera dicho por un grupo de representantes del gobierno cuando visitan a la comunidad, y comparten las ideas con estas instancias, entonces estas ideas serán mucho más convincentes.

¿Están los medios dentro del presupuesto?

El presupuesto es un criterio importante para decidir sobre el «medio». La producción y distribución de los gastos de los «medios» deben sopesarse frente a los efectos que se quieren tener con el grupo meta. Cuando el presupuesto es ajustado:

- Considere la posibilidad de utilizar la efectividad de los medios ‘baratos’ de comunicación que tienen una alta frecuencia (por ejemplo, periódicos, publicidad gratuita en revistas, boletines, etc.), y no medios más caros (por ejemplo, vídeo) que pueden no llegar al grupo meta de la forma más eficaz.
- Coopere con otras organizaciones para utilizar sus canales y medios, la cooperación ahorra dinero.
- Considere la efectividad de comunicarse en forma intensiva con el grupo meta más importante, más que realizar una comunicación superficial con muchos grupos meta.

Paso 6: Definir el medio de comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Seleccionando el medio de comunicación

- ¿El “medio” ayuda a alcanzar los objetivos de comunicación?
- ¿Los medios escogidos son creíbles y se adaptan a las características de los grupos meta, de tal manera que sean de fácil acceso para éstos?
- ¿El mensaje se refuerza a través de los medios escogidos?
- ¿Cuál es el medio que permite el alcance más efectivo y el impacto que más se adapta al presupuesto?
- ¿Cuál es la experiencia anterior con los medios y su impacto?

¡Siempre haga una evaluación previa de su mensaje y de los medios!

- Asegúrese de que el mensaje de medios de comunicación sea atractivo para el grupo meta y que tenga el efecto deseado;
- Compruebe que el mensaje no se haya interpretado de alguna forma inesperada.

Paso 7: Organizar la comunicación e informar a los socios

Paso 7: Organizar la comunicación e informar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Quién hace qué? ¿Cómo organizar sus esfuerzos de comunicación?

Para que su comunicación sea efectiva, gran parte del éxito depende de la calidad de la organización.

Una clara división de tareas y responsabilidades de su equipo de comunicación es esencial para el éxito. Si estos requisitos no se cumplen, usted arriesga perder pasos vitales y plazos de entrega. No estará claro cómo funcionará el equipo y la forma en que sus actividades serán coordinadas..



ERRORES QUE SE COMENTEN CON FRECUENCIA EN LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN: HACER TODO UNO MISMO

- Los expertos y expertas en biodiversidad suelen hacer la mayoría de las actividades de comunicación por sí mismos para mantener el control y asegurarse de que la información es válida, y que los hechos y las cifras son correctas. Esto puede no ser efectivo cuando los/as expertos/as:
 - ▶ Son percibidos por la audiencia como siendo “del lado contrario” a ellos. Estas audiencias por lo tanto no escucharán.
 - ▶ No tienen las habilidades para traducir el mensaje para las audiencias específicas.
 - ▶ No tienen los conocimientos o destrezas para organizar reuniones interactivas, etc.

Es mejor que la persona que coordina la ENBPA gerencie el proceso y delegue las intervenciones de comunicación a especialistas y organizaciones que puedan multiplicar el mensaje a través de sus grupos y redes (por ejemplo, mediante la generación de publicidad gratuita en los medios de comunicación, o mediante el uso de los boletines o revistas de las organizaciones no gubernamentales, autoridades locales, etc.)

¿Cómo trabajar de manera efectiva con los socios?



Sin duda, las personas encargadas de coordinar las ENBPA encuentran que hay demasiado que hacer en un día. Para lograr comunicarse con los diversos grupos meta sobre las diversas problemáticas, es recomendable que usted involucre a otras organizaciones socias, para esta tarea que con frecuencia consume mucho tiempo y es compleja.

Es probable que existan muchas organizaciones que están involucradas como socios en los planes de comunicación y en su implementación.

Estas organizaciones podrán manejar diferentes partes de la propuesta de comunicación. El orientar a los socios y ofrecerles información de manera permanente es fundamental para lograr tener un enfoque efectivo y coordinado.

Orientar a los intermediarios y especialistas es una intervención clave en la organización de actividades de comunicación. El listado con puntos clave, a continuación, ofrece una guía para orientar y ofrecer información a los intermediarios.

Paso 7: Organizar la comunicación e informar a los socios

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Orientando y ofreciendo información a los socios

Siempre oriente y ofrezca información a los socios por escrito (lo que a menudo se denomina Términos de Referencia), y también discuta el contenido cara a cara. Haga preguntas para comprobar si todo ha sido comprendido. Una buena pregunta al final de una reunión de información es: "¿Qué vas a hacer ahora?"

Dedique el tiempo suficiente para orientar y ofrecer información a sus socios. Explique y describa algunos de los siguientes aspectos:

- 1. Antecedentes de la tarea (es decir, la situación actual, la descripción del problema);
- 2. Tarea (s) o trabajos específicos;
- 3. Grupos meta (lo más explícitamente como sea posible: ¿quiénes específicamente?);
- 4. Los objetivos de la comunicación (¿qué queremos conseguir?);
- 5. La estrategia de comunicación (¿cómo queremos alcanzar la meta?);
- 6. Presupuesto;
- 7. Condiciones (identidad corporativa, formatos, presentación de informes, etc.);
- 8. Ejemplos de los resultados deseados (dibujos, impresiones, etc.);
- 9. Plazos.

Si es necesario añada anexos, tales como:

- listas de direcciones,
- información acerca de los posibles concursos en marcha sobre el problema;
- información sobre proyectos anteriores sobre el problema;
- información acerca de objetivos a largo plazo de la organización, etc.

Paso 8: Planificación (en términos de hitos y actividades)

Paso 8: Planificación (en términos de hitos y actividades)

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cómo planificar las actividades de comunicación?

Las personas encargadas de coordinar las ENBPA necesitan desarrollar un plan de las actividades de comunicación para concretar sus objetivos de comunicación. Una visión sistemática funciona mejor, que especifique *quién hace qué, y cuándo*. A veces puede ser útil hacer dos planes: uno para la preparación de las actividades de comunicación, y otro para la fase de ejecución de la comunicación. En algunos casos, la planificación tiene que ser con gran detalle, en otros casos es suficiente con un esquema general.



Durante las fases de planificación se establecen varios hitos. “En tal y cual etapa, esto debe haberse logrado para que X actividad pueda ocurrir...”

Algunos aspectos clave para la planificación:

- Sea realista con respecto a la cantidad de tiempo que necesita, tomando en cuenta los resultados del proyecto Y también el tiempo y el tipo de insumos necesarios para los procesos de la organización. Esto es especialmente importante cuando los Puntos Focales de las ENBPA trabajan conjuntamente con socios e intermediarios.
- Asigne tiempo suficiente para planificar su comunicación.
- Destine tiempo para la comunicación interna, sobre todo con las personas encargados de tomar decisiones dentro de la organización o del Ministerio que implementa la ENBPA.
- Tome en cuenta las destrezas de la persona gerente responsable de la aplicación del plan de comunicación de la ENBPA.

Un buen lema es “primero comuníquese internamente antes que externamente”

ERRORES QUE SE COMENTEN CON FRECUENCIA CUANDO SE PLANIFICA LA COMUNICACIÓN

- Asignación de muy poco tiempo: se necesita de tiempo suficiente para lograr obtener los beneficios reales de la comunicación — para poder realmente dialogar con los actores clave, a fin de establecer la confianza mutua y hacer sentir a dichos actores que son co-propietarios de una iniciativa conjunta.
- Correr en la implementación de las actividades de comunicación sin establecer plazos realistas: un buen manejo de los procedimientos de gerencia de proyectos puede evitar esto.

Paso 8: Planificación (en términos de hitos y actividades)

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Desarrollando un Plan de Comunicación

Las siguientes preguntas te pueden guiar en el desarrollo de un plan de comunicación:

- ¿Qué tareas necesitan llevarse a cabo durante la preparación de las actividades de comunicación?
- ¿Qué tareas necesitan llevarse a cabo durante la ejecución de las actividades de comunicación?
- ¿Qué personas requieren ser involucradas, en qué forma, en qué fases?
- ¿Quién es responsable de partes específicas del plan?
- ¿Quién coordina los esfuerzos conjuntos?
- ¿Qué hitos pueden identificarse, y quién es el responsable de la comprobación de éstos?

Paso 8: Planificación (en términos de hitos y actividades)

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Factores que fallan en la planificación de la comunicación

- Falta de utilización de reportes de estado/progreso.
- Destrezas inadecuadas en cuanto a gerencia de proyectos, influencia o autoridad.
- Insuficiente influencia por parte de los socios.
- Insuficiente coordinación con los socios.
- Falta de relacionamiento con los socios.
- Falta de participación del equipo en los procesos de toma de decisiones.
- Falta de participación del equipo en los procesos de resolución de problemas mayores.
- Excesiva estructura jerárquica dentro del equipo del proyecto.
- Insuficiente coordinación con el Ministerio sobre la implementación.
- Proyecto demasiado complejo en comparación con la experiencia manejada por el Ministerio.
- Falta de financiación para la comunicación o presupuesto insuficiente.
- Los cronogramas del proyecto son poco realistas.
- Procedimientos inadecuados en el caso de que se cambie el plan o a los socios.

Paso 9: Presupuesto para la comunicación

Paso 9: Presupuesto para la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Cuánto cuesta? ¿Cómo hacer un presupuesto para la comunicación?

La mayoría de las personas que coordinan las ENBPA tienen presupuestos limitados. Tomar decisiones sobre cómo gastarlos para el mayor impacto, es una decisión estratégica importante. Las personas tienden desmotivarse cuando las iniciativas se dejan a medio hacer o no cumplen las expectativas planteadas. Mantener sus relaciones con el público de vital importancia. Incluir un presupuesto para la comunicación en su programa y proyecto le ayuda a asegurarse que no fracasará. Por otro lado, es mejor empezar con algo pequeño que fracasar por no tener fondos. Existe un importante axioma que usted puede considerar: *La calidad en la comunicación- el tiempo invertido — y el dinero son mutuamente dependientes.*



¿Qué elementos deberían ser considerados al calcular el presupuesto?

- **Personal:** el número de empleados que van a estar involucrados y cuánto tiempo tienen para trabajar en el proyecto.
- **Personal:** ¿necesita contratar consultores/as externos y expertos/as? Si es así, ¿cuánto costará?
- **Costos de materiales:** ¿Cuáles son los costos de diseñar y producir los medios que van a utilizarse para la comunicación?
- **Costos de distribución:** ¿Cuáles son los costos de distribución de los medios que van a utilizarse para la comunicación?
- **Costos de los medios de comunicación:** ¿Cuáles son los costos para publicar en los periódicos, la radio o la televisión?
- **Costos de organización:** ¿Cuáles son los costos de los suministros de oficina que se utilizará, de correo, llamadas de teléfono, copias, etc.?
- **“Presupuesto para imprevistos”,** ¿cuánto se debe asignar para posibles imprevistos?

ERRORES QUE SE COMENTEN FRECUENTEMENTE CUANDO SE PLANIFICA LA COMUNICACIÓN: PRESUPUESTO IRREAL

- Con frecuencia se gastan grandes sumas en campañas en medios de comunicación que no tienen mucho efecto;

SIN EMBARGO

- La mayoría de las personas encargadas de tomar decisiones no están dispuestas a invertir más dinero en aproximaciones más efectivas como en el involucramiento de actores clave (por ejemplo, grupos focales, mesas redondas, procesos multi-sectoriales), lo cual podría tomar más tiempo que producir una película, video o programa de televisión, pero puede ser menos costoso.

¿Cómo comunicar con un presupuesto limitado?

La comunicación profesional requiere de dinero y de personal.

Con un presupuesto limitado, se necesita de una mayor inversión de tiempo para alcanzar la misma calidad.

Si el tiempo es además corto, es necesario, ya sea bajar las ambiciones, o estar satisfechos con un producto de menor calidad o utilizar una estrategia inteligente.

CONSEJOS PARA UNA COMUNICACIÓN INTELIGENTE CON UN PRESUPUESTO LIMITADO:

- Una buena estrategia de relaciones públicas puede conducir a una amplia cobertura de los temas de biodiversidad en los medios de comunicación, a bajo costo.
- La publicidad gratuita puede obtenerse a través de proporcionar una historia exclusiva a los medios de comunicación, sobre todo si se tiene una noticia sobresaliente, es decir, si tiene una relación con eventos locales, o tiene un buen desarrollo del ángulo humano.
- Utilice las vías de comunicación de otras organizaciones que quieren tener una imagen más amigable con el medio ambiente.
- Escriba un artículo para revistas que son leídas por sus grupos meta.
- Utilice una persona especializada para que hable sobre la problemática.

