

PROGRAMA PARQUES EN PELIGRO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA BIORRESERVA DEL CÓNDOR

Jaime Camacho
Rossana Manosalvas
Jorge Luis Campaña

ECOCIENCIA

Febrero 2004



Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor

1. Antecedentes

1.1 La Biorreserva del Cóndor

La Biorreserva del Cóndor (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 territorial concreto 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 encuentra 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. Esta cuenca es considerada uno de los puntos calientes de biodiversidad en el Mundo por su 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, como el abastecimiento de agua para el consumo humano, la producción hidroeléctrica y el riego de las regiones bajas y ciudades de la Sierra y Amazonía. En la región viven aproximadamente 200.000 personas y 2 millones dependen de sus recursos o afectan a la conservación de los mismos.

Existen tres polos de desarrollo en la región. El uno es el Distrito Metropolitano de Quito que se abastece de agua de tres de las áreas naturales de la Biorreserva. Desde Quito sale la carretera transoceánica que es la vía de acceso hacia la principal zona petrolera del país. Lago Agrio sería el otro polo de desarrollo en el norte de la región. Finalmente, hacia la zona central oriental del país está la ciudad del Tena que sería el tercer polo de desarrollo, donde las principales actividades serían la agrícola ganadera y el turismo.

A pesar de ser una zona rica, la dotación de servicios básico es muy variable. Es buena con relación a la electricidad, intermedia en agua potable y deficiente en los servicios de 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 minera. Finalmente, hay cacería ilegal y tráfico de vida silvestre y una intensa explotación forestal no sustentable.

Las más importantes actividades económicas son la ganadería extensiva, la agricultura a distintas escalas, desde grandes hacendados/as a pequeños/as propietarios/as cuyos fines son el autoabastecimiento o un mercado muy local (naranjilla, café y cacao); y en menor escala 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.

1.2 El Programa Parques en Peligro

El Programa Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor es una iniciativa de The Nature Conservancy (TNC) y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID). Bajo una propuesta de cogestión y alianzas esta iniciativa trabaja con las organizaciones ecuatorianas llamadas socias, estas son: Fundación Antisana (FUNAN), Fundación Ecológica Rumicocha (FER), EcoCiencia y el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) en sus varios niveles administrativos (Planta Central, Distritos Regionales y Oficinas de las Áreas Protegidas).

Esta iniciativa ha sido financiada por el Programa Parques en Peligro de TNC y 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 es compatible con la conservación de la biodiversidad.

El enfoque del Programa en 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).

Dentro del Programa se utiliza la *planificación para la conservación de sitios* que consiste en identificar prioridades para la conservación basándose en elementos clave para la biodiversidad (u objetos de conservación) y la problemática en torno a estos objetos. Para la BRC se han escogido 8 objetos de conservación, que son: el *oso andino*, *tapir de montaña*, *nutria neotropical*, *anfibios montanos*, *páramo húmedo*, *bosques montanos bajos*, *bosque piemontanos* y *bosques altos interandinos (bosque montano alto de las cordilleras occidentales)*. Estos objetos permitirán desarrollar estrategias de conservación y desarrollo y un sistema de monitoreo que facilite medir el impacto de las estrategias propuestas en el mediano y largo plazo.

Las organizaciones socias de esta iniciativa trabajan en la zona con una serie de actores locales de la sociedad civil y del gobierno (como asociaciones agrícolas y ganaderas, cabildos indígenas, comunidades campesinas e indígenas, gobiernos municipales, escuelas, colegios y ONG locales) pero buscan ampliar más su círculo de aliados y juntar sus esfuerzos de conservación a otros de la región.

2. Propuesta de la Estrategia de Comunicación

2.1 Justificación

Para lograr la generación de procesos de conservación a largo plazo, es necesario que todas las personas interesadas que habitan, influyen o son influidas por la Biorreserva del Cóndor conozcan, asuman y se apropien de las metas, objetivos, y acciones de desarrollo sustentable que se hayan propuesto para la región.

Posición política o Discurso Institucional

Es necesario que las organizaciones socias elaboren una posición política o discurso institucional que determine claramente el rol que asumen en la conservación y desarrollo de la zona.

Este discurso debe dejar claro:

- ¿Quiénes son?
- ¿Cuáles son sus propósitos?
- ¿Cómo los piensan lograr?

Debe estar claro que la propuesta de la BRC es muy respetuosa y por lo tanto trata de insertarse en los procesos y modelos de desarrollo locales, y no pretende establecer su propio modelo, sino facilitar o desencadenar la búsqueda de un modelo de desarrollo humano sustentable.

Este discurso no está elaborado aún pero para la Estrategia se han considerado algunos elementos preliminares como la visión de la Biorreserva (ver acápite 2.2).

En este caso, la Estrategia de Comunicación será esencialmente una herramienta para apoyar a los procesos de conservación de la Biorreserva. Por lo tanto, ésta va en función de las capacidades y necesidades comunicacionales de los actores e instituciones involucradas con la Biorreserva (donantes, ONG, gobiernos locales, comunidades, y entidades gubernamentales).

Como una advertencia a quienes vamos a implementar la Estrategia, se debe aclarar que la comunicación no resuelve los conflictos humanos alrededor de la conservación y el

desarrollo pero refuerza capacidades locales, pone información a la disposición y permite la toma de decisiones con mayores conocimientos y con mayor sensibilidad hacia la conflictividad ambiental y humana.

2.2 Objetivos

Partiendo de que la visión de la Biorreserva es la siguiente:

VISIÓN DE LA BIORRESERVA DEL CÓNDOR

Para 2015, en la Biorreserva del Cóndor se ha logrado un modelo de conservación de la biodiversidad, a partir de las estrategias de trabajo participativas con la sociedad civil y los gobiernos locales, que propende al desarrollo humano sustentable.

Y que en un taller las organizaciones socias definieron que,

La Estrategia de Comunicación de la BRC es 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 saberes, valores y prácticas que propendan al cumplimiento de la visión y misión de la BRC.

Se plantean los objetivos de la **Estrategia de Comunicación** así:

Generales

Proveer a las organizaciones socias del *Programa Parques en Peligro* de herramientas que les permitan establecer procesos y productos participativos de comunicación de calidad y coordinados entre ellas, y con otros grupos de interlocutores/as en la Biorreserva del Cóndor.

Específicos

- Mejorar la comunicación interna y crear un discurso común entre las organizaciones socias.
- Apoyar a la gestión del Programa, en general y específicamente a las actividades de conservación y desarrollo sustentable que realizan las organizaciones socias.
- Apoyar al mantenimiento y establecimiento de nuevas alianzas estratégicas con organizaciones que quieran involucrarse con la propuesta de conservación para la región.
- Dar a conocer los objetivos, el concepto, las metodologías y los resultados del Programa *Parques en Peligro* entre todos los actores involucrados para aportar a la discusión de la conservación a nivel nacional e internacional.
- Dar a conocer la propuesta de conservación participativa a los actores involucrados con la BRC y establecer con ellos espacios de diálogo que permitan integrar sus necesidades, demandas y aspiraciones con relación al desarrollo sustentable de la región.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 ¿Qué es la comunicación?

La comunicación es una dinámica en la que todos los seres humanos estamos inmersos de una u otra manera. Quizás, por este motivo es difícil dar un concepto de comunicación que satisfaga los intereses de todas las personas. En términos generales una llamada por teléfono, una carta, un programa de televisión, una conversación entre amigos, un afiche, un corte de pelo, una cartelera y hasta una canción son procesos de comunicación.

Para esta estrategia se ha planteado como concepto de comunicación al *proceso de poner cosas en común*. Este proceso tiene elementos que no se suceden de manera lineal, es decir uno después del otro.

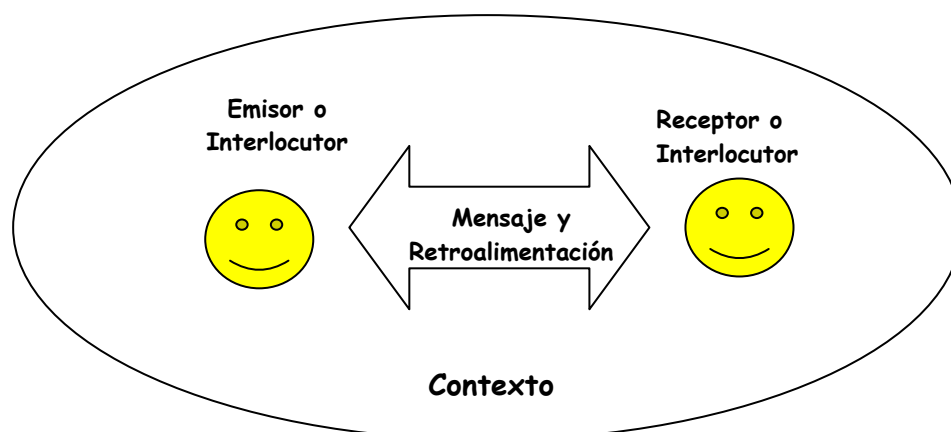
Por un lado, está un ente **emisor** (que puede ser una persona, varias personas o una organización). Este emisor transmite un **mensaje** a través de un medio (oral, escrito, visual). Para que exista comunicación debe haber siempre un **receptor** que recibe este mensaje y lo interpreta. El ciclo se cierra cuando el receptor reacciona a la comunicación recibida. A esto se llama **retroalimentación** que puede darse de forma directa (intercambio con el emisor) o de forma indirecta (un comportamiento relacionado con la comunicación, como por ejemplo: detenerse ante un semáforo en rojo).

Otro elemento importante en la comunicación es el **contexto** que incluye el ambiente en que el proceso ocurre, los conocimientos previos del receptor, el buen funcionamiento y la pertinencia del medio que se utiliza.

Si bien este modelo puede parecer determinista y manipulador, esto se soluciona si entendemos que es un proceso constante de ida y vuelta y no como una relación lineal y única. También pensamos que cuando se habla de los/as participantes en el proceso no se debe hablar de emisores o receptores sino de **interlocutores** e **interlocutoras**.

Interlocutores e interlocutoras, como seres humanos que pueden intercambiar ideas o significados y a través de este intercambio pueden producir nuevas ideas y significados (Prieto 1996).

GRÁFICO 1. DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN



Al ser un proceso inherentemente humano, la comunicación se hace muy compleja. La comunicación puede ser consciente e intencionada. Uno genera la comunicación para conocer a otra persona, para ordenar un trabajo, para compartir los resultados de un análisis, para pedir cosas. Pero la comunicación ocurre incluso si no tenemos intención de producirla. Nuestra forma de vestir, nuestros gestos, nuestros silencios también hablan por nosotros/as.

Es importante que se tomen en cuenta las dificultades que puede haber en los procesos de comunicación:

No tener claro el mensaje: Un problema puede ser que la gente que quiere comunicar algo no tenga claro lo que quiere decir y lo por tanto no pueda expresarlo de una manera correcta.

Pensar primero en el producto antes que en la gente: También sucede que muchas veces cuando queremos comunicar algo primero pensamos en los medios (una página web, un CD) y no en las personas con las que queremos comunicarnos y cómo ellas se comunican con más facilidad.

No escuchar el mensaje: Otro factor importante es la actitud que tengan las personas para comunicarse. Muchas veces aunque nos hablen, no escuchamos o distorsionamos las cosas de acuerdo a nuestros estereotipos.

La comunicación dentro de la cultura: es importante considerar que un factor que condiciona mucho a la comunicación es la cultura. Nuestro idioma, nuestras costumbres y nuestras maneras de analizar las cosas son parte de la cultura y todos esos elementos influyen en la efectividad de un proceso de comunicación determinado.

Para superar estas dificultades se propone una comunicación:

Proactiva.- que no busque solucionar problemas sino anticiparlos y prevenirlos.

Democrática.- que incluya a todas las personas y que todas tengan la oportunidad de expresarse.

Auténtica.- que sea sincera y transparente.

Basada en los/las interlocutores/as.- que se base en las características de los/las interlocutores/as, tanto aquellos(as) que hablan como los/las que escuchan.

2.3.2 La comunicación como herramienta para lograr la conservación

La conservación no solo tiene que ver con la biodiversidad o las áreas protegidas. Es un proceso social, político y cultural e inherentemente relacionado con la gente. La conservación busca el uso sustentable de los recursos naturales. Esto implica que la gente asuma su responsabilidad sobre el uso de los recursos naturales y así, pueda garantizar su propio bienestar y el de los demás; entre los demás estarían otros grupos minoritarios poco beneficiados y las futuras generaciones que habitan y habitarán en el planeta.

La conservación no puede ser exitosa si quienes la promueven y trabajan por ella no utilizan la comunicación como una herramienta de información y de transformación social. Esto es, como una forma de crear espacios democráticos de intercambio y construcción de saberes que permitan una nueva ética sobre el ambiente, y una nueva manera de resolver conflictos sobre el acceso, uso y beneficio de los recursos naturales.

Los proyectos de conservación han utilizado la comunicación como una herramienta para informar y persuadir, pero su verdadero papel es el abrir espacios de diálogo donde se proponen las ideas de la conservación y se escuchan las otras propuestas, para finalmente llegar a acuerdos.

A partir de estas varias maneras de hacer comunicación (informando, persuadiendo y dialogando), se puede aportar a la conservación desde varios ámbitos.

Si se entiende que los/as interlocutores/as son tanto las organizaciones de intervención como las poblaciones locales (comunidades, gobiernos locales), la comunicación puede:

- Lograr que se intercambien y nivelen saberes (provenientes tanto de las ciencias occidentales como de las tradicionales y de lo empírico) que permitan discusiones más ricas y provechosas en el tema de la conservación y el desarrollo sustentable; e incluso, el apoyo para el desarrollo de políticas ambientales.

