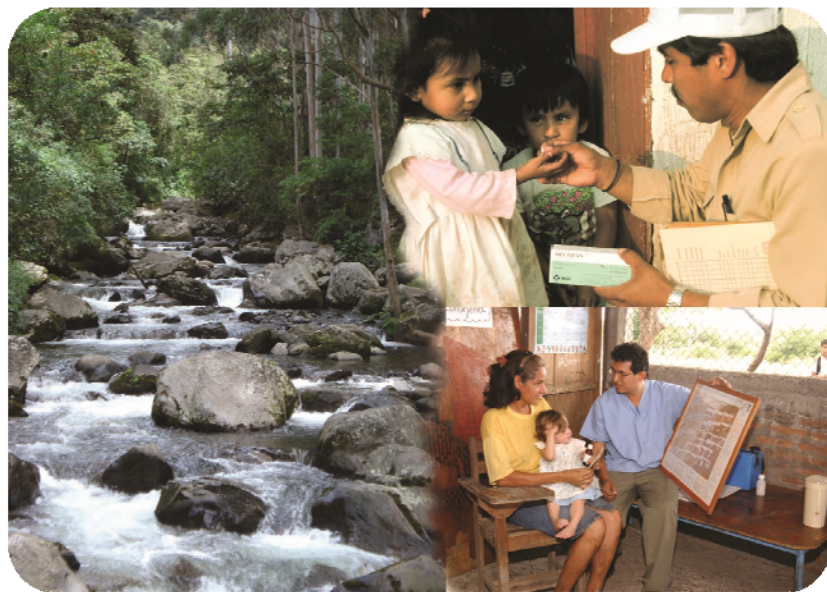


PROPUESTA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA ERAS

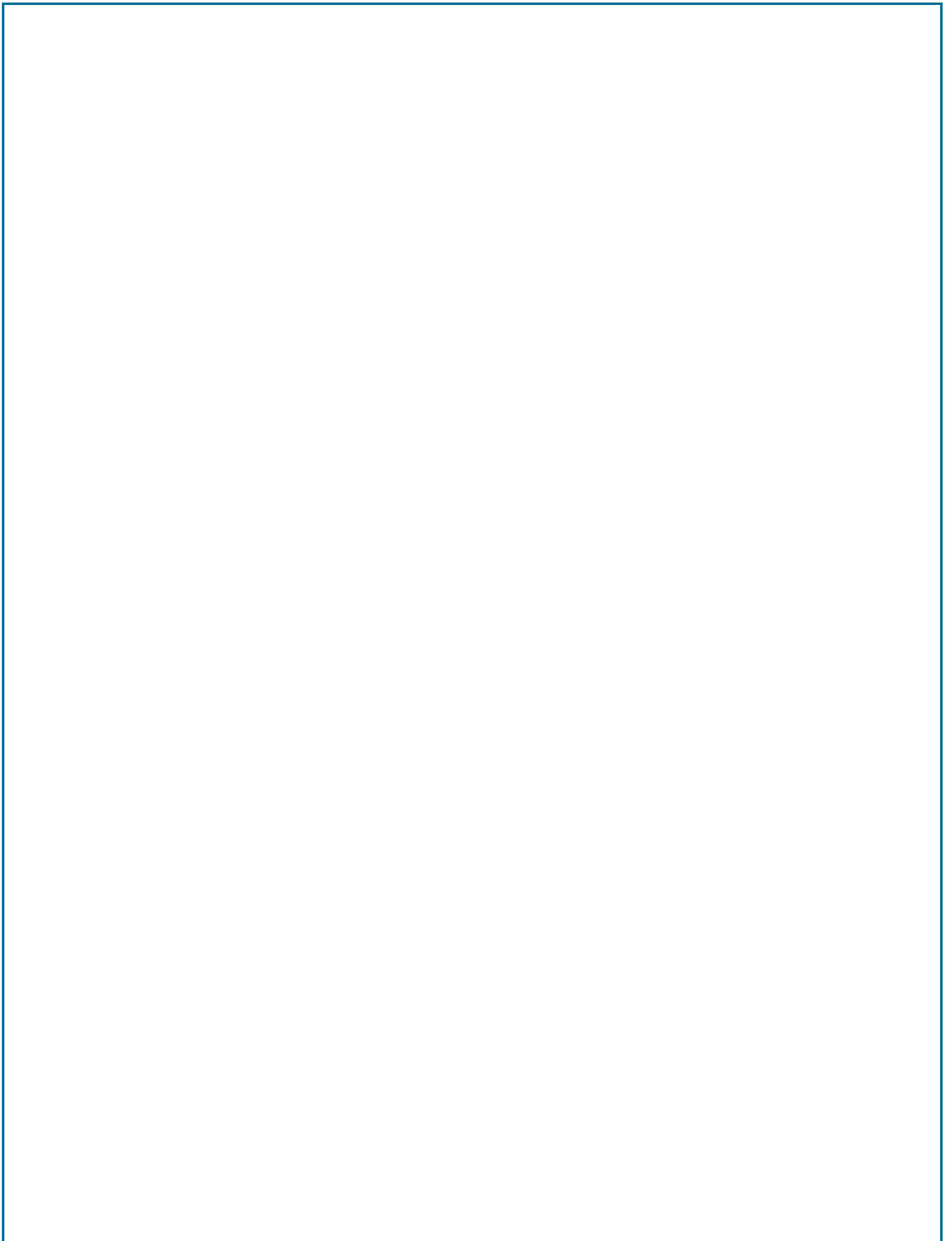
PRIMER BORRADOR



Marzo, 2009

TABLA DE CONTENIDO

ANÁLISIS PREVIO	1
Descripción de la situación	1
Áreas de Resultados Clave	2
Gestión de la información	2
Gestión del conocimiento.....	3
Gestión de la Comunicación	3
PRINCIPIOS OPERATIVOS	4
Misión	4
Visión	4
Destinatarios	4
Objetivos de comunicación	5
PROPUESTA ESTRATÉGICA	5
Estrategia de Promoción.....	5
Estrategia de Coordinación.....	6
Estrategia de Interacción	7
Estrategia de Diálogo.....	7
Estrategia de formación.....	7
Estrategia de “enfoque ERAS”.....	8
ACCIONES RECOMENDADAS	8
Acciones de promoción.....	8
Acciones de coordinación	9
Acciones de interacción.....	9
Acciones para el diálogo.....	10
Productos de comunicación para el Plan de Formación.....	10
Acciones para la plataforma de enfoque ERAS.....	10
PLAN DE ACCIÓN	11



ANÁLISIS PREVIO

Descripción de la situación

Existen circunstancias relevantes a la hora de describir la situación de comunicación en la ERAS. En primer lugar, la ERAS es una iniciativa que requiere respaldo. La estrategia de comunicación habrá de albergar la intención de inducir y justificar el respaldo de esta iniciativa. Ahora bien, La inversión es también una opción viable y la estrategia de comunicación deberá asumir el reto de transmitir esta realidad.