Paso 9: Presupuesto para la comunicación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

LISTADO CON PUNTOS CLAVE: Fuentes de financiación

Los presupuestos nacionales para implementar las ENBPA deben incluir un presupuesto para la comunicación. Algunas fuentes de financiación incluyen:

- 1. Asignaciones del gobierno:**
 - a. Asignaciones directas de los presupuestos de los gobiernos.
 - b. Bonos o impuestos destinados a la conservación.
 - c. Rentas de lotería
 - d. Venta de placas de autos de precios elevados
 - e. Estampillas o sellos de vida silvestre
- 2. Donaciones y financiación de proyectos de:**
 - a. Organizaciones internacionales.
 - b. Cooperación bilateral.
 - c. Fundaciones, ONG, fondos fiduciarios para la conservación.
 - d. Sector privado.
- 3. Ingresos del turismo**
 - a. Tarifas de entradas a las áreas protegidas.
 - b. Tarifas al buceo y permisos para yates.
 - c. Tarifas de aeropuertos, para pasajeros de cruceros, impuestos y multas
 - d. Impuestos a los hoteles
 - e. Contribuciones voluntarias de los operadores turísticos.
- 4. Impuestos, licencias, multas, derechos de autor:**
 - a. Recargos fiscales de bienes raíces para la conservación.
 - b. Pagos de acceso a la pesca.
 - c. Tarifas de acceso a pesca recreativa.
 - d. Multas por derrames de petróleo y fondos petroleros.
 - e. Regalías provenientes de la minería, por gas y petróleo.
 - f. Ingresos por energía hidroeléctrica.
- 5. Inversiones para fines de lucro:**
 - a. Inversiones del sector privado para promover la conservación de la biodiversidad.
 - b. Inversiones realizadas para la prospección de la biodiversidad.

Paso 10: Monitoreo y Evaluación

Paso 10: Monitoreo y Evaluación

SECCIÓN 4 | ¿CÓMO PLANIFICAR LA COMUNICACIÓN DE MANERA ESTRATÉGICA?

¿Qué hemos logrado? ¿Cómo evaluar la comunicación?

La evaluación de la comunicación para la implementación de las ENBPA, es un paso muy importante. La evaluación debe estar dirigida a valorar los resultados o los efectos de sus esfuerzos de comunicación, durante los procesos de preparación de las ENBPA, de su actualización y de su implementación.



Programa de Humedales en Uganda

La evaluación sirve para varios propósitos:

- Para justificar los esfuerzos de comunicación frente a las personas que toman decisiones en su organización y para los actores clave.
- Para aprender acerca de qué métodos son más eficaces y más eficientes para su aplicación futura.
- Para aprender sobre cómo organizar y gestionar el proceso de comunicación de manera más efectiva en el futuro.
- Para definir los pasos futuros después de examinar los resultados obtenidos.

Es difícil evaluar los logros en conocimientos, actitudes o prácticas, si no ha existido una evaluación al comienzo del proceso de planificación de la comunicación. Es más difícil cuando no se han identificado indicadores apropiados cuando se formularon los objetivos de comunicación. Aunque parece muy lógica, en la práctica la evaluación a menudo es olvidada.

La evaluación necesita de investigación

La investigación es la base de la evaluación.

Dependiendo de las necesidades y de las posibilidades (financieras), una investigación para una evaluación podría ser:

- Completa (por ejemplo, entrevistas telefónicas de una amplia muestra de los grupos meta para determinar si el mensaje ha sido detectado, comprendido y es eficaz), o
- Simple (por ejemplo, entrevistar a algunos líderes de opinión y personas clave acerca de su percepción acerca de los esfuerzos de comunicación y la forma en que la comunicación se organizó).

LA EVALUACIÓN DE LA EFECTIVIDAD DEL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN ES COMPLICADA PORQUE:

- La comunicación no es un evento aislado y es difícil atribuir un efecto proveniente exclusivamente del proceso de comunicación.
- La mayor parte de los grupo meta están siendo bombardeados constantemente con mensajes provenientes de un gran número de emisores.
- Existe un dicho muy conocido en el campo de la publicidad, que dice: “de cada dólar gastado en publicidad, el 50% un desperdicio, pero desafortunadamente no sabemos cuál 50% es el que no sirve”.

ERRORES QUE SE COMENTEN FRECUENTEMENTE CUANDO SE PLANIFICA LA COMUNICACIÓN: NO EXISTEN INDICADORES DE DESEMPEÑO, NO SE ASIGNAN TIEMPOS NI PRESUPUESTO PARA LA EVALUACIÓN

- Los indicadores correctos de evaluación no son definidos cuando se han planteado los objetivos de comunicación.
- No se integra a la evaluación como parte del presupuesto de actividades normales del proyecto y con una asignación de tiempo adecuado.

Sin una evaluación bien planificada, no puede existir una verdadera retroalimentación y un aprendizaje significativo para las experiencias pasadas.

Glosario sobre Biodiversidad¹

Acceso y participación de los beneficios

Uno de los tres objetivos del Convenio sobre la Diversidad Biológica, que figura en el artículo 1, es la “distribución justa y equitativa de los beneficios derivados de la utilización de los recursos genéticos, incluyendo un acceso adecuado a esos recursos y una transferencia apropiada de las tecnologías pertinentes, teniendo en cuenta todos los derechos sobre esos recursos y tecnologías, así como mediante una financiación apropiada”. El CDB también tiene varios artículos (especialmente el artículo 15) en relación con los aspectos internacionales sobre el acceso a recursos genéticos.

Área marina protegida

Un área de mar (o de la costa), especialmente dedicada a la protección y mantenimiento de la diversidad biológica, las riquezas naturales, los recursos culturales asociados, y manejada a través de medios legales u otros medios efectivos.

Áreas Protegidas

Una zona de tierra y/o mar especialmente dedicada a la protección y mantenimiento de la diversidad biológica, las riquezas naturales y los recursos culturales asociados, gestionada por medios legales u otros medios efectivos. Un área protegida puede ser pública o de propiedad privada.

Banco de Genes

Un servicio establecido para la conservación *ex situ* de individuos (semillas), tejidos, o células reproductivas de plantas o animales.

Banco de Semillas

Un servicio diseñado para la conservación *ex situ* de las distintas variedades de plantas a través de la conservación de semillas y su almacenamiento.

Biodiversidad

Biodiversidad - abreviatura para el concepto de diversidad biológica - significa la diversidad de la vida en todas sus formas -la diversidad de especies, de las variaciones genéticas dentro de una especie, y de los ecosistemas. La importancia de la diversidad biológica para la sociedad humana es difícil de enfatizar lo suficiente. Se estima que el 40 % de la economía mundial se basa en productos y procesos biológicos. Personas pobres, especialmente las que viven en zonas de baja productividad agrícola, dependen en gran medida de la diversidad genética del medio ambiente.

Bioma

Una notable porción de un ambiente en una región particular (por ejemplo, un bosque de abetos o los pastizales), caracterizado por su vegetación y caracterizado fuertemente por las condiciones climáticas específicas.

Biotecnología

Toda la tecnología que se aplica a los organismos vivos para hacerlos más valiosos para las personas.

1. Este glosario se basa en las siguientes fuentes. www.unepwcmc.org/reception/glossaryM-R.htm
http://pubs.wri.org/pubs_content_text.cfm?ContentID=487
<http://www.edu.gov.nf.ca/curriculum/teched/resources/glos-biodiversity.html>
<http://ec.europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/04/27>
http://www.foe.co.uk/resource/local/saving_wildlife_sites/glossary/biodiversity_action_plans.htm
<http://www.iucn.org/themes/CEM/ourwork/ecapproach/index.html>
http://en.wikipedia.org/wiki/Ecosystem_services
<http://www.iucnredlist.org/info/introduction>

La versión final de este glosario fue verificada por Jeff McNeely, Jefe Científico de la UICN.

Capacidad de carga

El número máximo de personas, o individuos de una especie en particular, que una cierta parte del medio ambiente puede mantener indefinidamente.

Causas raíz de la pérdida de biodiversidad

Las principales amenazas a la diversidad biológica son uno o más de los siguientes acontecimientos:

- El crecimiento de la población humana significa crecientes demandas de espacio y de alimentación.
- El desarrollo urbano, la agricultura intensiva y la deforestación destruyen los hábitats.
- La ampliación de carreteras, ferrocarriles y redes de electricidad, fragmentan los hábitats y ahuyentan a algunas especies.
- La sobreexplotación de los recursos naturales significa que consumimos demasiado una especie dada o diversos bienes provenientes de los ecosistemas. También incluye la caza excesiva, la recolección y comercio de especies o de sus partes.
- La contaminación afecta tanto la salud de los animales y las plantas como la salud humana.
- Los desastres ambientales como los vertidos de petróleo han tenido consecuencias devastadoras para las aves, y la fauna y flora marina.
- Los análisis indican que a causa del cambio climático, para finales del siglo, la temperatura aumente en todo el mundo entre 1,4 ° y 5,8 ° centígrados y el nivel del mar aumente entre 9 y 88 cm. Muchas especies no podrán adaptarse o desplazarse a otras regiones. Durante el último siglo, la temperatura media de la Tierra ha aumentado en aproximadamente 0,6 ° centígrados y el nivel del mar ha aumentado entre 10 y 20 cm. Los años 90 fueron el decenio más cálido de los últimos 1.000 años.
- Las especies introducidas invasoras son especies que entran en ecosistemas donde naturalmente no ocurren, y desplazan a las especies endémicas de sus hábitats naturales. A menudo, son introducidas por los seres humanos.
- La población humana ha aumentado aproximadamente de 1,65 mil millones en 1900 a un estimado de 6,3 mil millones en la actualidad. En 50 años, la ONU predice que la población mundial llegará a los 9 mil millones. Más gente implica menos recursos para la mayoría de las otras especies.
- Debido a la sobrepesca, el 80% de las poblaciones de peces en la UE están al borde del colapso.
- En el 2001, el 40% de todas las capturas de peces en UE se obtuvieron de poblaciones que se consideran por debajo de los límites de su seguridad biológica. Para ciertos tipos de peces, sobre todo el bacalao, merluza y otros peces redondos, así como el salmón y la trucha de mar, el porcentaje se eleva hasta un 60%.
- Según un estudio publicado en "Nature", en enero del 2004, el cambio climático podía eliminar un tercio de las especies del planeta para el año 2050.
- Por importar la ardilla gris de América del Norte, y llevarla al Reino Unido e Italia, se extinguió la ardilla roja, originaria de estos lugares. La ardilla gris es más eficaz buscando alimentos.
- La sabrosa perca del Nilo fue introducida en el Lago Victoria en África en 1954 y causó la extinción de más de 200 especies de peces endémicos.

Co-gestión

El compartir la autoridad, la responsabilidad y los beneficios entre el gobierno y las comunidades locales en la gestión de los recursos naturales. La gestión de un recurso específico (como un bosque o una zona de pastos) por un grupo definido de usuarios conjuntamente con la autoridad, con el fin de regular su uso para los miembros del grupo y para personas fuera del grupo.

Comunidades indígenas

Son comunidades, pueblos y naciones indígenas los que, teniendo una continuidad histórica con las sociedades anteriores a la invasión y pre-coloniales que se desarrollaron en sus territorios, se consideran distintos de otros sectores de las sociedades que ahora prevalecen en esos territorios o en partes de ellos.

Constituyen ahora sectores no dominantes de la sociedad y tienen la determinación de preservar, desarrollar y transmitir a futuras generaciones sus territorios ancestrales y su identidad étnica como base de su existencia continuada como pueblo, de acuerdo con sus propios patrones culturales, sus instituciones sociales y sus sistemas legales.

Conservación

La gestión para el uso humano de la naturaleza, produciendo el mayor beneficio sostenible para las generaciones actuales, mientras se mantiene su potencial para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras.

Conservación de la Biodiversidad

El manejo de las interacciones humanas con los genes, las especies y los ecosistemas a fin de proporcionar el máximo beneficio para las generaciones actuales, mientras se mantiene su potencial para satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones futuras; abarca elementos de conservación, estudio y utilización de la diversidad biológica.

Conservación ex situ

Un método de conservación que implica la remoción de los recursos de germoplasma (semillas, polen, esperma, organismos individuales) de su hábitat original o natural. El mantener componentes de la diversidad biológica vivos fuera de su hábitat original o ambiente natural.

Conservación in situ

Un método de conservación que intenta preservar la integridad genética de los recursos genéticos, mediante la conservación de éstos dentro de la dinámica evolutiva de los ecosistemas del hábitat original o el ambiente natural.

