

PROGRAMA PARQUES EN PELIGRO

DIAGNÓSTICO PARA LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA BIORRESERVA DEL CÓNDOR

Jaime Camacho
Rossana Manosalvas

ECOCIENCIA

Diciembre 2003



*Este diagnóstico ha sido posible gracias a la desinteresada
colaboración de muchas personas que viven, se relacionan o
trabajan en la Biorreserva del Cóndor.
A todas ellas les agradecemos su tiempo
y su valioso conocimiento
que esperamos se refleje correctamente en este documento.*

Diagnóstico para la Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor

I. Antecedentes

El Programa "Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor" es una iniciativa de The Nature Conservancy (TNC), Fundación Antisana (FUNAN), Fundación Ecológica Rumicocha (FER), EcoCiencia y el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE). Esta ha sido financiada por el Programa Parques en Peligro de TNC y de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). El Programa se inició en octubre de 2001 con la visión de convertirse en un espacio y concepto de manejo modelo donde el desarrollo humano fuera compatible con la conservación de la biodiversidad. El enfoque es promover procesos de conservación de la biodiversidad y de desarrollo que mejoren la calidad de vida de la gente que vive y que depende de la Biorreserva del Cóndor (BRC).

La BRC, más que un espacio físico es un concepto de manejo y conservación donde las áreas protegidas dejan de ser el eje central y se incorporan a los procesos de desarrollo local y regional. Sin embargo, este concepto se desarrolla en un espacio físico que constituye principalmente la cuenca alta del río Napo, uno de los principales tributarios del río Amazonas. La BRC se encuentra en las estribaciones orientales de la cordillera de los Andes en el norte del Ecuador. Abarca aproximadamente 2'3 millones de hectáreas donde se puede encontrar un mosaico ecológico de 16 formaciones vegetales. Esta diversidad vegetal incluye varios tipos de páramos, algunos bosques montanos y llega hasta los bosques de pie de monte de las cordilleras amazónicas. El alto Napo es considerado uno de los puntos calientes de biodiversidad en el Mundo, esto se refleja en el alto grado de endemismo y diversidad de especies, 760 especies de aves (casi el 50% del país), 150 de mamíferos (42% del país) y 100 de anfibios (26% del país).

Los ecosistemas dentro de la Biorreserva son proveedores de muchos de los servicios ambientales, el más importante el de abastecimiento de agua para el consumo humano de las ciudades de la Sierra y Amazonía, la producción hidroeléctrica y el riego de las regiones bajas. En la región viven aproximadamente 200.000 personas y 2 millones dependen de sus recursos o están relacionados de una u otra manera con la conservación de los mismos. A pesar de ser una zona rica, la dotación de servicios básicos es muy variable. Es buena con relación a la electricidad, intermedia en agua potable y deficiente en alcantarillado y vialidad.

Los problemas más serios para la conservación de la región son la expansión de la frontera agrícola, la construcción sin planificación de obras de infraestructura nacionales como represas, carretera interoceánica, oleoductos u otras obras que acompañan a la explotación petrolera. Finalmente hay cacería ilegal y tráfico de vida silvestre y una intensa explotación forestal ilegal.

Las más importantes actividades económicas son la ganadería extensiva, la agricultura a distintas escalas, desde grandes hacendados a pequeños propietarios cuyos fines son el

autoabastecimiento o un mercado muy local (naranja, café y cacao). Otra actividad en menor escala es el turismo.

La región se presenta muy diversa, en todo sentido, desde su composición geológica, paisajística, biológica, social y cultural, pero también muy compleja en su problemática social y ambiental.

Para lograr la generación de procesos de conservación a largo plazo, es necesario que todos los grupos de actores e interesados que habitan o se benefician de la Biorreserva del Cóndor conozcan, asuman y se apropien de las metas, objetivos, y acciones de desarrollo sustentable y participativas para la región. En este caso, la Estrategia de Comunicación será una herramienta para apoyar a los procesos de conservación de la Biorreserva. Por lo tanto, los actores e instituciones involucradas con la Biorreserva (los y las interlocutores/as) serán los que definan por sí mismos sus capacidades y necesidades de comunicación.

II. Justificación

Cualquier actividad de comunicación debe partir de un profundo conocimiento del contexto en que se dará la comunicación, de la temática que se quiera comunicar y de los/las interlocutores(as) con los cuáles se quiere trabajar. El diagnóstico nos dará la información sobre los contextos, contenidos e interlocutores/as.

De manera específica el diagnóstico tendrá tres grandes líneas de análisis:

1. La capacidad y disponibilidad de las **organizaciones socias** para participar en la Estrategia de Comunicación.
2. Las necesidades de comunicación de **los/as interlocutores/as externos/as** identificados (conocimientos, actitudes y prácticas).
3. La disponibilidad de los **medios y espacios de comunicación** en la BRC para utilizarlos en la Estrategia de Comunicación.

Esta información permitirá proponer las estrategias y actividades de comunicación adecuadas y adaptadas al contexto cultural y a la realidad local. De manera específica se determinarán los mecanismos de acercamiento a los/as interlocutores/as principales, las actividades prioritarias y los contenidos de comunicación básicos.

Además, de manera pragmática y operativa, la estrategia determinará las responsabilidades de las organizaciones socias en la ejecución de la Estrategia, los espacios de comunicación disponibles y los lineamientos para la realización de ciertas actividades de comunicación (una especie de guía para el desarrollo de actividades comunicacionales).

III. Métodos

Para realizar este diagnóstico de comunicación se han utilizado los siguientes métodos:

Tema a investigar	Método
Capacidad del proyecto para realizar comunicación	Entrevistas grupales Taller con organizaciones socias Revisión bibliográfica
Necesidades de comunicación de los/las posibles interlocutores(as)	Revisión bibliográfica Encuesta a organizaciones socias Entrevistas a actores clave
Disponibilidad de medios de comunicación	Encuesta a medios de comunicación Encuesta a organizaciones socias Revisión bibliográfica

Revisión Bibliográfica

La revisión bibliográfica es un proceso de búsqueda de información secundaria sobre la zona de interés. En este caso sobre las actividades que realizan las organizaciones que trabajan en la zona y sobre la temática que se quiere trabajar. Es un proceso que se realiza continuamente durante todo el Diagnóstico. En un primer momento, la revisión bibliográfica, sirve para contextualizar la temática a investigar: el área geográfica, las actividades previas relacionadas y lo que se conoce del lugar a intervenir. Esto permite diseñar y afinar otros métodos de investigación y definir contenidos específicos a investigar. La revisión de documentos posterior a la investigación de campo permite contar con información que sirve para complementar, analizar, discutir y elaborar conclusiones y recomendaciones relacionadas con la información primaria recopilada. Los documentos que se pueden revisar son los siguientes: monografías, tesis, investigaciones específicas, estudios de caso, diagnósticos, censos, documentos técnicos, mapas videos, recortes de periódicos, trípticos, programas de radio, entre otros (Camacho *et al* 2000; Jacobson 1999).

En el caso específico de esta Estrategia se han revisado documentos oficiales del proyecto (plan de trabajo, documentos conceptuales) documentos relacionados a la zona (planes de desarrollo cantonal), y mapas y documentos relacionados a la comunicación.

Entrevistas a actores clave

La entrevista es una técnica que permite la recolección de información importante a través de una persona. En ese sentido, ya que esta técnica se basa en los conocimientos o percepciones de un solo individuo, el proceso de selección de las personas a entrevistar se convierte en algo muy importante y crítico. Para realizar una entrevista es necesario elaborar previamente guías de preguntas que permitan profundizar sobre temas que interesan de manera especial en un determinado estudio (Fetterman 1989; Astorga & van der Bijl 1994; Cohen & Manion 1994;

Cuéllar 1995). En el *Anexo 1*, se encuentra la guía de preguntas para la entrevista a actores clave y constan, además, las personas que fueron entrevistadas.

Entrevistas grupales a organizaciones sociales

Las entrevistas grupales permiten recopilar información a través de una guía de preguntas a varias personas al mismo tiempo. Tienen la ventaja de dar cabida a una expresión grupal y por lo tanto, a un intercambio de ideas y a un consenso o acuerdo de opiniones.

Esta técnica se aplicó para recopilar información sobre los recursos humanos, materiales y financieros que disponen las organizaciones sociales para actividades de comunicación. La guía de preguntas se presenta en el *Anexo 2*. Para el efecto de este diagnóstico se consideraron como organizaciones sociales a The Nature Conservancy, Fundación Antisana, Fundación Ecológica Rumicocha, Fundación EcoCiencia, Dirección de Biodiversidad y Áreas Protegidas del Ministerio del Ambiente y las jefaturas de las áreas protegidas del Parque Nacional Cotopaxi, Llanganates y Sumaco Napo-Galeras y las Reservas Ecológicas Antisana y Cayambe-Coca. El listado de las personas que participaron en estas entrevistas grupales consta en el *Anexo 3*.

Taller con organizaciones sociales

El taller es una técnica que reúne a varias personas para discutir un tema. El principal objetivo es construir una visión consensuada sobre algún tópico en particular. Por lo general en los talleres se propone alguna discusión, se divide a la gente en grupos y luego se discute el trabajo grupal en plenarios. La idea es que se llegue a acuerdos o se puedan compartir alguna propuesta. Por lo general, antes del taller se define una agenda donde constan los objetivos, las actividades a realizar y los materiales que se necesitan. En el *Anexo 4* consta la Agenda el Taller.

Se realizó un taller para definir conceptos y obtener información básica de las organizaciones sociales del proyecto. En este taller se discutieron conceptos básicos de comunicación y de una estrategia de comunicación, y se trabajó en la misión de la BRC y en las misiones de las organizaciones respecto a la BRC. Adicionalmente, se identificaron interlocutores(as) importantes para la Estrategia de Comunicación de la BRC. El taller fue coordinado y dirigido por EcoCiencia y tuvo la participación de TNC, FUNAN, FER y la Reserva Ecológica Cayambe Coca.