- Mejorar las capacidades técnicas de quienes están usando los recursos naturales, fomentando la aplicación de prácticas de manejo sustentable en sus actividades productivas.
- Mejorar el conocimiento de los grupos de interesados sobre los beneficios de la biodiversidad y de los recursos naturales; y fomentar el uso de productos y servicios de la biodiversidad.
- Desarrollar una nueva ética entre los grupos de interés que les impulse a tomar decisiones más responsables y acordes con la sustentabilidad social, ambiental y económica.
- Coordinar acciones, evitar duplicaciones de esfuerzos en la conservación y establecer líneas de cooperación entre los actores interventores de la zona.
- Incorporar criterios de sustentabilidad al discurso de los sectores privados y el de tomadores/as de decisiones y hacedores/as de políticas

2.3.3 Procesos de la Comunicación

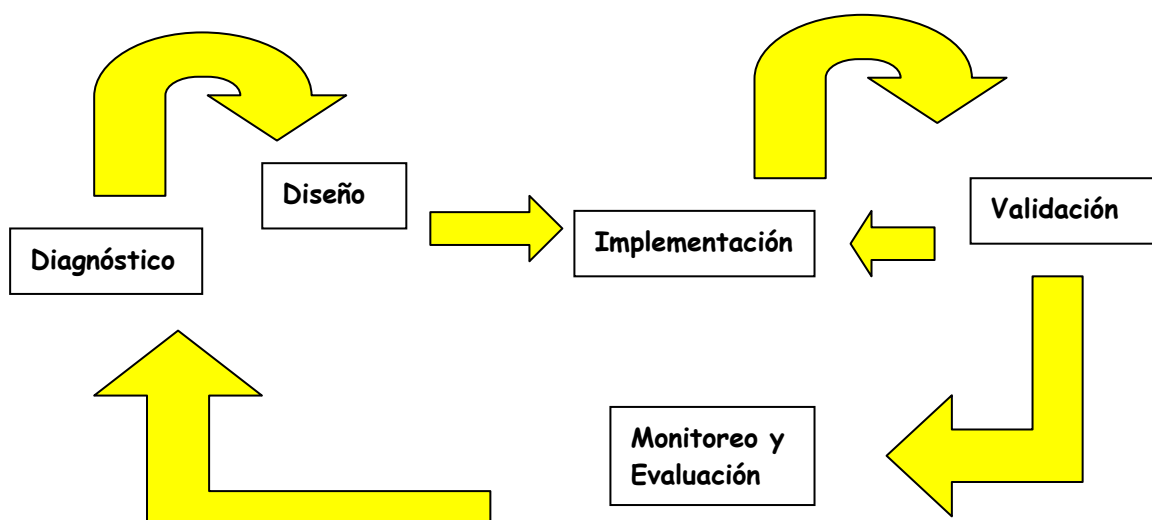
Los procesos de comunicación deben ser circulares (Gráfico 2). Deben empezar con un **diagnóstico** del contexto social, político, económico y ambiental de la población con la que se quiere trabajar. Además, es importante conocer sus conocimientos, actitudes y prácticas respecto a los temas de interés. También es importante evaluar la capacidad de las diferentes instituciones de liderar procesos de comunicación, la disponibilidad de medios de comunicación y las experiencias previas de comunicación o relacionadas con el tema de interés.

Luego, con estos insumos, se entra al **diseño participativo** de la estrategia o un plan de comunicación. Esta estrategia o plan debe plantear un marco conceptual de referencia que determine el cómo del desarrollo de las actividades y productos de comunicación para cumplir con los objetivos planteados y un **modelo de ejecución** que le dé operatividad.

El siguiente paso es la **implementación** de la estrategia. La implementación se ocupa del diseño, producción de materiales y establecimiento de canales de comunicación. Antes de producir masivamente cualquier material de comunicación se debe **validarlo**. Muchas veces puede suceder que no hayamos logrado articular un mensaje coherente o adaptado a nuestros(as) interlocutores/as

Durante el proceso de implementación se debe realizar un **monitoreo** de la efectividad de las acciones planteadas y los impactos que han tenido. Este debe ser el insumo principal para realizar una **evaluación** periódica que permita hacer las modificaciones correspondientes en la estrategia. Por lo tanto, es importante no pensar en la estrategia o plan como un documento final sino como un proceso permanente.

Gráfico 2. PROCESO DE COMUNICACIÓN



En el caso de la Estrategia de Comunicación de la Biorreserva del Cóndor, se han realizado el diagnóstico y diseño.

De acuerdo a los principios de trabajo, el proceso fue ampliamente participativo.

1. El Diagnóstico tuvo como punto de partida un taller con las organizaciones socias donde se definieron los productos esperados, hubo un común acuerdo sobre conceptos básicos en comunicación y en los temas de interés a añadir en la investigación.

En el documento de Diagnóstico (Manosalvas & Camacho, 2003) se pueden ver con detalles los siguientes pasos:

- A través de entrevistas grupales, un taller con organizaciones socias y una revisión bibliográfica se determinó *la capacidad y disponibilidad de los socios para participar en la Estrategia de Comunicación*.
- A través de una revisión bibliográfica, una encuesta a organizaciones socias y entrevistas a actores clave se determinaron *las necesidades de comunicación de los interlocutores/as identificados, y*
- A través de una encuesta a medios de comunicación, encuestas a organizaciones socias y revisión bibliográfica se determinó *la disponibilidad de los medios y espacios de comunicación en la BRC para utilizarlos en la Estrategia de Comunicación*.

2. Para el Diseño se socializaron los resultados a través de un taller con las organizaciones socias y se recogieron insumos para la estrategia. En esta fase se definieron más claramente los objetivos y principios de trabajo, así como

las principales líneas de acción, los compromisos y los modelos de trabajo para la futura implementación de la Estrategia.

Finalmente el equipo técnico desarrolló y redactó el documento final de la Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor.

2.3.4 Principios de la Estrategia para la Biorreserva del Cóndor

La Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor tendrá las siguientes características:

- **Se basará en procesos no en productos**

La comunicación es un proceso, por lo tanto la estrategia debe ser un proceso. Es común que cuando se piensa en comunicación primero se piense en los productos y luego en la gente, en el contexto en la que se va a desarrollar, en las formas de difusión y distribución de esos productos. Por ejemplo, muchas veces se produce un CD con la información recopilada. Pero resulta que los/as interlocutores/as no tienen computadora y por lo tanto el producto solo sirve para un grupo reducido de personas y no cumple la función para la cual fue producido.

Además, como la situación es cambiante se debe pensar en un sistema de comunicación que nos permita adaptarnos a los cambios y que no maneje a la estrategia como un cúmulo de productos sino como la realización organizada de actividades (diagnósticos, reproducción, validación, producción, reproducción y distribución).

Dentro de la Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor se proponen 3 procesos:

- a) Comunicación interna
- b) Comunicación para mejorar el conocimiento sobre nuestros interlocutores/as y,
- c) Comunicación con interlocutores/as externos/as

Más adelante se describe cada proceso.

- **Fomentará la búsqueda de identidad**

Para que la gente quiera conservar algo debe conocerlo, tener algún sentido de pertenencia y beneficio respecto a lo que se quiera conservar. Nadie conserva lo que no siente como suyo, por lo tanto es importante construir o rescatar un sentido de identidad (a nivel personal, familiar y colectivo) por parte de los distintos grupos humanos con relación a ese espacio geográfico que es la Biorreserva del Cóndor.

Todas las actividades de comunicación deben enfocarse al rescate y promoción de un sentido de identidad colectiva y de pertenencia sobre la Biorreserva del Cóndor. Se debe fomentar el que las personas se sientan orgullosas y privilegiadas de vivir en esta zona asociada a una de las diversidades más grandes del planeta, pero también que se sientan con capacidad de incidir en la toma de decisiones con relación a este espacio geográfico, político y social.

Es necesario determinar las diversas visiones e identidades de los distintos grupos humanos (de los que habitan en ella y de aquellos grupos humanos que la afectan o se ven influenciados por esta región) con relación al entorno natural y a la Biorreserva. Esta tarea puede ser complicada por el poco tiempo que han vivido ciertos humanos en el lugar. Esto no quiere decir que las personas no tengan identidad, pero tienen una tradición cultural basada en otros contextos ambientales.

A partir del reconocimiento de las distintas identidades se puede ir construyendo una identidad relacionada con la región de la Biorreserva del Cóndor.

- **Tendrá un sistema para escuchar**

La Estrategia “escuchará” a la gente. No se trata de utilizar a la comunicación como una herramienta de persuasión sino de intercambio y diálogo de saberes. Antes de hablar o decir, se buscará escuchar el sentir y parecer de la gente. Así mismo, todos los procesos y productos de comunicación incluirán mecanismos de retroalimentación, que darán cuenta de si el mensaje fue recibido y si fue recibido de la manera propuesta, de si los temas fueron de interés para el grupo de interlocutores, y finalmente de sus reacciones (respuestas) frente a ese mensaje. Todo esto es parte de un sistema de monitoreo y evaluación, por lo tanto se debe incluir las percepciones y pareceres sobre la calidad de los procesos y productos de comunicación.

Se respetarán todos los criterios. Todos los/as interlocutores/as tienen algo que decir. Ninguna opinión tiene más valor que la otra. La comunicación procurará poner estos distintos criterios en una mesa de diálogo que permita su discusión y llegar a acuerdos, consensos y concertaciones.

- **Generará espacios de participación**

La participación es esencial para cualquier proceso de conservación de los recursos naturales. Por lo tanto, la comunicación pretende fortalecer las capacidades de la gente para una participación más informada.

La participación también se entiende como los aportes que diferentes organizaciones o personas pueden hacer en los procesos de comunicación (desde la planificación, implementación y evaluación de la Estrategia). La participación activa de los distintos grupos de interlocutores/as logrará una mayor apropiación de los procesos de comunicación. Se debe buscar un equilibrio entre la mayor participación y la agilidad en el desarrollo de los procesos.

- **Será adaptable**

La situación social, económica, política y ambiental de la Biorreserva es dinámica y cambiante. Por lo tanto, la estrategia será adaptable a las diversas situaciones. Lo importante son los principios detrás de su ejecución y no solo los productos que se generen.

Por esta razón lo importante es tener un equipo de comunicadores(as) que se involucren en la implementación de la estrategia, bajo sus principios, evaluando sus impactos, adaptando actividades y replanificándolas.

- **Será transparente**

La comunicación puede convertirse en una herramienta importante para mejorar la imagen de todas las organizaciones (gubernamentales, no gubernamentales) que trabajan en la BRC. La imagen es esencial para una organización no gubernamental pues su trabajo se basa en la credibilidad y confianza que pueda generar tanto en las comunidades, en los gobiernos locales, en las organizaciones gubernamentales y principalmente, en las organizaciones donantes.

Por lo tanto, la estrategia debe clarificar el rol que cumplen las organizaciones no gubernamentales en los lugares de trabajo. Se debe buscar mecanismos de rendición de cuentas que permitan a la gente conocer en términos generales qué hace y que no hace la ONG, cuánto ha invertido, en qué, las razones que justifican dicha inversión y los resultados concretos de su gestión. De esta manera, se genera una cultura institucional transparente que da ejemplo y abre espacios de trabajo con otras entidades del gobierno (seccional y central) y de la sociedad civil (organizaciones comunitarias, sectores productivos).

La transparencia es también un factor importante para la comunicación interna. Se necesita que las organizaciones socias clarifiquen sus intereses y sus perspectivas de trabajo a futuro en la zona.

- **Partirá de la gente**

Finalmente, esta estrategia de comunicación estará basada en el capital humano del que disponen las organizaciones socias, la gente que trabaja con ellas, aquellas que son influidas por las actividades de conservación y todas aquellas otras de las que buscamos apoyo y que se involucren.

La gran diversidad de interlocutores/as en la BRC anticipa una gran diversidad de lenguajes, códigos, percepciones y formas de hacer comunicación. Esta diversidad será considerada para lograr una comunicación más efectiva, fluida y cotidiana.

2.4 Interlocutores/as

Se ha tratado de establecer grupos de interlocutores con los que se debería establecer los espacios de diálogo, de manera prioritaria.

Se debe aclarar que un/a mismo/a interlocutor/a puede tener varias categorías y ser tratado de manera distinta en la comunicación, esto no desvaloriza el proceso.

A continuación se presentan un listado de los interlocutores/as de la Estrategia, que no necesariamente se ubican en un orden de prioridad. En el diagnóstico se puede revisar información específica sobre algunos de ellos.