Derechos de propiedad intelectual

Son los derechos que permiten a una persona que ha inventado algo, excluir a los imitadores del mercado durante un cierto período de tiempo.

Desarrollo sostenible

El desarrollo que satisface las necesidades y aspiraciones de las generaciones actuales sin comprometer la capacidad de satisfacer a las futuras generaciones.

Degradación del hábitat

Disminución de la calidad del hábitat, resultando en la disminución de su capacidad de mantener a la flora y fauna. Las actividades humanas que llevan a la degradación de los hábitats incluyen las actividades contaminantes, y la introducción de especies invasoras. Los efectos adversos pueden llegar a ser inmediatamente perceptibles, pero también pueden tener un carácter acumulativo. La diversidad biológica eventualmente se perderá si se llega a degradar los hábitats hasta el punto en que las especies ya no pueden sobrevivir.

Diversidad cultural

Variedad o multiformidad de las estructuras sociales humanas, sistemas de creencias, y estrategias para lograr adaptarse a diversas situaciones en diferentes partes del mundo. El idioma es un buen indicador de la diversidad cultural, existiendo actualmente más de 6.000 idiomas.

Diversidad genética

Variedad de genes dentro de una población, especie, variedad o raza.

Diversidad de ecosistemas

Variedad de ecosistemas que concurren dentro de un amplio paisaje, que van desde un bioma (la mayor unidad ecológica) hasta un microhábitat.

Diversidad de especies

El número y la variedad de especies que se encuentran en una zona determinada en una región.

Ecología

Rama de la ciencia, enfocada en la interrelación de los organismos con su medio ambiente; el estudio de los ecosistemas.

Ecosistemas

Los ecosistemas son comunidades de plantas y animales que se auto-regulan e interactúan unos con otros y con su medio abiótico - los bosques, humedales, montañas, lagos, ríos, desiertos y paisajes agrícolas. Los ecosistemas son vulnerables a interferencias, ya que la presión sobre uno de los componentes, puede alterar el equilibrio general. También son muy vulnerables a la contaminación. Muchos de los ecosistemas ya se han perdido, y muchos otros están en situación de riesgo. Los bosques albergan casi la mitad de la biodiversidad mundial. Pero están desapareciendo a una tasa de 0,8% por año. Los bosques tropicales están desapareciendo a una tasa anual del 4%.

Ecoturismo

Viajes realizados a lugares o regiones con propiedades naturales o ecológicas de calidad, o la prestación de servicios para facilitar que el viaje tenga el menor impacto en la biodiversidad y el medio ambiente natural.

Enfoque ecosistémico

El enfoque ecosistémico es una estrategia para la gestión integrada de la tierra, el agua y los recursos vivos, promoviendo la conservación y el uso sostenible de forma equitativa. El enfoque ecosistémico sitúa a las necesidades humanas en el centro del manejo de la biodiversidad. Su objetivo es gestionar el ecosistema, sobre la base de las múltiples funciones que realiza, y los múltiples usos que se hacen de dichas funciones. El enfoque ecosistémico no tiene por objetivo lograr beneficios económicos a corto plazo, sino que tiene como meta optimizar el uso de un ecosistema, sin que sufra daños.

Especies

Un grupo de organismos capaces de aparearse entre sí, pero no con miembros de otras especies.

Especies amenazadas

Técnica de clasificación que se refiere a una especie que probablemente se puede extinguir en un futuro cercano, en su totalidad o en una porción de su área de distribución. La UICN, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza, ha catalogado a 12.259 especies como Amenazadas de Extinción. La UICN mantiene un inventario de la situación de conservación de los animales y plantas, la compilación de datos de miles de científicos y conservacionistas de todo el mundo. Sin embargo, las 12.259 especies amenazadas son sólo la punta del iceberg. Nadie sabe cuántas especies hay en la Tierra, y mucho menos su estado de conservación. El número total de especies vivas registradas ha sido de alrededor de 1,75 millones (tomando en cuenta que dos tercios son insectos y otros invertebrados, los cuales son difíciles de monitorear). Una estimación real del número de especies en la Tierra es de alrededor de 14 millones.

Para el 2003 la “Lista Roja de Especies Amenazadas”, pudo evaluar el estatus de conservación del 2% del 1,53 millones de especies, para las cuales tiene descripciones. Los únicos dos grupos que son bien monitoreados son las aves y mamíferos, por lo que la UICN pudo evaluar el estado del 100% de las aves y del 99% de los mamíferos amenazados.

Especies exóticas

Una especie que se localiza fuera de su área de distribución histórica natural como resultado de la dispersión intencional o accidental a causa de las actividades humanas (también conocida como especie exótica o introducida).

Especies indicadoras

Una especie cuyo estado ofrece información sobre las condiciones generales del ecosistema y de otras especies de dicho ecosistema.

Especies invasoras

Las especies invasoras son las que se introducen – intencionadamente o sin intención - en un ecosistema, en el cual naturalmente no se encuentran y ponen en peligro a los hábitats, a los ecosistemas o a las especies nativas. Estas especies pueden convertirse en invasoras, debido a su alta tasa de reproducción, y por desplazar y competir con las otras especies que naturalmente se encuentran en esos ecosistemas. La introducción involuntaria puede ser el resultado de accidentes (por ejemplo, cuando una especie se escapa de un zoológico), el transporte (por ejemplo, en el agua de lastre de un buque); la introducción intencional puede ser el resultado de la importación de animales o plantas, o de la modificación genética de organismos por ejemplo.

Especies nativas

Especies de flora y fauna que se encuentran naturalmente en una zona o región. También se las llama especies autóctonas.

Especies silvestres

Organismos cautivos o que viven en la naturaleza, que no han sido criados y por lo tanto no ha sido alterado su estado nativo.

Especies en peligro de extinción

Una definición técnica utilizada para categorizar; se refiere a una especie que está en peligro de extinción en la totalidad o en una porción significativa de su área de distribución. La UICN categoriza a una especie en peligro de extinción, si los factores que causan su disminución o vulnerabilidad continúan operando.

Estrategia Nacional de Biodiversidad y el Plan de Acción (ENBPA)

El Convenio sobre la Diversidad Biológica solicita a cada una de las Partes (países) a que preparen una Estrategia Nacional de Biodiversidad y el Plan de Acción (artículo 6) con el fin de establecer las actividades específicas y metas para alcanzar los objetivos del Convenio. Estos planes son principalmente ejecutados mediante una asociación de organizaciones de conservación y son administrados por un «Socio principal», que puede ser la agencia dedicada al tema de la vida silvestre o una ONG. Las especies y los hábitats señalados en las ENBPA, son las prioridades establecidas por el gobierno para realizar las acciones pertinentes y conllevan una mayor preocupación si están amenazadas. Las ENBPA no tienen un carácter legal, y hacen referencia a hábitats y especies que no están necesariamente protegidas (aunque algunas están protegidas por otra legislación). El proceso de enlistar e identificar prioridades tiene un respaldo legal, sin embargo, los planes por sí mismos no lo tienen.

Evaluación de Ecosistemas del Milenio

Un programa de trabajo internacional diseñado para satisfacer las necesidades de las personas encargadas de tomar decisiones y del público en general, en relación con la información científica referente a las consecuencias del cambio de los ecosistemas para el bienestar humano y sobre las opciones para responder a dichos cambios. Este estudio se inició en junio del 2001, por el Secretario General de la ONU de ese entonces, Kofi Annan, para apoyar a las necesidades de evaluación científica del Convenio sobre la Diversidad Biológica, el Convenio para combatir Desertificación, el Convenio de Ramsar sobre los

Humedales, y el Convenio sobre Especies Migratorias, así como para responder a las necesidades de otros usuarios, como el sector privado y la sociedad civil. Si la Evaluación de Ecosistemas del Milenio resulta ser útil para sus grupos de interés, se prevé que un proceso de evaluación, basado en este modelo, se repetirá cada 5-10 años, y las evaluaciones de los ecosistemas serán regularmente realizadas en el ámbito nacional o sub-escalas nacionales.

Evaluación rural participativa

La ERP es un enfoque relativamente nuevo y diferente para la realización de investigaciones orientadas hacia la acción en los países en desarrollo. La ERP se usa para ayudar a la participación de los actores y líderes locales en todas las etapas del trabajo de desarrollo, desde la identificación de necesidades y la toma de decisiones hasta la evaluación de los proyectos terminados. El término puede ser usado para describir cualquier nueva metodología que hace uso de un equipo multidisciplinario. La evaluación rural rápida es un enfoque más expedito que puede o no ser participativo.

Evolución

Cualquier cambio gradual. La evolución orgánica es cualquier cambio en la genética de los organismos de generación en generación.

Extinción

Terminación evolutiva de una especie, causada por la incapacidad para reproducirse y la muerte de todos los miembros restantes de la especie; el fracaso natural de adaptación a los cambios en el medio ambiente.

Fauna

Todos los animales se encuentran en una zona determinada.

Flora

Todas las plantas que se encuentran en una zona determinada.

Fragmentación de los hábitats

La fragmentación de los hábitats se produce cuando un lugar ha sido dividido, quedando a menudo unos pequeños parches, aislados intercalados con otros hábitats. Los pequeños fragmentos de hábitats solo pueden albergar a pequeñas poblaciones de fauna, lo cual las vuelve más vulnerables a la extinción. Los parches incluso pueden ser no viables para las especies que ocuparon el hábitat original no dividido. La fragmentación, con frecuencia, obstaculiza la migración entre poblaciones. La fragmentación del hábitat se debe a: los procesos geológicos que modifican poco a poco el medio físico o a las actividades humanas, como el clareo de tierras, la construcción de viviendas, el desarrollo de zonas urbanas y la construcción de carreteras u otras infraestructuras. Los efectos adversos, muchas veces no son inmediatamente perceptibles y los hábitats aparentemente pueden mantenerse. Sin embargo, la endogamia, la falta de territorio y la escasez de alimentos son algunos de los problemas a los que se enfrentan las pequeñas poblaciones. La fragmentación de los hábitats, por lo tanto, dará lugar a la pérdida de la diversidad de especies a largo plazo.

Gen

Unidad funcional de la herencia; parte de la molécula de ADN que codifica una única unidad de enzima o de proteína estructural.

Hábitat

Un lugar o tipo de sitio donde un organismo o población ocurre naturalmente.

Hotspot

Un área en la Tierra con una inusual concentración de especies, muchas de las cuales son endémicas a la zona, y que se encuentra bajo grave amenaza debido a las actividades humanas.

Instrumentos para proteger la biodiversidad

El Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB) es el principal instrumento internacional para la conservación y el uso sostenible de los recursos biológicos, como se estipula en el capítulo 15 del Programa 21. La Conferencia de las Partes (COP) del CDB ha puesto en marcha amplios programas de trabajo, enfocándose en 5 áreas temáticas críticas basadas en ecosistemas y 13 temas intersectoriales. La adopción del enfoque ecosistémico y la decisión de desarrollar un plan estratégico para el Convenio, contribuirá en gran medida al establecimiento de una base firme de políticas.

Otros convenios y procesos relacionados con la biodiversidad incluyen: Convenio sobre Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES), Convenio sobre la Conservación de Especies Migratorias de Animales Silvestres (CMS), Convenio sobre los Humedales de Importancia Internacional (RAMSAR), Convenio de Patrimonio Mundial (WHC); las reuniones de los Convenios sobre Mares y el Foro Mundial sobre Diversidad, han realizado importantes contribuciones a la gestión y el uso sostenible de la diversidad biológica del mundo.

En el plano nacional, se ha registrado un crecimiento constante en los esfuerzos de conservación. El número de organizaciones nacionales que participan en la conservación ha aumentado, de igual manera, el número de organizaciones voluntarias de conservación y el número de sus miembros han aumentado en forma exponencial. El número de áreas protegidas y la extensión total de éstas se ha incrementado considerablemente a lo largo de los últimos 20 años, pero su gestión y el diseño de estas áreas es a menudo limitada.

El problema es que, a pesar del aumento de los esfuerzos nacionales e internacionales, la pérdida de biodiversidad sigue ocurriendo.

Inventario

Recolección en sitio de datos sobre los recursos naturales y sus propiedades.