Encuestas

La encuesta es una manera sistemática de recoger información de una muestra de una población más amplia. Las preguntas que se hacen pueden ser abiertas o cerradas dependiendo si lo que se necesita es información específica o general y más amplia sobre un tema. Las preguntas deben ser detalladas y cuidadosamente diseñadas para que las respuestas no den lugar a mal interpretaciones. La ventaja de la encuesta es que nos da mucha información, de mucha gente y de manera rápida. Dentro del Diagnóstico se hicieron varias encuestas:

Encuesta a organizaciones dentro de la Biorreserva del Cóndor

El objetivo de esta encuesta fue sondear el conocimiento que tienen diferentes organizaciones asociadas a la Biorreserva sobre la existencia del Programa. Se clasificó a las organizaciones en no gubernamentales de desarrollo o conservación, en gobiernos locales (consejos provinciales y municipios) y en varios (empresas privadas).

Para esto se diseñó una encuesta sencilla de 5 preguntas (*Anexo 5*). La encuesta fue realizada de forma telefónica. El total de organizaciones entrevistadas fue de 21. De ellas, 9 son organizaciones no gubernamentales relacionadas al desarrollo, 8 son gobiernos locales (3 consejos provinciales y 5 municipales) y 4 son empresas o instituciones privadas diversas (educativas, de investigación y de turismo).

Se seleccionó a las organizaciones de la base de datos recopilada por el programa de manejo de información de la Biorreserva, también basados en criterios y sugerencias de los actores clave de la BRC y en el conocimiento personal del equipo técnico de EcoCiencia. El listado de organizaciones entrevistadas y sus datos generales se presentan en el *Anexo 6*.

Encuesta a medios de comunicación

El objetivo de esta encuesta fue conocer la capacidad de los medios de comunicación locales y su disponibilidad para trabajar en una Estrategia de Comunicación del Programa "Parques en Peligro en la Biorreserva". Se diseñaron cuestionarios específicos para medios impresos, para radio y para televisión *Anexo 7, 8 y 9*. La selección de los medios de comunicación se realizó sobre la base de las entrevistas realizadas a las organizaciones socias del Programa y al directorio de medios de comunicación de la empresa Medios. Se escogieron aquellos medios de comunicación que tienen cobertura en las nueve provincias donde se encuentra ubicada la Biorreserva del Cóndor. Esta encuesta se aplicó a través de vía telefónica y de visitas específicas a los medios de comunicación.

IV. Resultados del Diagnóstico

Acuerdos preliminares

Para llegar a una serie de acuerdos preliminares se realizó un taller con todas las organizaciones socias. Para el taller se elaboró una propuesta conceptual que permitió la aclaración y discusión de conceptos básicos sobre la comunicación (*Anexo 10*).

Entre los acuerdos preliminares a los que se llegó, está el que todas las organizaciones socias reconocen la necesidad de una Estrategia de Comunicación.

Luego de manera consensuada se logró la siguiente definición de Estrategia de Comunicación:

una serie de acciones comunicacionales programadas y planificadas, que se ejecutan de acuerdo a las prioridades establecidas, con objetivos claros y en un tiempo determinado, para producir e intercambiar significados que propendan al cumplimiento de la misión en la BRC.

La misión de la BRC, así como las distintas organizaciones socias está en construcción. En el taller con los socios se definieron algunas de las misiones de manera preliminar (para ver el detalle véase el *Anexo 11*).

Capacidad institucional para realizar comunicación

La capacidad institucional del Programa Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor para realizar comunicación está dada por los recursos humanos, materiales y financieros con que cuentan las organizaciones socias del Programa.

Recursos Humanos

En cuanto a recursos humanos, existen dentro de las organizaciones socias cuatro personas con alguna especialización académica en comunicación: una en el Parque Nacional Llanganates, una en la Fundación Antisana y dos en EcoCiencia y una en el MAE (Planta Central). De un total de 34 personas de las organizaciones socias tan solo 5 (15%) tienen una especialización académica en comunicación ambiental o ciencias afines. Sin embargo, otras 7 tienen experiencia en el desarrollo de actividades o productos de comunicación (38%). Lo más importante es que todo el personal hace comunicación.

De cualquier manera, la mayoría de los/las técnicos(as) de todas las organizaciones han realizado actividades de comunicación de manera informal, especialmente en lo que tiene que ver con comunidades locales, gobiernos locales y organizaciones ambientales.

A continuación se presenta un listado de las habilidades e intereses de las diferentes personas que están relacionadas con el Programa que pueden ser aprovechadas para una Estrategia de Comunicación. En paréntesis se señala el número de técnicos que fueron considerados dentro de cada organización socia y el porcentaje del total que mostraron las habilidades de comunicación específicas.

Tabla 1. Habilidades de comunicación del personal de las organizaciones socias de la Biorreserva del Córdon

Tipo de productos de comunicación	FER (6)	Fundación Antisana (6)	ECOciencia (8)	TNC (6)	PNLI (2)	Total: 28
Textos divulgativos	Todos	Todos	Galo, Francisco, Geoconda, Rossana y Jaime.	Roberto, Verónica, Marta, Paulina y Silvia	Mario	23 (82%)
Textos científicos	Claudia y Eduardo	Todos, Ma. Elena y Armando	Francisco, Geoconda, Fabricio, Malki, Jaime, Rossana	Todos	Mario	21 (75%)
Gráficos divulgativos	Jerson	Mapas: Gustavo	Mapas: Geoconda, Malki, Jaime	Omar y todos	Todos	13 (46%)
Guiones para radio o tv.	Claudia	Nadesha y Alex	Jaime	Paulina	Orley	6(21%)
Producción de radio o tv.	-----	Nadesha	---	Paulina	Orley	3 (11%)
Grabación de vídeo	Eduardo	-----	Alvaro	---	Orley	3 (11%)
Fotografía	Fausto y Eduardo	Ma. Elena y Armando	Pancho, Alvaro. Jaime, Fabricio, Malki	Roberto, Verónica, Marta, Paulina, Silvia y Omar	Todos	18 (64%)
Cartelera y Periódicos comunitarias	Todos (Jerson)	Nadesha e Isabel	Jaime, Rossana,	Paulina	Mario Orley	12 (43%)
Charlas a comunidades	Todos (Eduardo)	Todos	Fabricio, Johanna, Jaime, Rossana, Malki	Paulina	Todos	20 (71%)
Charlas divulgativas	Todos	Todos	Pancho, Fabricio, Johanna, Jaime, Rossana, Malki	Todos	Todos	26 (93%)
Material didáctico	Jerson y Claudia	Todos, Nadesha	Todos excepto Johanna	Paulina	Ninguno	16 (57%)
Presentaciones en powerpoint	Todos (Jerson y Eduardo)	Todos	Todos (Malki, Jaime, Rossana)	Todos		26 (93%)
Página web	-----	Nadesha	Malki y Alvaro	Todos		9 (32%)
Documentos de trabajo, de sistematización	-----	Todos	Todos	Técnicos	-----	17 (61%)
Medios para educación alternativos, dinámicas y juegos (MAQUETAS)	Claudia	Todos	Jaime y Rossana	Paulina	Orley	11 (39%)

La percepción general del personal sobre sus propias habilidades es que están en mayor capacidad de escribir textos y dar charlas divulgativas, lo que incluiría la elaboración de las presentaciones en power point (porcentajes más altos en la Tabla 1). Esta percepción es lógica pues la gente considera que no es "demasiado complicado" hacer comunicación divulgativa. Sin embargo, habría que hacer una revisión de las formas que cada organización tiene de hacer

divulgación a un público no científico ni técnico, pues podría darse el caso de que las herramientas y el lenguaje que se están usando para públicos comunitarios, no sean los más idóneos. Por lo tanto, a la percepción de habilidades comunicacionales debería añadirse un análisis de la calidad de los productos de comunicación que se hayan producido.

Las habilidades que el personal percibe que no son su fuerte están relacionadas con la producción en radio y televisión (11% del personal está en capacidad). Este trabajo se percibe como algo más especializado, que requiere de técnicas no accesibles (como manejo de cámara, estudios de grabación, producción de guiones). Para la producción de estos materiales, se podría desmitificar el poco acceso a la producción de radio y TV, a través de alianzas con medios de comunicación o afines (CORAPE, Día a Día).

Recursos materiales

Los productos de comunicación o materiales impresos audiovisuales y de audio que han elaborado y difundido las organizaciones socias son de la más diversa índole (Tabla 2).

Tabla 2. Materiales de comunicación de cada una de las organizaciones socias de la Biorreserva del Cóndor

Fundación Ecológica Rumicocha

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
-Folleto de Ecoturismo y EA.	1.000 fotos en papel y diapositivas que se están catalogando	2 videos producidos con Telerama Xavier Mullo

FUNAN

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
Aves de Altura -De la mata a la olla (curso de nutrición) -Manual del Guardaparque -El Cóndor y la Vida -Estudios y Planes de Manejo Biblioteca	200 fotos 500 fotos de Eugene Martin	Vídeo del Agua (FONAG) Metodología IPRA (Investigación participativa para agricultores) V8 Vídeo del COSUDE "EA en Aguarongo" 1 Vídeo del Antisana

EcoCiencia

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
Publicaciones: -Métodos para investigar la disponibilidad del hábitat del oso andino. El caso de la cuenca del río Oyacachi, Ecuador. -Relatos de Oyacachi. <i>Ver Anexo 1 para la lista completa de publicaciones</i> Bases de Datos: Sistema de Información biológica y socioeconómica de la BRC (324 bibliográficos, 53 instituciones, 57 proyectos y 118 personas registrados) Sistema Ecobio (Bases de Datos) SIISE; información georeferenciada, actividades productivas, población, indicadores de desarrollo	600 diapositivas del Proyecto clasificados por temas 1.400 fotos de EcoCiencia ingresadas a la base de datos y aprox. unas 700 que no se ingresaron	Vídeo del Día del Oso

Libros: Biblioteca: 1200 separatas Legislación Ambiental: 20 registros oficiales Artículos divulgativos: Artículos en Terra Incógnita y en Desafíos (Fundacyt) Artículos de prensa en el Comercio, El Universo y el Mercurio de Cuenca Material diverso: Afiche de Oso Hoja volante de Oyacachi Exhibición itinerante del Oso Andino		
--	--	--

TNC

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
-Estudio de Oso -Estudio de las Bandurrias -Cómo valorar el agua -Palomap, Osos	150 fotos y fotos digitales de menor calidad	Vídeo del Agua, Vídeo para promocionar TNC Vídeo del FONAG

Parque Nacional Cotopaxi

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
- Trípticos (viejos). Están produciendo nuevos con OIKOS	Están empezando	Archivo de videos sobre el PNC

Parque Nacional Llanganates

Material impreso	Archivo fotográfico	Archivo Vídeo
Trípticos (viejos). Están produciendo nuevos con OIKOS Mapas	Archivo de fotografías en papel.	Archivo de videos en Ambato 4 producciones específicas sobre el Parque Nacional Llanganates

La disponibilidad de material gráfico es enorme, aproximadamente 3.700 fotos que podrían ser utilizadas para todas las actividades de comunicación. En cuanto a videos los producidos directamente por los socios son 4 (Día del Oso, "Y Viene de las Alturas"- las fuentes de agua para Quito-, Vídeo para promocionar TNC y Vídeo del FONAG). Pero hay otros cuya temática se circunscribe a la Biorreserva (2 videos producidos con Telerama y 4 producciones específicas sobre el Parque Nacional Llanganates) que han sido producidos externamente.