Interlocutores dentro de la comunicación interna

Organizaciones socias del Programa Parques en Peligro

The Nature Conservancy (TNC)

Ecuador

Internacional

Fundación Antisana (FUNAN)

Fundación Ecológica Rumicocha (FER)

Fundación Ecuatoriana de Estudios Ecológicos, (EcoCiencia)

Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE)

Planta Central (Dirección de Capital Natural)

Distritos Regionales

Áreas Protegidas (Parque Nacional Sumaco-Napo Galeras, Parque Nacional Cotopaxi, Parque Nacional Llanganates, Reserva Ecológica Cofán-Bermejo, Reserva Ecológica Cayambe-Coca, Reserva Ecológica Antisana, Refugio de Vida Silvestre Pasochoa)

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

Misión Ecuador

Internacional

Interlocutores para la comunicación externa

Organizaciones donantes

Actuales

Potenciales

Organizaciones gubernamentales

Ministerio de Agricultura (MAG)

Ministerio de Energía y Minas (MEM)

Ministerio de Obras Públicas (MOP)

Ministerio de Educación y Culturas (MEC)

Ministerio de Turismo

Instituto para el Ecodesarrollo de la Región Amazónica (ECORAE)

Consejo Nacional de Recursos Hídricos (CNRH)

Instituto Nacional de Desarrollo Agrario (INDA)

Gobiernos locales

Consejos Provinciales

Municipios

Juntas Parroquiales

Cabildos Comunales

Organizaciones no gubernamentales que trabajan en la zona o en las temáticas del Programa

En la zona

Fundación Jatun Sacha

Fundación Supervivencia Cofán

Corporación Randi Randi

Fundación Espeletia

Fundación Pastaza

Fundación Natura

Corporación OIKOS

Fundación Agua

Fundación Numashir

Fundación Páramo

Fundación Terra

Coordinadora de Radios Populares del Ecuador (CORAPE)

Proyecto Gran Sumaco (GTZ)

Heiffer

Terra Nouva

Corporación para el manejo de la Reserva de Biosfera Sumaco

En la temática

Central Ecuatoriana de Servicios Agrícolas (CESA)
Proyecto de Manejo de Cuencas Hidrográficas (PROMACH)
Empresa de Telecomunicaciones, Agua Potable y Alcantarillado de Cuenca (ETAPA)
Fundación Arco Iris
Birdlife International
Conservación Internacional (CI)
Wildlife Conservation Society (WCS)
Corporación Ecuatoriana de Investigación para la Aves (CECIA)

Comunidades indígenas

Organizaciones de primer, segundo y tercer grado
Organizaciones locales

Comunidad científica

Nacional
Internacional

Familias con propiedades mayores a 100 ha

Hacienda Yanahurco
Familia Delgado
Inga Alto
Itulcachi

Empresas privadas

De agua potable y electricidad
Hidroeléctricas
Petroleras
Madereras
Mineras

Habitantes de la Biorreserva

Habitantes de poblaciones que están en la zona de influencia de la Biorreserva

Tulcán	Patate
Ibarra	Píllaro
Quito	Machachi
Latacunga	Píntag
Ambato	Pimampiro
Puyo	San Gabriel

Coca	Huaca
Cayambe	Bolívar
Salcedo	Lago Agrio
Baños	

2.5 Temas

Los principales temas con los que se debería empezar los procesos de comunicación en la Biorreserva del Cóndor, de acuerdo a los resultados del Diagnóstico, son:

La Biorreserva del Cóndor

Los objetos de conservación

- Oso Andino
- Tapir de montaña
- Nutria de río
- Anfibios de reproducción en aguas corrientes
- Bosque interandino
- Bosque montano bajo
- Bosque de piedemonte
- Páramo

Amenazas

- Expansión de frontera agropecuaria
- Proyectos de infraestructura mal planificados
- Cacería, especialmente de oso andino y tapir de montaña
- Explotación forestal inadecuada

Áreas protegidas de la BRC

- Parque Nacional Sumaco Napo Galeras
- Parque Nacional Cotopaxi
- Parque Nacional Llanganates
- Reserva Ecológica Cofán Bermejo
- Reserva Ecológica Cayambe Coca
- Reserva Ecológica Antisana
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa

El Agua

- Conservación de los sistemas hídricos
- Demanda de agua

Actividades

- Sistema participativo de vigilancia ambiental y guardaparques comunitarios
- Mejoramiento de unidades productivas y manejo de sistemas ganaderos

- Proyectos de ecoturismo en Oyacachi y Papallacta
- Planes de manejo comunitarios de Oyacachi, Sinangöe, Oyacachi, Puerto Libre y La Sofía
- Programas de créditos de FER
- Investigación y monitoreo de la población del oso andino, un plan de educación ambiental y difusión para evitar la matanza el oso
- Diseño e implementación de corredores ecológicos y sitios de conectividad entre áreas protegidas
- Sistema de monitoreo socioambiental de la BRC
- Fortalecimiento a gobiernos locales
- Planes de manejo ambientales en proyectos de infraestructura y comisiones ciudadanas de monitoreo
- Programa de capacitación para tomadores/as de decisiones en el MAE
- Consolidación del FONAG
- Conformación del EcoFondo y su puesta en marcha
- Fortalecimiento al MAE en políticas de manejo del SNAP

2.6 Procesos propuestos para la implementación de la Estrategia de Comunicación de la Biorreserva del Cóndor

2.6.1 Comunicación interna

La comunicación interna en la BRC se entiende como aquella que debe darse entre las organizaciones socias, actuales, del Programa Parques en Peligro; es decir, el Programa Ecuador de The Nature Conservancy, las fundaciones Ecológica Rumicocha, Antisana y EcoCiencia, el Ministerio del Ambiente (Dirección de Biodiversidad y Áreas Protegidas, Distritos Regionales y Áreas Protegidas dentro de la BRC) y la Misión en Ecuador de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

La comunicación interna debe generar mayor confianza entre los socios, una mejor sinergia en las estrategias y actividades, y un ahorro de recursos materiales y económicos.

Al ser la BRC un proyecto ejecutado por varias organizaciones se debe dar prioridad a este tipo de comunicación. Es sumamente importante que las organizaciones se pongan de acuerdo para dar a los/las diferentes interlocutores/as externos(as) un discurso coherente y sobretodo común. Esto no quiere decir que todas las organizaciones piensen igual o estén de acuerdo con todo, pero sí que existan acuerdos mínimos en cuanto a los contenidos de la comunicación.

La comunicación interna debe ser un proceso permanente. La clave está en tener una disposición para comunicarse, para escuchar a los demás, para dar opiniones críticas pero respetuosas y constructivas. No se debe dejar este tipo de comunicación al azar, deben

planificarse espacios y métodos de comunicación que permitan a todos los socios intercambiar información.

La comunicación interna debe ser un espacio de aprendizaje donde se intercambie información sobre las áreas específicas, amenazas, objetos de conservación, métodos de trabajo, resultados, conceptos, políticas, perspectivas y posibilidades de desarrollo institucional y personal. Las organizaciones socias tienen un gran bagaje de experiencias y conocimientos que es importante intercambiar.

Del Diagnóstico realizado se concluye que la comunicación interna ocurre a través de diferentes canales formales e informales (cartas, documentos, correos electrónicos, reuniones de coordinación). La comunicación entre la TNC y las organizaciones socias, en general, 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. 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. En la práctica se ha visto que muchos problemas interinstitucionales se han dado por falta de una buena comunicación.

Aunque la comunicación ha mejorado sobretodo en temas operativos y administrativos del Programa, hacen falta de espacios y tiempo para la discusión y tratamiento de temas estratégicos y conceptuales.

Existe la necesidad de definir roles, de crear mejores canales de comunicación y de establecer estándares de calidad para los procesos y productos de comunicación. En general, existe una buena predisposición de las organizaciones socias a involucrarse en una Estrategia de Comunicación con procesos internos, que cubra las deficiencias anteriormente anotadas.

2.6.2 Proceso para la caracterización de los/as interlocutores/as y definición de demandas de comunicación

Cualquier proceso de comunicación debe basarse en los interlocutores/as. Se debe partir de los conocimientos, las actitudes y las prácticas que tengan sobre los temas sobre los que queremos trabajar. Si bien a lo largo del tiempo se ha generado una gran cantidad de información útil sobre los/las interlocutores/as es necesario sistematizar de mejor manera esta información y actualizarla permanentemente (Tabla 1).

Tabla 1. Estudios sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de los/as interlocutores/as

Tema	Autores	Localidad	Fecha	Métodos
Oso Andino	Cuesta (EcoCiencia)	Oyacachi y Sardinias	1998	Encuestas
Áreas protegidas	CIESPAL	RECA Y (Cangahua, Oyacachi, Baeza)	1998	Encuestas, grupos focales

Oso Andino	Flores, Cuesta, Chiriboga y Viteri (EcoCiencia/BRC)	REA (Tablón, Cosanga, Bermejo)	1999	Sondeo rural participativo, encuestas
Agua	Corporación OIKOS	Quito	2000	Encuestas, grupos focales
Oso Andino, Bosques, Páramos	Flores, Camacho y Narváez (EcoCiencia/BRC)	Oyacachi, Escuela Padre Rafael Ferrer	2000	Encuestas, grupos focales, talleres
RECA Y	Marín	RECA Y	2002	Grupos focales
Oso Andino	Espinoza (Universidad de Florida)	Oyacachi	2003	Encuestas, entrevistas
Guardaparques comunitarios	Ruiz (FUNAN)	REA y RECA Y	2003	Encuestas y entrevistas

Si la estrategia de comunicación pretende convertirse en una herramienta para la participación de los diferentes actores de la BRC, es necesario generar un mayor conocimiento e intercambio con los interlocutores/as para lograr que la gente no se sienta beneficiaria sino partícipe.

Estar atentos a lo que los/las interlocutores/as dicen, piensan o hacen es una forma de ir monitoreando el efecto de nuestras acciones de comunicación y otras actividades que realizamos en una zona específica con un grupo determinado.

Del Diagnóstico de las organizaciones relacionadas a la Biorreserva del Cóndor, se concluye que existe un bajo conocimiento sobre lo qué es y qué hace el Programa Parques en Peligro, sobre qué organizaciones están involucradas y qué áreas protegidas están inmersas. Este desconocimiento es más evidente en los municipios y los gobiernos provinciales, siendo las ONG y empresas e instituciones privadas las que tiene mayor conocimiento.

Sin embargo, al explicar de qué se trata el Programa, la mayoría de organizaciones muestran interés en recibir información sobre los diferentes temas que maneja dentro de la propuesta. Los medios electrónicos e impresos son los más solicitados.

En cuanto al tipo de información que están interesadas en recibir hay algunas tendencias marcadas. Las ONG y el FUNDACYT quieren información sobre los métodos de conservación y manejo participativo y la sistematización (las lecciones aprendidas) de las experiencias del Programa en los años que viene ejecutándose.

Los municipios locales y consejos provinciales muestran interés en la información biológica, ecológica y geográfica de la zona. Ven al Programa como proveedor de información actualizada que podría servirles para sus procesos de planificación y sus proyectos de desarrollo sustentable (ecoturismo, ordenamiento territorial, etc.).

Todas las organizaciones solicitan una especie de resumen o compendio general donde se describa el Programa, la BRC (como región), las organizaciones participantes, las metas, objetivos, los impactos y la apertura y los espacios de participación abiertos a otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

2.6.3 Proceso de comunicación externa

Este proceso está dividido en dos etapas complementarias: un **proceso de devolución de información** y otro **proceso de comunicación general**.

El primero está relacionado con el hecho de que el Programa genera información muchas veces a partir del trabajo con grupos humanos de la Biorreserva. Por lo tanto, tiene la obligación ética de devolver la información procesada a aquellos/as interlocutores/as con los cuáles se levantó la información. Esta obligación ética incluye un esfuerzo mayor a entregar documentos técnicos a las autoridades comunitarias, pues se ha comprobado que estos documentos no siempre son entendidos y que quedan archivados y sin uso. Por lo tanto, sin perjuicio de entregar una copia de los informes y mapas u otros insumos se deben aprovechar técnicas de comunicación (popular y divulgativa) para presentar los resultados del trabajo y motivar el mejor uso de la información.

El segundo proceso, la comunicación general, incluye el uso de la información generada por el Programa con gente local y además de aquella generada a través de otros insumos. Debe empezar por un fuerte **proceso de información** que ponga en la palestra pública la existencia de la Biorreserva, su significado y sus implicaciones (ventajas y desventajas). Luego debe haber un **proceso de diálogo** donde se concilien los intereses del Programa con los de los/las interlocutores/as. Finalmente, debe haber un **proceso de comunicación permanente** que sostenga los esfuerzos del Programa y permita difundir los logros de la conservación participativa para que puedan ser replicados o mejorados.

El uso de medios masivos, así como de otros espacios informales de comunicación da una amplia gama de posibilidades para la comunicación externa.

El Diagnóstico permitió levantar una base de datos con información sobre diferentes medios de comunicación tanto nacionales como locales (radio, televisión y prensa escrita). Esta base de datos contiene información sobre programas relacionados con el ambiente, el interés por parte del medio en tratar el tema y costos de espacios en los medios. Se han contactado aproximadamente 45 medios de comunicación en la BRC, la mayoría de ellos radios y se ha encontrado una gran disposición a recibir información y a trabajar conjuntamente.

Así mismo, existen múltiples espacios físicos informales dentro la BRC que pueden ser aprovechados: instituciones educativas, coliseos, ferias semanales, centros de comunicación ambiental de Baeza y El Chaco. Se deben aprovechar espacios comunicacionales informales o eventos sociales como fiestas religiosas, de cantonización, parroquialización y los días especiales del ambiente (Día del Ambiente, de la Tierra, del Árbol, del Cóndor, entre otros) para realizar actividades de comunicación en ellos (Véase Diagnóstico para el detalle de estas fechas de celebración).

2.7 Actividades y productos de comunicación

Las actividades y productos propuestos para cada uno de los procesos de comunicación, que serán implementados a lo largo de la ejecución del Programa PEP se describen a continuación.

Tabla 2. Resumen de las actividades y productos propuestos para cada uno de los procesos de comunicación de la Biorreserva del Cóndor.

Proceso	Actividades y Productos
Comunicación Interna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Circulación interna de documentos de la BRC 2. Reuniones mensuales 3. Reuniones de discusión conceptual 4. Reunión e informe anual 5. Boletín 6. Capacitación en comunicación a organizaciones socias
Mejoramiento del conocimiento de nuestros(as) interlocutores/as	<ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de contenido en los medios de comunicación 2. Investigación de interlocutores/as
Comunicación con Interlocutores/as Externos(as)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Publicaciones divulgativas 2. Publicaciones científicas 3. Mapas 4. Serie de afiches 5. Folleto BRC 6. Serie Técnica de la Biorreserva del Cóndor 7. Sistematización y documentación de experiencias 8. Página web 9. Vídeo 10. Eventos de intercambio 11. Capacitación a periodistas locales 12. Relaciones públicas con medios de comunicación 13. Serie de diapositivas 14. Radio 15. Objetos promocionales 16. Exhibición itinerante 17. Charlas

2.7.1 Actividades y productos para la comunicación interna

1. Circulación interna de documentos sobre la BRC

Descripción

Las organizaciones socias del Programa PEP están produciendo una gran cantidad de documentos de diferente índole sobre la Biorreserva del Cóndor. Estos documentos incluyen informes, publicaciones, mapas, bases de datos, entre otros, que no siempre es circulada de manera oportuna ni es aprovechada adecuadamente.