Lista Roja

La Lista Roja de Especies Amenazadas de la UICN provee de información taxonómica, del estado de conservación y sobre la distribución de los taxones que se han sido evaluados a nivel mundial mediante los Criterios y Categorías de la Lista Roja de la UICN. Este sistema está diseñado para determinar el riesgo relativo de extinción, y su principal propósito es catalogar y destacar aquellos taxones que se enfrentan a un mayor riesgo de extinción mundial (es decir, los que figuran como Críticamente Amenazado, en Peligro o Vulnerables). En la Lista Roja de la IUCN se incluye también información sobre taxones que pertenecen a la categoría de Extinto, o Extinto en Estado Silvestre; incluye taxones que no pueden ser evaluados debido a la insuficiencia de información (es decir, los datos son insuficientes), y taxones que o bien están cerca de llegar a los umbrales de amenaza o ya no están en peligro gracias a programas de conservación (es decir, son Casi Amenazados).

Medidas de mitigación

Son medidas que permiten reducir el impacto negativo de una actividad sobre la biodiversidad a través de cambios en la escala, el diseño, la ubicación, el proceso, la secuencia, la gestión y / o monitoreo de la actividad propuesta. Se requiere de un esfuerzo conjunto de los planificadores, ingenieros, ecologistas, hombre y mujeres expertos y otros actores locales, para llegar a la mejor opción práctica ambiental. Un ejemplo es, para compensar el inaceptable impacto sobre la diversidad biológica por la construcción de una carretera, se construye un viaducto para el paso de la vida silvestre.

Medio ambiente natural

El medio natural se compone de todos los seres bióticos y abióticos que existen en forma natural en la Tierra. En su sentido más puro, es un entorno que no es producto de las actividades o intervenciones humanas. El medio ambiente natural puede ser contrastado con “el medio ambiente construido”, y también se contrasta con el concepto de paisaje cultural.

Movimiento u organizaciones de Base

Cuando las personas o la sociedad a nivel local se encuentran en el centro de las principales actividades políticas.

Organizaciones no gubernamentales (ONG)

Un grupo o una asociación sin fines de lucro organizada fuera de las estructuras políticas institucionalizadas, para cumplir objetivos sociales particulares (como la protección del medio ambiente) o servir a grupos determinados (como los pueblos indígenas). Las actividades de las ONG van desde la investigación, la distribución de información, la capacitación, la organización local, y servicio a la comunidad hasta el cabildeo legal, la introducción de cambios legislativos, y la desobediencia civil. El tamaño de organizaciones no gubernamentales va desde pequeños grupos dentro de una comunidad en particular hasta organizaciones que congregan a una gran cantidad de miembros, con cobertura nacional o internacional.

Patente

Una concesión temporal del gobierno a derechos de monopolio para procesos o productos innovadores.

Pérdida de hábitat

Es el resultado de un proceso de cambio en el uso del suelo, donde un tipo de hábitat natural es removido y remplazado por otro tipo de hábitat, como por ejemplo la conversión de áreas naturales a centros de producción. En ese proceso, la flora y la fauna que utilizaban dicho lugar con anterioridad, son desplazadas o destruidas. Generalmente esto resulta en una reducción de la biodiversidad.

Pérdida de biodiversidad

Desde el momento en que los primeros seres humanos ocuparon la Tierra, empezaron a cazar animales, cosechar alimentos y cortar madera, y por lo tanto se ha impactado en la diversidad biológica. En los últimos dos siglos, el crecimiento demográfico, la sobreexplotación de los recursos naturales y la degradación del medio ambiente han dado lugar a una declinación mundial de la diversidad biológica. Las especies están disminuyendo en número y se extinguen, y los ecosistemas sufren daños y van desapareciendo.

- Se estima que el 80% de la cobertura forestal original que cubrió la Tierra hace 8.000 años ha sido cortada, dañada o fragmentada.
- Algunos expertos que evalúan la velocidad de extinción de las especies, estiman que es de 1.000 a 10.000 veces más rápida que el ritmo natural.
- Un monitoreo realizado en 18 países de Europa, muestra que el 71% de 23 especies de aves comunes y 24 especies de aves que habitan en bosques, han decrecido sustancialmente entre 1980 y 2002.

Principales amenazas a la diversidad biológica

Ver “causas raíz de la pérdida de biodiversidad”.

Recursos naturales

Los recursos naturales se clasifican generalmente en renovables y no renovables. Los recursos renovables son los recursos vivos (los peces, el café, los bosques, por ejemplo), que se pueden reponer (renovar) si no son sobreexplotados. Los recursos renovables se pueden reproducir y pueden ser utilizados indefinidamente, si se lo hace de forma sostenible. Una vez que se consumen los recursos renovables a un ritmo que supera su ritmo natural de restitución, el stock se reducirá y eventualmente se agotará. La tasa de utilización sostenible de un recurso renovable está determinada por la tasa de restitución y por la cantidad de

stock remanente de ese recurso. Los recursos no renovables incluyen al suelo, así como el agua, el viento, las mareas y la radiación solar.

Los recursos también pueden ser clasificados por su origen como bióticos y abióticos. Los recursos bióticos se obtienen de los animales y de las plantas (es decir, del mundo vivo). Los recursos abióticos se derivan del mundo inerte, por ejemplo, la tierra, el agua y el aire. Los minerales y la electricidad son también algunos recursos abióticos que se derivan de la naturaleza.

Tanto la extracción de los recursos básicos y su refinación hacia formas más puras y más directamente utilizables (por ejemplo, metales, aceites refinados) se consideran en general actividades de explotación de recursos naturales. Los recursos naturales son el capital natural que se convierte en insumos de mercancía y luego en procesos de capital para la infraestructura. Entre ellos figuran el suelo, la madera, el petróleo, los minerales, y otros bienes que se toman más o menos directamente de la naturaleza.

Los recursos naturales de una nación suelen determinar su riqueza y estatus en el sistema económico mundial, determinando su influencia política. Las naciones desarrolladas son las que dependen menos de la riqueza directa de los recursos naturales, ya que dependen más del capital de infraestructura para la producción.

Rehabilitación

La recuperación de determinados servicios ecosistémicos, en un ecosistema o hábitat degradado.

Requerimientos para el uso de tierra

Los requisitos que están relacionados con el crecimiento y el rendimiento de los cultivos y los árboles, la ganadería, el manejo de la tierra y la conservación.

Restauración

El retorno de un ecosistema o hábitat a su estructura comunitaria original, a su composición natural de especies y a sus funciones naturales.

Sobreexplotación

La sobreexplotación se produce cuando la recolección de especímenes de flora y fauna en estado silvestre se encuentra en desequilibrio con los patrones de reproducción y, como consecuencia, las especies se pueden extinguir.

Servicios ecosistémicos

Los servicios de los ecosistemas son los procesos mediante los cuales el medio ambiente produce beneficios útiles para las personas, semejantes a los servicios económicos. Estos incluyen:

- Suministro de agua y aire limpios
- Polinización de los cultivos
- Mitigación de riesgos ambientales
- Control de plagas y enfermedades
- Secuestro de carbono

La contabilización sobre la forma en que los ecosistemas nos proveen de bienes económicos es un área que se encuentra desarrollándose con mucho ímpetu. El concepto de servicios ecosistémicos es similar al de capital natural. La Evaluación de Ecosistemas del Milenio publicado en el 2005, mostró que el 60% de los servicios ecosistémicos están siendo degradados o utilizados insosteniblemente.

Sucesión

Los cambios más o menos previsibles, después de un disturbio natural o humano, en la composición de las comunidades.

Taxonomía

La clasificación de los animales y las plantas sobre la base de las relaciones naturales.

Uso sostenible

El uso de los componentes de la diversidad biológica de un modo y a un ritmo que no ocasione la disminución a largo plazo de la diversidad biológica, con lo cual se mantienen las posibilidades de satisfacer las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.

Uso de la tierra

El uso de la tierra se refiere a cómo se asigna una determinada área de tierra de acuerdo a su propósito, necesidad o uso (por ejemplo, para fines agrícolas, industriales, para viviendas o para la conservación).

Vida silvestre

Animales vivos, no domesticados. Algunos expertos y expertas consideran también a las plantas como parte de la vida silvestre.

Zona de amortiguamiento

La región adyacente al borde de un área protegida; una zona de transición entre áreas, manejada para diferentes objetivos.

Glosario¹ sobre Comunicación

Actores clave

Los actores clave son las personas u organizaciones que son vitales para el éxito o el fracaso para que una organización o proyecto logre sus metas. Los actores clave primarios son interesados son los que (a.) se requiere de su autorización, aprobación y apoyo financiero y (b) aquellos que están directamente afectados por las actividades de la organización o proyecto. Los actores claves secundarios son los que están indirectamente afectados. Los actores claves terciarios son los que no se ven afectados o involucrados, pero pueden influir en las opiniones de otros, ya sea a favor o en contra.

Cabildeo

Los asuntos públicos o los procesos de cabildeo son una forma especializada de relaciones públicas. Se refiere a las actividades encaminadas a desarrollar y mantener relaciones informales con las personas encargadas de la toma de decisiones formales.

Las relaciones informales se utilizan para influir los procesos de toma de decisiones en función de los intereses de la organización, su programa y/o objetivos.

Comunicación

La comunicación es una actividad en la que un emisor transmite un mensaje, con o sin la ayuda de los medios, hacia uno o más receptores, y viceversa. La manera en que la comunicación se lleva a cabo, se conoce como proceso de comunicación. La forma ideal de comunicación es un proceso de doble vía destinado a la comprensión mutua, a compartir valores y acciones. Para los gobiernos el intercambio de información de doble vía es un medio para obtener la cooperación de los grupos de la sociedad, escuchándoles primero y clarificando por qué y cómo se toman las decisiones. Bajo un enfoque instrumental, los gobiernos utilizan a la comunicación conjuntamente con otros instrumentos de la gestión, para apoyar la conservación de la biodiversidad, para orientar las dificultades en el ámbito económico y para motivar la acción. Los gobiernos también utilizan la comunicación de una vía para informar a las audiencias acerca de las políticas y la legislación.

Comunicación corporativa

Un instrumento de gestión que se utiliza para armonizar todas las formas de comunicación, de tal manera que el Ministerio adquiere y/o mantiene la imagen que desea entre sus grupos meta y sus clientes (internos y externos). Dos conceptos clave en la relación con la comunicación corporativa son la imagen y la identidad. En las organizaciones exitosas, la comunicación corporativa es una de las prioridades de los altos ejecutivos y ejecutivas.

Comunicación de masas

Todas las formas de comunicación externa, en teoría, son accesibles a todo el mundo, como el uso que se hace de los medios de comunicación y los vehículos para la comunicación de masas. Las características de la comunicación de masas es que llega a un gran número de personas al mismo tiempo; es fácil para el receptor ignorar el mensaje; no es posible personalizar el mensaje para receptores individuales; es difícil de obtener retroalimentación; es relativamente barata por receptor alcanzado.

Comunicación de proceso o interactiva

Todas las formas de comunicación, tanto internas como externas, que están diseñadas para asegurar que los procesos de formulación de una política, de un programa, de un proyecto o plan de gestión, sean implementados, tan suavemente como sea posible y que, a través de una óptima participación de los actores clave, el resultado final pueda contar con un máximo de apoyo. La comunicación en este sentido es una parte integrante del proceso. Las herramientas son las audiencias públicas, las mesas redondas, grupos focales, talleres, grupos de debate electrónico, entrevistas telefónicas, shows en vivo en los medios de comunicación masivos, excursiones, etc.

1. Este glosario es una versión actualizada de una comunicación glosario elaborado por la UICN producto CCA, Grupo de comunicación corporativa, editado por Frits Hesselink en el año 2003.

Comunicación externa

Son todas las formas de comunicación que están orientadas a grupos meta externos. Existen dos tipos de comunicación externa: la comunicación de prensa (o relaciones con los medios) y la comunicación destinada al público en general o grupos meta específicos externos.

Comunicación formal

La comunicación formal, en general, se refiere al intercambio de información que se ajusta a las normas y estándares que se aplican a las relaciones formales entre organizaciones o entre las organizaciones y el individuo. Es una forma eficaz de comunicación para establecer transacciones y declaraciones claras y precisas. La comunicación formal se lleva a cabo en forma escrita a través de cartas, contratos, artículos y discursos presentados en reuniones oficiales y en las grabaciones de dichas reuniones.

Comunicación informal

En general es el intercambio de información a título personal, que no se rige por las reglas y normas que se aplican a la relación formal entre organizaciones o entre la organización y el individuo. Es una forma eficaz de comunicación para establecer y mantener relaciones, para discutir cuestiones delicadas y para obtener una información personal mejor y más detallada. La comunicación informal se lleva a cabo por lo general en reuniones cara a cara, en lugares informales, los pasillos, en almuerzos, etc.

Comunicación interna

Son todas las formas de comunicación dentro de una organización. La comunicación interna tiene un importante nexo con la cultura corporativa. Se orienta hacia los intereses tanto de la organización como del personal. Incluye las dos formas de comunicación: formal e informal.