Otra de las circunstancias importantes para describir el punto de partida de esta estrategia es que la ERAS busca el fortalecimiento de capacidades, y así lo especifica el propio documento de la ERAS. Por lo tanto, el componente educativo y divulgativo será uno de los ingredientes fundamentales de la estrategia. De hecho, la construcción de capacidades hace referencia a un componente educativo, entendido como proceso y no como producto puntual. La construcción de capacidades supone una apropiación y adecuación constante de los conocimientos a una realidad y necesidades concretas que deben reflejarse en un plan de formación permanente.

Por último, la peculiaridad quizá más destacable de la ERAS es su naturaleza. La ERAS ofrece una visión sistémica de la realidad, es decir, un punto de vista que integra todos los elementos agronómicos, ambientales y de salud que forman parte de la realidad. La Salud implica lo social y la necesidad de construir capital social con enfoque ERAS. La ERAS supone una lectura diferente de la realidad porque es una lectura integradora. Salud, Agricultura y Medioambiente constituyen los grandes pilares de este “enfoque ERAS”. Por lo tanto, la estrategia de comunicación habrá de tener en cuenta esta forma diferenciada de enfocar la realidad, esta visión unificada. Desde el punto de vista académico, la visión integral de la ERAS que concibe el entorno como un fenómeno sistémico, sin menoscabar ninguno de los elementos que forman parte del sistema, debe contribuir a elaborar un producto de comunicación que se identifique con el enfoque ERAS.