Los materiales impresos son muy variados y para los más diversos públicos (científico, divulgativo y de capacitación). Las temáticas también son diversas desde métodos de investigación para la conservación hasta información turística.

Nuevamente los materiales producidos no han sido evaluados y por lo tanto su efecto e impacto se desconocen. Pero es un material que está disponible, que puede ser validado, evaluado y reproducido dentro de la Estrategia.

Los materiales han sido producidos individualmente por las organizaciones socias, a veces con el auspicio de la TNC que los ha financiado y, en ocasiones, respaldados por el Ministerio del Ambiente. No hay materiales de la BRC producidos en conjunto entre las organizaciones socias.

Las actividades de comunicación ejecutadas por las distintas organizaciones socias durante los 3 últimos años, han sido, en su mayoría de difusión, y han promovido las actividades propias de cada organización a través de medios escritos o charlas de divulgación. Hay una menor proporción de producción y uso de radio (3 iniciativas) y una baja producción de textos científicos.

Bajo estos resultados es necesario plantear la necesidad de fomentar la realización de otros productos de comunicación alternativos o no tradicionales, como exhibiciones itinerantes, radio popular, periódicos murales, páginas web, foros electrónicos, entre otros.

En cuanto a equipo, todas las organizaciones están provisionadas en buena medida (Tabla 3).

Tabla 3. Equipos de comunicación disponibles en cada organización

Equipos	FER	FUNAN	EcoC	TNC	PNC	PNLL	Total
Data show	----	----	1	1	-----	-----	2
Computador a portátil	1	----	6	2	-----	1	10
Televisión	1	1	2	1	1	1	7
VHS	1	1	1	1	-----	1	5
Radiograbadora	1	1	---	-----	----	----	2
Proyector de acetatos	1	1	1	1	-----	----	4
Proyector de diapositivas	1	1	1	1	1	---	5
Filmadora digital	1	1	---	1	----	1	4
Cámara digital	---	2	1	1	----	1	5
Cámara no digital	1	1 8 en campo	1	-----	-----	----	10
Grabadora periodistas	1	1	3	-----	-----	-----	5

<i>Equipos adicionales no establecidos en la encuesta</i>							
Betamax	----	----	-----	-----	1	-----	1
Equipo de Sonido	-----	-----	-----	-----	1	-----	1
Scanner	----	----	1	----	----	1	2
Scanner de diapositivas	----	-----	2	---	----	----	2

Espacios físicos para hacer comunicación

Hay una buena disponibilidad de espacios físicos para hacer comunicación. Aunque muchos de estos espacios no son propios, las organizaciones socias mantiene buenas relaciones interinstitucionales locales que permiten el acceso a ellos.

Tabla 4. Espacios disponibles para hacer comunicación

PNLL	Auditorio en el Ecozoológico San Martín de Baños	180 personas
PNC	Sala en el centro de información de Mariscal Sucre	20 personas
	Sala en Boliche	80-100 personas
	Sala en Tierra del Volcán	30-40 personas
EcoCiencia	Sala de Reuniones (versátil)	25 personas
Funan	Sala de Reuniones	15 a 20 personas
	Casa Comunal, Municipios, colegios y escuelas en la zona Baeza, Cayambe y Gonzalo Pizarro, Pintag (Centro Cultural), Hostería la Carriona Sangolquí.	
FER	Casa Comunal, Municipios, colegios y escuelas en la zona	
TNC	Auditorio 1	30 personas 50 personas
	Casa Comunales y Salas Municipales	
MAE	Centros de Comunicación Ambiental Baeza	20 personas
	Centros de Comunicación Ambiental El Chaco	20 personas
Total	10 salas de reuniones, 2 con capacidad amplia, 3 con capacidad media 3 con capacidad baja	

Recursos financieros

En lo que tiene que ver con recursos financieros, las organizaciones no cuentan con recursos específicos para realizar actividades de comunicación. Tampoco están previstos estos recursos en los presupuestos para el año venidero.

Necesidades de comunicación de los/as interlocutores/as (audiencias) de la BRC

Audiencias Internas

Para este diagnóstico se considera como audiencias o interlocutores internos a los socios de la BRC y al principal donante del Programa Parques en Peligro, la USAID (Misión Ecuador e Internacional).

Las organizaciones socias son The Nature Conservancy (Ecuador e Internacional), Fundación Antisana, Fundación Ecológica Rumicocha, EcoCiencia y el Ministerio del Ambiente en sus diferentes niveles (Subsecretaría de Capital Natural, Dirección de Biodiversidad en Planta Central, los Distritos Regionales y las oficinas de las Áreas Protegidas).

Mecanismos de comunicación

Los mecanismos de comunicación interna en el Programa PEP que se usan en la actualidad son las reuniones de coordinación mensuales, cartas escritas, llamadas telefónicas y el correo electrónico. Las reuniones de coordinación se realizan en diferentes ciudades (relacionadas con la administración de las áreas protegidas) y en ellas se discuten temas que la Coordinación General (Paulina Arroyo de TNC) propone tratar en conjunto. También existen en estas reuniones espacios para que las organizaciones socias (incluyendo las personas Responsables de Área del Ministerio del Ambiente) expresen sus inquietudes y comuniquen sus asuntos. El espacio es informal y democrático pues se puede opinar libremente sobre los temas que se tratan. El

problema de estas reuniones es que el tiempo es insuficiente considerando la gran cantidad de temas y la complejidad de los mismos que deben ser tratados en forma rápida.

También hay reuniones para tratar temas únicos. En estas reuniones participan las organizaciones involucradas (no siempre todas) y se discuten la planificación y ejecución de actividades, posiciones concertadas referente a diferentes temas, socialización de resultados de actividades, entre otras.

Informalmente, los viajes se vuelven un espacio de comunicación donde se discuten diferentes temas.

Las cartas escritas se utilizan para comunicaciones formales y permiten básicamente dejar constancia de los acuerdos. El correo electrónico y las llamadas telefónicas son los medios más usados para comunicarse entre los socios, especialmente entre las organizaciones no gubernamentales (EcoCiencia, FER, FUNAN, TNC) y USAID. A través de este medio se llegan a acuerdos, se circulan documentos y se los comenta.

Las percepciones sobre la calidad de comunicación entre los socios son variables. La comunicación al interior de las organizaciones no siempre es buena y el personal que no está directamente involucrado desconoce los objetivos, las actividades ni los resultados del Programa (se aplica al Ministerio del Ambiente y EcoCiencia por ser instituciones grandes, de más de 50 personas). Esta situación es más crítica en el Ministerio del Ambiente donde existe un continuo cambio de personal y donde la BRC es un concepto que no ha sido apropiado en los niveles de Distritos Regionales y Planta Central. La comunicación entre las Jefaturas de Áreas Protegidas y la Dirección de Biodiversidad del Ministerio del Ambiente fue calificada como mala por la mayoría.

La comunicación entre la TNC y las organizaciones socias (incluyendo el mismo Ministerio del Ambiente) es buena pero entre las otras organizaciones socias no es buena. Aparentemente, hay la percepción de que la TNC es la proveedora de recursos y por lo tanto la centralizadora de información y de actividades, y por lo tanto las organizaciones socias sienten la necesidad y tienen la obligación de comunicarse con ella. Entre las organizaciones socias en cambio, la comunicación es muy débil. Existe, incluso la percepción de que no es necesario estar comunicados entre todos los socios sino solo entre aquellos que tienen injerencia en las actividades específicas que ejecuta cada organización. En la práctica se ha visto que muchos problemas interinstitucionales se han dado por falta de una buena comunicación entre las organizaciones socias.

En general, existe una buena predisposición de las organizaciones socias a involucrarse en una Estrategia de Comunicación para las audiencias internas, que cubra las deficiencias anteriormente anotadas.

