

PROGRAMA 4.3. COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS.

Objetivo General.

Lograr el apoyo de la comunidad local, nacional e internacional a través de la Comunicación Social, a fin de inculcar una responsabilidad compartida en la conservación y el uso racional de los bienes y servicios ambientales que generan las áreas protegidas de Galápagos; acentuando la buena imagen y credibilidad de la Institución Parque Nacional Galápagos, mediante una comunicación efectiva de experiencias exitosas y ejemplos de buenas prácticas.

Justificación.

Una comunicación veraz, transparente y oportuna ayuda a la clarificación y solución de los posibles conflictos sociales que se generan, en muchas ocasiones, por la falta de información fiable sobre las diferentes actividades que se realizan para la conservación del capital natural de Galápagos. Las comunidades bien informadas refuerzan las decisiones de manejo para el logro de objetivos comunes. Esto a su vez, fortalece la imagen de la institución encargada del manejo, tanto en eficiencia como en transparencia y credibilidad.

La rápida evolución de las nuevas tecnologías de la información ha dotado a los medios de comunicación social de una enorme influencia en todos los ámbitos de la vida cotidiana. La comunicación es una herramienta eficaz a la hora de transmitir mensajes que buscan sensibilizar a la comunidad y crear una conciencia ambiental.

La conservación de las áreas protegidas de Galápagos depende del grado de involucramiento y participación de las comunidades locales. Con un eficiente uso de las herramientas de comunicación social, se logrará que la colectividad conozca, valore y principalmente actúe de una manera consciente y positiva frente al reto de lograr conservar el capital natural de Galápagos, generador de los bienes y servicios necesarios para mantener la calidad de vida de la población.

Esta implicación de la comunidad local sólo se puede alcanzar con una visión de intervención integrada y global vinculada con los Programas de Educación Ambiental e Interpretación (4.1) y Participación, Integración Social e Identidad isleña (4.2). La estrategia de cada uno de estos programas es distinta y se adapta mejor a distintos tipos de destinatarios, pero todas en su conjunto refuerzan las mismas ideas y objetivos claves.

Por este motivo, el PM pretende fortalecer los modelos de comunicación existentes en la actualidad e implementar nuevos programas de sensibilización y relaciones públicas, adaptados a diferentes audiencias, tanto para optimizar la comunicación a nivel interno de la institución como para difundir la información de forma externa hacia una amplia variedad de destinatarios distintos, procurando llegar al mayor número de personas.

Directrices.

Comunicación interna.

Para el empoderamiento de los funcionarios del PNG en relación con la toma, difusión y ejecución de las decisiones que se adoptan en el Parque Nacional Galápagos, bajo el marco de su PM, se requiere de un proceso de comunicación interna eficaz que les permita conocer con detalle la base, forma y motivos por los que se adoptan estas decisiones.

Ello les permitirá participar activamente presentando sugerencias y sobre todo difundiéndolas ante otros sectores de la población de una forma justificada y con argumentos. De esta forma los guardaparques se pueden convertir en entes multiplicadores de las decisiones que toma la institución.

Los funcionarios del PNG deberán asumir y mantener una actitud abierta, positiva y tolerante ante la opinión pública, prensa local, nacional e internacional y ser copartícipes en el proceso de formación de una sociedad civil mejor informada sobre las acciones y resultados de los diferentes programas de manejo.

Comunicación externa (local, nacional e internacional).

Se promoverá que las comunidades local, nacional e internacional se constituyan en actores protagónicos del manejo de las áreas protegidas de Galápagos. Para ello, es de fundamental importancia difundir y dar a conocer la misión institucional del PNG.

Como política de comunicación social, se deberá avanzar en la consolidación de los vínculos de la institución con los ciudadanos, ya que éstos constituyen un activo fundamental para la convivencia política y social y para la protección del patrimonio natural del archipiélago.

Se deberá promover una relación entre los distintos colectivos de las islas, fundada en la corresponsabilidad, el respeto y la transparencia de gestión, y de forma complementaria, la DPNG, ofrecerá a estas mismas comunidades información oportuna y completa sobre las acciones que desarrolla.

El PNG se compromete a brindar información periódica de las decisiones y actividades que realiza, tanto a través de los medios de comunicación local y nacional como a través de los medios propios con los que cuenta la institución (página Web, boletín de noticias, espacios televisivos, etc.). Esta información, además de ser fiel a los hechos, deberá difundirse de una forma clara y divulgativa para que pueda ser fácilmente comprendida por una amplia gama de destinatarios.

Finalmente, para que esta comunicación sea efectiva será necesario identificar de forma clara la tipología de la audiencia a la que se desea llegar y elaborar mensajes adaptados a sus características y requerimientos específicos.

Objetivo Específico 4.3.1.

Fortalecer en la comunidad local la comunicación para generar el conocimiento y la valoración de la importancia de los ecosistemas y la biodiversidad del PNG y la RMG así como de los impactos ocasionados por las actividades humanas no sustentables.

Acción 4.3.1.1.