Objetivos

Proveer a las organizaciones socias de la información adecuada y actualizada sobre la BRC para el mejor desarrollo de sus actividades y la toma de decisiones informada.

Interlocutores/as

Organizaciones socias del Programa PEP.

Procedimiento

- Realizar un inventario de los documentos generados por el Programa PEP (Basado en el Sistema de Manejo de Información de la Biorreserva del Cóndor)
- Contrastar el inventario con las existencias de los documentos en las organizaciones socias
- Realizar la distribución de los documentos faltantes a cada organización socia
- Actualizar el inventario anualmente

Temas

Aspectos sociales, económicos y ambientales de la BRC que faciliten y mejoren la toma de decisiones.

Recursos Requeridos

Inventario de las publicaciones

Distribución

Se buscará la manera más efectiva y menos costosa de distribución que puede incluir los documentos físicos o digitales. Se llevará un control estricto de la distribución para evitar conflictos.

Evaluación

Relación entre publicaciones producidas e inventario de las organizaciones socias.

2. Reuniones mensuales de coordinación

Descripción

Las reuniones de coordinación mensual del Programa PEP se han venido realizando desde los inicios del mismo. Estas reuniones han ido cambiando con el tiempo pero en esencia reúnen al personal de las organizaciones socias para discutir sobre temas pertinentes al Programa. Estas reuniones tienen una agenda que es circulada con anterioridad. Sin embargo, no se respetan los tiempos y algunas discusiones acaparan toda la reunión o gran parte de ella sin resolver muchos temas.

Las reuniones tienen cierto grado de informalidad. Los acuerdos a los que se llega no son sistematizados y por ende no existe un seguimiento adecuado de los mismos.

La propuesta para mejorar estas reuniones de coordinación es utilizarlas exclusivamente para temas operativos y no conceptuales. De esta manera se evitarán discusiones que no resuelven los asuntos puntuales. Se puede utilizar el SIPSE como elemento guía para realizar un seguimiento de las actividades de cada organización. Las reuniones pueden también servir para concertar apoyos mutuos, para limar asperezas para informar sobre acontecimientos específicos.

Objetivos

- Coordinar detalles operativos de las actividades en marcha de los socios
- Discutir avances y dificultades de las actividades en marcha

Interlocutores/as

Organizaciones socias del Programa PEP e invitados(as) ocasionales.

Procedimiento

- Definir agenda de la reunión
- Convocar la reunión
- Organizar logísticamente la reunión (Preparar equipos y materiales, confirmar asistencia, comprar refrigerios)
- Facilitar la reunión de acuerdo a tiempos de la agenda
- Realizar y distribuir una ayuda memoria de la reunión
- Hacer el seguimiento de los acuerdos alcanzados

Temas

En estas reuniones se tratarán temas relacionados con las actividades del Programa. Ocasionalmente se podrán comentar asuntos relacionados con la BRC aunque estos no estén vinculados con el Programa.

Recursos Requeridos

- Lugar físico para las reuniones
- Equipos de proyección
- Materiales para distribuir
- Refrigerios

Distribución

Las reuniones mensuales como su nombre lo indica se realizarán cada mes. En ellas participarán de manera fija, los/las coordinadores(as) de las organizaciones socios. Para cada reunión se determinará que personas de cada organización debe participar y los/las invitados(as) especiales que intervendrán.

En un período máximo de 5 días laborales se distribuirá electrónicamente una ayuda memoria resumida de la reunión donde se resalten los puntos tratados y especialmente los acuerdos alcanzados.

Evaluación

- Número de reuniones realizadas.
- Número de ayudas memoria distribuida.
- Seguimiento y cumplimiento de acuerdos

3. Reuniones de discusión conceptual

Descripción

Los temas que aborda el Programa Parques en Peligro son complejos y requieren el conocimiento y la experiencia de más de una organización o persona. Si bien, la forma de planificar el Programa ha mejorado y ha dado espacio para discusiones conceptuales sobre las metas, las estrategias y las actividades, todavía se necesita una mayor discusión al respecto.

Todas las organizaciones socias tienen un gran bagaje de información, experiencias y contactos que no siempre son aprovechados. Además, se realizan actividades que pueden

ser valiosas pero no están sujetas a marcos conceptuales explícitos. Esto a veces genera inquietudes en donantes o en otras organizaciones.

Estas reuniones pueden ser los insumos principales para el desarrollo de modelos de conservación que la BRC puede aportar en el ámbito local, nacional e internacional.

Objetivos

- Generar entre las organizaciones socias, discusiones conceptuales que fortalezcan las actividades que se implementan
- Crear, dentro de lo posible, discursos comunes respecto a temas específicos

Interlocutores/as

Organizaciones socias del Programa PEP

Procedimiento

- Definir un cronograma de temas, fechas y responsabilidades para las reuniones para cada reunión
- Una persona especialista (del Programa o externa) presentará un marco conceptual sobre el tema que se quiere abordar. Esta presentación debe ser oral y un escrito debe repartirse con anterioridad
- Cada socio se compromete a revisar el documento con anterioridad y proponer como sus actividades se enmarcan o no dentro de los conceptos planteados. Si no están enmarcados se debe aclarar qué conceptos rigen las actividades
- Se abrirá un espacio para preguntas aclaratorias específicas
- Se realizará un debate sobre la aplicación de los conceptos en el trabajo del Programa Parques en Peligro
- Al final de cada reunión se realizará una breve evaluación del trabajo realizado y se receptorán sugerencias para mejorar
- Se llevará una memoria que será circulada electrónicamente a los socios dentro del plazo dos semanas de realizada la reunión
- Los socios se comprometen a tratar de adaptar sus actividades a las definiciones conceptuales que se hayan establecido
- Al final del año se producirá un documento que recopile las memorias de todas las reuniones realizadas

Temas

Las posibilidades son amplias pero se sugieren preliminarmente los conceptos de desarrollo sustentable, conservación, áreas protegidas, servicios ambientales, sustentabilidad, entre otros.

Recursos Requeridos

- Lugar físico para las reuniones
- Equipos de proyección
- Materiales para distribuir
- Refrigerios

Distribución

Se realizarán al menos 6 reuniones conceptuales cada año. Las memorias de las discusiones serán distribuidas de forma oportuna y se realizará una recopilación anual con los temas más destacados. De considerar pertinente se distribuirán las memorias de manera más amplia.

Evaluación

- Número de reuniones producidas
- Número de documentos generados a partir de las reuniones

4. Reunión e Informe Anual

Descripción

Cada año se realizará una reunión para presentar los resultados obtenidos por las organizaciones socias del Programa PEP. Esta reunión tendrá una duración variable de tres o cuatro días, dependiendo de los temas que se deban tratar.

La idea es que cada organización socia presente el estado de las actividades que está ejecutando y los resultados obtenidos. Esta presentación debe tener una profundidad mediana y se reservará el espacio adecuado para discusiones y planteamiento de inquietudes. Paralelamente se realizarán exhibiciones de los productos realizados durante el año.

Aparte de las actividades realizadas, se planteará un tema central de discusión al cual se le destinará un tiempo determinado. Este tema puede ser tratado por algún invitado especial experto en el tema o que tenga una visión interesante sobre el mismo.

Luego de la reunión se producirá un documento que recopile los resultados más relevante de las organizaciones socias. Este documento será de alta calidad tanto en su contenido como diseño. Será sintético pero incluirá detalles que aporten al conocimiento del Programa. En dicho informe se incluirá las inversiones realizadas por las organizaciones socias. Esto con el fin de transparentar la gestión y hacerla pública.

Un Comité Editorial creado *ad hoc* definirá la estructura y contenido del documento. Las organizaciones socias deben contribuir con la redacción y con el material gráfico pertinente. La idea es que sea un documento formal explicativo que tenga todas las ayudas visuales que contribuyan a una mejor comprensión.

Objetivos

- Conocer de forma detallada las actividades (logros, dificultades, lecciones aprendidas) realizadas por cada socio durante el año de ejecución del Programa
- Intercambiar ideas para mejorar procesos y recibir recomendaciones para el avance de las actividades

Interlocutores/as

Organizaciones socias del Programa PEP.

Procedimiento

- Definir una agenda para la reunión
- Realizar la convocatoria con el mayor tiempo posible
- Organizar logísticamente la reunión
- Facilitar la reunión
- Conceptualizar el Informe Anual
- Producir el Informe Anual
- Distribuir el Informe Anual

Temas

Actividades el Programa PEP.

Recursos Requeridos

- Lugar físico para la reunión
- Equipos de proyección
- Materiales para distribuir
- Refrigerios

Distribución

En esta actividad participará todo el personal de las organizaciones socias. De esta manera todos estarán enterados y tendrán la posibilidad de aportar en cada una de las actividades de los socios.

El Informe Anual será distribuido entre todos los/las asistentes de la reunión, entre donantes, organizaciones gubernamentales nacionales y seccionales y entre otras organizaciones no gubernamentales.

Evaluación

- Número de reuniones realizadas
- Número de informes anuales realizados

5. Boletín de la Biorreserva del Cóndor

Descripción

El Boletín es un medio impreso que se edita periódicamente y que se caracteriza por tener un sello institucional. Tiene secciones permanentes y es mucho más reducido que una revista.

El boletín de la BRC será una publicación cuatrimestral cuyo objetivo principal será tener a los socios al tanto de las principales actividades en desarrollo o por desarrollarse. Para cumplir este rol el boletín contendrá las siguientes secciones:

- Editorial escrito por el/la editor(a) del boletín
- Artículo de fondo sobre un tema específico
- Una entrevista a una persona que trabaja en la BRC
- Un reportaje sobre una organización que trabaja en la BRC
- Un artículo sobre un lugar de la BRC
- Un resumen por organización de las principales actividades realizadas y por realizarse

El boletín tendrá aproximadamente 8 páginas y será impreso a blanco y negro. El boletín tendrá un lenguaje positivo. Será un espacio abierto para la participación de todos los socios.

El boletín será producido por una persona (editor(a)) específicamente designada para el fin y contará con el apoyo de un Comité Editorial conformado por un representante de cada socio. La responsabilidad del Comité Editorial es reunirse una vez antes de la publicación de cada boletín para evaluar el boletín anterior y para definir, en base a una propuesta del/de la editor(a), los contenidos del próximo boletín. Los puestos en el Comité Editorial no son delegables con el fin de darle coherencia y continuidad a la publicación.

Una vez con el mandato aprobado, el/la editor(a) procederá a organizar la publicación del boletín. Esto incluye conseguir el apoyo en la redacción y en la producción gráfica del mismo. Cualquier persona puede escribir para el boletín de la BRC. La Coordinación del Programa PEP supervisará el proceso y revisará la edición final antes de su publicación.

Se mantendrá un respaldo de archivos organizado sobre la publicación del boletín. Esto incluye respaldos escritos y electrónicos del material utilizado en la producción de la publicación. Las reuniones del Comité Editorial se registrarán con actas.

Objetivo

Brindar información actualizada y pertinente sobre el desarrollo de actividades por parte del Programa Parques en Peligro en la Biorreserva del Cóndor

Interlocutores/as

Organizaciones socias del Programa PEP, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales que trabajan en la BRC.

Procedimiento

- Conceptualizar el boletín y definir un estilo gráfico
- Conceptualizar cada número del boletín
- Definir responsabilidades de redacción, graficación, edición e impresión
- Editar la redacción y graficación
- Diagramar el boletín
- Controlar la impresión del boletín
- Distribuir el boletín y evaluar su grado de aceptación

Temas

Actividades del Programa PEP, noticias generales del mundo de la conservación, información sobre las organizaciones, lugares o personas vinculadas a la BRC.

Recursos Requeridos

Información actualizada por parte de las organizaciones socias.

Distribución

El boletín se distribuirá de manera electrónica y de manera impresa entre los socios del Programa Parques en Peligro. Además, se construirá una lista de distribución del boletín

compuesta por aquellas organizaciones o personas que estén vinculadas a la zona o al trabajo. Cada socio tiene la responsabilidad de colaborar con la distribución del boletín de acuerdo a sus relaciones institucionales y a sus lugares de trabajo.

Evaluación

- Número de boletines producidos y distribuidos
- Grado de satisfacción de las organizaciones socias sobre la forma, contenido y distribución del boletín

6. Capacitación en comunicación a organizaciones socias

Descripción

La comunicación es una herramienta importante en los procesos de conservación que realizan las organizaciones socias. Sin comunicación, todos los procesos que se llevan a cabo estarían incompletos y no alcanzarían a cumplir sus objetos. Por eso es importante aprovechar las capacidades identificadas en el diagnóstico para autocapacitarnos. Existen muchas personas con diferentes habilidades de comunicación. Es importante hacer un intercambio de conocimientos para que todos estén en mejor capacidad para llevar a cabo procesos de calidad.

Esta capacitación debe aprovechar los recursos humanos y materiales con los que se cuenta. Sin embargo, no se debe descartar la posibilidad de buscar capacitadores/as externos cuando la situación lo amerite.

Objetivos

Mejorar la capacidad de las organizaciones socias para desarrollar procesos de comunicación.

Interlocutores

Organizaciones socias del Programa PEP.

Procedimiento

- Realizar unas encuestas de necesidades de capacitación
- Diseñar un calendario de capacitación aprovechando los recursos humanos e institucionales existentes
- Realización de eventos de capacitación
- Seguimiento a las personas capacitadas, apoyo y asesoría

Temas

Charlas efectivas, elaboración de exhibiciones, fotografía (toma de fotos, escaneo y arreglo digital), presentaciones power point, técnicas de comunicación popular, redacción para diferentes públicos, producción de radio, entre otros.