Audiencias Externas

En el taller de definición de la Estrategia de Comunicación se definieron como audiencias o interlocutores/as externos/as a las siguientes organizaciones: ONG de desarrollo, municipios, consejos provinciales y empresas privadas relacionadas al área de la Biorreserva del Cóndor. A partir del taller y de la investigación de campo se determinaron las siguientes audiencias externas específicas:

Tabla 5: Audiencias externas específicas

Gobiernos locales Municipios	Existen alrededor de 26 municipios en la BRC. Se han seleccionado preliminarmente Quijos, El Chaco, Gonzalo Pizarro, Cayambe, Pimampiro, Baños, Salcedo, Tena, Quito, Ibarra, Cascales, Loreto, Mejía y Sucumbios.
Gobiernos locales Consejos provinciales	Pichincha, Napo, Sucumbios, Imbabura, Carchi, Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Orellana
Gobiernos locales Juntas parroquiales	Por determinar.
Gobiernos locales Cabildos comunitarios	Oyacachi, Sinangöe, Chuschuyacu
Comunidades locales	Organizaciones indígenas, asociaciones de colonos o cooperativas
Congreso Nacional	Comisión de Salud y Medio Ambiente Diputados de las provincias de Pichincha, Napo, Sucumbios, Imbabura, Carchi, Cotopaxi, Tungurahua, Pastaza y Orellana
Ministerios, Oficinas Regionales y otras instituciones nacionales gubernamentales	CNRH, INDA, ECORAE, UDENOR Ministerios de: Energía y Minas, de Obras Públicas, de Turismo, de Relaciones Exteriores, de Agricultura y Ganadería, de Educación y Culturas, de Comercio Exterior
Iniciativa binacional	Ministerio de Relaciones Exteriores, Proyectos binacionales Ecuador y Colombia, Plan Colombia
Instituciones de seguridad	Unidad de Protección Ambiental de la Policía, Vigilancia Verde
Universidades Comunidad científica	Nacionales y locales
Centros educativos	Por determinar
ONG	En la zona: Heifer, TerraNova, Jatun Sacha, EcoDecisión, Grupo Randi Randi, Espeletia, IEDECA, OIKOS, Fundación Supervivencia Cofán, Pastaza, Agua, Natura, Terra, CORAPE, Numashir, Proyecto Gran Sumaco, Proyecto Gef-Páramo En la temática socioambiental: CESA, PROMACH, ETAPA, Arco Iris, Birdlife Internacional, CI, WCS, CECIA
FONAG	
Empresas de agua y electricidad	EMAAP-Q, EEQ
OCP	Otras petroleras en bloques de la BRC
Empresas privadas	floricultoras, fábrica de lácteos, empresas turísticas, madereras, Corporación de Aeropuerto de Quito
Medios de comunicación	nacionales y locales
Propietarios privados	Hacendados y propietarios privados grandes
Donantes	Actuales y potenciales

Para un mayor detalle de las organizaciones que fueron entrevistadas véase el *Anexo 12*.

Conocimiento sobre el Programa Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor

La mayoría dice conocer el Programa (62%) pero todavía hay un 38% que no lo ha hecho. Del grupo de las ONG todas lo han hecho, obviamente por estar vinculadas al sector ambiental. Los municipios en cambio solamente una (20% del total de municipios) dice haber oído del Proyecto BRC. De los Consejos Provinciales, ninguno sabe de la BRC. De las empresas e instituciones privadas la mayoría si ha escuchado de la BRC.

Conocimiento sobre las organizaciones socias

Al hacer un análisis de la segunda pregunta sobre qué organizaciones son las socias del Proyecto BRC, solo dos dieron cuatro respuestas correctas pero la gran mayoría, 13 (62%), no dieron ningún nombre. Más bien se nota una gran confusión y se dan nombres de otras organizaciones (Conservación Internacional, Arco Iris, Jatun Sacha, EMAAP-Q, Fundación Supervivencia Cofán, Randi-Randi, CECIA y GTZ). De las organizaciones de desarrollo, dos conocían cuatro de la cinco organizaciones socias. Las organizaciones mejor identificadas son la TNC y FUNAN.

De los Municipios solamente uno, reconoce a una organización socia. De los Consejos Provinciales ninguno y de las empresas e instituciones privadas tampoco.

Conocimiento sobre las áreas protegidas dentro de la BRC

De las 7 áreas protegidas solamente una ONG nombró cuatro (esto representa el 5%). Los gobiernos locales y la empresa privada no conocen las áreas protegidas. Las mejor identificadas fueron las Reservas Ecológicas Antisana y Cayambe-Coca.

Conocimiento sobre el tipo de información que desean recibir

Todas las organizaciones mostraron interés en recibir información sobre la Biorreserva del Cóndor y el Programa Parques en Peligro. Hay, sin embargo, ciertas tendencias en el tipo de información que prefieren recibir. Las organizaciones de desarrollo prefieren información técnica (la propuesta del Programa, sus objetivos y metas, los resultados de las distintas actividades que se llevan a cabo y sobre todo la sistematización de esas experiencias, es decir, las lecciones aprendidas sobre la conservación participativa). Por otro lado, los gobiernos seccionales como municipios y consejos provinciales prefieren una información más general donde se incluya un resumen de lo que es el Programa pero más en detalle la información sobre recursos de la biodiversidad, (flora y fauna) e información cartográfica.

Se distinguen dos percepciones hacia el Programa. Las ONG nos ven como colegas, los gobiernos locales como fuente de información y capacitadores/as.

Así mismo los medios preferidos para comunicarse con estos actores, definidos por ellos mismos fueron:

- **Por correo electrónico:** documentos de discusión que permitan foros o debate sobre temas específicos de conservación (metodológicos y políticos)
- **Por medios impresos:** folletos, libros o CD para el envío de la información general, cartografía, la presentación del Programa y la difusión de las actividades.

Disponibilidad de medios y espacios de comunicación en la BRC

La disponibilidad de medios y espacios de comunicación en la BRC es amplia y variada. Incluye medios masivos como la televisión, la radio y medios impresos (periódicos, semanarios, revistas y páginas web). Además, existen espacios informales como los edificios municipales, los centros

de comunicación ambiental del proyecto Gran Sumaco, una variedad de museos y auditorios, así como ferias y festividades locales que brindan oportunidades de participación.

En cuanto a los medios de comunicación masivos, para los fines de esta Estrategia se los ha clasificado en dos categorías:

- **Alcance Nacional:** son aquellos medios que se producen en Quito y que tienen un alcance amplio que incluye zonas de la BRC. Por lo general son medios que tratan temas nacionales e internacionales están dirigidos a públicos urbanos y tienen diferentes espacios donde tratan temas ambientales.
- **Alcance Local:** son aquellos medios que se producen en ciudades fuera de Quito y que tienen un alcance limitado. Principalmente tratan temas locales aunque le dan cabida a temas nacionales e internacionales.

Esta clasificación se utiliza con fines de análisis y no pretende calificar si los unos son más importantes que los otros. De hecho, cada medio tiene su importancia de acuerdo al interlocutor y al tema que se quiere trabajar.

Tabla 6: Medios de comunicación masivos de Alcance Nacional

Televisión	Impresos	Radios	Sitios Web
Gamavisión	Periódicos	La Luna	FUNAN
Teleamazonas (Día a Día)	El Comercio	Sonorama	EcoCiencia
Telesistema	Hoy	Visión	MAE
Telerama	El Universo	Hoy la Radio	
Ecuavisa (La Televisión)	La Hora		
TC Televisión	Últimas Noticias		
	Revistas		
	Diners		
	Gestión		
	Vistazo		
	América Economía		
	Terra Incógnita		
	Publicaciones internacionales de divulgación		
	Revista TNC		
	Publicaciones científicas		
	Revista del Museo		
	Ecuatoriano de Ciencias Naturales		
	Publicaciones científicas internacionales		
	Conservation Biology		

Alcance local

En términos generales hay una gran apertura por parte de los medios a dar espacios o a producir materiales a través de sus medios.

Hay 6 canales de televisión, 5 periódicos locales y mas de 36 radios locales. Para un mayor detalle de los espacios de comunicación de cada uno de estos medios se puede consultar la base de datos elaborada por EcoCiencia.

Tabla 7: Medios de comunicación masivos de Alcance Local

Televisión	Impresos	Radios
Ambavisión (Tungurahua)	Diario del Norte (Imbabura)	Provincia de Sucumbíos:
Tenavisión TVNorte (Napo)	Diario La Hora- (Carchi)	Ecos del Oriente
Unimax (Tungurahua)	EL Heraldó (Tungurahua)	El Cisne
Sonovisión (Pastaza)	La Prensa (Carchi)	Olímpica Stereo
Nortvisión (Carchi)	Periódico Jumandi (Napo)	Radio Amazonas
		Lago Stereo
		Caliente
		Provincia de Orellana:
		Hola Stereo Cumandá
		Radio Oriente
		Provincia del Napo:
		Líder
		Provincia de Pastaza:
		Olímpica
		Aventura
		Bonita
		Hechizo
		Provincia del Carchi:
		América
		Canal 1120
		Ondas Carchenses
		Planeta
		Tulcán
		Provincia del Cotopaxi:
		Cotopaxi
		Élite FM
		Latina
		Nuevos Éxitos
		Provincia de Imbabura:
		Caricia
		Centro Radiofónico Imbabura
		Ecos Andinos
		La Voz de Imbabura
		Otavalo
		Provincia de Tungurahua:
		Ambato
		Baños Stereo
		Centro Ambato

		Pelileo Pillaro Sira TSB Líder Tungurahua
--	--	---

Medios y Espacios de Comunicación Popular

En la Biorreserva existen muchas alternativas que deben ser aprovechados como medios y espacios de comunicación popular

Fiestas Populares

Por lo general estas fiestas están relacionadas con las fechas de provincialización, cantonización o parroquialización, con fechas religiosas o con eventos de trascendencia

A continuación se presenta un calendario de eventos y fiestas dentro de la BRC.

Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
<i>Oyacachi: 23 (Virgen del Quinche)</i>	<i>Día de los Humadales (3) Día de la Amazonía (12) Carnaval</i>	<i>Día del Agua Oyacachi (31)</i>	<i>Archidona Día de la Tierra 22 Semana Santa Puerto Libre: 30 parroquialización Sardinas: 21 parroquialización Bombón: 21 parroquialización Linares: 26 parroquialización La Bonita: 30 cantonización Santa Rosa: 26 parroquialización</i>	<i>El Chaco: Día del Árbol El Chaco: 26 cantonización</i>	<i>Día del Ambiente (5) Fiestas de Cayambe: Inti Raymi Cascabel: 20 (Virgen del Cisne)</i>
Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
<i>Día del Cóndor 7 Lago Agrio 20 Lumbaqui 25 cantonización</i>	<i>Santa Rosa: 20 (Virgen del Quinche)</i>		<i>Festival Mundial de las Aves Sardinas: (26) Virgen de Agua Santa</i>	<i>Difuntos El Chaco: 21 (Virgen del Quinche) Reventador: 24 parroquialización</i>	<i>Baños</i>

V. Discusión de Resultados

Sobre la capacidad de las organizaciones socias

Los recursos humanos

Solo una de las organizaciones (FUNAN) tiene un persona contratada *ad-hoc* para hacer comunicación dentro de su institución y por ende dentro de la BRC. Los recursos humanos con especialización o experiencia en comunicación desarrollan actividades en un ámbito geográfico restringido de acuerdo a los proyectos que esté ejecutando su organización o su jurisdicción si se trata de una entidad gubernamental. No se puede pensar en un número de personal técnico que cubra todas las destrezas de comunicación o que cubra todo el ámbito geográfico de la BRC. Pero se puede pensar en un trabajo conjunto planificado que permita "prestarse" personal técnico que pueda ejecutar actividades en otras zonas e incluso capacitar al personal de otras organizaciones.

