

Resumen Ejecutivo

Estrategia de comunicación y concientización

Version v1



Documento elaborado con fecha 23 de marzo de 2017

Proyecto Fortalecimiento de la gobernanza para la
protección de la biodiversidad mediante la formulación e
implementación de la Estrategia Nacional sobre Especies
Exóticas Invasoras (ENEEI) - (GCP/ARG/023/GFF)

**Fortalecimiento de la gobernanza para la protección
de la biodiversidad mediante la Formulación e
implementación de la Estrategia Nacional sobre
Especies Exóticas Invasoras (ENEEI)
(GCP/ARG/023/GFF)**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y CONCIENTIZACIÓN

La comunicación sobre la **problemática de las especies exóticas invasoras (EEI)** es una actividad que no es trivial ya que interactúa con un sistema **socio-ambiental complejo**, por lo que una forma de abordaje pertinente es la adopción del marco del manejo adaptativo.

La complejidad de este sistema está dada por diferencias en el conocimiento de la problemática, la percepción de los impactos, los valores que se vinculan con la aceptación de las medidas de manejo, que cobran más importancia cuando implican sacrificio de animales. La **complejidad aumenta al tener en cuenta variables sociodemográficas** (por ejemplo, sexo y edad), **contextuales, la identidad del invasor, el tiempo de invasión**, etc. No tener en cuenta estas particularidades resultará en una campaña ineficiente y aumentará el riesgo de generar una respuesta de rechazo por parte de la sociedad, se debe prestar especial atención en las grandes ciudades donde se forma opinión. No se puede extrapolar ni hay una receta única, técnicamente la propuesta es partir del mejor diagnóstico.

En general, existe una **relación positiva entre conocimiento e interés** y entre conocimiento, percepción de los impactos y aceptación de las medidas de manejo. Estas relaciones están a su vez moduladas por los sistemas de valores. Si una EEI afectara la salud, un valor ampliamente reconocido, hay un aumento de la aceptación de las medidas de sacrificio. En los niveles de las variables relacionadas conocimiento-percepción-aceptación hay marcadas diferencias regionales que parecen vinculadas al tiempo de residencia de la EEI. En algunas regiones, las mujeres y los jóvenes muestran los menores niveles en estas variables.

La estrategia de comunicación está compuesta por la **comunicación interna y externa**. La primera se enfoca en la información que alcanza a las instituciones y actores vinculados al proyecto, y es fundamental como herramienta para el fortalecimiento de la gobernanza en torno a la protección de la biodiversidad en el marco de la formulación de la Estrategia Nacional sobre Especies Exóticas Invasoras (ENEEI). En esta instancia el proyecto contempla elementos como boletines, gacetillas, materiales gráficos y digitales que facilitan la difusión de información sobre las especies exóticas invasoras entre los diversos actores y nuevos socios para mantener una coherencia en el discurso. Durante la vida del proyecto el rol de las contrapartes es central para dinamizar la estrategia en elaboración e implementación y hacerla sustentable.

Por otra parte, la comunicación externa presenta uno de los mayores desafíos de esta estrategia, que es incrementar el conocimiento y a su vez sensibilizar y concientizar a la población en general. Dentro de la estrategia, una de las líneas propone incrementar el interés, enfocándose en los colectivos sociales y regiones que menos interés muestran de manera de generar un escenario favorable para la comunicación.

Para lograr elevar la percepción de los impactos es necesario comunicar los efectos sobre los ambientes naturales, la economía, la cultura y la salud con el objetivo de lograr una percepción más realista y crítica para que la sociedad otorgue un valor a lo que se pierde y, por lo tanto apoyen las medidas de manejo. Para esto es necesario trabajar en aumentar la visibilidad del problema de las invasiones biológicas en la agenda de medios.

