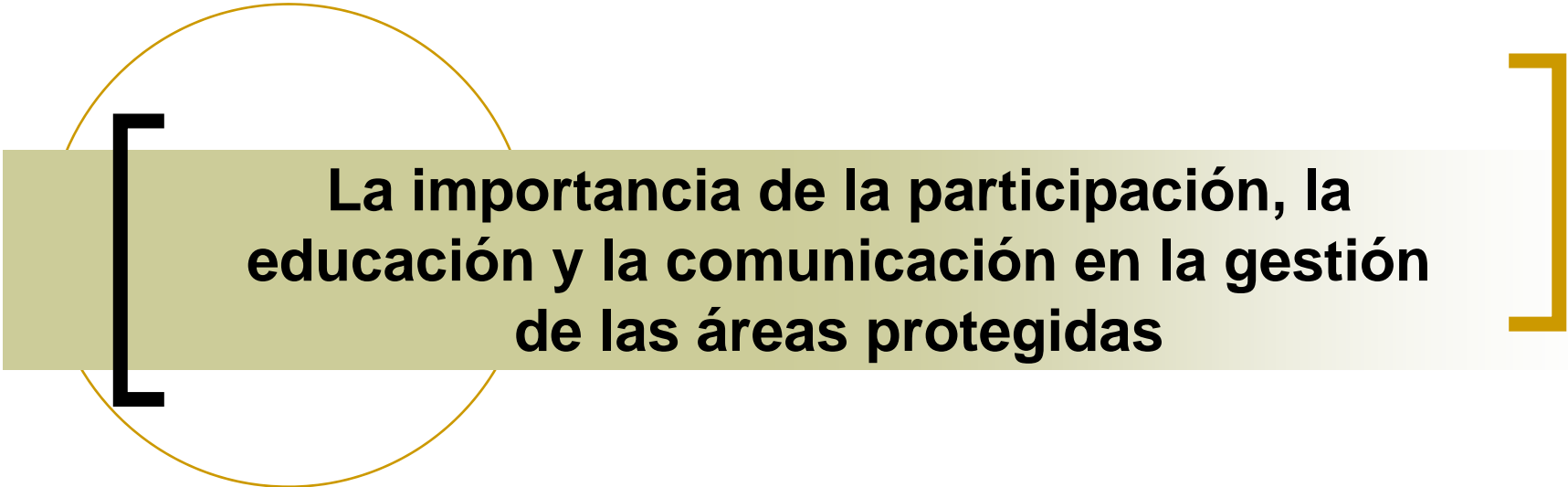


SEMINARIO

A Rede Natura: Desafíos da conservación da natureza e da mellora ambiental de Galicia

Castelo de Santa Cruz, 29 de novembro de 2013

A decorative graphic consisting of a thin yellow circle. A large black left square bracket is positioned on the left side of the circle, and a large yellow right square bracket is on the right side. A horizontal bar with a light olive green gradient is placed across the middle of the circle, containing the title text.

La importancia de la participación, la educación y la comunicación en la gestión de las áreas protegidas

Francisco Heras Hernández

Centro Nacional de Educación Ambiental

Organismo Autónomo Parques Nacionales

Una perspectiva humana de la conservación

Para manejar la biodiversidad y los ecosistemas, es tan necesario comprender el mecanismo de los procesos sociales como el de los ecológicos

Gilbert y otros, 2006



[Natura 2000, un reto social]

- Natura 2000 fue, en su origen, un proyecto promovido por élites científicas y, políticas y minorías sociales, aunque nacido como respuesta al deseo social de poner límites a la progresiva destrucción de la biodiversidad en Europa.
- El reto es hacer compatible la conservación del patrimonio natural y cultural con una buena calidad de vida para quienes viven y disfrutan estos espacios
- Este ambicioso objetivo sólo puede materializarse con la participación y compromiso de actores sociales, agentes económicos, administraciones públicas y ciudadanía.
- Tenemos las “piezas”, pero necesitamos definir – o redefinir – nuestra relación con ellas
- El uso de instrumentos como la comunicación, la educación y la participación se hace imprescindible para convertir N2000 en un proyecto socialmente compartido.