Recursos Requeridos

- Recursos humanos de los socios que conocen de comunicación
- Capacitadores/as externos/as
- Equipos adecuados

Distribución

Este proceso de capacitación está dirigido a los socios del Programa; sin embargo, en casos especiales podrían participar personas externas.

Evaluación

- Número de eventos de capacitación con base al calendario propuesto
- Número de procesos y productos de comunicación realizados por las personas capacitadas

2.7.2 Actividades y productos para mejorar el conocimiento de los/as interlocutores/as

1. Análisis de contenidos sobre la BRC en los medios de comunicación

Descripción

Los medios de comunicación producen cada vez más información sobre los temas ambientales. A pesar de que el concepto de la BRC no ha sido difundido, los medios de comunicación masivos tratan temas sobre la zona de la BRC. Esta información no siempre es adecuada ni técnicamente correcta. Muchas veces distorsiona los hechos o confunde la terminología técnica.

De todas maneras, es de suma importancia recopilar y analizar los contenidos que aparecen en los medios de comunicación sobre la BRC. Esto permitirá entender cuáles son los temas que llaman la atención de los periodistas, hacerse una idea de qué tipo de información está recibiendo la población, identificar los aspectos que deben reforzarse.

El análisis que se propone tendría dos aspectos: cantidad y calidad de la información publicada y calidad. Para medir la cantidad se utilizará criterios como número de

apariciones y extensión. También podría analizarse el medio donde fue difundida la información. En cuanto a calidad se hará un análisis del correcto uso de la terminología, de la precisión de los nombres y de lo relevante de la información publicada.

Objetivos

- Cuantificar el volumen y la calidad de información que los medios de comunicación están generando sobre la Biorreserva del Cóndor
- Contar un archivo adecuado sobre la información de la BRC que circula en los medios de comunicación

Interlocutores/as

Medios de comunicación locales, nacionales e internacionales que tratan el tema de la BRC.

Procedimiento

- Seleccionar un número adecuado por cada categoría (prensa escrita, radio y televisión) a los cuales se les hará un seguimiento
- Realizar el seguimiento que incluya en lo posible la recopilación física del material producido
- Efectuar un análisis de cantidad y calidad de información
- Producir un informe semestral de dicho análisis y distribuirlo
- Mantener reuniones semestrales para discutir los análisis realizados

Temas

Todo lo relacionado a la BRC con énfasis en el Programa PEP.

Recursos Requeridos

- Material producido por los medios de comunicación
- Archivo físico para almacenar el material

Distribución

Los análisis realizados serán compartidos con las organizaciones socias de la BRC. Si se considera pertinente, se distribuirán los análisis a otras organizaciones.

Evaluación

- Número de recortes de prensa recopilados

- Número programas, reportajes o menciones grabados en medios televisivos
- Número de programas, reportajes o menciones grabados en medios radiales

2. Investigación de Interlocutores/as

Descripción

La base de la estrategia de comunicación son los/las interlocutores/as. Como se planteo con anterioridad, los/las interlocutores/as son entes complejos y en constante cambio. Por eso es fundamental realizar permanentemente investigaciones que nos brinden información sobre los intereses, preocupaciones y necesidades de dichos interlocutores/as. Esta investigación, aparte de mantenernos en contacto con la gente, nos permite tener elementos para diseñar mejores estrategias, adecuar nuestros mensajes, utilizar los medios más adecuados y aprovechar las oportunidades de comunicación que se presentan.

El diagnóstico realizado para esta estrategia provee algunos elementos, pero faltan genera mucha más información de manera sistemática. Existen muchos interlocutores/as que conocer y muchos aspectos por averiguar. Este tipo de investigaciones también provee de una línea base sobre la cual evaluar la efectividad de nuestras acciones no solo de comunicación sino de nuestras estrategias de conservación.

Es importante mantener canales de comunicación abiertos para poder entender que es lo que la gente espera y como lo espera. Esto no implica darle a la gente lo que pide, sino encontrar los puentes entre lo que nosotros queremos decir y lo que la gente quiere escuchar.

Objetivos

Generar y recopilar información que permita mejorar los procesos de comunicación con los/las diferentes interlocutores/as

Interlocutores/as

Interlocutores/as de la BRC

Procedimiento

- Definir interlocutores/as y temas prioritarios sobre los cuáles es necesario generar información
- Diseñar un método de recopilación de información adecuado
- Recopilar la información determinada
- Analizar la información y redactar documento de trabajo

- Discutir con los socios la información generada
- Compartir los resultados con los/las interlocutores/as adecuados(as)

Temas

Algunos temas por explorar son la percepción de los/las interlocutores/as sobre la conservación, sobre las áreas protegidas, sobre el Programa PEP, sobre los objetos de conservación, sobre las estrategias que hemos usado o pensamos utilizar, sobre la implementación de Programas de infraestructura que afectan el ambiente, sobre las organizaciones que forman parte de la BRC.

Recursos Requeridos

Métodos de investigación de interlocutores/as

Distribución

Los conocimientos y la información generada a través de esta actividad serán distribuidos a las organizaciones socias a través de los mecanismos de comunicación interna. De considerar pertinente se realizará una difusión externa.

Evaluación

Número de procesos de investigación realizados

2.7.3 Actividades y productos para la comunicación externa

1. Publicaciones divulgativas

Descripción

Las publicaciones divulgativas son aquellas que pretenden dar a conocer alguna actividad o tema específico. No tienen un rigor científico estricto pero necesitan ser claras y entendibles para una variedad amplia de personas. Esto se puede conseguir usando textos comunicativos, es decir que atraigan y enriquezcan al lector. En lo posible los textos deben estar acompañados de apoyo visual que reiteren, enriquezcan, añadan humor a lo dicho con palabras.

La variedad de publicaciones que se pueden producir dentro de esta categoría es muy amplia, van desde revistas, artículos de prensa, publicaciones en revistas en línea, historias o relatos culturales, cuentos, entre otros.

Objetivos

Llegar al público general para posicionar el tema de la conservación de la Biorreserva del Cóndor en la opinión pública.

Interlocutores/as

Público en general

Procedimiento

- Se puede optar por las publicaciones que ya existen en el mercado local y nacional y contribuir a ellas, o hacer publicaciones propias
- En cualquiera de los dos casos se debe tener claro el público al que está dirigido
- Puede haber publicaciones secuenciales o unitarias

Temas

- Todos los temas relacionados a la conservación de la biodiversidad de la BRC
- las estrategias, metodologías y objetivos de las intervenciones en la región
- los servicios y beneficios de la biodiversidad
- los esfuerzos y resultados concretos de los programas y proyectos que trabajan en la región
- La diversidad biológica y social de la región

Recursos Requeridos

Información escrita y gráfica de las organizaciones socias.

Distribución

Se puede utilizar los canales de distribución de las publicaciones que ya existen en el mercado. Además se debe pensar en crear una red local para la distribución de publicaciones divulgativas.

Evaluación

- Número de publicaciones producidas y distribuidas
- Número de cartas y comentarios a los artículos recibidos (se debe generar canales para recoger las opiniones del público)

2. Publicaciones científicas

Descripción

Las publicaciones científicas son aquellas que surgen de revisión de colegas y que aparecen en revistas o en memorias de congresos u otro tipo de reunión. Se caracterizan por formatos bastante rígidos y por su alto nivel conceptual. Este tipo de publicación, al pasar por algunos filtros de revisión obliga a sus autores a un intenso proceso de cuestionamiento y verificación que mejora la calidad de las acciones realizadas.

Las organizaciones socias de la BRC realizan muchas actividades que involucran investigación y que podrían ser susceptibles de publicación en revistas o espacios especializadas. Los temas son variados y no necesariamente implican solamente aspectos ecológicos. También se puede publicar sobre temas económicos, sociales, educativos, turísticos, agropecuarios, entre otros.

La publicación científica demanda de bastante tiempo y esfuerzo pero tiene un reconocimiento mayor en la comunidad nacional e internacional que puede redundar en una mejor capacidad para levantar fondos, para dar prestigio a una localidad y como se mencionó anteriormente, para producir una reflexión sobre las estrategias y métodos que se emplean.

Objetivos

- Brindar un valor agregado a la investigación que se realiza en la BRC
- Presentar a la comunidad científica la información generada por el proyecto PEP para su análisis, replica y discusión
- Posicionar a la BRC como un área de estudio dentro del contexto regional

Interlocutores/as

Comunidad científica nacional e internacional relacionada con la BRC y con los temas en los que se trabaja en la zona.

Procedimiento

- Identificar procesos de investigación social, económica y ambiental que ameriten una difusión científica
- Acordar con los/las posibles autores los procedimientos para la producción de una o varias publicaciones
- Redactar los artículos científicos de acuerdo a las reglas y requerimientos de la publicación a la cual se destinarían

- Realizar una edición interna previo el envío del artículo a la publicación identificada
- Efectuar un seguimiento del proceso de publicación

Temas

Cualquier tema en los ámbitos sociales, económicos, educativos y ecológicos.

Recursos Requeridos

Material científicamente publicable.

Distribución

Cada publicación científica tiene su forma de distribución. Sin embargo, el Programa PEP promocionará las publicaciones en los diferentes espacios disponibles: boletín, página web, entre otros.

Evaluación

- Número de publicaciones científicas
- Número de respuesta a la publicación

3. Mapas

Descripción

Los mapas son una representación gráfica de la Tierra. Es a través de los mapas como muchas veces entendemos (o no) un territorio. Con la tecnología actual, los sistemas de información geográfica permiten un manejo simultáneo de información diversa (en bases de datos y de la representación gráfica de un territorio). Los mapas son útiles como un elemento atractivo, como una herramienta de planificación, como un elemento que forja identidad y pertenencia.

Los mapas sirven muchas veces como mediadores entre la ciencia y la gente común. Por este motivo es importante definir una serie de mapas que recojan parte de la información generada de la BRC para ponerla al alcance de diferentes públicos.

Estos mapas propuestos no deberían ser solo mapas técnicos, sino que deberían incorporar elementos de diseño gráfico que faciliten y mejoren su comprensión. Además, se podría aprovechar el espacio para incluir información escrita o gráfica relacionada al tema que se trata. Por ejemplo, en el mapa de vegetación de la BRC, aparte de la leyenda tradicional se puede incluir una fotografía de cada formación vegetal.

Los mapas pueden entregarse solos o con una guía de sugerencias para su uso. Esta guía podría tener ideas para que profesores(as), facilitadores(as) o guardaparques realicen actividades didácticas que enseñen sobre los mapas como tal, pero también sobre la BRC.

Objetivos

Brindar a los/las interlocutores/as identificados(as) información cartográfica didáctica que permita visualizar a la BRC y sus diferentes elementos.

Interlocutores/as

Organizaciones no gubernamentales, gobiernos locales, habitantes de la BRC

Procedimiento

- Definir y priorizar los mapas a producirse
- Realizar la conceptualización de cada mapa
- Realizar el diseño gráfico de los mapas
- Imprimir y plastificar los mapas
- Distribuir los mapas

Temas

Algunos temas pertinentes pueden ser: mapa base de la BRC, mapa de vegetación natural y uso de suelo, mapa de cambios en la cobertura vegetal, mapa de los objetos de conservación, mapa de las áreas protegidas, mapa de las obras de infraestructura, mapa de las amenazas.

Recursos Requeridos

Información cartográfica adecuada.

Distribución

Se elaborará una lista de distribución de los mapas. Esta lista será realizada tomando como criterio de selección el grado de difusión que tenga cada organización o lugar seleccionado. Se dará prioridad a aquellas organizaciones que hayan colaborado con el Programa y aquellas que tengan efecto multiplicador.

Evaluación

- Número de mapas producidos.
- Número de guías producidas.
- Número de solicitudes de mapas realizadas.

4. Serie de Afiches

Descripción

Los afiches son un elemento gráfico que a través de su atractivo visual captan la atención de los/las interlocutores/as. Los afiches suelen utilizarse para brindar información sobre un evento, sobre un proyecto o sobre una organización.

Para la BRC se propone crear una serie de afiches educativos y promocionales. Estos afiches serán mixtos en el sentido de que tendrán un aspecto visual atractivo y una información básica de calidad. En todo caso se privilegiará la parte gráfica.

Los afiches servirán para promocionar el concepto de la BRC y los diferentes aspectos que la rodean, por ejemplo, los objetos de conservación, las amenazas, las áreas protegidas. Cuando sea posible y pertinente se insertarán elementos interactivos como adivinanzas, juegos de palabras, frases por completar.

Objetivos

Llamar la atención sobre aspectos importantes de la BRC

Interlocutores/as

Organizaciones no gubernamentales, gobiernos locales, habitantes de la BRC

Procedimiento

- Efectuar la conceptualización de la serie de afiches de la Biorreserva (Definir temáticas, orden, hilos conductores)
- Realizar la conceptualización de cada afiche
- Realizar el diseño gráfico de los afiches
- Imprimir los afiches
- Distribuir los afiches

Temas

Los objetos de conservación de la BRC, las amenazas a la BRC, las áreas protegidas de la BRC, entre otros

Recursos Requeridos

Material gráfico sobre la BRC

Distribución

Se elaborará una lista de distribución de la serie de afiches. Esta lista será realizada tomando como criterio de selección el grado de difusión que tenga cada organización o lugar seleccionado. Se dará prioridad a aquellas organizaciones que hayan colaborado con el Programa y aquellas que tengan efecto multiplicador.

Evaluación

- Número de afiches producidos y distribuidos

5. Folleto de la Biorreserva

Descripción

El folleto es la manera más sucinta y ágil de presentar la propuesta de intervención por parte del Programa Parques en Peligro en la región de la Biorreserva del Cóndor a la sociedad. El folleto es básicamente un instrumento promocional y por lo tanto debe ser llamativo, con imágenes atractivas y de alta calidad. Debe tener toda la información de contactos para actividades futuras y mayor información. El discurso político de las organizaciones políticas debe reflejarse tanto en los contenidos como en la gráfica del folleto. Si es posible debe hacerse en español e inglés.