Los recursos materiales

Los equipos disponibles para actividades de comunicación pueden cubrir los requerimientos de una Estrategia de Comunicación. Todas las organizaciones tienen televisor dentro de su equipo. En ese caso habría que analizar los usos potenciales de videos en la región.

Los recursos financieros

No se han identificado recursos específicos para actividades de comunicación. Esto refleja que, aunque todos los socios reconocen el valor de la comunicación en su proceso de conservación, no se lo considera imprescindible o no se lo trabaja de una manera planificada. Los presupuestos de las áreas protegidas son tan escasos que difícilmente se puede pensar en utilizarlos para actividades de comunicación.

Sobre las necesidades de comunicación

La comunicación interna

Dentro del Programa Parques en Peligro la comunicación es buena pero es necesario mejorarla, especialmente en lo que tiene que ver con discusiones conceptuales, coordinación de actividades y aprovechamiento de espacios de discusión. En general, existe la percepción de que hay una buena comunicación entre las organizaciones socias y TNC, pero no entre las socias (EcoCiencia, FER, FUNAN). A veces esto se debe a que no existe un espacio de interacción común (como por ejemplo entre EcoCiencia y las otras socias) y otras veces a desacuerdos entre algunas organizaciones socias (manifiestos y no manifiestos).

La comunicación entre las organizaciones socias y las oficinas de áreas protegidas es desigual. Algunos socios trabajan directamente con los responsables de áreas y esto hace que la

comunicación sea buena, pero esto no sucede con todos. La comunicación con el/a responsable de área no garantiza la comunicación con el resto del personal de las áreas protegidas.

Sobre la disponibilidad de los medios

Los medios de comunicación (formales y alternativos) son un elemento indispensable dentro de una Estrategia de Comunicación. Como su nombre lo indica son el nexo entre las organizaciones socias que ejecutan proyectos de desarrollo en la región y todos los otros grupos de interés.

VI. Conclusiones

Necesidad y Voluntad

Todas las organizaciones socias manifestaron explícitamente la necesidad de tener una Estrategia de Comunicación y por otro lado, su voluntad a participar en la ejecución de la misma.

Capacidad

Hay capacidad en las organizaciones socias para hacer comunicación. No todas las instituciones tienen todas las habilidades pero entre todas se puede cubrir las todas destrezas para producir los distintos materiales y usar los distintos medios de la comunicación.

Experiencia y disponibilidad

Las actividades y productos de comunicación que se han hecho hasta ahora por parte de las organizaciones socias han sido muy ricas y variadas, sin embargo, son dispersas, y en muchas ocasiones no han estado integrados a la planificación de la Biorreserva y del Programa Parques en Peligro. Por otro lado, estos productos y actividades no han sido evaluadas y por lo tanto, su calidad e impacto es desconocido. Sin embargo, son válidas en el sentido que la experiencia generada sirve para los próximos procesos de comunicación. Así mismo, el material producido tiene el valor de estar disponible. Por lo tanto lo que se debe hacer es determinar si es pertinente su validación, duplicación (por ejemplo: una copia de los videos para cada socia) o reproducción dentro de la Estrategia de Comunicación que se ejecutará.

Espacios para la reflexión

Las formas de comunicación interna son muy variadas pero aún insuficientes y por lo tanto se deben explorar otros medios escritos o digitales que la agiliten. Por otro lado, la comunicación entre socios debe dejar de cumplir una función operativa e ir más hacia una comunicación estratégica y visionaria, donde se permitan mayores y más espacios de intercambio y reflexión. Solo así, la comunicación deja de ser utilitaria y actuará como un enlace entre la misión, visión y objetivos del Programa Parques en Peligro y la realidad socioambiental de la Biorreserva del Cóndor.

Apropiación y confianza mutua

La comunicación interna debe, además, prevenir conflictos entre las organizaciones socias, pues deben llevar a la definición de roles, a la búsqueda de identidades institucionales individuales y colectivas (una identidad de Biorreserva), al establecimiento de estándares de calidad para todos los procesos, actividades y productos de comunicación. Todo esto permitirá una mayor confianza y apropiación de la gestión de las otras.

Interés

La demanda de información por parte de los interlocutores externos es enorme, y ese interés y expectativa que existe con relación al Programa Parques en Peligro dentro de la Biorreserva del Cóndor debe ser aprovechado.

Apertura

Así mismo, la apertura de los medios masivos de comunicación, tanto nacionales como locales (45 medios registrados) a dar un espacio de comunicación tiene que traducirse en proyectos o actividades concretas de comunicación, lo más pronto posible.

Alternativas

Los medios de comunicación no masivos como los espacios no formales también tienen un gran potencial que hasta ahora ha sido subutilizado.

Literatura citada

- Astorga, A. & B. van der Bijl. 1994. Manual de Diagnóstico Participativo. Centro de Educación Popular. Quito.
- Bernard, R. 1994. Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches. SAGE Publications. California.
- Camacho, J. *en prep.* Plan de Educación e Interpretación Ambiental para el Centro de Conservación de la Fundación Pro-Bosque. Guayaquil.
- Camacho, J., R. Narváez & S. Flores. 2000. Diagnóstico Socioambiental y de Necesidades Educativas de San Vicente, Parque Nacional Sangay. Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- CIESPAL. 1998. Marco Teórico Referencial. Proyecto "Estudio de Mercado, Diseño, Producción y Pautaje para las Campañas Públicas de Información y Educación sobre la Biodiversidad y el Sistema Nacional de Áreas Protegidas". Proyecto INEFAN/GEF. Quito.
- Cohen, L. & L. Manion. 1994. Research Methods in Education. Routledge. London.
- Cuéllar, J. 1995. Manual para el Diagnóstico de Problemas Ambientales a Nivel Barrial. Municipio del Distrito Metropolitano de Quito/Instituto de Capacitación Municipal. Quito.
- Cuesta, F. 1998. Actitudes de las Comunidades de Oyacachi y Sardinas sobre el Oso Andino (*Tremarctos ornatus*), Reserva Ecológica Cayambe Coca, Ecuador. Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- Cuesta, F., J. Camacho, S. Martínez. 1998. Plan de Educación y Capacitación Ambiental para las Comunidades Relacionadas con la Conservación del Oso Andino, Reserva Ecológica Cayambe Coca. Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- Cuesta, F. & J. Camacho. 1998. Memorias del Primer Taller: Incorporación de la Educación Ambiental como Eje Transversal del Pénsum Oficial de Estudios de la Escuela "Rafael Ferrer". Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- Debus, M. 1988. Manual para Excelencia en la Investigación mediante Grupos Focales. HealthCom. Washington D.C.
- Fetterman, D. 1989. Ethnography Step by Step. SAGE Publications. California.
- Fiallo, E. & Jacobson S. 1995. Local Communities and Protected Areas: Attitudes of Rural Residents Towards Conservation and Machalilla National Park, Ecuador. Environmental Conservation **22**(3:241-249).

- Flores, S., P. Viteri & F. Cuesta. 1999a. Diagnóstico Sociopedagógico y de Necesidades Educativas enfocado al Oso de Anteojos (*Tremarctos ornatus*) y al Tapir de Altura (*Tapirus pinchaque*) en una Escuela de la Parroquia de Cosanga, Zona de Amortiguamiento de la Reserva Ecológica Antisana (REA). Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- Flores, S., C. Chiriboga, P. Viteri & F. Cuesta. 1999b. Diagnóstico Socioambiental y de Necesidades Educativas de Santa Lucía del Bermejo y San José de El Tablón Alto y el Tambo, Zona de Amortiguamiento de la Reserva Ecológica Antisana (REA). Proyecto "Conservación del Oso Andino"/EcoCiencia. Quito.
- Jacobson S. & S. Marynowski. 1996. Public Attitudes and Knowledge about Ecosystem Management on Department of Defense Land in Florida. *Conservation Biology* **11**(3:770-780).
- Jacobson, S. 1995. *Conserving Wildlife: International Education and Communication Approaches*. Columbia University Press. New York.
- Jacobson, S. 1999. *Communication Skills for Conservation Professionals*. Island Press. Washington D.C.
- Kellert, S. 1985. Public Perceptions of Predators, Particularly the Wolf and the Coyote. *Biological Conservation* **31**:167-189.
- Kellert, S. 1994. Public Attitudes toward Bears and their Conservation. *Int. Conf. Bear Res. and Mange.* **9**:43-50.
- Paredes, R., J. Calvopiña & A. Buitrón. 1998. Plan de Manejo de la Reserva Ecológica Cayambe Coca. Fundación Antisana/Proyecto SUBIR II/Proyecto INEFAN-GEF. Quito.
- Ruiz, A. en prep. Informe sobre los guardaparques comunitarios. Fundación Antisana. Quito.
- Sánchez-Parga, J. 1997. La Participación en los Proyectos de Desarrollo en Sánchez-Parga, J., M. Salas, G. Rengifo, C. Brenes, M. Machaca, G. Tobar & X. Izko. *Enfoques Participativos para el Desarrollo Rural*. CAAP. Quito.
- Schönhuth, M. & U. Kievelitz. 1994. Diagnóstico Rural Rápido: Métodos Participativos de Diagnóstico y Planificación en la Cooperación al Desarrollo. GTZ. Eschborn.
- Selener, D., N. Endara & J. Carvajal. 1997. *Guía Práctica para el Sondeo Rural Participativo*. Instituto Internacional de Reconstrucción Rural. Quito.