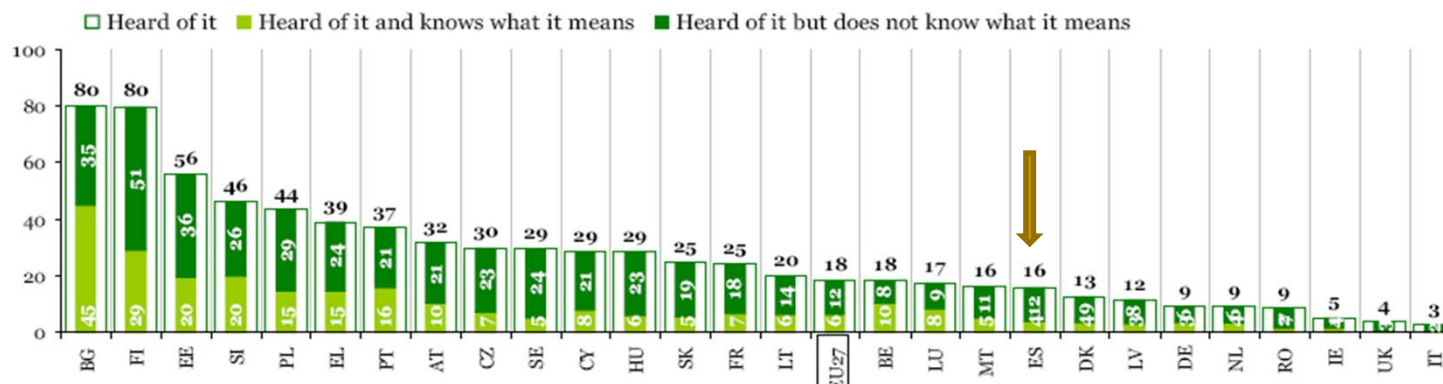
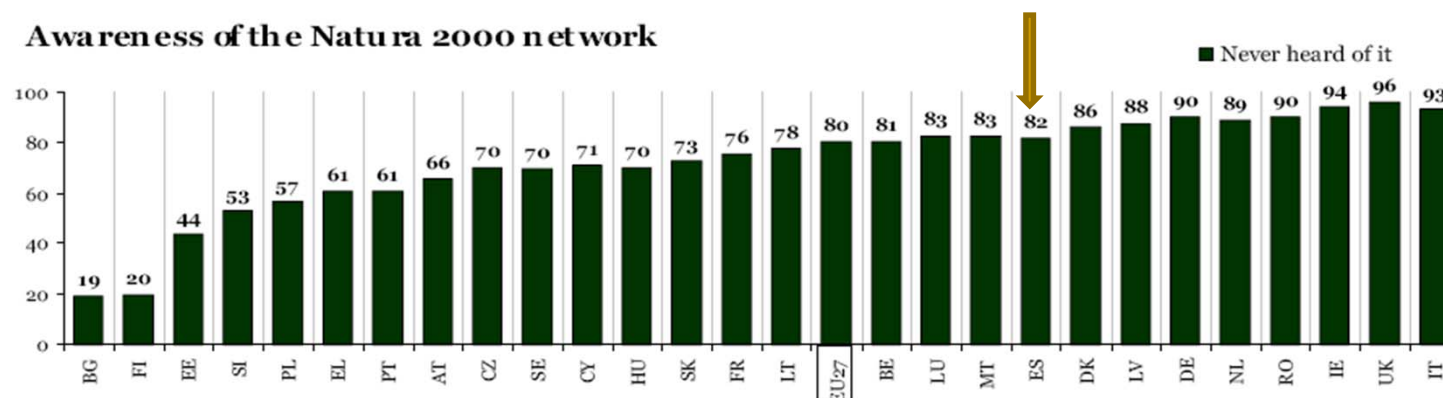
Implicar a la gente en la conservación: tres vías complementarias

- La **comunicación** se centra en la transmisión de información, en el intercambio de mensajes, en la comprensión de las perspectivas ajenas.
- La **educación** se preocupa en los procesos de aprendizaje inducidos, incluyendo la capacitación y la construcción de un sentido de la responsabilidad ambiental.
- La **participación** atiende de forma especial a los procesos de influencia social, de construcción de acuerdos, de “apropiación” de lo común.

Conocimiento de la red Natura 2000

A finales de 2007 la mayoría de los europeos desconocía la existencia de la red Natura 2000. Los españoles no eran una excepción.