La coordinación y el diálogo constituyen dos herramientas muy importante tanto para la propia ejecución de la ERAS como para la ejecución de su estrategia de comunicación. Sin embargo, la coordinación y el diálogo entre los actores implicados suponen, ya desde el diagnóstico inicial, un reto destacable. En primer lugar, la coordinación entre instancias regionales e instancias nacionales es un requisito imprescindible para la ejecución de la ERAS pero que entraña cierta complejidad. En segundo lugar, la coordinación intersectorial entre Salud, Ambiente y Agricultura representa un aporte muy importante de la ERAS con respecto a otras propuestas de acción pero supone también un considerable esfuerzo. Por último, la coordinación entre el sector público y el sector privado es la única que puede garantizar el éxito de esta empresa y ofrecer sostenibilidad al proyecto del enfoque ERAS.

Para alcanzar estos retos será necesario seleccionar bien los órganos de representación de las distintas instancias. Es preciso también trazar un itinerario de trabajo conjunto mediante el cual sea factible avanzar desde la colaboración, a la cooperación y la asociación como meta deseable. En el entendido de que colaborar es

trabajar conjuntamente en una tarea, mientras que cooperar es trabajar conjuntamente por un fin común. La asociación supone ya la institucionalización de la cooperación.

Será necesario establecer y diseñar espacios para el intercambio y el trabajo colaborativo, espacios presenciales, virtuales e institucionales; así como las rutas para el flujo de información.

El texto de la ERAS apunta también al trabajo con grupos y redes de trabajo. Con ello señala la importancia de establecer procedimientos de trabajo colaborativo, con metodología participativa que garantice la responsabilidad compartida. Así como articular y promover el trabajo intersectorial con acciones concertadas bajo una visión unificada.

Otra de las propuestas de la ERAS es la generación de información que posibilite una toma de decisiones consciente. La generación de información habrá de ser transmitida de manera eficiente, mediante canales o medios de divulgación adecuados a los destinatarios.

Necesitará también un sistema que garantice la actualización de la información.

Medida 2.3. Fortalecimiento de las capacidades de grupos y redes de trabajo multi e intersectoriales para el análisis de impactos potenciales y medidas de adaptación.

Medida 2.4. Promoción y fortalecimiento de capacidades para la toma de decisiones, basada en escenarios de cambio climático.

Medida 2.5. Fortalecimiento de las capacidades regionales y nacionales para la generación de alertas climáticas tempranas y la derivación de pronósticos especializados para la agricultura, la salud y el ambiente

Áreas de Resultados Clave

Gestión de la información

La gestión de la información deberá aumentar la disponibilidad de información, para ello será necesario identificar las fuentes de información que pueden suministrar esa información que en la actualidad no está disponible.

Pero no todos los problemas de gestión de la información se relacionan con la disponibilidad de información; en ocasiones la información está disponible pero el usuario no tiene acceso a la misma bien porque no está procesada de manera adecuada o porque no circula por las vías apropiadas. Para garantizar el acceso a la información hay que trabajar en formatos y canales de difusión adaptados a los destinatarios de la información y a la intención comunicativa que se alberga.

Cambio climático y variabilidad climática

Medida 2.6.

Generación, promoción y difusión de la información a nivel público y privado; así como su uso para los procesos de adaptación al cambio climático, atendiendo la diversidad cultural y el enfoque de género.

Otro de los problemas de gestión de la información usuales es la actualización de la información. Para garantizar una información actualizada hay que diseñar circuitos y procedimientos de actualización que se originen en las fuentes de información. Es necesario también contar con canales de difusión apropiados para la actualización de información y un sistema de almacenamiento que procese la información no actualizada.

La Estrategia contempla en su propia formulación la generación, promoción y difusión de información para que se convierta en un recurso ante el cambio climático.

Biodiversidad. Línea de acción 2:

Gestionar el conocimiento y la sensibilización sobre el uso sostenible de los recursos de la biodiversidad, incluyendo el conocimiento tradicional y promoviendo la innovación para los procesos agroambientales.

Espacios y estilos de vida saludables. Línea de acción

3: Promover la gestión del conocimiento para que el manejo agroambiental contribuya a los espacios y estilos de vida saludables.

Gestión del conocimiento

La gestión del conocimiento trasciende el manejo de información; puesto que se propone, en primer lugar, convertir la información en conocimiento y, en segundo lugar, la conversión del conocimiento en recurso. Ambos procesos exigen una apropiación de la información y la adecuación a las necesidades detectadas.