- Skov, F. 1997. Physical Setting. Pp. 13-14 en DIVA. Oyacachi-people and biodiversity. Technical Report 2. DIVA. Denmark.
- Ulloa R., R.E. Ruiz, J. Enríquez, L. Suárez, J. Rivas, R. Andrade & E. Rivera. 1997. La Situación de las Áreas Naturales Protegidas en el Ecuador. Proyecto INEFAN/GEF. Quito.
- Wells, M., K. Brandon & L. Hannah. 1992 . People and Parks, Linking Protected Areas Management with Local Communities. The World Bank. Washington D.C.

Lista de Anexos

- Anexo 1.** Guía de preguntas para la entrevista a actores clave, la lista de personas que fueron entrevistadas
- Anexo 2.** Guía de preguntas para las entrevistas grupales a las organizaciones socias
- Anexo 3.** El listado de las personas que participaron en estas entrevistas grupales
- Anexo 4.** Agenda del Taller de socios
- Anexo 5.** Guía de preguntas para la encuesta a las organizaciones asociadas a la Biorreserva del Cóndor
- Anexo 6.** Listado de organizaciones asociadas a la Biorreserva del Cóndor que fueron entrevistadas y sus datos generales
- Anexo 7.** Guía de preguntas para la entrevista a medios locales, televisión
- Anexo 8.** Guía de preguntas para la entrevista a medios locales, radio
- Anexo 9.** Guía de preguntas para la entrevista a medios locales, impresos
- Anexo 10.** Propuesta conceptual que permitió la aclaración y discusión de conceptos básicos sobre la comunicación
- Anexo 11.** Resultados del Taller de Socios (definición preliminar de la misión de la BRC, así como las distintas organizaciones socias)
- Anexo 12.** Detalle de respuestas de la encuesta realizada a organizaciones relacionadas a la Biorreserva del Cóndor

Anexo 1**Guía de preguntas para la entrevista a actores clave**

Fecha:

Nombre de la persona entrevistada

Nombre de la organización:

1. ¿Cuál es la relación de su organización con la Biorreserva del Cóndor?
2. Desde su experiencia, ¿en qué le beneficiaría una Estrategia de Comunicación a la Biorreserva? Y a los procesos de conservación, en general.
3. ¿En qué le beneficiaría una Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor, a su trabajo?

Las personas entrevistadas fueron:

Martha Echavarría

Ecodecisión

Anexo 2
**Guía de preguntas para las entrevistas grupales a las organizaciones
socias**

Fecha:

Nombre de la organización:

4. ¿Cuenta su organización con personal especializado en alguna área de comunicación?

Si existe, llene la siguiente información:

Nombre	Especialidad	Experiencia (en años y proyectos)

5. ¿Existe alguna persona sin especialización académica que realizar actividades de comunicación?

Nombre	Especialidad	Experiencia (en años y proyectos)

6. Entre su personal(en Quito o en el campo) ¿hay la experiencia y la disponibilidad de tiempo para realizar las siguientes tareas?

Productos de comunicación a producir	Nombre de las personas que lo pueden hacer
Redacción de textos divulgativos (para diarios y revistas)	
Redacción de textos científicos (revistas científicas, ponencias para congresos)	
Elaboración de gráficos divulgativos	
Guiones para radio o televisión	
Producción de radio o televisión	
Grabación de vídeo y	
Fotografía	
Cartelera y Periódicos comunitarias	
Charlas a comunidades	
Charlas divulgativas (Municipios, ONGs, Ogs)	
Elaboración de material didáctico (cartillas, manuales)	
Presentaciones en computadora	
Otros	

4. ¿Cuenta con un lugar donde realizar talleres de capacitación, ruedas de prensa, presentación de resultados? ¿Para cuántas personas es el auditorio?

Lugar (especifique)	Capacidad

5. ¿Con cuál de los siguientes equipos audiovisuales cuenta y estarán disponibles para actividades de comunicación en la Biorreserva?

Haga una **X** en el casillero correspondiente y especifique el número

Equipo	Número
Data show	
Computadora portátil	
Televisión	
VHS	
Radiograbadora	
Proyector de acetatos	
Proyector de diapositivas	
Filmadora	
Cámara	
Cámara digital	
Grabadora periodistas	

6. ¿Con qué material educativo/comunicativo cuenta y qué se puede utilizar para actividades de comunicación futuras?

Material impreso:	
Archivo fotográfico (número de fotografías, temáticas, disponibilidad):	
Archivo de video:	

7. ¿Qué actividades de comunicación ha realizado su organización en la BRC en los últimos 3 años?

Actividad	Audiencia	Lugar	Resultados

8. ¿Qué actividades de comunicación tiene planificadas para los próximos 4 años?

9. ¿Cuenta con recursos financieros para realizar actividades de comunicación?

10. ¿Cómo calificaría usted la comunicación con los socios del proyecto?

	Buena	Regular	Mala	Qué problemas específicos ha encontrado y cómo cree que se pueden solucionar
The Nature Conservancy				
Fundación Artesana				
Fundación Ecológica Rumicocha				

11. ¿Cómo calificaría usted la comunicación interna dentro Ministerio del Ambiente?

	Buena	Regular	Mala	Problemas específicos que ha encontrado
Planta Central				
Distrito Regional (especifique)				
Área Protegida (especifique)				

12. ¿Que medios de comunicación (radio, prensa o televisión) existen en la zona que deben ser contactados?
13. Identifique espacios informales de comunicación (ferias, festivales, aniversarios, fiestas patronales) en su zona.
14. Identifique públicos meta que considere prioritarios en su zona

Anexo 3**Lista de las personas que participaron en las entrevistas grupales de las organizaciones socias****The Nature Conservancy: 3 personas**

Paulina Arroyo (Coordinación PEP)
Silvia Benítez (Coordinación Proyectos Programa Ecuador)
Omar Tituaña (Asistencia de Oficina)

Fundación Ecológica Rumicocha: 6 personas

Fausto Tituaña (Dirección Ejecutiva)
Juan Colcha (Coordinación PEP)
Edison Mejía (Control y Vigilancia Ambiental Oyacachi y Papallacta)
Eduardo Cevallos (Desarrollo Comunitario del Valle del Quijos y del Aguarico)
Jerson Arias (Ecoturismo y Educación Ambiental)
Claudia Nuñez (Educación Ambiental)

Fundación Antisana: 6 personas

María Elena Jervis (Dirección Ejecutiva)
Armando Ruiz (Biodiversidad y Áreas Protegidas),
Alex Mauricio Leguizamo (Sistemas Productivos)
Nadesha Montalvo (Comunicación),
Isabel Murillo (Desarrollo Comunitario)
Gustavo Mosquera (Coordinador Proyecto Parques en Peligro)

EcoCiencia: 9 personas

Francisco Cuesta (Coordinación PEP)
Gioconda Remache (SIG)
Jaime Camacho (Coordinación Planes de Acción)
Rossana Manosalvas (Asistencia Técnica Comunicación Ambiental)
Fabricio Guamán (Sistema de Información BRC)
Johanna Guaranda (Asistencia Administrativa)
Maliki Sáenz (Asesoría Sistemas de Información)
Gloria Alvarado (Botánica, Caracterización Vegetal)
Alvaro Tapia (Asistencia Logística)

Ministerio del Ambiente**Parque Nacional Cotopaxi: 1 persona**

Franklin Díaz (Responsable de Área)
Guardaparques

Parque Nacional Llanganates: 3 personas

Mario Andino (Responsable de Área)
Orley Ochoa (Comunicación)
Edwin Machado

Reserva Ecológica Cayambe-Coca: 3 personas

Zona Alta
Luis Martínez (Responsable de Área)
Polo Cuasque
Zona Baja
Holguer Verdesoto

Ministerio del Ambiente (Planta Central): 2 personas

Laura Altamirano (Dirección de Áreas Naturales y Biodiversidad)
Carmen Santillán, Departamento de Comunicación - Subsecretaría de Desarrollo Organizacional

Ecodecisión (1 persona)

Marta Echavarría

Hay un total de 34 personas entrevistadas.

Anexo 4
AGENDA DEL TALLER DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA BIORESERVA DEL CÓNDOR

Oficinas de EcoCiencia en Quito, Jueves 20 de febrero de 2003

Horario	Actividad	Responsables
9:00-9:15	Bienvenida	Francisco Cuesta. EcoCiencia
9.15 a 9:45	Presentación de la Agenda del Taller	Jaime Camacho. EcoCiencia
9:45 a 10:30	Algunos conceptos de la Comunicación en los que debemos estar de acuerdo	Jaime Camacho y Rossana Manosalvas, EcoCiencia
10:30 a 13:00	La Estrategia de Comunicación	Jaime Camacho y Rossana Manosalvas, EcoCiencia
13:00 a 13:30	Conclusiones finales	

Anexo 5

Guía para la encuesta a las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales con influencia en zona de la Biorreserva del Cóndor

Persona a la que se entrevista: _____

Cargo que ocupa en la organización: _____

1. ¿Conoce usted el proyecto Biorreserva del Cóndor?

2. Si lo conoce, ¿sabe qué organizaciones participan en la ejecución del mismo? Mencíonelas (5).

FUNAN		EcoCiencia	
FER		MAE	
TNC			

3. ¿Conoce las áreas protegidas que se encuentran dentro del área del proyecto Biorreserva del Cóndor? Mencíonelas (7).

<i>Antisana</i>		<i>Cotopaxi</i>	
<i>Sumaco Napo Galeras</i>		<i>Cofán Bermejo</i>	
<i>Cayambe Coca</i>		<i>Llanganates</i>	
<i>Pasochoa</i>			

EXPLICACIÓN DEL PROYECTO

La Biorreserva del Cóndor es un nuevo concepto de manejo que trata de aglutinar los esfuerzos de organizaciones del gobierno y de ONGs en un área extensa, que cubre toda la región de las estribaciones orientales de los Andes del Norte y Centrales del Ecuador. Es una región de 3 millones de ha, que va desde la frontera con Colombia hasta la carretera Ambato-El Puyo.

4. ¿Le gustaría recibir información sobre este proyecto? Sí o No.

¿Qué temas serían de su interés?	
Información ambiental	Áreas protegidas Metodologías para la Conservación Principales problemas ambientales
Información social	Principales actividades económicas en la región Principales obras de infraestructura Principales problemas sociales en la región
De otra índole	Proyectos en la zona

5. ¿A través de qué medio le gustaría recibir esta información?