Awareness of the Natura 2000 network



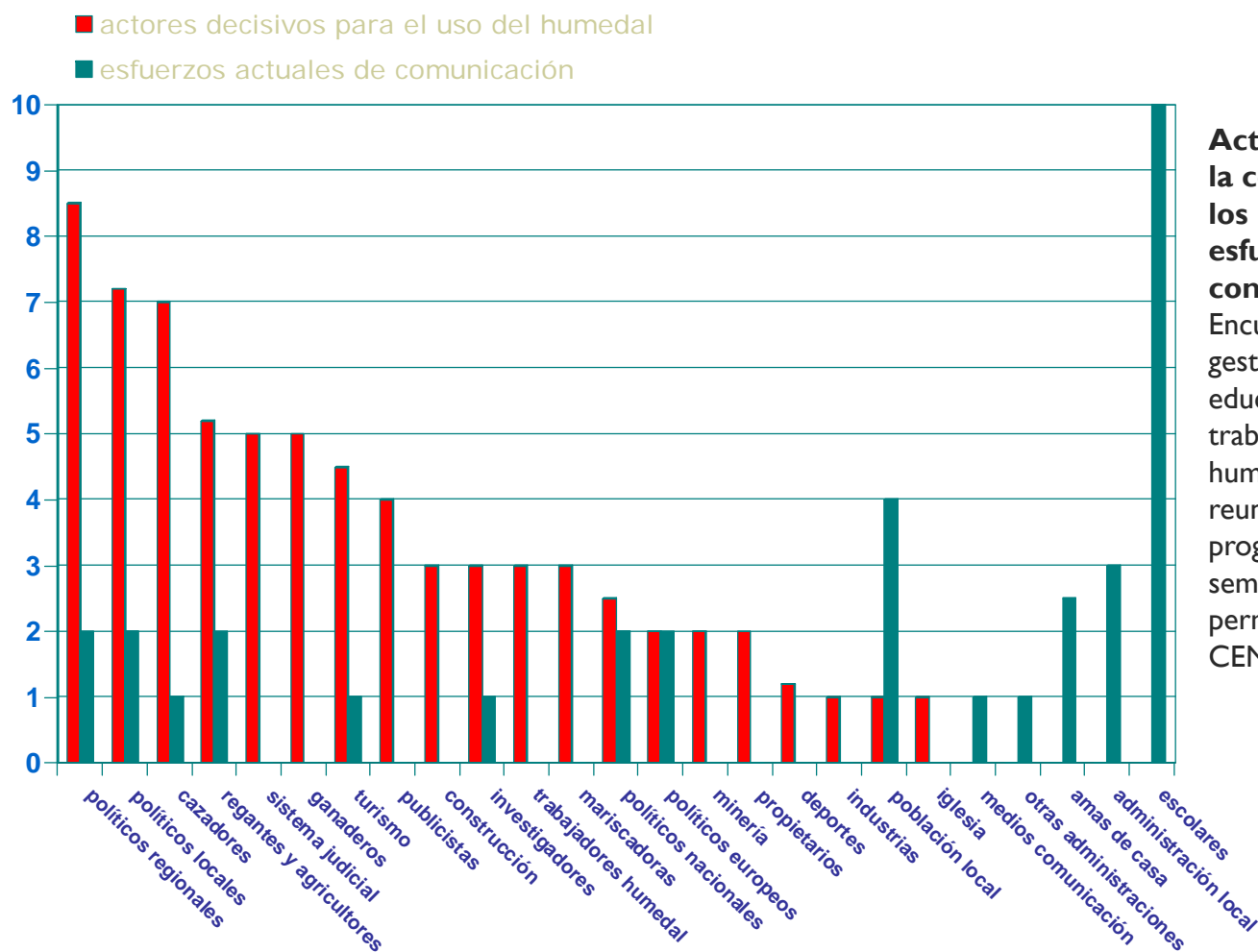
Q8. Have you heard of the Natura 2000 network?
%, Base: all respondents, by country

Fuente: Flash Eurobarometer 219 (2007)

Hacia una comunicación ambiental de calidad

- **Integración en la gestión:** todas las actuaciones de gestión tienen que ver, en última instancia, con las personas, por lo que la comunicación siempre tiene un papel que jugar. La comunicación debe ser entendida como un elemento constitutivo de la propia gestión
- **En todos los ámbitos y todos los tiempos: la comunicación tiene un papel que jugar** tanto en la elaboración de diagnósticos como las etapas de diseño, aplicación y seguimiento.
- **Escucha activa:** reducir la comunicación a la mera emisión de mensajes supone reducir su potencial e incluso perder oportunidades para hacer llegar nuestras visiones

Orientar la comunicación



Actores clave en la conservación de los humedales y esfuerzos de comunicación:
Encuesta realizada a gestores y educadores que trabajan en humedales, reunidos por el programa de seminarios permanentes del CENEAM

Reconocer a nuestros potenciales interlocutores

Conocer a nuestros destinatarios o potenciales interlocutores facilita de manera notable el proceso comunicativo. Por un lado, permite identificar canales y formulas de comunicación apropiadas, lenguajes y argumentos que pueden llegar mejor a nuestros interlocutores. Por otro lado, facilita una interpretación más adecuada de los mensajes que recibimos en el proceso de comunicación.

Actores sociales & áreas protegidas

Visitantes

- ❑ Actividades deportivas: senderistas, ciclistas, montañeros, escaladores, aficionados a los deportes náuticos...
- ❑ Actividades de observación y estudio de la naturaleza: naturalistas, fotógrafos ...