De esta manera, la gestión del conocimiento puede ya provocar cambios en el comportamiento de los actores; es decir, no solo ofrece una información nueva para los actores involucrados, sino una visión crítica de la misma realidad que antes se interpretaba de una forma más simple. Es esperable que los cambios en el comportamiento puedan afectar la toma de decisiones (económicas, sociales o políticas), contribuir a la construcción de

capacidades o provocar cambios en el paquete tecnológico.

En este sentido, la ERAS propone la gestión del conocimiento para favorecer el uso sostenible de los recursos. Pero esta gestión supone, y así está contemplado, tanto un rescate de usos tradicionales como la implantación de usos innovadores.

Gestión de la Comunicación

La gestión de la comunicación significa analizar y optimizar las rutas y flujos mediante los cuales se vehicula la coordinación, colaboración e interacción de las partes y actores principales. Por su naturaleza intersectorial, la ERAS ofrece cierta complejidad en este sentido, pero también un reto que posibilite el diálogo, la negociación y el intercambio entre todos los actores implicados y aquellos a quienes la estrategia deba

La ERAS deberá permitir a la sociedad y a sus organismos públicos y privados alcanzar la ansiada meta de un desarrollo humano sostenible sobre la base de: la armonización, alineamiento y sinergia

involucrar en su proceso de implementación.

El texto de la estrategia habla de armonización, sinergia y alineamiento. Estos objetivos de trabajo exigen una fuerte inversión en gestión de la comunicación para que el entendimiento con otros actores sea constante y fluido.

PRINCIPIOS OPERATIVOS

Misión

La misión de la estrategia de comunicación para la ERAS está enunciada en la Línea de Acción 2: Desarrollar e implementar una estrategia e instrumentos de información, educación y comunicación.

Visión

La misión de la estrategia de comunicación para la ERAS tiene una doble visión, que se encuentra también enunciada en la Línea de Acción 2:

Difusión permanente de información sobre la Estrategia Regional Agroambiental y de Salud (Medida 2.1)

Promoción y apoyo a la educación, la capacitación y la sensibilización del público respecto a la variabilidad y cambio climático; biodiversidad; manejo sostenible de tierras y negocios agro-ambientales; espacios y estilos de vida saludables; y sus relaciones con el desarrollo agroambiental (Medida 2.2)

Destinatarios

Los destinatarios de la estrategia de comunicación de la ERAS son todos aquellos actores internos y externos implicados en el proceso. En primer lugar tendríamos que distinguir entre los ejecutores directos. Entre ellos encontramos instancias gubernamentales nacionales y regionales y la población activa vinculada a la producción agrícola, alimentaria o turística. Dado el carácter intersectorial de la ERAS, se trata de una organización y comunicación compleja que habría que optimizar para garantizar la coordinación y armonización entre ellos.

Sin embargo, los protagonistas de la ERAS no son únicamente los ejecutores directos, sino, tal y como reza el texto, todos aquellos relacionados con la ERAS. Se podrían definir por su pertenencia a instancias gubernamentales, organismos de cooperación, ámbito académico, organizaciones de la sociedad civil, población activa vinculada a la producción agrícola, alimentaria o turística y, finalmente, en la jerarquía más ambiciosa, la opinión pública.

Este amplio espectro de destinatarios recomienda un itinerario progresivo que avance desde el ámbito más inmediato de los ejecutores, al ámbito indefinido de la opinión pública.

Objetivos de comunicación

Objetivo General: Diseñar una estrategia de comunicación que favorezca y optimice la ejecución de la ERAS en la región centroamericana mediante acciones que intervengan en:

1. La promoción de la ERAS;
2. La mejora de la coordinación entre los actores implicados;
3. El incremento de la interacción entre todos los actores implicados;
4. El fortalecimiento del diálogo entre los actores implicados;
5. La generación de un espacio de comunicación y de acciones concertadas con “enfoque ERAS”

PROPUESTA ESTRATÉGICA

La estrategia de comunicación para la ERAS tendría cinco grandes líneas de acción: la promoción de la ERAS, La optimización de la coordinación, el incremento de la interacción, el fortalecimiento del diálogo y la creación de un espacio de comunicación y acción con “enfoque ERAS”.