Creación de estrategias de comunicación adaptativas que promuevan cambios de actitudes y comportamientos en la población en relación con los programas de conservación que se realizan en las áreas protegidas de Galápagos.

Acción 4.3.1.2.

Apoyo técnico y capacitación para el fortalecimiento de los profesionales que laboran en los medios de comunicación de la Provincia de Galápagos.

Acción 4.3.1.3.

Monitoreo y evaluación de las estrategias de comunicación para lograr una mayor efectividad y repercusión en la audiencia.

Acción 4.3.1.4.

Coordinación permanente con los Programas de Educación Ambiental e Interpretación y de Participación, Integración Social e Identidad Isleña, para garantizar el cumplimiento de los objetivos del PM.

Objetivo Específico 4.3.2.

Transparentar la gestión Institucional a través de la difusión de las actividades que realiza el Parque Nacional Galápagos a nivel local, nacional e internacional.

Acción 4.3.2.1.

Diseño de un plan de difusión orientado a los medios de comunicación local, nacional e internacional y otras audiencias, sobre temáticas ambientales de Galápagos y resultados del manejo técnico y financiero de las áreas protegidas del archipiélago.

Acción 4.3.2.2.

Realización e implementación de un Protocolo de comunicación institucional a nivel interno y externo.

Acción 4.3.2.3.

Monitoreo y evaluación del plan de difusión para lograr una mayor efectividad y repercusión en la audiencia seleccionada.

Objetivo específico 4.3.3.

Posicionar la imagen del Parque Nacional Galápagos como una entidad altamente técnica, con una sólida proyección a su público interno y externo.

Acción 4.3.3.1.

Diseño e implementación de un plan de relaciones públicas que fortalezca la imagen institucional y que promueva el compromiso y la corresponsabilidad del público interno y externo.

Acción 4.3.3.2.

Diseño e implementación de una estrategia de imagen corporativa que fortalezca el posicionamiento de la institución a nivel local, nacional e internacional.

Acción 4.3.3.3.

Difusión de buenas prácticas e iniciativas sociales exitosas en la solución de problemas ambientales concretos de Galápagos.

Acción 4.3.3.4.

Participación de técnicos y funcionarios del Parque Nacional Galápagos en eventos (congresos, charlas en universidades, foros, etc.) para difundir sus conocimientos y la capacidad con la que cuenta la institución.

Medios de Verificación.

- Estrategia de comunicación con sus respectivos cronogramas de trabajo, productos y sistema de evaluación.
- Archivo de material audiovisual.
- Órdenes de difusión en los medios de comunicación.
- Estudio de percepciones a audiencias preestablecidas.
- Archivo de investigación de la problemática ambiental insular.

- Registro de distribución de información a los medios locales, nacionales e internacionales.
- Memorias de talleres de análisis y trabajo grupal para definir estrategias de comunicación a utilizarse.
- Registro escrito de la estrategia corporativa.
- Registro de socialización de estrategia.
- Archivo de gestión de donaciones e incentivos para premiar iniciativas.
- Protocolo de comunicación interna y externa.
- Materiales elaborados y publicados.
- Informes anuales de actividades ejecutadas.

Ámbito, prioridades, actores y relaciones.

ACCIONES	PRIORIDAD	ÁMBITO	OTROS ACTORES	RELACIONES CON OTROS PLANES Y PROGRAMAS
Objetivo 4.3.1				
4.3.1.1	P1	ARCH	INGALA, ONGs, Gremios	PREG 2.2.c
4.3.1.2	P2	ARCH	Colegio de periodistas, Medios de comunicación, ONGs	PREG 4.5.a
4.3.1.3	P2	ARCH	ONGs	
4.3.1.4	P2	ARCH	MAE	
Objetivo 4.3.2				
4.3.2.1	P1	ARCH	ONGs	PREG 5.3.a, PFLO 8.05
4.3.2.2	P1	ARCH	MAE	PREG 5.3.a
4.3.2.3	P2	ARCH	ONGs	
Objetivo 4.3.3				
4.3.3.1	P1	ARCH	MAE	
4.3.3.2	P1	ARCH	MAE	
4.3.3.3	P2	ARCH	ONGs, Medios de comunicación, Comunidad local	
4.3.3.4	P1	ARCH	ONGs, MAE, Universidades, Centros educativos	

Leyenda

Prioridades: P1.- Prioridad Alta; P2.- Prioridad Media; P3.- Prioridad Baja.

Ámbito: ARCH.- En todo el archipiélago; SCB.- San Cristóbal; ISA.- Isabela; SCZ.- Santa Cruz; FLO.- Floreana; RMG.- Reserva Marina; ZAG.- Zona agropecuaria; ZUR.- Zona urbana.

Actores: MAE.- Ministerio del Ambiente; INGALA.- Instituto Nacional Galápagos.

Relaciones: PREG.- Plan Regional; PCRI.- Plan Cantonal de San Cristóbal; PCRU.- Plan Cantonal de Santa Cruz; PISA.- Plan Cantonal de Isabela; PFLO.- Plan Estratégico para el Desarrollo de Floreana.