Los ejes clave **apuntan a aumentar el conocimiento y percepción** por un lado, ya sea con la comunicación de contenidos conceptuales, incrementando el interés, **apelando** a la fuerza comunicacional de las **imágenes, a los datos cuantitativos o aprovechando escenarios donde los ciudadanos están más receptivos**. Por otro lado, tiene por objetivo aumentar la valoración ya que ésta, junto con el conocimiento y percepción, son factores determinantes del apoyo y la aceptación de las medidas de manejo más conflictivas. Particularmente se propone trabajar con los valores que se construyen a partir del aprendizaje, apuntando a que, a partir de esta construcción, los individuos modifiquen su comportamiento y actitudes hacia la problemática. Los objetos sobre los que se pretende construir valor están básicamente relacionados a los impactos. Muchos de ellos son conceptuales y se prestan bien a ser contruidos a partir del aprendizaje. Otra forma es asociarlo a valores conocidos, por ejemplo, el valor de un bosque, el que es ampliamente reconocido por la sociedad.

Es importante comunicar que **las especies se manejan por los impactos que producen**. Generar comunicaciones que planteen dilemas éticos en un sector social que aun presentan niveles bajos de conocimiento, percepción y valoración de los impactos puede ser contraproducente.

Este documento aporta la información básica y estratégica resumida para una consulta rápida. Respecto de las principales regiones geográficas del país, se cuenta con los niveles de conocimiento, interés, percepción de los impactos, valoración y aceptación de las medidas de manejo más conflictivas y cómo éstos se relacionan y pueden ser abordados comunicacionalmente para el logro de los objetivos. Hay que prestar especial atención a las **grandes ciudades donde se forma opinión y en donde los niveles de rechazo pueden ser altos**.

Las mujeres y los jóvenes pertenecen a colectivos sociales prioritarios para el abordaje de mensajes específicos dada la baja intensidad con la que registran el problema de las invasiones biológicas y en consecuencia la aceptación de medidas de manejo. De esta manera, si se evalúa el nivel de conocimiento, percepción de los impactos, actitud hacia las medidas de manejo en las distintas regiones y los grupos precedentemente mencionados se puede definir los objetivos y los temas generales a abordar de la campaña. Los **mensajes específicos deberán ser definidos en el diseño de la misma y se recomienda incorporar creativos**. Respecto de los canales de comunicación y el interlocutor más escuchado esta estrategia también aporta líneas generales, pero esto deberá ser completado con información proveniente de las agencias de medios del Estado. Las experiencias con las especies **castor y ardilla muestran diferencias geográficas notables, que sugieren precaución y recomendación de no extrapolar los diagnósticos**.

En el marco del proyecto se elaborarán diferentes **materiales gráficos y audiovisuales** para ser puestos a prueba mediante los diferentes medios que dispone el Estado Argentino. Las **redes sociales** merecen una atención particular por su fuerza, alcance y valoración por parte de los ciudadanos, **especialmente en jóvenes**.

Desde la visión de esta estrategia de comunicación y concientización se destaca la **importancia de la inclusión de la temática de las EEI en la currícula de la educación ambiental formal (acompañada de acciones educativas informales)**. El objetivo estratégico es asegurar que mayor cantidad de niños y adolescentes escolarizados puedan conocer y comprender sobre esta problemática biológica – social, y brindar sostenibilidad a la concientización pública.

Finalmente cabe destacar la importancia del trabajo focalizado en la prevención y alerta temprana como instancias en las que los ciudadanos pueden involucrarse y ser parte activa del cambio que se desea lograr en torno a los valores nacionales y a la protección de los recursos.

Documento elaborado con fecha 23 de marzo de 2017

Fortalecimiento de la gobernanza para la protección de la biodiversidad mediante la formulación e implementación de la Estrategia Nacional sobre Especies Exóticas Invasoras (ENEEI)
(GCP/ARG/023/GFF)



**Ministerio de Ambiente
y Desarrollo Sustentable**
Presidencia de la Nación