Comunicación interpersonal

Son todas las formas de comunicación que involucran interacción directa entre dos o más personas. Es lo contrario de la comunicación de masas. La comunicación interpersonal es muy apreciada por los “receptores”. Satisface sus necesidades de reconocimiento. Las principales herramientas son las visitas, llamadas telefónicas, entrevistas, reuniones informales, cartas personales. La eficacia de un acercamiento personal se centra en la posibilidad de personalizar el mensaje, recibir retroalimentación y garantizar la acción.

Comunicación para el mercadeo

Son las actividades estratégicas - basadas en la investigación sobre las tendencias, los grupos meta y/o los clientes — para promover los servicios o productos de una organización basada en principios tales como “la percepción es la única realidad”, “es mejor ser el primero que ser mejor”, “la originalidad es mejor que la imitación” y otros principios dados por las tendencias en la sociedad. La comunicación está destinada al posicionamiento en la mente del consumidor o consumidora, de la marca o del producto. El negocio medular de una organización, influye en las grandes decisiones que realiza sobre la estrategia de comunicación para el mercadeo, ya que una empresa orientada a los consumidores tiene un mercado diferente a la de una empresa orientada a operaciones entre negocios. Un fondo para la conservación de la naturaleza tiene un mercado diferente al de un instituto de investigación para la conservación de la naturaleza.

Comunicación para un producto, o para la política

Todas las formas de comunicación, sobre todo las externas, que están diseñadas para comunicar una política o un producto de la organización (propuestas de políticas, documentos, proyectos) tan favorable como sea posible. La comunicación en este sentido es *acerca* de una política o un producto. Las herramientas son informes anuales, libros, folletos, CD-Roms, presentaciones, páginas web, conferencias, artículos, boletines de noticias, etc.

Conciencia pública

La conciencia pública posiciona la problemática relacionada con la biodiversidad, y atrae la atención de aquellos grupos clave quienes tienen el poder de influir en los resultados. La sensibilización es un ejercicio de establecer prioridades y de mercadeo, que ayuda a las personas a saber cuáles temas son importantes y por qué, las aspiraciones de las metas, y qué puede hacerse para lograrlas.

Desarrollo de capacidades

Es la creación de un entorno habilitante con políticas apropiadas y marcos jurídicos, desarrollo institucional, incluyendo la participación comunitaria (de las mujeres en particular), el desarrollo de los recursos humanos y el fortalecimiento de los sistemas de gestión. La creación de capacidad es un compromiso a largo plazo, un proceso continuo, en el que todos los actores clave participan (ministerios, autoridades locales, organizaciones no gubernamentales y grupos de usuarios del agua, asociaciones profesionales, académicos y otros). El desarrollo de capacidad es un conjunto de actividades que fortalecen los conocimientos, habilidades, destrezas y comportamiento de las personas y mejoran las estructuras institucionales y los procesos, de tal manera pueda cumplir con su misión y metas de una manera sostenible.

Difusión

La difusión es un proceso por el cual, una innovación es comunicada a través de ciertos canales en un período de tiempo, entre los miembros de un sistema social. Los miembros de un sistema social que se encuentran en la base de la innovación, se clasifican en 5 grupos: los innovadores, los primeros implementadores, la mayoría temprana, la mayoría tardía, y los rezagados. Cada grupo necesita de un enfoque de mercadeo de la comunicación diferente. El proceso de difusión contiene cinco pasos: el conocimiento, la persuasión, la decisión, la aplicación, la conformación y la aprobación o el rechazo.

Educación

Es la orientación de los procesos de aprendizaje en forma de instrucción, la experimentación o mediante la ejemplificación. La educación formal es la estructura jerárquica, el sistema educativo cronológicamente calificado, que va desde la primaria hasta las instituciones de enseñanza superior. La educación no formal son actividades organizadas fuera del sistema formal establecido, destinadas a servir a una clientela de aprendizaje identificable, con objetivos específicos. La educación informal es el proceso por el cual todo individuo adquiere actitudes, valores, habilidades y conocimiento de la experiencia cotidiana, como la familia, los amigos, los pares y los medios de comunicación.

La educación es un conjunto de procesos que pueden informar, motivar y empoderar a las personas para apoyar la conservación de la biodiversidad, no sólo por hacer cambios en los estilos de vida, sino también a través de promover cambios en la forma en que las instituciones, las empresas y los gobiernos operan.

Educación de adultos

La educación de adultos es una metodología específica para la educación de profesionales y adultos. Difiere de los métodos utilizados en el sistema formal de educación y los adultos aprenden mejor cuando:

- el aprendizaje se logra a través del diálogo
- se sienten respetados y responsables de su aprendizaje auto-dirigido
- sienten que sus conocimientos y experiencia son valorados y pueden ser compartidos
- se sienten confiados y seguros en el ambiente de aprendizaje
- ven cómo las destrezas o la información es útil para su vida o su trabajo
- la información o las destrezas aprendidas son de utilidad inmediata para llevar a cabo una tarea específica o para tratar los problemas que se enfrentan en su vida diaria.

Educación formal

La educación formal se refiere a los sistemas educativos jerárquicamente estructurados, con calificaciones cronológicas, que va desde la primaria hasta las instituciones de enseñanza superior.

Educación informal

La educación informal es el proceso por el cual todo individuo adquiere actitudes, valores, aptitudes y conocimientos de la experiencia cotidiana, como la familia, los amigos, los pares y los medios de comunicación.

Educación no formal

En la educación no formal, se organizan actividades educativas fuera del sistema formal establecido, destinadas a servir a una clientela de aprendizaje identificable, con objetivos específicos. Esto puede ser por ejemplo, cursos para la actualización profesional organizados por las asociaciones profesionales, los sindicatos, las organizaciones de mujeres, organizaciones no gubernamentales, etc.

Encuestas

Las encuestas, regulares o incidentales, son un instrumentos importantes para los/as directores/as de comunicación. Pueden ser destinadas para la investigación del mercado, el grado de satisfacción de los clientes o para conocer a un grupo meta específico con el cual uno tiene la intención de comunicarse. Las herramientas son: paneles sobre tendencias, grupos focales, entrevistas personales, cuestionarios, etc. Las organizaciones exitosas han integrado este tipo de encuestas en sus ciclos de gestión y en sus sistemas de gestión de relaciones públicas.

Establecer una marca

El establecer una marca o *branding* en inglés, es el uso de textos y/o imágenes para crear una imagen específica y generar asociaciones positivas acerca de una persona, organización, producto o servicio.

Estilo corporativo

El estilo corporativo de una organización es la codificación de las normas sobre cómo comunicarse externamente. Una manual del estilo corporativo contiene normas en relación con el logotipo, los colores, el formato, la tipografía, etc., para todas las formas de comunicación escrita. Asimismo, contiene procedimientos y estándares para la comunicación oral y el comportamiento organizacional. El estilo corporativo es un instrumento de comunicación corporativa y de la cultura organizacional. Está estrechamente relacionada con el mercadeo. En organizaciones exitosas, la gestión y el control sobre el estilo corporativo es una prioridad para los altos ejecutivos y ejecutivas.

Factor único de venta – FUV

Es algo que define a su producto o servicio lejos de sus competidores, a los ojos y mentes de sus clientes potenciales.

Formas específicas de la comunicación

Las formas específicas de la comunicación son, por ejemplo: la comunicación sobre resultados, la comunicación sobre riesgos, la comunicación para las crisis, la comunicación para el mercado laboral, la comunicación financiera.

Gestión del conocimiento

Es el conjunto de actividades disciplinadas y sistemáticas que toma una organización para obtener el mayor valor posible de los conocimientos que adquiere, crea, almacena, comparte y utiliza.

Gestión de redes

Consiste en el intercambio de información y en el establecimiento de contactos personales. Las personas trabajan en red en diferentes entornos: en el teléfono, en los pasillos, en los comedores de la empresa, en conferencias profesionales, en ferias comerciales, en reuniones de la empresa, en aulas, salones de espera, en los ascensores, aviones, trenes, autobuses, vestíbulos de hoteles y salas de espera. Algunos redes se planifican cuidadosamente, mientras que otras simplemente suceden. Las redes están basadas en la amistad, son de bajo perfil, y son esenciales para nuestra compleja sociedad. Las personas trabajan en redes para: avanzar en sus carreras profesionales, favorecer a sus propios negocios, para aumentar su impacto en el mundo y para mejorar su vida social.

Grupos focales

Uno de los principales instrumentos para escuchar, son los grupos focales. Un grupo focal es un tipo de entrevista no dirigida que se orienta a un grupo social específico: un segmento de consumidores, votantes o actores clave vinculados a la problemática de una política. Se trata de una técnica de mercadeo comercial y social. Se basa en la interacción grupal para obtener una mejor percepción sobre el por qué se mantienen algunas opiniones. Los grupos focales se utilizan para mejorar la planificación y el diseño de nuevos productos o programas, para proporcionar medios para la evaluación y para proporcionar ideas y datos cualitativos para las estrategias de comunicación y de mercadeo. Muchas empresas reconocidas, orientadas hacia los consumidores, han utilizado la técnica de los grupos focales durante años. Cada vez más se utilizan en la política, la formulación de políticas y para su aplicación.

Grupos meta

Son grupo de personas a las que usted necesita para llegar con su comunicación, para lograr un resultado (véase objetivos de comunicación). Para fines de la comunicación, es mejor no verlos en términos estadísticos, sino como personas de carne y hueso. Es mejor segmentar el grupo meta, hasta donde se pueda, e identificar los y las líderes de opinión (nombre, dirección, etc.) con los cuales la comunicación cara a cara es posible. Es importante explorar cómo el grupo meta se relaciona con la problemática de la biodiversidad y que los motivaría para actuar como se desea. Uno tiene que darse cuenta que para tener éxito en la comunicación, la percepción del grupo meta es el punto de partida. El informar utilizando hechos científicos no los convencerá. Lo más probable es que nuestro tema en cuestión, ni siquiera les interese: es un hecho que para cualquier problemática siempre hay muchas más personas que no están interesadas, que las que si demuestran interés.

Identidad corporativa

La identidad corporativa es la forma en que una organización quiere ser percibida por el mundo exterior. La cultura organizacional es una parte esencial de la identidad corporativa.

Imagen corporativa

Se refiere a la forma en que una persona u organización es realmente percibida en el mundo exterior (clientes y actores clave). La imagen corporativa es el resultado de las acciones y el comportamiento de una organización y de su personal.

Información

La información es la transferencia de conocimientos de manera deliberada y sistemática por medio de hechos y datos procesados, destinados a la formación de opinión o para la toma de decisiones.

Intermediarios

En la comunicación, un intermediario es un tercero que ofrece servicios entre un remitente y los receptores de los mensajes de comunicación. El intermediario actúa como un conducto para los mensajes y facilita la comunicación. Típicamente el intermediario ofrecen algún valor agregado a la transacción, que puede no ser posible por medio de la comunicación directa, por ejemplo: credibilidad, conocimiento sobre un grupo meta, etc.

La jerarquía de necesidades de Maslow

La jerarquía de necesidades planteada por Maslow, es a menudo descrita como una pirámide que consta de cinco niveles: los cuatro niveles más bajos se encuentran agrupados como necesidades deficientes asociadas con las necesidades fisiológicas, en tanto que el quinto nivel se denomina necesidades de crecimiento asociadas a necesidades psicológicas. Aunque las necesidades deficientes deben ser satisfechas, las necesidades psicológicas continuamente configuran nuestro comportamiento.

Marcos mentales

Los marcos mentales es un proceso selectivo de control sobre la percepción que tiene el individuo sobre los medios de comunicación público o privado, en particular los significados atribuidos a las palabras o frases. Los marcos mentales definen la forma en que un elemento de la retórica se diseña para provocar ciertas interpretaciones y evitar otras.

Mensaje

El mensaje de la comunicación es el contenido emitido para el receptor. Durante la planificación de la comunicación, uno formula el mensaje en términos de lo que se desea dejar como residuo de la comunicación en la mente del receptor. A menudo se trata de un mensaje de una sola línea, con un tono emocional de fondo, que apela a los valores del receptor y le invita a tener actitudes o a realizar acciones específicas. El mensaje se transmite siempre por una persona o por otros medios. El lenguaje corporal o la elección del medio deben apoyar el mensaje, si no, el resultado puede ser contraproducente (*“el medio es el mensaje”*).

Mercadeo

Son las actividades corporativas destinadas a la identificación sistemática, la satisfacción y la creación de necesidades actuales y potenciales en el mercado. La forma óptima de mercadeo es una mezcla del producto, el precio, el lugar y la promoción (comunicación para el mercadeo). El mercadeo está conectado con la investigación continua del mercado, y de los clientes actuales y potenciales.