Autoridades

- ❑ Ayuntamientos, mancomunidades, diputaciones, consejerías
- ❑ Grupos de desarrollo local
- ❑ Cuerpos de guardería, cuerpos policiales
- ❑ Ministerios
- ❑ Organizaciones internacionales
- ❑ Políticos locales, regionales y nacionales

Grupos internos

- ❑ Personal actual
- ❑ Antiguo personal
- ❑ Voluntarios

Mediadores

- ❑ Periodistas
- ❑ Líderes de opinión
- ❑ Líderes comunitarios
- ❑ Famosos (celebrities)
- ❑ Organizaciones científicas
- ❑ Sistema educativo, profesorado
- ❑ Organizaciones de mujeres
- ❑ Organizaciones comunitarias locales
- ❑ Asociaciones juveniles
- ❑ Grupos y líderes religiosos

Socios

- ❑ Gestores de espacios protegidos
- ❑ ONGs activas en materia de conservación en el territorio
- ❑ Organizaciones internacionales

Reconocer interlocutores prioritarios

- Qué sectores están más directamente afectados-interesados en el espacio natural?
- ¿Con qué sectores pueden plantearse mayores conflictos?
- ¿Qué grupos o personas pueden ser clave en la creación de un imagen adecuada del espacio entre la población local?
- ¿Con qué grupos o sectores pueden ser más rentables los esfuerzos de comunicación por su capacidad de provocar un efecto multiplicador?
- ¿Con qué grupos o individuos tenemos ya establecidos canales o sistemas de relación?
- ¿Qué grupos o individuos pueden ser cómplices en la labor de comunicar el proyecto de conservación?

Crear oportunidades para la comunicación

La comunicación en abstracto no existe: necesitamos crear espacios, abrir canales, facilitar momentos para intercambiar pareceres.



Trabajar de cara al futuro: Planificar

- Planificar nos permite construir procesos de comunicación más secuenciados y complejos
- Planificar evita una comunicación improvisada y errática
- Planificar la comunicación no debe ser un privilegio de las grandes organizaciones; al contrario permite aprovechar oportunidades a los que cuentan con pocos medios

Planificar la comunicación

Temas clave, interlocutores clave, mensajes prioritarios, medios y recursos...

En el taller sobre **elaboración de estrategias y planes de comunicación para sitios Natura 2000** organizado en Polonia, los participantes tuvieron ocasión de trabajar sobre una serie de aspectos clave para construir un plan de comunicación. Los materiales originados en este taller fueron posteriormente utilizados para producir un documento de síntesis: “Estrategia para la comunicación de Natura 2000 en el ámbito local en Polonia”, una especie de “esqueleto básico” con ideas para trabajar estas cuestiones desde los sitios Natura 2000.



Comunicación e influencia social

La comunicación de calidad se convierte en una vía para la influencia social



Cinco formas de implicar a la sociedad en la gestión de las áreas protegidas

- ❖ **Informar:** los grupos y los individuos reciben información sobre las acciones propuestas, pero no tienen posibilidad de cambiarlas. El propósito de la información suele ser persuadir a los demás de que el punto de vista del gestor es el correcto.
- ❖ **Consultar:** las comunidades locales y otros sectores interesados reciben información sobre un proyecto o plan y sus puntos de vista son estudiados. Normalmente son tomados en consideración cuando el proyecto o plan se concreta.
- ❖ **Decidir juntos:** Los sectores interesados o afectados por un tema son invitados a estudiarlo, discutirlo y, finalmente, a participar en el proceso de toma de decisiones. Normalmente los que inician el proceso definen los límites del grado de influencia que los interesados tendrán sobre la decisión final.
- ❖ **Actuar juntos:** Además de compartir el proceso de toma de decisiones, el desarrollo de lo decidido también es una responsabilidad compartida.
- ❖ **Apoyar los intereses comunitarios:** Las comunidades se hacen responsables del proceso de toma de decisiones y su desarrollo. El papel de los expertos es apoyar a la comunidad con información y consejos para asegurar que se toman decisiones bien fundadas.

Los beneficios de la participación (I)