Estrategia de Promoción

La promoción de la ERAS se llevará a cabo en tres etapas:

1. Plan de difusión: En el entendido de que la difusión hace referencia a la transmisión de la ERAS entre los protagonistas de esta estrategia, la primera etapa propone sobre todo acciones para la incidencia política de ERAS.
2. Plan de divulgación: En el entendido de que la divulgación significa no solo una difusión y transmisión de la ERAS sino difundirla de manera que el destinatario pueda entenderla, la segunda etapa propone acciones que trascienden la incidencia política y alcanza la incidencia social.
3. Plan de sensibilización: En el entendido de que la sensibilización persigue la difusión de la ERAS de manera que el destinatario la comprenda y la sienta como propia (apropiación). En esta tercera etapa se trabajaría la incidencia social de la ERAS.

Experiencia piloto en plan de sensibilización:

Pese a que el plan de sensibilización es el más ambicioso y por ello está considerado como tercera etapa, se recomienda implementar ciertas acciones del plan de sensibilización en las zonas donde la ejecución de proyectos con enfoque ERAS recomienda este tipo de estrategia comunicativa con la población civil.

De hecho, existe en el Trifinio una oportunidad para trabajar como experiencia piloto la sensibilización de la población; puesto que en esta zona concurren varios proyectos con enfoque ERAS.

El trabajo de sensibilización en esta área piloto se propondría en dos ámbitos de acción: centros educativos e instancias de gobierno local. Centrar el plan de sensibilización en estos dos ámbitos favorecería una incidencia social paralela para las nuevas generaciones y para los actores involucrados en la toma de decisiones locales.

Para llevar a cabo este trabajo podría coordinarse el plan de sensibilización con instancias educativas, que en su nivel regional competiría a la SG-CECC (Secretaría general de coordinación educativa y Cultural Centroamericana). Se propone la elaboración de dos tipos de materiales: un material de presentación de la ERAS y un material de familiarización con la ERAS. Para presentar la ERAS se trabajaría preferiblemente un formato audiovisual. Para familiarizarse con la ERAS se trabajarían materiales interactivos, educativos y lúdicos. Si existe recurso informático se podría elaborar un juego electrónico; de lo contrario se pueden elaborar juegos interactivos

En las instancias de gobierno locales se propone la elaboración de material para la presentación de ERAS también en soporte audiovisual y material para la difusión y divulgación. El material de difusión y divulgación podría ser una serie de afiches homogéneos en imagen y con mensaje variado y complementario, inspirado en el texto de la estrategia.

Estrategia de Coordinación

Para mejorar de la coordinación entre los actores implicados en la ejecución de la ERAS hay que definir bien quiénes son estos actores.

En este sentido, estaríamos hablando, en primer lugar, de la coordinación entre instancias regionales y nacionales. La coordinación entre estas instancias requiere para comenzar de una institucionalización que cree los espacios necesarios para que exista una coordinación efectiva, con suficiente autonomía. La institucionalización ha sido ya creada, aunque su puesta en práctica sea, quizá, todavía muy débil. Ahora sería necesario trabajar en los procedimientos que marcarán el flujo de las acciones coordinadas. El diseño de procedimientos es muy importante y constituye una herramienta imprescindible para la coordinación. Sin embargo, si el procedimiento se diseña de acuerdo a un diseño organizacional piramidal resulta poco flexible. La manera de otorgar mayor flexibilidad a los procedimientos es diseñarlos de acuerdo al diseño organizacional temático, por áreas. Es decir, que exista un flujo de quehacer marcado por el área de trabajo y no por la pirámide de funciones.

En segundo lugar, habría que optimizar la coordinación entre los tres sectores implicados en la ERAS: Salud, Ambiente y Agricultura. También este tipo de

coordinación exigirá adaptaciones en la institucionalización y el diseño de procedimientos adecuados. Para esta tarea son también recomendables las mismas observaciones que para la coordinación entre instancias nacionales y regionales. No supeditar los procedimientos a la pirámide funcional sino al área temática para poder trabajar con fluidez. Es decir, un método de trabajo en equipo, con distribución de tareas mediante un criterio temático y no funcional. La institucionalización habría de ampararse y generar a un tiempo un “producto de mercadeo” diferenciador de la ERAS y definitorio de ella misma el “enfoque integrador” o “enfoque ERAS”.

Estrategia de Interacción

Para el incremento de la interacción es necesario comenzar por la identificación de redes y comunidades de interés. El segundo paso sería desarrollar una estrategia de interacción desde la colaboración, a la cooperación y la asociación como meta para fortalecer las redes de las comunidades de interés.