Objetivos de comunicación

Los objetivos de comunicación son diferentes de los objetivos de la organización, de política, de programa o de proyecto. La Comunicación como un instrumento para la organización, la política, el proyecto o el programa puede tener los siguientes objetivos: el establecimiento de prioridades, la formación de opinión, la aumento de conciencia o del involucramiento, la generación de apoyo, el cambio de conocimientos, el cambio de las actitudes, o el cambio de comportamientos.

Participación pública

La participación pública es un enfoque para los gobiernos, las organizaciones y para las comunidades alrededor del mundo, para mejorar sus decisiones involucrando a las personas que se ven afectadas por esas decisiones.

Plan o estrategia de comunicación

Un plan de comunicación o estrategia establece los objetivos de comunicación, elige el medio y los mensajes correctos, y establece el método de evaluación. Requiere que primero uno analice el problema de biodiversidad y de gestión que se quiere abordar. El segundo paso es analizar cuáles obstáculos de comunicación deben ser resueltos con el fin de influenciar o cambiar a los actores clave relevantes. El tercer paso es definir, para cada grupo de actores claves, cuales serán los objetivos, los mensajes y los medios de comunicación a utilizarse.

Publicidad

Son formas de comunicación a través de relaciones públicas y mercadeo dirigidos a la influenciar y/o promocionar los hábitos de compra con respecto a los servicios y productos de la organización. El éxito de la publicidad se basa en principios como “la percepción es la única realidad”; una imágenes es más potente que mil palabras; la emoción es lo que desencadena acción“. Las herramientas publicitarias van desde vallas y anuncios de televisión hasta la publicidad vía correo.

Redes de conocimiento

El proceso de compartir y desarrollar conocimientos a través de redes a través de las computadoras y de redes humanas. El conocimiento que se deriva del intercambio de información entre las personas, de manera formal o informal. Las redes de conocimiento a menudo se producen dentro de las disciplinas (como por ejemplo los programadores que se comunican entre sí) y dentro de los proyectos (como todas las personas que se encuentra trabajando en un nuevo producto de software, las cuales intercambian información entre sí).

Relaciones públicas (RP)

Las relaciones públicas de una organización tienen como finalidad el promover sistemáticamente sus objetivos y prioridades. Las relaciones públicas tienen como meta el lograr un entendimiento mutuo entre la organización y sus principales clientes, con otros actores clave y grupos meta. Las RP usan publicidad gratis, pagada o patrocinada. Se basa en el principio de “ser bueno y promocionarlo” o “ser bueno y dejar que los demás lo digan”. Las herramientas de las RP son la publicidad, boletines, sitios Web, folletos, etc. La gestión administrativa de RP está a menudo apoyada en un sistema de información especializada, que contiene información sobre los clientes, los últimos contactos, etc.

Glosario ESD¹

Acción competente

El ser competente para la acción está intrínsecamente vinculado al concepto de democracia. En este contexto las acciones son vistas no como un comportamiento reactivo o un cambio en los estilos de vida, sino más bien como un ejercicio activo de la participación democrática en la sociedad. La acción debe llevarse a cabo de manera consciente, intencionada y voluntaria. Los procesos para ser competentes para la acción se produce cuando los ciudadanos y ciudadanas:

- tienen un conocimiento crítico y holístico acerca de la problemática;
- están comprometidos y motivados;
- pueden vislumbrar una solución sostenible, y
- tienen experiencias exitosas al tomar acciones concretas.

La acción competente es vista por algunos como el resultado crucial para la Educación Ambiental, debido a que reúne procesos y prácticas de la educación con la necesidad de desarrollar habilidades para una ciudadanía democrática para mejorar la calidad de vida.

Actores Clave

Los actores clave son personas o grupos de personas con un interés en una actividad o en un resultado. Se trata de un término frecuentemente asociado con el desarrollo sostenible. Los actores clave pueden ser internos o externos a un grupo u organización, y pueden ser beneficiarios directos o indirectos de una actividad o resultado. El desarrollo sostenible promueve el involucramiento intersectorial de los actores clave en la planificación y ejecución de acciones.

Agenda 21

La Agenda 21 es un acuerdo intergubernamental firmado en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, celebrada en Río, en 1992. Este documento, que consta de 40 capítulos, proporciona un programa para el avanzar hacia la sostenibilidad. Fue el primer documento que examinó las cuestiones sociales, económicas y ambientales que enfrenta nuestro mundo, centrándose en problemas actuales y al mismo tiempo promoviendo una evaluación de las necesidades futuras. En la Agenda 21 se esbozan los objetivos y las acciones que se pueden tomar en los niveles locales, nacionales e internacionales y ofrece un amplio plan para las naciones de todo el mundo que están empezando a hacer una transición hacia la sostenibilidad. El capítulo 36 de la Agenda 21, resalta la importancia del rol de la educación como el medio más eficaz que la sociedad tiene para enfrentar los desafíos del futuro.

Agenda 21 en el nivel local

El Capítulo 28 de la ‘Agenda 21’, hace una llamada a las autoridades locales para que trabajen con sus comunidades para elaborar planes de acción local para el desarrollo sostenible, o una “Agenda 21 a nivel local”. Este proceso reconoce el papel que han de desempeñar las comunidades en la configuración de su propio futuro y la importancia de la creación de alianzas entre el gobierno local, la comunidad, las ONG y la industria. Uno de los objetivos centrales de las Agendas 21 locales es empoderar a las comunidades para participar activamente en el proceso de toma de decisiones y esto es esencial para avanzar hacia la sostenibilidad. Para más información, vea “Agenda 21”.

Aprendizaje

El aprendizaje es un proceso que influye en la forma de pensar, percibir y actuar de las personas. Las personas aprenden a través de experiencias durante toda su vida. El aprendizaje se produce tanto a nivel consciente como subconsciente, pero usualmente involucra el pensamiento crítico y la reflexión sobre determinadas problemáticas o experiencias. Las personas a menudo aprenden interactuando con otras personas y su medio ambiente.

1. Este glosario es - con permiso de los autores - tomado de: Tilbury, y Cooke D, K (2005) “Revisión Nacional de la Educación Ambiental y su contribución a la sostenibilidad en Australia: Marcos para Sostenibilidad Canberra: Gobierno de Australia Departamento de Medio Ambiente y Recursos Hídricos y El Instituto Australiano de Investigación en la Educación para la Sostenibilidad (ARIES)- <http://www.aries.mq.edu.au/portal/about/glossary.ht>. Si desea más información sobre ARIES sobre la Educación para la sostenibilidad puede ir al portal: <http://www.aries.mq.edu.au/portal/index.htm>

Aprendizaje a través de cuestionamientos

Es una estrategia de enseñanza centrada en las personas que aprenden. Está diseñada para alentar a los y las estudiantes a que desarrollen su propio aprendizaje a través de responderse sobre sus propias preocupaciones por medio de la investigación sistemática, haciendo hincapié en las habilidades de pensamiento de orden superior. Este tipo de aprendizaje está impulsado por preguntas creadas por los y las participantes. Éstos son los responsables de la recolección, el procesamiento y el análisis de sus datos, a fin de llegar a sus propias conclusiones. Este proceso de negociación (entre el educador o educadora y las personas que aprenden) generalmente incluye:

- *Sintonizarse*: la identificación y definición de un problema;
- *Decidir sobre la dirección*: formulación de preguntas que requieren respuesta;
- *Organizar el proceso*: el desarrollo del proceso sobre cómo se investigará acerca de la problemática;
- *Investigar*: investigación de la problemática y la recolección de datos;
- *Clasificación*: procesamiento y análisis de los datos;
- *Extracción de conclusiones*: los y las estudiantes expresan sus entendimientos y los comunican a los demás;
- *Reflexionando sobre la acción*: los y las estudiantes participan en la toma de decisiones para determinar las acciones necesarias para dar respuesta a la problemática;
- *Reflexión y evaluación*: los y las estudiantes y el grupo de profesores, hombres y mujeres, reflexionan sobre el proceso y evalúan los resultados.

Aprendizaje a través de la acción

El aprendizaje a través de la acción es un proceso diseñado para desarrollar capacidades por medio de la reflexión y la evaluación. La mejora de las prácticas es el objetivo final. El proceso implica la participación de la gente en el desarrollo de un plan de acción, la ejecución del plan y la reflexión sobre lo que han aprendido de este proceso. Una persona facilitadora y/o tutor o tutora, apoya a las personas que participan al desarrollo del plan y en los procesos de aprendizaje que provienen de estas experiencias. Cada vez más, se abre para entornos grupales donde una serie de personas se reúnen para reflexionar críticamente sobre sus conocimientos profesionales y sobre cómo mejorar las prácticas.

Aprendizaje basado en estrategias

El aprendizaje basado en estrategias se utiliza para ayudar a cambiar a las comunidades hacia un futuro más sostenible. Se trata de un proceso informal pero estructurado, el cual utiliza el aprendizaje a través de la acción, la reflexión y el cambio para mejorar la efectividad de una organización, programa o plan de acción.

Aprendizaje de una organización centrado en la sostenibilidad (AOCS)

El término “aprendizaje de una organización centrado en la sostenibilidad” se ha utilizado para describir la experiencia de las empresas que están tratando de alcanzar la sostenibilidad mientras hacen cambios sustanciales en sus culturas. Para más información vea “Aprendizaje de una organización”.

Aprendizaje en una organización

Una organización que prioriza el aprendizaje es aquella que se basa en los principios de manejo adaptativo y utiliza estas técnicas en el lugar de trabajo. Promueve el intercambio de información entre los empleados, y por lo tanto, la creación de una mano de obra con mayores conocimientos. Esto produce una organización muy flexible en donde las personas pueden aceptar y adaptarse a las nuevas ideas y a los cambios a través de una visión compartida. Una organización de aprendizaje emplea algunos de los principios de la educación para la sostenibilidad, tales como la generación de escenarios para el futuro, pensamiento “crítico” y sistémico para crear una atmósfera de aprendizaje en grupo y desarrollar visiones compartidas. Uno de los principales componentes de una organización de aprendizaje es que incorpora los principios de manejo adaptativo.

El manejo adaptativo es un proceso sistemático de mejora continua de la gestión de políticas y las prácticas a través del aprendizaje, a partir de los resultados de los programas operacionales. Su forma más eficaz (manejo adaptativo “activo”) emplea la gestión de programas que son diseñados para comparar experimentalmente políticas o prácticas seleccionadas, mediante la evaluación de varias hipótesis alternativas sobre el sistema que se está manejando.

Áreas clave de aprendizaje

Hay muchas maneras de organizar el plan de estudios en el sistema formal de educación. Las áreas clave de aprendizaje, son una de las categorías que se pueden utilizar para la organización estructural. Las áreas clave de aprendizaje particularmente enfatizan la descripción y clasificación de los planes de estudios formales en campos compuestos del conocimiento. Las áreas clave de aprendizaje fueron aprobados en 1991, como parte de la primera “Declaración Nacional y Perfil Australiano sobre la Educación”. Ocho áreas clave de aprendizaje fueron identificadas como prioritarias, con caracterizaciones sobre los logros importantes en los aspectos de conocimiento, habilidades y entendimientos.

Las ocho áreas son:

- Inglés
- Idiomas distintos al inglés
- Matemáticas
- Ciencia
- Estudios de la Sociedad y el Medio Ambiente
- Tecnología
- Artes
- Salud y Educación Física

Las áreas clave de aprendizaje fueron aprobadas como un organizador de currículos a nivel de Estado en Australia.

Capacidad de carga

La capacidad de carga es el término dado a la cantidad máxima de organismos que una determinada área puede soportar indefinidamente, sin degradar el hábitat o causar estrés social que resulte en la disminución de la población. El término es utilizado a menudo por los que tienen preocupaciones acerca de la proporción de población humana en relación con los recursos disponibles. Sin embargo, esta aplicación se considera problemática ya que las creencias éticas y el uso de la tecnología añaden una dimensión adicional a la situación humana, haciéndola más compleja que una línea recta de cálculo.

Capital Social

El capital social representa el grado de cohesión social que existe en las comunidades. Se refiere a los procesos entre personas que establecen redes, normas, generan confianza, y facilitan la coordinación y la cooperación en beneficio mutuo.