- La participación contribuye a una resolución más eficaz de los problemas

Mejor diagnóstico de las necesidades

Mayor riqueza en la búsqueda de soluciones

Movilización de recursos

La llave de las salidas

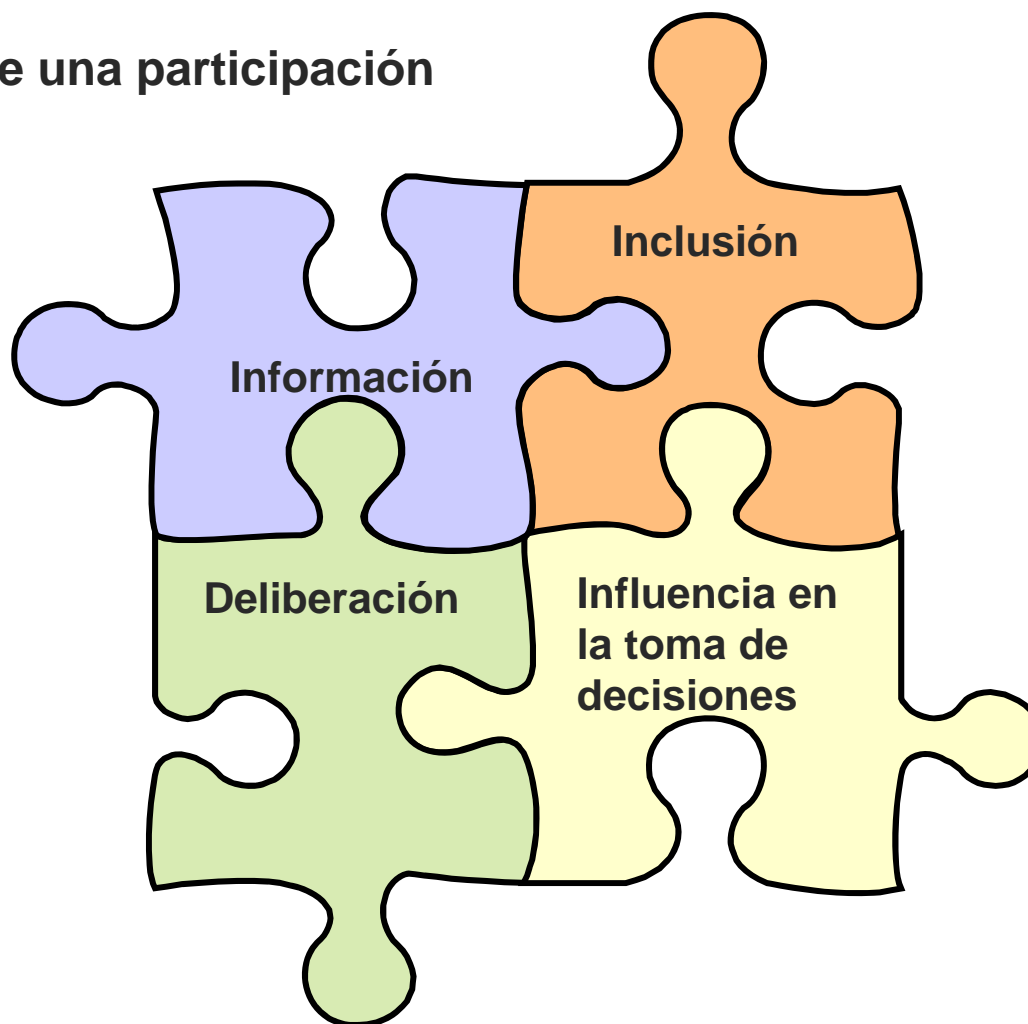
- Los procesos participativos fomentan la integración social, reforzando y estructurando a las comunidades
- La participación desarrolla el sentido de pertenencia y la identificación de las personas con su medio
- La participación proporciona oportunidades para el aprendizaje y para ejercer la responsabilidad ambiental

Los beneficios de la participación (II)

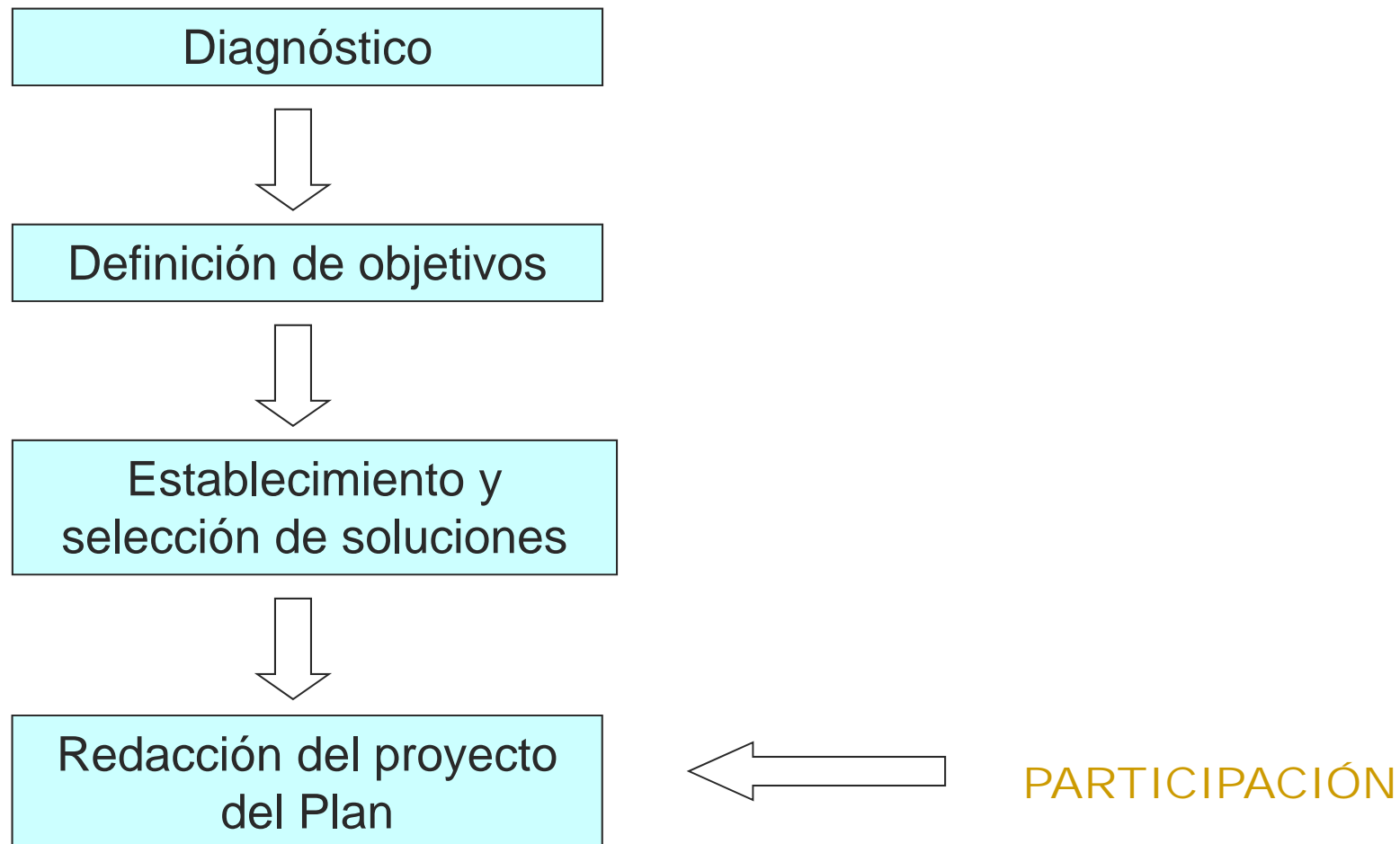
- ❑ La participación puede equilibrar las oportunidades de influencia social y aumentar su transparencia
- ❑ La participación puede prevenir conflictos
- ❑ La participación permite comprender mejor las decisiones alcanzadas
- ❑ La participación proporciona mayor legitimidad a las decisiones tomadas
- ❑ La participación puede facilitar la continuidad de las intervenciones decididas
- ❑ La participación es más necesaria en situaciones de incertidumbre o cambio