El trabajo en red es la metodología más adecuada para el trabajo colaborativo y cooperativo. La red es, en definitiva, una forma organizacional alternativa a las estructuras organizacionales piramidales. Se trata de estructuras policéntricas entre diferentes nodos, o miembros de la comunidad de interés.

Estrategia de Diálogo

Para fortalecer el diálogo se proponen acciones en dos sentidos: el posicionamiento de la ERAS en el entorno internacional, nacional y local; así como la creación de grupos intersectoriales de trabajo capaces de generar información intersectorial y enriquecida por un punto de vista integrador.

Estrategia de formación

El plan de formación constituirá un plan de formación permanente que incluye:

- a. la formación inicial de aquellos que no están familiarizados con el enfoque ERAS
- b. la formación continua de aquellos, ya familiarizados con el enfoque, que deben actualizar e incrementar sus conocimientos
- c. la formación coyuntural de todos, cuando las circunstancias requieran una formación auxiliar o circunstancial

Estrategia de “enfoque ERAS”

Para la creación de un espacio de comunicación y acción con “enfoque ERAS” se propone: la creación de una plataforma con “enfoque ERAS” y la generación de contenidos para esa plataforma.

El concepto de plataforma con “enfoque ERAS” contempla la generación de información y la gestión de conocimientos. Ambos son planteados como servicios que se ofrecen a la comunidad de interés para garantizar la sostenibilidad y para que sirva a la creación del producto comunicacional “enfoque ERAS”. No se trata de una plataforma virtual, sino de una plataforma que utilice todos los recursos y herramientas disponibles para la comunicación, el intercambio y el contacto: reuniones, talleres, espacio web o correo.

Los contenidos generados se alojarán en todas las páginas web de las comunidades de interés dispuestas a hacerlo. En el entendido de que esto contribuirá a la apropiación del enfoque por parte de todos aquellos que estén dispuestos a diseminar sus contenidos. Esta medida, además, favorece la sostenibilidad del enfoque y multiplica su difusión.

ACCIONES RECOMENDADAS

Acciones de promoción

Acciones para la PROMOCIÓN de la ERAS

1. Para la difusión:
 - 1.1. Publicación impresa de la ERAS en edición bilingüe (español e inglés)
 - 1.2. Publicación de la herramienta electrónica de la ERAS
2. Para la divulgación:
 - 2.1. Publicación de la ERAS para productores
 - 2.2. Afiches de la ERAS
 - 2.3. Audiovisual de divulgación (en power point)
 - 2.4. Video de divulgación
 - 2.5. Radio y prensa especializada para la divulgación.
 - 2.6. Publicación periódica de boletines
3. Para la sensibilización:
 - 3.1. Artículos de prensa
 - 3.2. Entrevistas en radio
 - 3.3. Concursos de fotografía, música o logos
 - 3.4. Programas educativos en acuerdo con instituciones de enseñanza

Acciones de coordinación

Entre las acciones de coordinación se recomienda, en primer lugar, una revisión de la institucionalización y los procedimientos para coordinar en función de las observaciones apuntadas en la estrategia de coordinación.

Establecer una rutina de trabajo en red puede ofrecer una alternativa operativa a la distribución piramidal de funciones. Para ello habría que distribuir el plan operativo en áreas temáticas, identificar los actores interesados en cada área y definir el interés y nivel de compromiso de cada miembro de la red identificado para adecuar sus funciones a éstos.

Entre los productos de comunicación recomendados para optimizar la coordinación están:

- Una línea de seguimiento técnico vinculada al plan de acción, mediante **informes de seguimiento**, cuya difusión se efectúe de acuerdo al envío de correos preestablecidos de forma periódica.
- Una línea de documentación mediante “**memorias anuales**” en las que se recojan los logros y avances alcanzados.

Acciones de interacción

Para la identificación de comunidades de interés, la propia ERAS hace una enumeración de los “protagonistas” bastante extensa que podrían considerarse las comunidades de interés. Habría que trabajar en la identificación de estas comunidades en cada uno de los países, especialmente de aquellos que tengan un alcance regional. Es necesario también hacer un recuento de los recursos comunicacionales con los que cuentan cada uno de estos actores. Por ejemplo, páginas web, espacios de prensa, radio o televisión, publicaciones periódicas o esporádicas, espacios presenciales de intercambio, etc. Para concluir con la identificación de las comunidades de interés hay que definir las necesidades y problemas comunes, para que esta información sirva de insumo a la hora del trabajo en red .