Correo electrónico:	
Fax:	
Dirección (ciudad)	

Anexo 6 Lista de organizaciones asociadas a la Bioreerva del Cóndor que fueron encuestadas						
Organización	Nombre	Cargo	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax	Organización
Fundación Jatun Sacha	Marcia Peñafiel	Coordinadora Técnica de Proyectos	2432240	2432346	2453 583	Fundación Jatun Sacha
Fundación Supervivencia Cofán	Freddy Espinoza	Director de Comunicación	2470 946	99700220	2470 946	Fundación Supervivencia Cofán
PROFAFOR	Luis Fernando Jara	Director Ejecutivo	2257016	2257017	2267651	PROFAFOR
Fundación Zoológica del Ecuador	Carolina Jijón	Presidenta	2244608			Fundación Zoológica del Ecuador
Wildlife Conservation Society	Amanda Jorgenson	Coordinadora WCS Ecuador	2240702			Wildlife Conservation Society
CEPEIGE	Ing. Filemón Valencia	Director	2237725	2237733	2509122	CEPEIGE
CECIA	Sandra Looz	Directora Ejecutiva	2271 800	2249968		CECIA
Red Agroforestal Ecuatoriana	Adelaida Matamoros	Directora Ejecutiva	2227977		2237973	Red Agroforestal Ecuatoriana
SNV	Rene Van der - Poel	Director Ejecutivo	2502541			SNV
Consejo Municipal	Nombre	Unidad de Gestión Ambiental	Teléfono 1	Teléfono 2	Fax	Consejo Municipal
Tena	Ing. Giovanni Navarrete	Jefe de Dirección de Agua Potable	6886611		6886401	Tena
Cascales	Genaro Ortiz	Monitor Ambiental	6800023	6800203 cas	6800044	Cascales
Quijos	Ing. Julio Fonseca o Amparo Ramos	Unidad Municipal de Desarrollo Sustentable	6320158		6320706	Quijos
Archidona	Ing. Cueva	Director de Obras Públicas	6899159		6889176	Archidona
CJ Arosemena	Octavio Márquez	Alcalde	3884143	3884144	99849534	CJ Arosemena
Consejos Provinciales	Subdirección Ambiental		Teléfono 1	Teléfono 2	Fax	Consejos Provinciales
HCP Napo	Mónica Castro Arq. Fernando Barsuto	Unidad de Desarrollo Social y Comunitario	6886428	6886058 6887495 6887760	6870125	HCP Napo
HCP Pichincha	Alberto Sánchez	Subdirector Ambiental	2527077	2527268		HCP Pichincha
HCP Sucumbios	Agr. Valerio Greña, Neptali Freire	Director Unidad Ambiental	6880833	6832126	6880574	HCP Sucumbios
HCP Orellana			6880574	6880833		HCP Orellana
Varios	Director/a		Teléfono 1	Teléfono 2	Fax	Varios
Cervecería Andina	Jofrey Murgueitio	Jefe de Mercadeo	2893104 Ext. 222	28919 04		Cervecería Andina
Fundación Terra	Hernán de la Cadena	Director Ejecutivo	2557850	6320 622	6320623	Fundación Terra
Unidad Educativa SEC	Janeth Ormedo	Directora	2343239	2342 654		Unidad Educativa SEC
FUNDACYT	Renato Valencia	Director	2505142	2506540	2509054	FUNDACYT

Anexo 7
Guía de preguntas para la encuesta a medios locales
Televisión

Nombre:

Entrevistado:

Teléfono:

Fax:

Dirección:

Ciudad:

Correo electrónico:

Página Web:

Preguntas:

1.- En qué canales salen al aire? ¿y para que regiones?

2.- ¿Qué cobertura tiene la emisora? (asegurarse que nos digan las ciudades)

3.- ¿Existe alguna persona que trabaje el tema del ambiente en el medio? ¿Cuál es el nombre?

Información para contacto (teléfono y correo electrónico).

4.- ¿El canal tiene programas ecológicas o relacionadas con la agricultura? ¿Cómo se llaman, en qué horarios se transmiten?

5.- ¿Cómo podemos enviar información a sus noticieros? Medios que utilizan (fax, correo electrónico, boletines) y persona contacto.

6.- ¿Tendrían interés en producir programas sobre ambiente?

7.- ¿ En que temas ambientales le gustaría recibir capacitación?

8.- Pedir costos de publicidad (anuncios) considerando que somos un proyecto formado por organizaciones sin fines de lucro. Esto lo pueden mandar por fax o correo electrónico.

9.- ¿Es posible tener un espacio semanal pagado para el proyecto? ¿A qué costo y e qué condiciones?

Fecha de la entrevista:

Anexo 8
Guía de preguntas para la encuesta a medios locales
Radio

Nombre:
Entrevistado:
Teléfono:
Fax:
Dirección:
Ciudad:
Correo electrónico:
Página Web:
Preguntas:

- 1.- En qué frecuencias están y para qué región? (por ejemplo 98.4 FM para la Sierra) Si son varias apuntarlas con su región respectiva.
- 2.- ¿Qué cobertura tiene la radio? (asegurarse que nos digan las provincias)
- 3.- ¿Existe alguna persona que trabaje el tema del ambiente en el medio? ¿Cuál es el nombre? Información para contacto (teléfono y correo electrónico).
- 4.- ¿La radio tiene programas ecológicas o relacionadas con la agricultura? ¿Cómo se llaman, en qué horarios se transmiten?
- 5.- ¿Cómo podemos enviar información a sus noticieros? Medios que utilizan (fax, correo electrónico, boletines) y persona contacto.
- 6.- ¿Tendrían interés en producir programas sobre ambiente?
- 7.- ¿En que temas ambientales le gustaría recibir capacitación?
- 8.- Pedir costos de publicidad (anuncios) considerando que somos un proyecto formado por organizaciones sin fines de lucro. Esto lo pueden mandar por fax o correo electrónico.
- 9.- ¿Podríamos tener un espacio semanal pagado para el proyecto? ¿A qué costo y en qué condiciones?

Fecha de la entrevista:

Anexo 9**Guía de preguntas para la encuesta a medios locales
Medios Impresos**

Nombre:
Entrevistado:
Teléfono:
Fax:
Dirección:
Ciudad:
Correo electrónico:
Página Web:

Preguntas:

- 1.- En qué lugares se distribuye el medio? Ciudades y Provincias.
- 2.- ¿Con qué periodicidad circula? (diaria, semanal o mensual)
- 3.- ¿Existe alguna persona que trabaje el tema del ambiente en el medio? ¿Cuál es el nombre? Información para contacto (teléfono y correo electrónico).
- 4.- ¿Tiene secciones ecológicas o relacionadas con la agricultura fijas? ¿Cada cuanto aparecen?
- 5.- ¿Cómo podemos enviar información? Medios que utilizan (fax, correo electrónico, boletines)
- 6.- ¿Tendrían interés generar una sección permanente sobre ambiente?
- 7.- ¿ En que temas ambientales le gustaría recibir capacitación?
- 8.- Pedir costos de publicidad (anuncios) considerando que somos un proyecto formado por organizaciones sin fines de lucro. Esto lo pueden mandar por fax o correo electrónico.

Fecha de la entrevista:

que ver con el significado, pero las características físicas del canal limitan el medio y los mensajes que puede llevar.

Los medios se desarrollan de acuerdo a las condiciones físicas del canal. La TV no puede ser interactiva porque sus canales la limitan, el Internet sí.

Medio: es el desarrollo de tecnología que amplía los canales y el rango y la velocidad de la comunicación. El hablar, escribir, hacer gestos o caras, vestir y bailar pueden ser medios de comunicación.

Cada medio es capaz de transmitir un mensaje a través de un canal o canales. Cada vez se habla más de MEDIO como los medios masivos de comunicación y específicamente sobre el desarrollo tecnológico por las que éstos son actualizados (TV, Radio, Prensa escrita, libros, fotografías, películas y discos, CD, internet).

La segunda definición dice que:

La COMUNICACIÓN es la *producción e intercambio de significados*.

Tiene que ver con cómo los mensajes interactúan con la gente para producir significados, está relacionado con el rol de los mensajes en nuestra cultura. Los malos entendimientos no son fallas del sistema de comunicación sino que pueden deberse a las diferencias culturales entre el EMISOR y el INTERLOCUTOR.

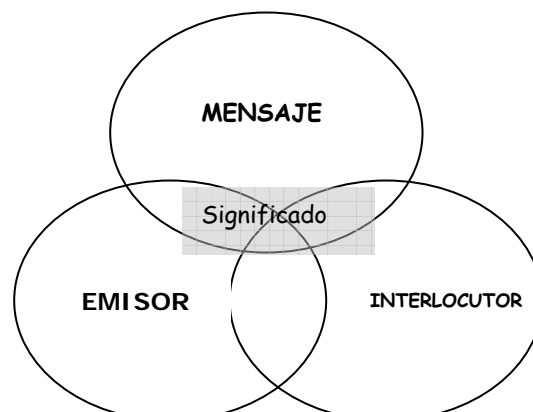
Aquí la comunicación depende de la interacción social, es decir lo que determina que una persona pertenezca a una sociedad o cultura. En este caso, la comunicación depende de cómo PERCIBA cada persona la realidad (de acuerdo a su historia personal, sus experiencias previas) lo que hará que DECODIFIQUE el mensaje de una manera propia. Además el INTERLOCUTOR responde no es un ente pasivo de la comunicación.

Es decir, el emisor, de acuerdo a sus propias percepciones, construye un mensaje, lo codifica y lo envía al INTERLOCUTOR que a su vez lo reconstruye de acuerdo a sus propias percepciones de la realidad y sus códigos.

Aquí hay que explicar qué es un CODIGO:

Código es un sistema de signos gobernado por reglas acordadas (explícitamente o implícitamente) entre los miembros de la cultura que los usa.

En este modelo no hay flechas sino relaciones entre cada uno de los elementos y la creación de significados.



Se puede pensar en un sistema de comunicación linear para efectos prácticos de trabajo pero es mejor pensar en espacios de comunicación que se abren y que dentro de contextos específicos permiten recoger las distintas representaciones de los públicos meta a los que queremos llegar.