Objetivos

Promocionar la iniciativa de las organizaciones socias de la BRC bajo una visión de *conservación participativa, y bajo el marco del desarrollo humano sustentable*, a la sociedad ecuatoriana y mundial.

Interlocutores/as

Organizaciones civiles y gubernamentales del Ecuador y del Mundo.

Procedimiento

- Recopilar información (discurso institucional), imágenes, logos de todas las organizaciones socias
- Hacer una propuesta de folleto
- Ponerla a consenso
- Imprimir el número de folletos de acuerdo con las demandas de cada socia y de la BRC

Temas o Contenidos

La región de la Biorreserva del Cónдор

La propuesta de intervención en la región

La misión, metas, objetivos y actividades principales en la BRC

Los contactos principales (direcciones, páginas web, etc.) de las socias

Recursos requeridos

Información de las organizaciones socias

Diseño gráfico

Comité de Comunicación

Distribución

Cada organización socia distribuirá entre los grupos de interlocutores/as con los que trabaja la BRC. La organización socia también distribuirá a nivel nacional e internacional

Evaluación

- Número de folletos distribuidos y a quienes
- Número de llamadas o pedidos que se hagan conociendo que el contacto se ha hecho por el folleto

6. Serie técnica de la Biorreserva

Descripción

La serie técnica es concebida como un número continuo de publicaciones de tipo científico sobre investigaciones sociales, ambientales o ecológicas trabajados por las organizaciones socias u otras en el ámbito de la Biorreserva. En este caso, se trata de armar una serie a manera de colección. Su número es indefinido pues no tiene una frecuencia de publicación preestablecida, aunque con el paso del tiempo y la cantidad de información producida puede convertirse en anual o bianual.

Objetivos

Difundir y compartir propuestas conceptuales, metodológicas y empíricas, de alta calidad académica y técnica, sobre los procesos de conservación que se prueban o ponen en práctica en la Biorreserva del Cóndor.

Interlocutores/as

Personas profesionales y técnicas relacionados a la investigación, manejo, educación, capacitación, legislación y políticas de conservación y desarrollo.

Procedimiento

- Tomar como base la primera publicación de la serie para definir el formato de las siguientes
- Escoger el tema a ser publicado como segundo número y 2 siguientes
- Establecer un comité académico y científico riguroso impuesto por el Comité Editorial de la Biorreserva del Cóndor
- Buscar las posibilidades de financiamiento o co-publicación con institutos de investigación o universidades nacionales o internacionales

Temas o Contenidos

Entre las organizaciones socias se deben analizar los temas entre metodologías, propuestas conceptuales o experiencias de investigación, manejo, capacitación, y legislación, entre otros; y determinar los temas para los siguientes números, entre ellos podrían estar: Planificación por conservación de sitios: una metodología adaptada a la realidad de la Biorreserva del Cóndor, el Sistema de Monitoreo, el Estudio Multitemporal, Fortalecimiento local a través de los gobiernos seccionales, entre otros.

Recursos requeridos

Investigaciones realizadas a ser publicadas como trabajos científicos

Comité Editorial

Revisores(as) nacionales e internacionales

Distribución

Debe hacerse una lista de las personas técnicas y profesionales pertenecientes a organizaciones públicas o privadas que estén vinculadas a los procesos de conservación y desarrollo, principalmente, dentro de la Biorreserva del Cóndor, pero también de otras regiones del país.

Evaluación

- Número de libros de la serie producidos, reimpresos o reeditados
- Número de libros de la serie distribuidas
- Nivel de demanda del número de la serie distribuida (en el caso del Número 1 de la serie, éste está agotado)

Se añadirá una última hoja desprendible en cada publicación que permita a la persona lectora solicitar más números sobre la serie o sobre la misma publicación y hacer comentarios generales a la misma.

7. Sistematización y documentación de experiencias

Descripción

La sistematización es el proceso de recoger las experiencias y lecciones aprendidas. La sistematización deber ser parte integral de la planificación, evaluación y seguimiento de los proyectos, por lo tanto debe hacerse desde el inicio de la intervención y con la participación de los beneficiarios. En muchas ocasiones la sistematización no se incluye dentro de los proyectos y al final de los mismos se intenta recoger algunas de las lecciones aprendidas; en ese caso, estamos hablando de un proceso de documentación.

Objetivos

Compartir las lecciones aprendidas sobre las intervenciones en la conservación de la Biorreserva del Cóndor.

Interlocutores/as

Los grupos de beneficiarios con los que las organizaciones trabajan en la Biorreserva, otras ONG que trabajen en procesos de intervención similares para la conservación de la biodiversidad en otras zonas.

Procedimiento

- Establecer un protocolo de sistematización a ser aplicado por todas las organizaciones socias sobre los procesos de intervención en la Biorreserva del Cóndor
- Hacer una capacitación sobre las herramientas de sistematización y documentación a ser aplicadas
- Seleccionar a las personas dentro de cada proceso de intervención que serán las encargadas de la sistematización

- Establecer un calendario de entrega de las experiencias de sistematización y documentación para ser publicadas y socializadas entre los actores de la Biorreserva

Temas o Contenidos

Los temas deben ser escogidos de entre de los distintos procesos de intervención en la Biorreserva ejecutados por las organizaciones socias, por ejemplo: los programas de guardaparques comunitarios, las granjas integrales, el sistema de control y vigilancia,

Recursos requeridos

Un especialista que capacite a las socias en herramientas de sistematización.

Distribución

Se debe asegurar que los grupos de actores con los que se trabajan en la zona reciban un ejemplar de la publicación, y con algunos de estos grupos como por ejemplo, las autoridades comunitarias o de los gobiernos seccionales se debe hacer presentaciones y mesas de discusión, pues con base a las lecciones aprendidas se deben plantear las nuevas formas de intervención y enfoques para la conservación participativa.

A Otras ONG y OG interventoras en la zona. A ONG y OG interventoras en el desarrollo y la conservación a nivel nacional.

Evaluación

- Número de publicaciones distribuidas
- Número de procesos de reflexión generados a partir de las sistematizaciones y o documentaciones

8. Página Web

Descripción

Existen alrededor de 1.800 sitios ambientales en el internet. Este es un medio imprescindible para la comunicación externa por lo que se diseñará una página web específica para el Programa Biorreserva del Cóndor. Esta página será un espacio abierto para brindar información sobre el Programa a un público potencial muy amplio.

La página web será un espacio para presentar información constantemente actualizada sobre la Biorreserva del Cóndor, que esté disponible de manera gratuita y las 24 horas al día. La página es muy versátil y sus costos de diseño y mantenimiento son bajos. La

cantidad de información que se puede colocar en la página web es enorme, todas las publicaciones, los mapas y videos son algunas de las posibilidades que se deben explorar. Posteriormente la misma página web puede abrir otros espacios para educación e interpretación, debates y foros electrónicos específicos para la Biorreserva del Cóndor.

Objetivos

Difundir información básica sobre la Biorreserva del Cóndor a un amplio público nacional e internacional.

Interlocutores/as

Organizaciones interventoras del desarrollo sustentable y la conservación, públicas y privadas, universidades e institutos de investigación, agencias gubernamentales de cooperación internacional y el público general.

Procedimiento

- Establecer las necesidades y particularidades de comunicación de la Biorreserva a ser puestas vía internet a través de un taller con las organizaciones socias
- Entregar la información a ser puesta en línea al redactor(a) de textos
- Diseñar la página
- Establecer los vínculos que debe tener la página con otras páginas, de las organizaciones socias o de temas trascendentes para la Biorreserva del Cóndor.
- Establecer los periodos de actualización de la página

Distribución

La página web será puesta en línea y se contratará su aparición en los buscadores en línea. Se mandará una invitación a visitar la página a través de los correos electrónicos. Se promoverá su uso a través de la papelería y todas las publicaciones de la Biorreserva, a partir de la fecha de puesta en red.

Temas o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor
- Objetos de Conservación
- Amenazas a la Biodiversidad
- Áreas protegidas (principales características biológicas, ecológicas y sociales)
 - Parque Nacional Sumaco Napo Galeras
 - Parque Nacional Cotopaxi
 - Parque Nacional Llanganates
 - Reserva Ecológica Cofán Bermejo

- Reserva Ecológica Cayambe Coca
- Reserva Ecológica Antisana
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
- Proyectos de intervención y organizaciones interventoras
- Principales actores e instituciones con los que trabajamos
- Organizaciones que apoyan a la conservación y al desarrollo de la zona: TNC, USAID, MacArthur
- Estudios sociales, ecológicos y ambientales realizados

Vínculos

Organizaciones socias (EcoCiencia, Fundación Antisana, Fundación Ecológica Rumicocha, Ministerio del Ambiente)

Organizaciones de la zona (Proyecto Gran Sumaco, Corporación Randi Randi, Fundación Jatun Sacha)

Organizaciones donantes (The Nature Conservancy, USAID)

Recursos Requeridos

La página web debe estar a cargo de una persona responsable (web master) quien será responsable de actualizar permanentemente la información que aparece en la página.

Evaluación

- Número de visitas a la página
- Número de correos recibidos desde la página

9. Video(s)

Descripción

El uso de imágenes en video siempre es un medio muy provocador para una amplia gama de grupos de interlocutores. La producción de video varia en costos pues depende de la duración (desde minutos a horas) y de la calidad profesional en su elaboración.

El video es una manera de "llevar" a los centros urbanos la biodiversidad de las zonas silvestres e incluso de mostrar imágenes (de animales, por ejemplo) que no se podrían ver en una visita de campo. Es ideal para trabajar con audiencias cautivas en auditorios, salas de exhibición o conferencias.

Se puede iniciar la producción de materiales audiovisuales con un video sobre la Biorreserva y luego extender su producción de acuerdo a las necesidades de las organizaciones y de los procesos de conservación y desarrollo que se están llevando a cabo.

Objetivos

Promover la propuesta de conservación participativa de la Biorreserva del Cóndor entre quienes se benefician, influyen o trabajan en su territorio. El mensaje del video debe ser único y claro.

Interlocutores/as

- Posibles donantes de la cooperación internacional o de la empresa privada
- Gobiernos locales
- Organizaciones no gubernamentales que trabajen en la zona
- Organizaciones civiles de la zona
- Escuelas, colegios y universidades de la zona

Procedimiento

- Establecer entre los socios el mensaje o tema que se quiere promover con el video
- Contratar a productores
- Revisar el pre-guión
- Aprobar el guión final
- Editar una versión en inglés y en español.

Temas o Contenidos

La Biorreserva del Cóndor como un modelo de desarrollo y conservación participativa

Recursos requeridos

- Productores(as) de video
- Apoyo logístico y de contactos en el campo por parte de las organizaciones socias

Distribución

Al inicio solo las organizaciones socias deberán manejar una copia del video pero a partir de su primera difusión se debe pensar en una mayor distribución, a los centros educativos, a los gobiernos seccionales y a las ONG interventoras en la zona.

Evaluación

- Comentarios y sugerencias al video recogidas y sistematizadas después de su exhibición
- Número de personas interesadas en conocer más sobre la BRC

- Número de personas en recibir una copia del video

10. Eventos de intercambio (nacionales e internacionales)

Descripción

La participación en congresos, foros o plataformas de discusión permite el intercambio de experiencias con organizaciones de otros ámbitos, así mismo se puede difundir las propuestas de la Biorreserva a través de publicaciones en resúmenes y ponencias. No se deben desaprovechar estas oportunidades para poner por escrito algún aspecto del trabajo realizado.

Objetivos

Difundir las experiencias de las organizaciones socias en distintos foros nacionales, regionales e internacionales.

Interlocutores/as

- ONG y OG involucradas en los temas de desarrollo y conservación
- Técnicos(as) e investigadores(as)(universidades, institutos de investigación)

Procedimiento

- Identificar los eventos de intercambio y priorizar aquellos en los que la Biorreserva debería participar
- Definir quiénes deben participar
- Apoyar logísticamente a los participantes, para lo cual se deben asignar fondos. Aprovechar para difundir material sobre la Biorreserva
- Dar información de documentos y personas al sistema de manejo de información
Si es pertinente, se debe realizar una charla sobre los temas tratados

Recursos requeridos

- Financiamiento para la logística, inscripción y hospedaje de la persona que participe
- Financiamiento para el material que se vaya a presentar (video, CD, afiche)
- Hacer una presentación preliminar entre las organizaciones socias antes de la presentación oficial externa
- Recopilar todo el material que las organizaciones socias quieren difundir

Distribución

Se tratará de coordinar la participación de todos los socios en los diferentes eventos de intercambio.

Evaluación

- Número de eventos de intercambio en que se ha participado y número de contactos, nuevos proyectos iniciados a partir del evento
- Número de ponencias publicadas
- Nivel de conocimiento en interlocutores/as sobre aspectos generales de la BRC y sobre los aspectos presentados en los eventos de intercambio

11. Capacitación a periodistas locales

Descripción

Los procesos de capacitación como talleres, foros, mesas o conferencias a grupos determinados permiten generar conocimientos y actitudes favorables hacia la conservación en general, y específicamente hacia las acciones llevada a cabo en la Biorreserva del Cóndor. En este caso se pretende que los medios de comunicación masiva, radio, prensa y televisión, que juegan un importante papel a la hora de la formación de una opinión ciudadana, deben tener la mayor información, actualizada y veraz, que les permita cumplir su papel de mejor manera.

Los problemas alrededor de la conservación y el desarrollo son muy complejos y tienen aspectos técnicos, ambientales, sociales, políticos y económicos, que son necesarios comprender. El buen periodismo debe buscar los distintos criterios y matices a estos problemas socio ambientales y exponerlos a la opinión pública.

Objetivos

Generar conocimientos y manejo de temas de conservación entre los medios de comunicación del país.