Protagonistas: Los principales actores, interesados y beneficiarios de la Estrategia son: productores agrícolas, agro-empresarios y sus organizaciones; pescadores y acuicultores, inversionistas y proveedores de insumos y servicios financieros y no financieros; consumidores y población en general; Ministerios de Agricultura, Ambiente y Salud, así como organismos de cooperación técnica y financiera regionales e internacionales, Municipios, gobiernos locales y mancomunidades municipales, comunidades y gestores ambientales involucrados en la conservación, promotores de salud y otras organizaciones de la sociedad civil; y organismos del Sistema de la Integración Centroamericana que podrán alinear de mejor manera sus acciones a esta Estrategia regional.

Acciones para el diálogo

Para el posicionamiento de la ERAS nacional y local, se recomienda la elaboración de los materiales de difusión y divulgación propuestos. Pero, además, sería necesario un esfuerzo para que la ERAS apareciera en todos aquellos encuentros que se produzcan en la región o en los diferentes países, al menos mencionada y representada. Para el posicionamiento de la ERAS en el entorno internacional se propone adecuar los productos de promoción al entorno internacional. En primer lugar una edición impresa bilingüe, español e inglés. La elaboración de algunos materiales de difusión mencionados en las acciones de promoción también debería realizarse en inglés: afiches, audiovisual, video y publicaciones.

En cuanto al establecimiento de grupos de trabajo con enfoque sistémico, “enfoque ERAS”, se proponen varias líneas de trabajo: la sistematización de experiencias ERAS, la formulación de experiencias piloto ERAS y la generación de información con “enfoque ERAS”, es decir, la generación de información que ofrezca una visión de la realidad sistémica.

Por último, la publicación periódica del boletín podría contribuir a fortalecer el diálogo entre los actores implicados en la ERAS.

Productos de comunicación para el Plan de Formación

En una primera fase se propone la generación de materiales impresos y electrónicos para la formación inicial, continua y coyuntural.

En una fase más avanzada se propone la generación de una plataforma on line para la formación permanente en “enfoque ERAS”. Esta es una propuesta que debería elaborarse con contenidos concretos para poder la financiación y patrocinio de alguna institución especializada en formación on line que pudiera asumir este reto.

Acciones para la plataforma de enfoque ERAS

Dada la naturaleza sistémica de la ERAS se considera que su difusión a través de una publicación impresa no trasmite con fidelidad esta propiedad que es precisamente la más definitoria de ERAS.

Por lo tanto se propone, para la difusión de ERAS, la elaboración de una publicación electrónica que ofrezca la ERAS como herramienta y no como texto. La herramienta electrónica podría demostrar el enfoque sistémico de ERAS en su propia manera de funcionar. El concepto sería trabajar una plataforma ERAS y no el escaparate de la ERAS.

La publicación electrónica podría difundirse en la web o a través de computadora, puesto que los principales destinatarios de esta herramienta serían los implicados en la estrategia y este tipo de destinatario sí tiene acceso a internet y computación,

eventualmente, en una segunda fase, la herramienta podría utilizarse para difusión en otros medios de mayor alcance como prensa o radio.

El contenido de la herramienta tendría como epicentro el texto actual de la ERAS. El texto no se ofrecería en la herramienta de manera lineal sino mediante conexiones que pudieran vincular medidas y líneas de acción con acciones concretas e información existente. La idea es que la ERAS sirva para la consulta y apoyo de aquellos que desean:

1. Trabajar con “ enfoque ERAS”
2. Evaluar su trabajo con “enfoque ERAS”
3. Contextualizar su trabajo con “enfoque ERAS” territorial o temáticamente

La ERAS estaría respaldada por todos aquellos programas o proyectos que se desarrollan en la región con “enfoque ERAS”; así como investigaciones desarrolladas con dicho enfoque. Para garantizar la sostenibilidad de la herramienta se propone que albergue también una bolsa de expertos en “enfoque ERAS”, instituciones, proyectos y programas.

Otros contenidos, cuya factibilidad habría que analizar, es que la herramienta pudiera servir al diagnóstico, formulación y evaluación de programas y proyectos con enfoque ERAS.

Se pretende elaborar una herramienta interactiva para que el usuario, perteneciente a una red de usuarios con clave de uso, pueda acceder y alimentar las bases de datos.

PLAN DE ACCIÓN

Cuadro con las acciones propuestas, el responsable, la calendarización...