Los retos de la participación

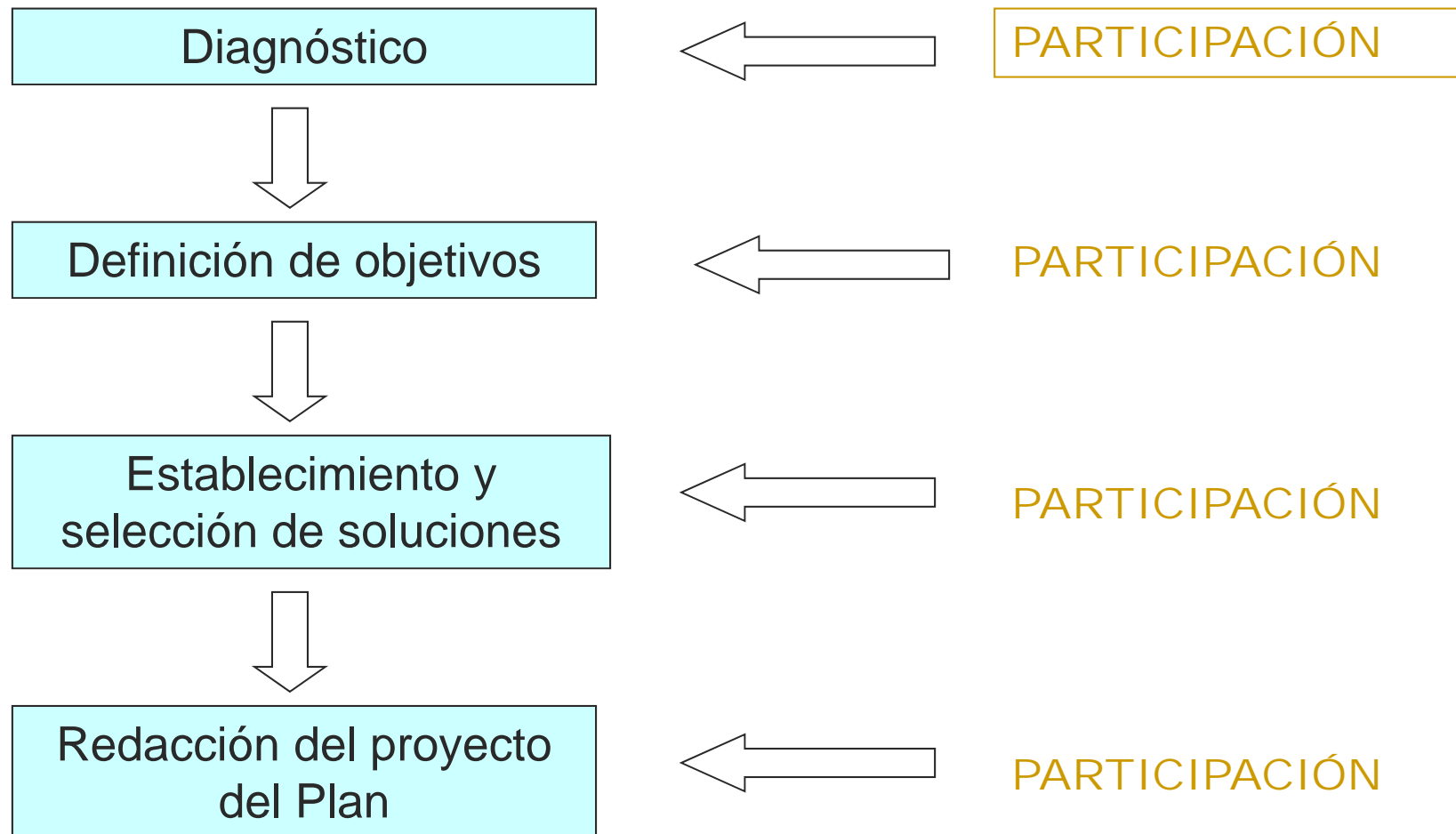
Elementos clave de una participación de calidad:



Los momentos para la participación



Los momentos para la participación

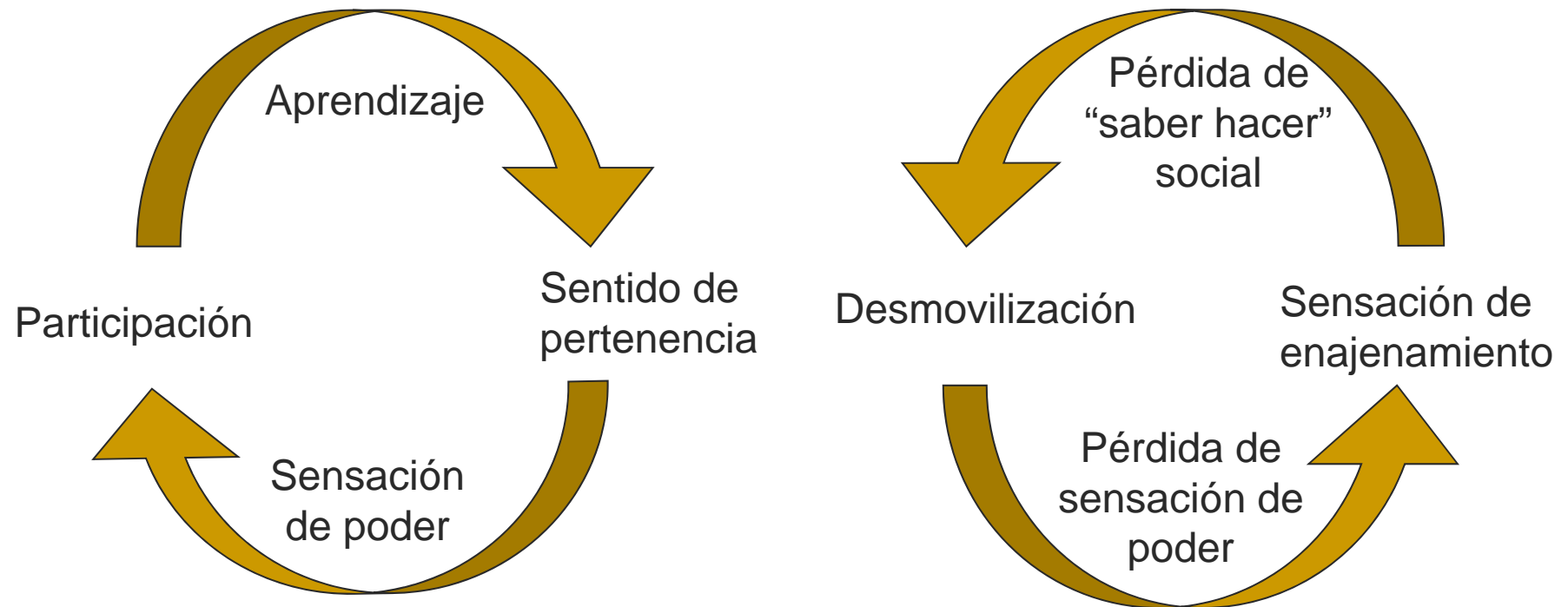


Participación formal y participación real

- **Información** es más que garantizar el acceso; es necesario producir información significativa e inteligible para los interesados.
- **Inclusión** es más que la aceptación formal del derecho de los otros a participar; es necesaria una actitud de reconocimiento y respeto.
- **Deliberación** es más que aceptar sentarse en torno a una mesa. Conlleva el esfuerzo de comunicar nuestras perspectivas y entender y valorar las ajenas.
- La **influencia** no puede limitarse a una mera suma o agregación de intereses