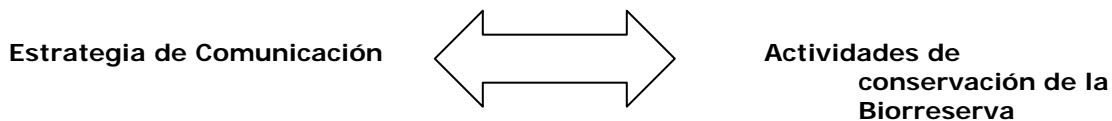
SEGUNDA PARTE:

LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Dentro de las actividades que como organizaciones socias nos hemos propuesto dentro de la BIORRESERVA DEL CÓNDOR está la comunicación. Al momento ya venimos haciendo comunicación al interior de cada organización, entre las organizaciones y desde las organizaciones con los distintos actores que tienen que ver con esta región.

Una **Estrategia de Comunicación**: es una serie de acciones programadas y planificadas, que se ejecutan de acuerdo a las prioridades establecidas, con objetivos claros y en un tiempo determinado.

La Estrategia de Comunicación se convierte en parte de todas las otras actividades que hacemos dentro de la Biorreserva: la investigación, la capacitación, los proyectos productivos, la vigilancia y el trabajo con las empresas privadas como la EMAP-Q y la OCP. Por lo tanto la Estrategia tiene que estar integrada a todas estas actividades debe recibir información de ellas y, en algunos casos tiene que darles insumos para cambiar el enfoque de algunas.



Por eso es importante que primero sepamos QUIÉNES SOMOS y QUÉ QUEREMOS. Cuando sabemos cuál es nuestra MISIÓN, podemos plantearnos OBJETIVOS claros, que se lograrán a través de ACTIVIDADES concretas. Debemos analizar cómo una ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN apoyaría a la mejor ejecución de éstas actividades y así lograr nuestros objetivos

Una ESTRATEGIA es específica y por lo tanto es aplicable a las realidades de la Biorreserva, dentro de su contexto socioambiental. Así mismo, los públicos a quienes nos vamos a dirigir tienen características sociales, culturales, económicas y percepciones del ambiente, específicos y para ellos vamos a construir esta ESTRATEGIA.

¿POR QUÉ ES BUENO TENER UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN?

Una Estrategia de Comunicación nos permitirá hacer la comunicación tanto interna como externa pero de manera más efectiva y eficiente, haciendo que usemos mejor nuestro tiempo y nuestros recursos económicos, humanos e institucionales.

Además, cuando tenemos una estrategia y no actividades de comunicación sueltas, podemos MEDIR nuestros resultados e impactos. podemos DIALOGAR y ESTABLECER NEXOS con nuestros interlocutores lograr TRANSFORMAR y SOCIALIZAR la información técnica al público en general, y finalmente,

lograr la **PARTICIPACIÓN REAL** de la gente en la conservación.

Bibliografía:

Fiske, J. 1990. Introduction to Communication Studies, Routledge, London.

O´Sullivan T, Hartley J., Saunders D. Montgomery M. y Fiske J. 1994, Key Concepts in Communication. Routledge, London.

Camacho, J. 2001. Estrategia de Comunicación para el Proyecto Conservación del Oso Andino, EcoCiencia. Quito.

Anexo 11

Resultados del Taller de Socios

Definición preliminar de la Misión y objetivos de las organizaciones socias en ese contexto

FUNAN es una ONG que trabaja por la conservación y uso sustentable de los RRNN en la BRC.

- Mantener y mejorar la calidad ambiental en la BRC; y contribuir al mejoramiento del bienestar de la población relacionada con la BRC.

TNC es una ONG internacional que trabaja para la conservación de las plantas y animales terrestres y acuáticas en el mundo.

- En la BRC coordinamos y facilitamos los procesos del Proyecto PEP y desarrollamos acciones políticas, investigación y planificación regional.
- Queremos conservar la BD y fomentar modelos de desarrollo compatible con la participación activa de socios y organizaciones en la BRC.

EcoCiencia es una organización que genera información ecológica y social base sobre los objetos de conservación para promover acciones de conservación sujetas a un criterio científico.

- Promueve procesos de educación (capacitación), comunicación y manejo de la información que faciliten la toma de decisiones sobre estos objetos de conservación
- Busca mantener la integridad y funcionalidad de los 7 paisajes que constituyen el complejo regional de la BRC

Rumicocha es una Organización comunitaria que diseña y ejecuta acciones de conservación de recursos naturales en la BRC

Objetivos

- Busca acentuar el criterio de manejo sustentable de los recursos naturales con énfasis en el Valle del Quijos y con perspectiva de ampliar su rango geográfico en la BRC

Ministerio del Ambiente es una entidad pública, rectora y controladora que trabaja en la conservación y protección de los recursos naturales mediante el SNAP y sitios de interés ambiental.

- Implementar la EPNB (falta complementar y discutir las competencias del MAE)

RECA Y es un área protegida que conserva y reserva los RRNN para ser utilizados racional y sustentablemente.

- Busca el empoderamiento de la comunidad en general en el uso racional de los recursos naturales que tiene la RECA Y.

ANEXO 12

Anexo 12 Detalle de respuestas de la encuesta realizada a organizaciones relacionadas a la Bioreserva del Cóndor																			
Organización	BRC		Organizaciones						total	Áreas Protegidas						total	Información		Necesidades de información específica
	si	no	An	Rum	TNC	Eco	Min	An		Su	Cay	Pas	Ctx	Cof	Lla		ambiental	social	
1 Fundación Jatun Sacha	x		x	x	x	x		4	x	x	x		x			4	x	x	social sobre las comunidades, sobre monitoreo
2 Fundación Supervivencia Cofán	x							0			x			x		2	x	x	proyecto, qué y dónde está trabajando, guardaparques comunitarios, monitoreo local
3 PROFAFOR	x				x	x		2								0			proyecto, acciones, resumen ejecutivo
4 Fundación Zoológica del Ecuador	x		x		x			3	x		x		x			3	x	x	educación, reintroducción
5 Wildlife Conservation Society	x		x		x	x		2	x							1			proyecto, obj. estrategias, cogestión con gob. locales y org indígenas, lecciones aprendidas
6 CEPEIGE	x							0								0	x	x	capacitación, recursos hídricos
7 CECIA	x		x	x	x	x		4	x		x					2	x		proyecto acciones, objetivos, problemas ambientales, cómo apoyar
8 Red Agroforestal Ecuatoriana	x							0								0	x	x	como participar agroforestería, educación para adultos, comunicación
9 SNV	x							0								0			áreas de trabajo, conocer la experiencia, retroalimentación
total	9	0	4	2	5	4	0		4	1	4	0	2	1	0		6	5	
Consejo Municipal																			
10 Tena		x						0								0	x	x	general
11 Cascales		x						0		x						1	x	x	general, objetivo principal, qué podemos hacer para participar
12 Quijos	x		x					1	x	x	x					3	x	x	sobre Quijos, cartografía
13 Archidona		x						0								0	x	x	Napo-Galeras, éxito de lo ambiental
14 CJ Arosemena		x						0								0	x	x	turismo, fauna y flora
total	1	4	1	0	0	0	0		1	2	1	0	0	0	0		5	5	
Consejos Provinciales																			
15 HCP Napo		x						0								0	x	x	unidad de desarrollo social y comunicación, creada hace 2 meses, turismo.
16 HCP Pichincha		x						0								0	x	x	bibliografía y cartografía
18 HCP Orellana		x						0								0	x	x	unidad ambiental con programas de educación y estudios de impacto ambiental
total		3														0			
Varios																			
19 Cervecería Andina		x						0								0			proyecto, estructura, objetivos, metas a corto y largo plazo, éxito hasta el momento
20 Fundación Terra	x				x			1								0			cómo potenciar la zona que es estratégica (termas), promoción usuario nacional y extranjero
21 Unidad Educativa SEC	x							0	x							1	x	x	educación
22 FUNDACYT	x		x		x			2	x		x		x			3	x	x	general, acciones concretas, objetivos, datos duros, tasas de deforestación, gente dentro de las AP, cacería, pesca, resumen ejecutivo impreso, temas de discusión por internet. Indicadores
Total	3	1	1	0	2	0			2	0	1	0	1	0	0		2	2	
GRAN TOTAL	13	8	6	2	7	4	0		6	3	6	0	3	1	0		15	14	

EcoCiencia es una entidad científica ecuatoriana, privada, sin fines de lucro cuya misión es fomentar la conservación de la biodiversidad mediante la investigación científica, la recuperación del conocimiento tradicional y la educación ambiental, impulsando formas de vida armoniosas entre el ser humano y la naturaleza.

El Programa "**Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor**" es una iniciativa de The Nature Conservancy (TNC) que a través de alianzas trabaja con las organizaciones socias como: Fundación Antisana (FUNAN), Fundación Ecológica Rumicocha (FER), EcoCiencia y el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE).

El enfoque del Programa en el Ecuador es promover procesos de conservación de la biodiversidad y de desarrollo, que mejoren la calidad de vida de la gente que vive y depende de la Biorreserva del Cóndor (BRC). El Programa se inició en octubre de 2001, con la visión de convertirse en un espacio y concepto de manejo modelo donde el desarrollo humano es compatible con la conservación de la biodiversidad.

Esta obra debe citarse de la siguiente manera:

Manosalvas R. & J. Camacho. 2003. Diagnóstico para la Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor. Programa "Parques en Peligro"/EcoCiencia. Quito

Este diagnóstico ha sido financiado por el Programa Parques en Peligro de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y The Nature Conservancy (TNC).

© EcoCiencia 2003

Francisco Salazar E14-34 y Av. Coruña
Teléfonos: 022 522999, 022 545999, 022 548752
Fax 022 522999
Casilla 17-12-257
Quito, Ecuador
Correo electrónico: osos@ecociencia.org

Diseño: Jaime Camacho y Rossana Manosalvas
Redacción: Jaime Camacho, Rossana Manosalvas
Edición y revisión de texto: Jorge Campaña e Ivonne Muñoz