Ciudadanía Corporativa

Se refiere a la forma en que una compañía incrementa su capital social, económico y humano. Cuando una empresa utiliza sus activos para lograr beneficios medibles, no sólo para sí misma, sino también para la sociedad, se dice que la compañía está actuando como es un buen ciudadano corporativo. Un buen ciudadano corporativo integra valores sociales básicos con las prácticas comerciales cotidianas, con sus operaciones y con sus políticas, de tal manera que estos valores influyan en la toma de decisiones diarias en todos los aspectos de la empresa. Toma en cuenta los efectos sobre todos los actores clave, incluyendo a los empleados, los clientes, las comunidades, los proveedores y el medio ambiente natural.

Ciudadanía en acción

Ciudadanía en acción se define como las acciones emprendidas por ciudadanos y ciudadanas que tienen el conocimiento y la comprensión de las problemáticas sociales, económicas o ambientales, quienes tienen la capacidad de participar activamente en su resolución. Algunas acciones de la ciudadanía, pueden incluir:

Persuasión: trabajar para convencer a los demás de que una cierta acción es correcta y necesaria.

Acción de los consumidores: la elección de productos que son compatibles con una filosofía ambiental y social particular y boicotear los productos que no lo son.

Acción Política: presionar a individuos u organizaciones (gubernamentales o no- gubernamentales) para influir en la toma de decisiones.

Educación: la facilitación de un proceso de aprendizaje para ayudar a los demás a reflexionar sobre sus actuales acciones y aumentar su capacidad de contribuir a un futuro mejor.

Clarificación de Valores

Un enfoque educativo que emplea una variedad de estrategias, que permite a las personas que aprenden a clarificar y evaluar de manera crítica sus propios valores, en particular aquellos valores que son inconscientes o desarticulados. Este proceso ayuda a los y las estudiantes a descubrir cómo la cultura, la ideología, el género, los antecedentes socio-económicos y la religión moldean las creencias y valores personales, y apoya a las personas a que determinen cómo los valores personales coinciden o crean conflicto con otros. El compromiso genuino con la sostenibilidad nos obliga a comprender cómo estos factores forman nuestros valores y, por tanto, nuestra visión del mundo.

Consejo Nacional de Educación Ambiental

Un elemento clave del Plan de Acción Nacional para la Educación Ambiental del Gobierno de Australia, es el establecimiento del Consejo Nacional de Educación Ambiental. Este Consejo es una instancia informal y está integrado por personas procedentes de una gran variedad de sectores que proporcionan asesoramiento profesional al Gobierno sobre cuestiones relativas a la Educación Ambiental. Un objetivo fundamental del Consejo es aumentar el perfil de la Educación Ambiental y, en particular, llevar a los australianos de la conciencia ambiental hacia las acciones informadas.

Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (CMDS) y Plan de implementación de Johannesburgo

La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible fue celebrada en Johannesburgo, Sudáfrica, del 26 de agosto al 4 de septiembre del 2002. El objetivo central de la Cumbre fue revisar los progresos realizados hacia la sostenibilidad, luego de diez años transcurridos desde la Conferencia Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas (CMMAD), en 1992 en Río. La Cumbre se centró en el estado de aplicación de la ‘Agenda 21’ mediante la identificación de nuevas medidas necesarias para aplicar los acuerdos de Río, áreas en las que era preciso intensificar los esfuerzos y los nuevos desafíos y oportunidades. La CMDS reafirmó el compromiso con los principios de Río, la aplicación de la ‘Agenda 21’ y con los objetivos de desarrollo adoptados en la ‘Declaración del Milenio de la ONU’. Uno de los resultados de la Cumbre fue la producción del “**Plan de implementación de Johannesburgo**”, cuyas acciones están orientadas a más de 120 objetivos o metas para el desarrollo sostenible en conjunto con otros principios de la ONU.

La Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible ha alcanzado una serie de logros, entre ellos:

- reafirmar el desarrollo sostenible como un elemento central en la agenda internacional;
- centrar la atención en los vínculos entre la pobreza, el medio ambiente y el uso de recursos naturales a través del diálogo compartido;
- la negociación de acuerdos concretos de muchos gobiernos participantes en función de numerosos compromisos para la aplicación de los objetivos del desarrollo sostenible;
- dar prioridad a las cuestiones de energía y servicios de saneamiento;
- lograr que los puntos de vista de la sociedad civil tengan un papel destacado, y;
- fomentar las asociaciones entre los gobiernos, las empresas y la sociedad civil.

La educación fue un tema transversal en la CMDS. El ‘Plan de Implementación de Johannesburgo’ apunta a las acciones sociales necesarias para lograr el desarrollo sostenible y al papel de la educación, el desarrollo de capacidades y a la comunicación para el logro de este objetivo. Se recomendó la adopción del Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible de la ONU, para desarrollar las oportunidades hacia la acción enfocada en la sostenibilidad.

Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible de la ONU

En diciembre del 2002, la resolución 57/254 fue aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, estableciendo el Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014). El Decenio es una culminación de los esfuerzos realizados en la Cumbre de la Tierra, la Agenda 21, y la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible realizada en Johannesburgo, (CMDS) y presenta una oportunidad para centrar la atención mundial en la educación para la sostenibilidad en todo el mundo.

El Decenio de la Educación para el Desarrollo Sostenible tiene como finalidad:

- promover la educación como requisito previo para llegar a sociedades humanas sostenibles;
- integrar el desarrollo sostenible en los sistemas de educación en todos los niveles, y;
- fortalecer la cooperación internacional para el desarrollo y el intercambio de experiencias de una educación innovadora sobre la teoría, la práctica y las políticas para el desarrollo sostenible.

El Decenio también ofrece oportunidades para los investigadores e investigadoras, para los profesionales de la educación y para las personas dedicadas a elaborar políticas educativas, quienes, a menudo, están aislados unos de otros, y les permite unirse en asociaciones y contribuir a un imperativo colectivo internacional.

Desarrollo de capacidades

Consiste en la capacitación participativa, que se llevan a cabo, ya sea a través de un curso formal, taller o el apoyo in-situ con mentores. El objetivo principal es el desarrollo del individuo y/o de la organización.

Educación Ambiental

La Educación Ambiental dentro de esta serie de definiciones, se refiere a la educación en general, por medio de la cual, las personas que aprenden se involucran con su entorno, ya sea natural, construido o social. La gama de prácticas y enfoques de la Educación Ambiental han evolucionado considerablemente desde que el término fue utilizado por primera vez a fines de la década de 1960. Inicialmente, los educadores percibían a la Educación Ambiental como “la educación *sobre* el medio ambiente», centrada en los conocimientos y en la comprensión (ver glosario). Posteriormente, la Educación Ambiental avanzó hacia un enfoque de “educación *para* el medio ambiente» surgido como un fuerza dominante (ver glosario), con un enfoque en la participación y la acción para mejorar el medio ambiente. Actualmente, dentro de la Educación Ambiental todavía se pueden encontrar ejemplos de todos estos enfoques en la práctica. El desarrollo más reciente de la Educación Ambiental es “la educación para la sostenibilidad”. Este enfoque desafía las prácticas actuales en diferentes formas, para alcanzar cambios más sistemáticos hacia la sostenibilidad.

Educación acerca del medio ambiente

La educación *acerca del* medio ambiente es el enfoque más comúnmente utilizado en la Educación Ambiental. Se centra en el desarrollo de los conocimientos clave y la comprensión acerca de los sistemas naturales y en las problemáticas ambientales complejas, así como en el desarrollo de la comprensión sobre la interacción humana con estos sistemas.

Educación Ambiental para un futuro sostenible: Plan de Acción Nacional

Una Estrategia Nacional de Australia, lanzada en el 2000, que esboza la dirección de la Educación Ambiental en Australia. El plan tiene por objetivo:

- aumentar el perfil de la Educación Ambiental;
- poner en marcha un órgano de coordinación nacional para la Educación Ambiental;
- proporcionar oportunidades de desarrollo profesional para maestros y otras personas que participan en la Educación Ambiental;
- desarrollo de recursos para la Educación Ambiental, e
- integración de la Educación Ambiental en la educación general y en las actividades de formación.

Adaptado de <http://www.deh.gov.au/education/nap/>

Educación Comunitaria

Se refiere a todos los programas de educación que se encuentra fuera de las iniciativas empresariales y la industria, la escuela, y el sector de la educación superior.

Educación en el medio ambiente

La educación *en* el medio ambiente es un enfoque que ofrece oportunidades para que los y las estudiantes tengan una experiencia directa en el medio ambiente, para que desarrollen actitudes y valores positivos hacia la gestión ambiental. El enfoque puede fomentar valores basados en la preocupación ambiental y en

la fragilidad de los ecosistemas y paisajes. Si bien los conceptos ecológicos se pueden enseñar a través de estas exploraciones, la atención se centra en que tengan experiencias positivas en un entorno natural.

Educación para el medio ambiente

La educación *para* el medio ambiente va más allá que la educación *en* y *acerca* del medio ambiente. Ésta centra su enfoque en equipar a los y las estudiantes con las habilidades necesarias para que sean capaces de realizar acciones positivas. La educación *para* el medio ambiente promueve la reflexión crítica y tiene una agenda abierta sobre el cambio social. Su objetivo es promover cambios en los estilos de vida, para que estos sean más compatibles con la sostenibilidad. Su objetivo es desarrollar las capacidades para la participación activa en la adopción de decisiones en pro de la sostenibilidad. En la práctica, sin embargo, la educación *para* el medio ambiente, es a menudo, interpretada como la participación de los alumnos y alumnas en eventos que ocurren una sola vez o acciones individuales (por ejemplo, la plantación de árboles), aunque ocasionalmente puede desencadenar un mayor cambio en el nivel social.

Educación para la Sostenibilidad

La educación para la sostenibilidad se ha cristalizado como consecuencia de los acuerdos internacionales y el llamamiento mundial para proseguir activamente el desarrollo sostenible. Proporciona una nueva orientación para la práctica actual de la Educación Ambiental. Esta nueva orientación intenta avanzar más allá de los enfoques de educación *en* y *acerca* del ambiente, para centrarse en el equipamiento de los y las estudiantes con las habilidades necesarias para ser capaces de tomar acciones positivas para hacer frente a una serie de problemáticas de sostenibilidad. La educación para la sostenibilidad motiva, equipa e involucra a los individuos y a los grupos sociales en la reflexión sobre la forma en que actualmente viven y trabajan, y en la toma de decisiones informadas y en la creación de alternativas para trabajar hacia un mundo más sostenible. Sustentada por los principios de la teoría crítica (ver glosario), la educación para la sostenibilidad pretende ir más allá de los enfoques centrados en los cambios de comportamiento individuales y trata de capacitar a la población para implementar cambios sistémicos.

El desarrollo sostenible y la sostenibilidad

La idea de la sostenibilidad debe mucho a las Naciones Unidas, que en 1983 creó La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, la cual promovió la calidad de vida para las presentes y futuras generaciones. Los objetivos fundamentales de la sostenibilidad son el vivir dentro de los límites de nuestro medio ambiente, lograr justicia social y fomentar el progreso social y económico.

Temas como la seguridad alimentaria, la pobreza, el turismo sostenible, la calidad urbana, el comercio justo, el consumo verde, salud pública ecológica y la gestión de residuos, así como el cambio climático, la deforestación, la degradación de las tierras, la desertificación, el agotamiento de los recursos naturales, la pérdida de la diversidad biológica y el terrorismo, son áreas de fundamental importancia para el desarrollo sostenible.

Las cuestiones subyacentes al “desarrollo sostenible” o a la “sostenibilidad”, son complejas y no pueden ser encapsuladas en el lenguaje diplomático. La sostenibilidad está abierta a diferentes interpretaciones y asume diferentes acepciones, no sólo entre culturas, sino también entre los diferentes grupos de interés dentro de las sociedades.

La sostenibilidad abarca la igualdad para todos, y por esta razón, un objetivo clave de la sostenibilidad es permitir a los grupos multi-sectoriales que definan su visión de la sostenibilidad y que trabajen para alcanzarla.

Equidad intergeneracional

La equidad intergeneracional es el principio que establece que las futuras generaciones tienen derechos a los mismos estándares de vida y condiciones ambientales que las generaciones presentes. Este es un principio básico del desarrollo sostenible.

Estrategia

Una estrategia es un plan a largo plazo, con un alcance definido que identifica: objetivos mensurables; actores y principales grupos objetivo alineados bajo una misma visión para alcanzar los resultados deseados.