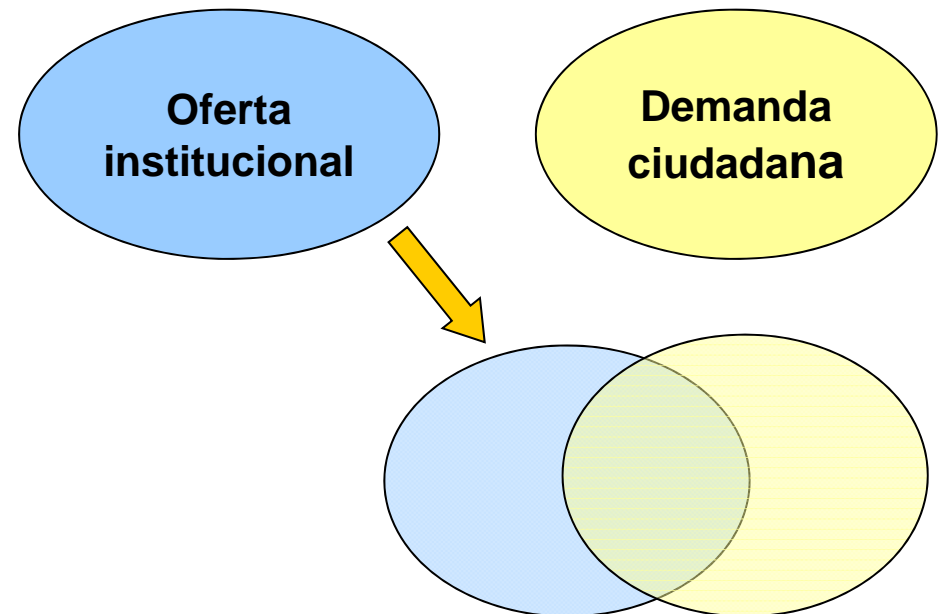
LA PARTICIPACIÓN ES MUCHO MÁS QUE UN PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO O UNA TÉCNICA SOCIAL

Cultura y experiencia participativa



El reto de vincular las agendas de poderes públicos y ciudadanos

- ¿Qué preocupa a la gente?
- ¿Sobre qué asuntos tiene interés en intervenir?
- ¿Cómo podemos abrir oportunidades para que su agenda tenga cabida?
- ¿Cómo podemos, por otra parte, generar el interés de la gente sobre problemas que se perciben como prioritarios desde el campo de la gestión?
- ¿Es posible encontrar elementos de contacto entre los retos percibidos por los gestores y los percibidos por las comunidades?



Dinamizar los procesos participativos

Algunas tareas clave para la dinamización de procesos participativos

1. Analizar la situación de partida
2. Identificar actores potencialmente interesados
3. Recopilar y difundir información básica sobre los temas a tratar
4. Ayudar a los sectores interesados a organizarse y a clarificar sus ideas
5. Proponer métodos y procedimientos de participación
6. Dinamizar los procedimientos de participación elegidos
7. Traducir / mediar
8. Apoyar el desarrollo de acuerdos y la acción
9. Promover el seguimiento y evaluación del proceso

Participación y aprendizaje

“La práctica nos demuestra cada día que el principal instrumento para el cambio es la gente. Nosotros somos los que cambiamos y, al hacerlo, conseguimos cambiar las cosas. A estos tipos de cambios los denominamos educativos y, por tanto, para hacer que las cosas cambien hemos de educarnos; porque estamos hablando del cambio de la gente”.

Pindado, Rebollo y Martí (2002: pág. 18)

Participación y educación, caras de la misma moneda

- ❑ Aprender para tomar mejores decisiones
- ❑ Los procesos transformadores deben ser educativos
- ❑ La complejidad exige aprendizaje mutuo

[La participación, oportunidad para el aprendizaje]

- ❑ Nuevos ojos para ver la realidad
- ❑ Nuevas oportunidades para aprender
- ❑ Un contexto que da sentido a lo que se aprende
- ❑ Razones para aprender
- ❑ Una conexión coherente entre aprendizaje y acción

Más allá de las palabras

- Escuchar y observar
- El poder de los buenos ejemplos
- Aprendizaje “por inmersión”
- Aprendizaje a través de la acción



Nuestro reto: contribuir a configurar ambientes en los que sea más fácil comprender y actuar de forma responsable

Recursos inspiradores



Experiencias de participación ambiental: estudios de casos



Herramientas para la comunicación y la participación social

Muchas ideas... Pocas recetas

Cada proceso de comunicación, de participación o de aprendizaje es único. Porque los actores y los contextos son siempre diferentes.





Gracias por su atención...

Paco Heras Hernández
Centro Nacional de Educación Ambiental
Organismo Autónomo Parques Nacionales
Correo E: Pheras@oapn.es
Web: <http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/>