Interlocutores/as

Grupo de periodistas de los principales medios de comunicación del país.

Procedimiento

Establecer alianzas con la Unión Nacional de Periodistas y otras asociaciones de periodistas
Diagnosticar las necesidades de capacitación entre el gremio de periodistas

Establecer grupos de interés dentro del gremio que podrían servir como difusores de nueva información

Temas o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor
- La Biodiversidad en la Biorreserva del Cóndor
- Las áreas protegidas y sus funciones
- Los servicios ambientales
- Las fuentes de agua para Quito

Recursos requeridos

Acuerdos con el gremio de periodistas
Diagnóstico de necesidades de capacitación

Evaluación

- Número de periodistas capacitados(as)
- Número de periodistas capacitados(as) que publican después de la capacitación

12. Relaciones públicas con los medios de comunicación

Descripción

La propuesta en este caso es establecer un canal permanente de comunicación con los medios, de tal manera, que al momento de la búsqueda de información o de opinión sobre un tema o conflicto alrededor de la Biorreserva del Cóndor, éstos acudan a las organizaciones socias como fuentes de información y referentes.

Objetivos

Mantener un canal fluido de comunicación entre las organizaciones socias y los medios nacionales y locales de radio, prensa y televisión.

Interlocutores/as

Representantes, Editorialistas, Directores (as) de prensa y Productores(as) de los medios de comunicación nacionales y locales

Procedimiento

- Establecer una base de datos con los representantes de medios de comunicación nacionales y locales de interés
- Realizar presentaciones, reuniones, foros, salidas de campo
- Producir boletines de prensa de manera regular y enviarlos
- Convocar a ruedas de prensa en momentos críticos o importantes para la Biorreserva

Tema o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor
- Los avances en la conservación participativa
- Información base sobre algunos de los temas más conflictivos: abastecimiento de agua, el paso de la OCP, la construcción de la carretera Salcedo-Tena, o la Oyacachi-El Chaco, el impacto de los derrames de petróleo en las fuentes hídricas, el tráfico ilegal de la madera y la vida silvestre, las poblaciones indígenas y sus derechos ancestrales sobre sus territorios

Recursos requeridos

Información científica de base disponible en digital e impresa

Portavoces de las organizaciones socias dispuestos y preparados para debatir o ser entrevistados

Distribución

Principales medios de comunicación radial, escrita y de televisión

Evaluación

- Número de artículos publicados en la prensa o difundidos por la radio y televisión
- Número de boletines de prensa publicados
- Permanencia de la noticia en el medio (una semana, un mes)

13. Serie/s de diapositiva/s

Descripción

Una serie de diapositivas es una herramienta ideal para el trabajo en las zonas rurales porque no necesita de equipo sofisticado para su exposición. Se pueden crear un o varios guiones sobre la Biorreserva. Las fotografías pueden ser seleccionadas de entre las que tienen las organizaciones socias o tomar nuevas fotografías.

Cada serie de diapositivas puede ser utilizada en charlas o conferencias o puede estar acompañada de un guión pregrabado. En ambos casos toda serie deberá tener una guía, donde se especifiquen los objetivos comunicacionales de la serie, más información sobre el tema a tratar; actividades sugeridas para trabajar con distintos públicos (niños/as, jóvenes y adultos).

Objetivos

Llevar la propuesta de conservación participativa en la Biorreserva del Cóndor a los actores y grupos locales.

Interlocutores/as

Poblaciones y grupos locales de la Biorreserva

Procedimiento

- Establecer el o los temas prioritarios a comunicar a través de este medio
- Elaborar las guías de uso para las series de diapositivas

Tema o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor
- Las áreas protegidas
- Las cuencas hidrográficas
- Las poblaciones y territorios indígenas dentro de la Biorreserva
- Las intervenciones de conservación para el desarrollo humano sustentable dentro de la región (quién hace qué)

Recursos requeridos

Fotografías de la Biorreserva

Distribución

Una copia de cada serie de diapositivas para las organizaciones socias
Una copia de ciertas series de acuerdo a las necesidades en cada una de las organizaciones locales con que trabajan las organizaciones socias

Evaluación

- Número de veces en que la serie ha sido expuesta (en charlas, en casas abiertas, en ferias, en escuelas y colegios)
- Comentarios y sugerencias a las mismas
- Número de demanda de copias y de quienes

14. Radio

Descripción

La radio es el medio más económico y el que llega a comunidades rurales más alejadas. En zonas urbanas también tiene gran acogida pero obviamente el tipo de programas es diferente.

En este caso se pueden usar radio para las comunidades rurales con las que se trabaja en la Biorreserva y aprovechar espacios de las radios locales para promover el Programa, así como para apoyar a las actividades de manejo, control y vigilancia, investigación y educación que desarrollan las organizaciones socias.

En una segunda etapa, también se puede utilizar la radio para zonas urbanas para programas de concienciación sobre temas específicos relacionados con los beneficios que éstas zonas reciben de la Biorreserva.

Objetivos

Ampliar la participación de las comunidades rurales de la Biorreserva en los procesos de conservación y desarrollo, a través de la motivación y la información que se da en los programas o espacios de radio.

Interlocutores

Comunidades y población rural de la Biorreserva del Cóndor

Procedimiento

- Establecer los tipos de programas y espacios de radio que se necesitan para apoyar a las actividades desarrolladas en la Biorreserva
- Escoger las radios locales (de la Base de Datos) con los que se va a trabajar
- Diseñar los programas o espacios de radio
- Pautar
- Difundir

Temas o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor
- La riqueza cultural y biológica de la región
- La historia de uso de los recursos de la región
- La propuesta de Parques en Peligro
- Las actividades de conservación y desarrollo que se están llevando a cabo
- Las metas para el futuro
- La corresponsabilidad en la búsqueda de un modelo de desarrollo humano sustentable
- Los servicios de la Biorreserva
- Las áreas protegidas dentro de la Biorreserva
- Los conflictos humanos y ambientales en la Biorreserva

Recursos requeridos

Información para la producción radial de parte de cada una de las organizaciones socias
La participación del personal de las organizaciones socias en los distintos programas y espacios radiales

Acuerdos con las radios locales

Producción y pauta de programas, cuñas y otros productos radiales

Distribución

Se usará una red de radios locales para la difusión de los programas y espacios de radio
La base de datos tendrá una copia de cada programa producido que estará a disposición de los socios

Evaluación

- Número de programas producidos
- Registro de número de veces que el programa o producto ha sido emitido o transmitido
- Número de reacciones, peticiones hechas a partir del programa o producto radial

15. Objetos promocionales

Descripción

La producción y distribución, venta o regalo de calendarios, calcomanías, llaveros, pines, esferos, separadores de libros y otros objetos promocionales puede acompañar a otras actividades de comunicación como reuniones o charlas promocionales, o ser parte de una

estrategia de generación de fondos propios. En ambos casos estos materiales contribuyen a la generación de una imagen pública sobre la organización u organizaciones de conservación.

Objetivos

Apoyar a la creación de una imagen pública de la Biorreserva del Cóndor y sus organizaciones socias.

Interlocutores/as

- Público general
- Donantes potenciales y actuales
- Niños y jóvenes que se beneficien de otros programas educativos o recreativos
- Organizaciones públicas y civiles que trabajen con las organizaciones socias

Procedimiento

- Diseñar y aprobar logos y/o logotipos de la Biorreserva
- Escoger los símbolos o íconos que se promocionarán a través de los objetos promocionales
- Producir los materiales
- Distribuir los materiales promocionales

Tema o Contenidos

- Un logotipo de la Biorreserva del Cóndor o del Programa Parques en Peligro
- Animales símbolos de la Biorreserva del Cóndor
- Los páramos y bosques de la Biorreserva como fuentes de agua para las ciudades y poblaciones cuenca abajo
- Lugares que representen a la Biorreserva por su belleza escénica o cultural

Recursos requeridos

Diseño industrial y gráfico para cada uno de los materiales promocionales

Distribución

A través de los distintos eventos que hagan las organizaciones socias en la Biorreserva o para la Biorreserva

Evaluación

Demanda sobre los productos promocionales, sea para su distribución gratuita o su venta

16. Exhibición itinerante

Descripción

Una exhibición itinerante es necesaria para el Programa pues le permitiría cubrir una variedad de eventos sociales relacionados con las poblaciones de la Biorreserva del Cóndor o con organizaciones no gubernamentales.

La exhibición debe ser llamativa e interesante. Debe tener un lenguaje asequible al público general y debe estar compuesta por varios módulos. De esta manera se podrá ir construyendo poco a poco, a medida que se consigan los recursos. Además, esto permitirá adecuarla al espacio que esté disponible en cada lugar. Debe haber un módulo general que exponga generalidades de la Biorreserva del Cóndor (qué es, donde está, quiénes viven en ella, quiénes trabajan, sus problemáticas). Los otros módulos deben crearse según las circunstancias y los eventos en que se vayan a participar.

La clave de la exhibición es que sea transportable y manipulable.

Se elaborará una guía para que todos los socios puedan sacar el mejor provecho de la exhibición. En esta guía se ampliarán los temas expuestos en los paneles y se darán sugerencias sobre su ubicación, uso y actividades paralelas que se puedan desarrollar. Esta guía estará en permanente construcción y se irá actualizando de acuerdo a la experiencia que vayan adquiriendo los socios.

Objetivo

Llegar con un mensaje de conservación a través de un material atractivo visual a la población de la Biorreserva en espacios sociales tradicionales

Interlocutores/as

Habitantes de las ciudades y poblados de la Biorreserva y de otras ciudades cercanas a la Biorreserva con influencia sobre ella, por ejemplo: Quito, Ambato, Ibarra.

Procedimiento

- Establecer el tema de la exhibición de manera conjunta
- Contratar productor(a)
- Elaborar de textos

- Contratar el diseño gráfico

Temas o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor, un modelo de desarrollo humano sostenible
 - Los servicios ambientales de la Biorreserva
 - Las fuentes de agua provenientes de la Biorreserva
 - Los esfuerzos de conservación en la Biorreserva
 - La iniciativa de reservas privadas
 - Los corredores ecológicos y los corredores agroecológicos

Recursos requeridos

Sitio y sistema de almacenamiento y transporte de la exhibición

Distribución

La exhibición de la Biorreserva estará a disposición de los socios para ser utilizada en aquellas ocasiones que lo consideren pertinente. Para esto se establecerá un sistema de reservación y préstamo. Se dará preferencia a aquellos eventos donde se celebren fechas especiales que congreguen una gran cantidad de público.

Evaluación

- Número de eventos en los que se participa con la exhibición
- Número de peticiones para exponerlo nuevamente
- Comentarios y sugerencias hechas a la exhibición

17. Charlas divulgativas

Descripción

Las charlas divulgativas son una de las formas de comunicación más amplias. A pesar de que todas las personas pueden dar una charla, es importante fijar estándares de calidad y sobre todo determinar la propiedad de una charla para distintos interlocutores/as de la Biorreserva del Cóndor.

El lenguaje apropiado (no muy simple, no muy técnico), las ayudas audiovisuales, el contacto visual con el público son algunos de los elementos que determinan la calidad de una charla divulgativa. También es importante considerar el contexto donde se va a dar la charla, si es en un auditorio, si es al aire libre, si es dentro de un contexto formal o más informal. La clave de una charla está en que el/a conferencista sepa contactarse con su

público, determinar sus intereses y las maneras en las que el tema que va a tratar afecta a su grupo de interlocutores.

Objetivo

Llegar con un mensaje de conservación a través de la comunicación verbal directa con los distintos grupos de interlocutores de la Biorreserva.

Interlocutores/as

Comunidades, escuelas, colegios, asociaciones y organizaciones civiles locales, gobiernos seccionales, empresas privadas, asociaciones de ganaderos, agricultores, cooperativas

Procedimiento

- Establecer con anterioridad el tema de la charla y buscar información relevante
- Elaborar un guión o ideas claves a tratar
- Desarrollar la charla
- Probarla con un grupo más reducido de interlocutores/as
- Probar equipos y espacio en el lugar de exposición
- Llegar con anterioridad al sitio de la charla
- Hacer una presentación personal antes de empezar la charla
- Dejar espacio para preguntas y sugerencias
- Hacer una evaluación escrita u oral

Temas o Contenidos

- La Biorreserva del Cóndor, un modelo de desarrollo humano sostenible
- La presentación del Programa PEP
- Las distintas actividades y esfuerzos de conservación que realizan las organizaciones socias
- Los objetos de conservación
- Los animales en peligro de extinción en la BRC
- Los servicios ambientales de la BRC
- La iniciativa de reservas privadas
- Los corredores ecológicos y los corredores agroecológicos
- Las comunidades, gobiernos locales y ONG locales con las que se trabaja
- La educación ambiental
- El ecoturismo como una alternativa de conservación

Recursos requeridos

Infocus, Retroproyector o Proyector de Slides

Gráficos en papel o rotafolio
Papelotes o pizarrón de tiza líquida
Marcadores

Distribución

Se podría pensar en una base de archivos de power point que podrían ser compartidos por las organizaciones socias.