Estrategia nacional para el desarrollo ecológico sostenible

En 1992, se desarrolló la Estrategia Nacional para el Desarrollo Ecológico Sostenible de Australia, y fue aprobada por el Consejo de Gobiernos Australianos. La estrategia define los objetivos y los principios rectores y establece un amplio marco estratégico para orientar las políticas gubernamentales y la toma de decisiones. Estos objetivos y principios han servido de marco para varias políticas y legislaciones de gobiernos estatales, como por ejemplo, la 'Política de los Océanos de Australia' y la *Estrategia para la sostenibilidad del estado occidental de Australia*. Sin embargo, la Estrategia Nacional no ha sido tan influyente como se previó. Los críticos apuntan a que la Estrategia no permitió una solución sólida a los problemas ambientales de Australia, y que el proceso de Desarrollo Ecológico Sostenible tuvo un enfoque más económico y pro desarrollo y no tomó en cuenta el frágil equilibrio ambiental o la escala de los cambios sociales necesarios. La aplicación del Desarrollo Ecológico Sostenible ha sido problemática debido a las diversas prioridades políticas, los obstáculos institucionales y las diferentes interpretaciones del "valor" de los recursos ambientales.

Facilitación

La facilitación alienta al aprendizaje dirigido por las personas que aprende. El proceso de facilitación se alinea bien con los principios de sostenibilidad, ya que tiene las siguientes características:

- Permite un enfoque centrado en la persona que aprende;
- Dota a las personas que aprenden con las habilidades necesarias y los conocimientos para tomar acciones y participar activamente en el cambio y en los procesos de toma de decisión;
- Desarrolla la capacidad de los individuos y los grupos para reflexionar 'críticamente' sobre los contextos culturales y sociales que se encuentran en la base del cambio que buscan, y
- Ofrece un enfoque más democrático a la sostenibilidad. El proceso alienta a todos los ciudadanos y ciudadanas a participar en un diálogo abierto y elimina las jerarquías inequitativas de poder, ya que los facilitadores o facilitadoras no tienen un compromiso con el cambio para la sostenibilidad y el proceso no se basa sobre el conocimiento del experto o experta.

Investigación-acción

Ésta puede ser utilizada como una herramienta de investigación para la colaboración, que a menudo es representada como un proceso cíclico de 4 fases de indagación crítica - plan de formación, acción, observación de resultados y reflexión. Su objetivo es no sólo mejorar, sino también innovar la práctica. La investigación para la acción ofrece un valioso proceso para explorar las formas en que la sostenibilidad sea de interés tanto en el trabajo como en el estilo de vida de las personas investigadoras. Busca el cambio en función de los resultados deseados e involucra a los y las participantes como investigadores de su propia práctica. En este sentido, la investigación-acción produce más que un documento de investigación. Sirve de catalizador para el cambio con relación a la sostenibilidad. Su enfoque sobre el cuestionamiento crítico y en la auto-evaluación continua, permiten que sea una herramienta útil para el desarrollo profesional en la Educación Ambiental. La investigación para la acción crítica tiene como objetivo cambiar los sistemas e integrar el cambio en la práctica.

Investigación-Acción Participativa (IAP)

Es un proceso de colaboración en el que un grupo de co-investigadores, hombres y mujeres, combinan la realización de preguntas, la reflexión crítica y la acción. Un componente principal de la IAP es que no hay "expertos o expertas" y, por lo tanto, todos los del grupo participan de igual forma en la investigación y en la resolución de problemas. IAP trata de romper con las jerarquías tradicionales y con las estructuras de poder que se experimentan entre investigador e investigado. Son las personas participantes o "investigadores" los que tienen el control y son dueños del proceso, de la dirección que toma la investigación y, en definitiva, de la utilización de los resultados.

El proceso se ha utilizado como una forma grupal de la Investigación-Acción, la cual alienta hacia una comunicación y discusión más abierta entre colegas en relación con una tarea específica o problema. El grupo de Investigación-Acción es un proceso que invita a la reflexión crítica profunda y hacia una acción más eficaz. Para más información, vea "Investigación-Acción".

Investigación Participativa

La investigación participativa es el involucramiento y la exploración profunda de preguntas sobre la sostenibilidad, que estimulen nuevas ideas para profundizar mayor cuestionamiento y acción. La investigación participativa ofrece un nuevo paradigma para la comprensión y el compromiso con la comunidad, así como con el cambio organizacional. Como metodología, es útil para explorar la dinámica y características de los sistemas. Une a las personas, permitiendo la cooperación y fortaleciendo las relaciones que apoyan el cambio. Requiere de investigación basada en preguntas, de prácticas de colaboración y de la interrogación libre y creativa de ideas.

Línea de Base Triple (LBT)

La Línea de Base Triple es una línea base de referencia para medir el desempeño, agregando las dimensiones sociales y ambientales al tradicional criterio exclusivamente económico. La presentación de informes sobre la LBT se basa en la premisa de que, mediante el monitoreo y la presentación de informes que incluyan las dimensiones sociales, económicas y de desempeño ambiental, las organizaciones pueden prepararse mejor para los retos y oportunidades del futuro, incluyendo lo que tradicionalmente considera como aspectos intangibles, tales como la reputación

Marco

Un marco es una estructura de alto nivel que establece un propósito y una orientación común para los planes y programas.

Marcos para el aprendizaje de lo esencial

Hay muchas maneras para organizar un plan estudios dentro de los sistemas escolares. El aprendizaje de lo esencial o prioritario proporciona un marco de organización para el plan de estudios. El Marco de aprendizaje para lo prioritario está diseñado para:

- reducir problemas relacionados con demasiado contenidos en los planes de estudios;
- involucrar más profundamente a los y las aprendices en su aprendizaje;
- hacer que el aprendizaje sea más relevante;
- mejorar el aprendizaje en todas las áreas;
- desarrollar el pensamiento de orden superior;
- apoyo a la transferencia del aprendizaje.

Su objetivo es responder a las preocupaciones públicas acerca de los actuales planes de estudio, como por ejemplo, sobre las maneras para no atiborrar o fragmentar los currículos, lo cual ofrece pocas oportunidades para que los y las estudiantes puedan explorar los temas en profundidad o conectar su aprendizaje con las experiencias del mundo real.

El marco de aprendizaje sobre lo esencial pretende recortar los excesos de los planes de estudio para centrarse en el desarrollo profundo del entendimiento, que los y las estudiantes necesitan en el presente y para el futuro, como ciudadanos y ciudadanas activos y responsables y como personas que aprenden rápidamente en un mundo cambiante. El marco de aprendizaje prioritario centra la atención en el desarrollo de las capacidades de los y las estudiantes para reflexionar críticamente sobre sus propias ideas y tener una actitud constructiva sobre su aprendizaje.

Los marcos de aprendizaje sobre lo prioritario proporcionan oportunidades de educación para la sostenibilidad, cuando se enfocan en componentes clave tales como el pensamiento crítico y sistémico y el estudio en profundidad de una serie de cuestiones relevantes. Son también un intento innovador para la reorientación de los planes de estudios, para centrarse en el futuro de un mundo incierto.

Multi-sectorial

Lo multi-sectorial se refiere a la participación de actores clave provenientes de más de una disciplina o sector. Si un programa tiene actores clave de más de dos sectores entonces se puede decir es multi-sectorial. Para más información, véase también 'sectores'.

OECD ENSI

Medio Ambiente e Iniciativas Escolares (*ENSI*, por sus siglas en inglés) es una red internacional de educadores de 14 países miembros de la OECD y con los auspicios de la OECD-CERI. *ENSI*, en cooperación con otros organismos, realiza investigación en Educación Ambiental y programas de desarrollo, especialmente en las actividades relacionadas con la sostenibilidad. *ENSI* emplea un enfoque participativo, incluye a las agencias gubernamentales, a las escuelas, a los maestros y maestras, a las personas formadoras de profesores y a los y las estudiantes, y se centra principalmente en procesos de investigación-acción y en desarrollo. *ENSI* también promueve el intercambio internacional, la comprensión y la colaboración entre miembros de las redes y organizaciones internacionales, además hace recomendaciones de política cuando es apropiado. *ENSI* apoya el desarrollo educativo que promueve el entendimiento ambiental, enfoques activos para la enseñanza y el aprendizaje, y la educación en ciudadanía, a través de la investigación y el intercambio de experiencias.

Pensamiento con visión y sobre el futuro

Imaginar un futuro mejor es un proceso que involucra a la gente en concebir y captar una visión de su futuro ideal. El hacer el ejercicio de tener una visión, también se conoce como “pensar el futuro”, ayuda a las personas a descubrir su futuro posible y preferido, para descubrir las creencias y supuestos que subyacen en estas visiones y opciones. Ayuda a las personas que aprenden a establecer un vínculo entre sus objetivos de largo plazo y sus acciones inmediatas. El crear visiones ofrece un direccionamiento y genera energía, y proporciona un impulso para la acción y para afianzar las aspiraciones más profundas de las personas, las cuales motivan lo que la gente hace en el presente.

Pensamiento ‘Crítico’

El pensamiento ‘crítico’ es una parte esencial de los enfoques de la educación para la sostenibilidad de la Educación Ambiental. Se nos desafía a examinar la manera de interpretar el mundo y cómo nuestros conocimientos y opiniones son conformados por los que nos rodean. El pensamiento ‘crítico’ nos lleva a una comprensión más profunda de los intereses que se encuentran detrás de nuestras comunidades y la influencia de los medios de comunicación y de la publicidad en nuestras vidas.

Pensamiento sistémico

El pensamiento sistémico es un tipo de metodología de pensamiento basado en una comprensión crítica sobre cómo los sistemas complejos, como el medio ambiente y los ecosistemas, funcionan mediante la consideración del todo en lugar de la suma de las partes. El pensamiento sistémico ofrece una alternativa a la forma de pensar dominante, la cual enfatiza el análisis y la comprensión a través de la deconstrucción. El pensamiento sistémico ofrece una mejor manera de entender y manejar situaciones complejas, debido a que hace hincapié sobre enfoques holísticos e integradores, tomando en cuenta las relaciones entre los componentes del sistema y las soluciones a largo plazo, lo cual es esencial para enfrentar las problemáticas asociadas a la sostenibilidad. El pensamiento sistémico ofrece un enfoque innovador para mirar al mundo y las cuestiones de sostenibilidad desde un marco más amplio, interdisciplinario y más relacional. En estrecha relación con el pensamiento holístico y ecológico, los enfoques sistémicos nos ayudan a centrarnos y prestar atención a los procesos, más que a los ‘componentes’, más a la dinámica que a los estados estáticos, y más al “conjunto” que a las “partes”.

Plan de Acción

Es un plan escrito para ser implementado, en donde se detallan los plazos, las etapas, los roles y/o responsabilidades de los proyectos relacionados con los objetivos de la estrategia.

Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La Responsabilidad Social Corporativa es el proceso de toma de decisiones y de implementación que guía todas las actividades de la empresa en la protección y promoción de los derechos humanos internacionales, estándares laborales y ambientales, y el cumplimiento de los requisitos legales. La RSC implica un compromiso para contribuir al desarrollo económico, ambiental y social sostenible de las comunidades, a través

del involucramiento continuo de los actores clave, la participación activa de las comunidades afectadas por las actividades de la empresa y el hacer informes públicos de las políticas de la compañía y su desempeño en los ámbitos económicos, ambientales y sociales.

Sectores

Cuando hablamos de sectores dentro de este documento, se refiere a los órganos específicos de personas y organizaciones que se agrupan debido a intereses y áreas de trabajo comunes. Estos incluyen a sectores como la comunidad, las empresas y la industria, así como la escuela, la educación superior, entre otros.

‘Teoría Crítica’

La “Teoría crítica” es un marco filosófico que busca la crítica radical de los sistemas de conocimiento y poder. La “Teoría crítica” trata de desarrollar cambios sistémicos en oposición a cambios en el comportamiento individual. Hace hincapié en la importancia de involucrar a la gente en el pensamiento crítico y en el desarrollo de sus propias acciones y respuestas a problemas, en lugar de imponer ideas previamente estructuradas. La “Teoría Crítica” ataca a las prácticas sociales, que obstruyen la justicia social, la emancipación humana y la sostenibilidad ecológica. No es sólo ‘crítica’ en el sentido de ser ‘des-constructiva’ en relación con el pensamiento dominante, sino también ‘constructiva’ en el sentido de explorar alternativas a éste. La ‘Teoría crítica’ es la base de la educación para la sostenibilidad en el enfoque de la Educación Ambiental.

Tutoría

Una tutoría proporciona a los individuos y los grupos que tratan de hacer frente a la sostenibilidad, el apoyo y la comprensión que necesitan para involucrarse con este concepto. El proceso ofrece una atención centrada en la persona que aprende, el apoyo y el espacio para involucrar a las personas a que participen en examinar, de forma crítica, las oportunidades de cambio dentro de su hogar, la comunidad o en el lugar de trabajo. Los componentes de la tutoría, valiosos e importantes, son el diálogo, el compartir información con colegas a través de redes y la creación de oportunidades para los cambios relevantes para las personas que reciben la tutoría.