Evaluación

- Número de charla con los distintos grupos de interlocutores
- Registro de cuanta gente estuvo presente, el objetivo de la charla y quién fue el/a conferencista
- Número de peticiones para dar la charla nuevamente
- Comentarios, sugerencias y evaluación escritas hechas a las charlas

2.8 Gestión de la Estrategia de Comunicación

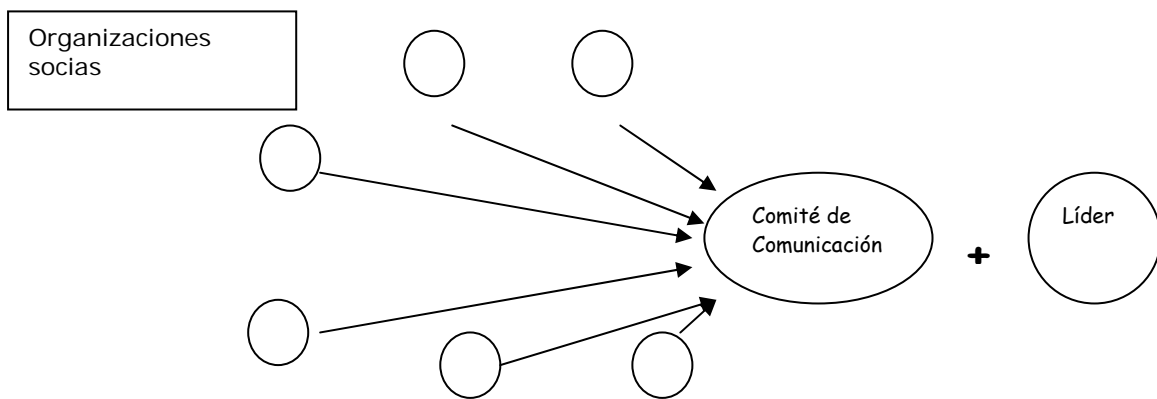
Los tres procesos propuestos dentro de la Estrategia, tanto la comunicación interna, el mejoramiento de la información de nuestros/as interlocutores/as, como la comunicación externa, son complementarios y sistémicos. Es decir, lo que se haga en comunicación interna afectará, positiva o negativamente, la comunicación externa. Por otro lado, estos procesos tienen que ser integrales porque no se puede empezar haciendo comunicación hacia fuera, sin que hayamos fortalecido los canales internos porque tarde o temprano se desatarán contradicciones, discursos dispares y mala comunicación con los/as interlocutores/as.

Considerando que la Estrategia de Comunicación es un proceso integral y sistémico, para la gestión se plantea una estructura base y un sistema operativo que se detallan a continuación.

Estructura

La implementación de esta estrategia de comunicación requiere de una coordinación permanente y adecuada entre las organizaciones socias. La coordinación estará a cargo de una organización y de una persona, a la que se le denominará **LIDER**. El resto de las organizaciones socias designarán una persona que las representará en un **COMITÉ DE COMUNICACIÓN** que estará a cargo de apoyar la implementación de la estrategia.

Tanto la persona líder como las representantes al Comité deben tener conocimientos académicos o empíricos en el tema de la comunicación y estar bien informadas de las actividades y procesos de comunicación de su organización.

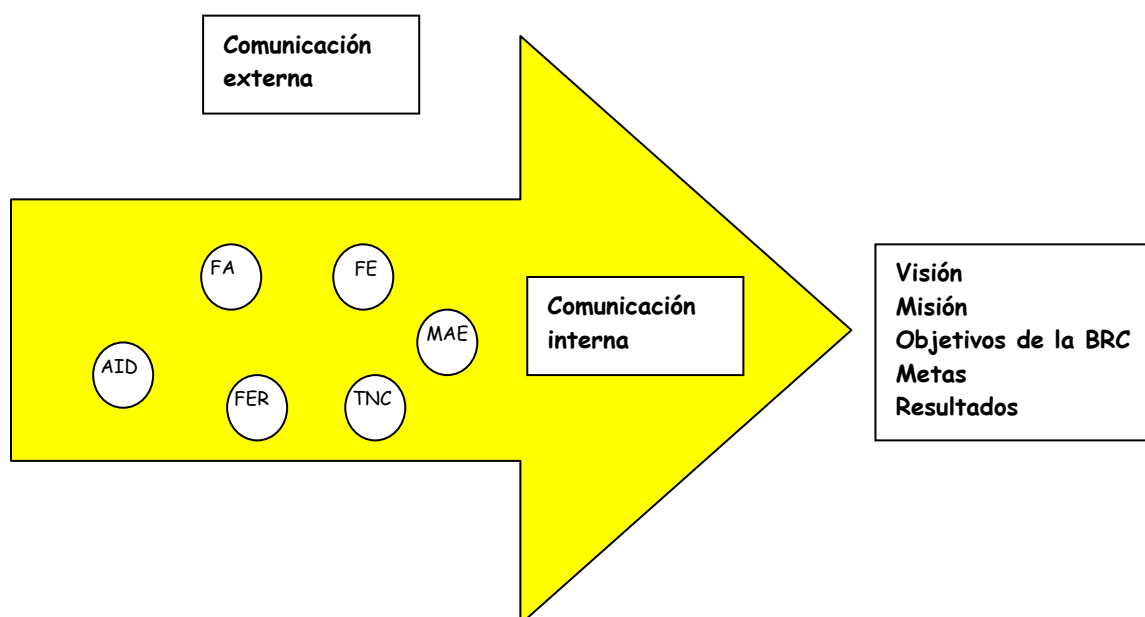


Sistema operativo

La ejecución de esta estrategia no implica que las organizaciones socias no puedan hacer comunicación según sus necesidades, sino que cuando se realice comunicación bajo el marco del Programa *Parques en Peligro* se haga de manera ordenada y coherente.

Esta estrategia busca generar un discurso común que permita posicionar el concepto de la Biorreserva y no se trata de una estrategia promocional de las organizaciones socias. Por lo tanto, las organizaciones deben estar conscientes de las implicaciones que puede tener el hacer una comunicación como proyecto y no como institución.

Todas las organizaciones socias están inmersas en un proceso de comunicación tanto interno como externo. Todas deben tener claro la visión, la misión, los objetivos y metas, así como los principales logros de la propuesta de *Parques en Peligro* en la Biorreserva del Cóndor.



La idea de la estrategia es lograr lineamientos claros para hacer tanto la comunicación interna como la externa, y ver como ambos procesos pueden fortalecerse mutuamente. El éxito de esta estrategia depende de que todas las organizaciones socias se involucren y participen en la implementación de la misma. Una mejor comunicación potenciará nuestro trabajo y nos apoyará a cumplir con las metas y objetivos conjuntos y comunes.

La implementación de la Estrategia dependerá de la voluntad política de las organizaciones socias que permitan tender puentes entre lo que se haga al interior para compartirlo, socializarlo y difundirlo hacia fuera.

La Estrategia deberá también tomar en cuenta la ejecución del Programa de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor, desarrollado por la Corporación Oikos con el apoyo financiero de USAID, para promover la conservación y protección de las fuentes de agua que abastecen a Quito y apoyar al FONAG. Para el efecto, se establecerá una coordinación con el equipo técnico del citado Programa de manera que se evite duplicar acciones comunicativas y productos comunicacionales.

El rol del Líder es el de facilitar la implementación de la Estrategia de Comunicación. Pero es clave porque debe partir del Diagnóstico levantado para la Estrategia de Comunicación (Manosalvas & Camacho 2003) y estar atento a los cambios en el contexto político, social y económico de la Biorreserva y debe reaccionar rápida y estratégicamente a ellos. Así mismo, debe estar constantemente actualizando la información sobre los distintos grupos de interlocutores y debe ser un buen receptor de la información y de otros insumos por parte de las organizaciones socias.

Adicionalmente, el/a líder debe analizar el presupuesto que se ha incluido como un referente, para luego junto con el Comité gestionar fondos tanto de los donantes actuales como de otros (privados y públicos) que pueden estar interesados (i.e. Bellsouth, Termoriente, Antenas, EMAAP-Q, otros.)

Las funciones del/a Líder y del Comité de Comunicación en cada una de las fases de implementación de la Estrategia son las siguientes:

En la planificación y establecimiento de acuerdos previos

El/a Líder convoca y pone a consideración del Comité la Estrategia, recoge comentarios y hace los ajustes.

Se revisan y discuten los productos y actividades de comunicación propuestas y se hace una priorización basada en las necesidades de los/las interlocutores/as, en las capacidades de los socios y en las oportunidades que se presenten. Se incluirán actividades y productos de comunicación propios de cada organización.

Se elaborará una matriz para cada año donde se cruce, el QUIEN va a hacer la comunicación, a QUIENES y QUÉ mensaje, con QUÉ RECURSOS y en QUÉ TIEMPO.

La idea a futuro es que TODAS las actividades y productos de comunicación (tanto los propuestos en la estrategia así como los de cada organización) sean parte del mismo proceso. Para ello pasarán por el filtro del Comité de Comunicación.

El/a Líder y el Comité elaboran un código de ética para la comunicación que permita aplicar los principios (Acápites 2.3.4) y acuerdos operativos.

Estos acuerdos operativos serán los siguientes:

1. Procurar incluir a la comunicación transversalmente en todas las actividades de investigación, capacitación y manejo en la Biorreserva. Por ejemplo, los/as Guardaparques comunitarios/as pueden ser agentes de difusión y enlace entre comunidad y BRC, dando charlas, elaborando periódicos murales, entre otras cosas.
2. Respetar y explicitar los créditos y autorías correspondientes en cada uno de los productos.
3. Aportar a una base de datos que incluirá:
 - a. la información sobre los interlocutores/as de la Biorreserva (sus percepciones, sus necesidades de comunicación)
 - b. información que produzca su organización y que sea relevante a ser comunicada
 - c. una copia de los productos y actividades de comunicación que se hayan hecho, las que se están haciendo y las que se propongan, y
 - d. los medios utilizados para llegar a los distintos grupos de interlocutores/as (radio, televisión, prensa escrita) (espacios comunitarios o alternativos de comunicación)

Esta base de datos será inicialmente elaborada por la organización líder para luego ser puesta a disposición y a ser alimentada por las otras organizaciones socias.

En el diseño, validación y producción de las actividades y productos de comunicación

El/a Líder y el Comité harán una conceptualización de las actividades y productos a realizarse en el año.

El Comité proveerá de información sobre cada organización relevante para lo que se vaya a hacer, y con el Líder revisarán contenidos, diseño y estilo de los productos y actividades

de comunicación. Así mismo, cada socia proveerá de espacios y personas con las que se puedan validar los productos y actividades de comunicación. El Comité aprobará la producción final de los productos y actividades una vez que se hayan incluido los cambios de la validación.

Finalmente, el representante al Comité será el coordinador/a de la difusión y promoción de las actividades y productos de comunicación dentro del contexto de las actividades de conservación de su organización en la Biorreserva.

En la evaluación e inicio de otro ciclo de comunicación

La evaluación de los productos y actividades serán evaluados por los grupos de interlocutores/as sobre su calidad. El/a líder y el Comité evaluarán el impacto de los mismos sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de los/as interlocutores. Para ello cada organización socia proveerá de espacios y grupos de personas con las que se puede hacer la evaluación.

La evaluación permitirá generar un nuevo diagnóstico de otras necesidades de comunicación y de ahí se pasará nuevamente al diseño de nuevas actividades y productos acordes con ellas.

El/a líder y el Comité de Comunicación elaborarán un informe anual de evaluación, seguimiento y monitoreo de la Estrategia de Comunicación de la Biorreserva del Cóndor.

Bibliografía

- Fiske, J. 1990. Introduction to Communication Studies. Routledge. London
- GreenCOM. 2002. Heating up Society to take environmental action, a guide to effective environmental education and communication. Academy for Educational Development. Washington D.C.
- Jacobson, S. 1999. Communication Skills for Conservation Professionals. Island Press. Washington D.C.
- Kernohan, B. & J. Haufler. 1999. Implementation of an Effective Process for the Conservation of Biological Biodiversity en Baydack, R, H. Campa & J. Haufler (Eds). Practical Approaches to Conservation of Biological Diversity. Island Press. USA.
- O'Sullivan, T., J. Hartley, D. Saunders, M. Montgomery, J. Fiske. 1994. Key Concepts in Communications and Cultural Studies. Routledge. London.
- Prieto, D. 1996. Palabras e imágenes para la comunicación impresa. Unión Católica Latinoamericana de Prensa. Quito.
- Stern, G. 1990. Marketing Workbook for Nonprofit Organizations. Amherst H. Wilder Foundation. USA.
- Zecchetto, V. & M. Braga. 2001. En medio de la comunicación. Ediciones Abya Yala. Quito.

Anexos

Anexo 1. Guía de conceptualización

Anexo 1. Guía de Conceptualización para los productos y actividades de la Estrategia de Comunicación de la Biorreserva del Cóndor

Antes de la producción de material o realización de una actividad se deben realizar las siguientes preguntas a manera de guía:

1. Interlocutores/as que recibirán el material o serán parte de la actividad

¿Quiénes serán los/as principales interlocutores/as?
¿Qué otros/as interlocutores/as se beneficiarán de la actividad o producto?
¿Qué percepciones tienen los interlocutores/as sobre la biodiversidad y los recursos naturales, sobre la Biorreserva y las instituciones de conservación? ¿cobertura tiene la emisora? (asegurarse que nos digan las ciudades)

2. Concepto y mensaje principal

¿Sobre qué concepto se trabajará el producto o actividad de comunicación?
¿Cuál va ser el mensaje del producto?
¿Qué respuesta esperamos de los interlocutores después de ejecutada la actividad o recibido el producto?

3. Contenidos del producto

¿De qué se va hablar?
¿Con qué profundidad o nivel de detalle?
¿Qué ayudas visuales, fotografías, videos o audios se piensan utilizar?

4. Enfoque del producto

¿El producto es formal o informal?
¿Qué tipo de estilo tendrá el contenido? Lineal, no lineal, paralelo, circular, análoga, combinada?
¿Va a haber un personaje narrador?

5. Manejo del producto o actividad

¿Quién va a usar, difundir o manejar los materiales?
¿Dónde y cómo se va a almacenar y transportar los productos?
¿Quién llevará el registro de distribución y uso?
¿Qué necesidades de mantenimiento y renovación tienen los productos?

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:

Camacho, J., R Manosalvas y J Campaña. 2004. Estrategia de Comunicación para la Biorreserva del Cóndor. Programa "Parques en Peligro"/EcoCiencia. Quito

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

© EcoCiencia 2004

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 y Jorge Campaña
Edición y revisión de texto: Jorge Campaña e Ivonne Muñoz