

Estrategia de Comunicación



Conservación de cuencas costeras en el contexto de cambio climático

Conservación de Cuencas Costeras en el contexto de cambio climático

Proyecto C6-cuencas costeras. Estrategia de Comunicación

Las opiniones expresadas en este documento no necesariamente representan la opinión de la CONANP, CONAFOR, INECC, FMCN. Se autoriza la reproducción parcial o total, siempre y cuando sea sin fines de lucro y se cite a la fuente de referencia.

Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
Dirección General de Desarrollo Institucional y Promoción
Dirección de Estrategias de Cambio Climático en Áreas Naturales Protegidas

Comisión Nacional Forestal
Coordinación General de Producción y Productividad
Gerencia de Servicios Ambientales

Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático
Dirección de Manejo Integral de Cuencas Hídricas

Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C.
Área de Conservación

Los autores del documento son: Eduardo Alfonso Rodríguez Espinosa / Azucena Meza Uscanga
Colaboración y revisión: Renée González / Leonel Zavaleta

AGRADECIMIENTOS:

A cada uno de los colaboradores de las instituciones que conforman el proyecto C6 cuencas costeras, habitantes de las cuencas y demás actores clave que con su conocimiento y experiencia se ha hecho posible la elaboración de este documento. Agosto 2015

CONTENIDO

Resumen ejecutivo del proyecto	7
Introducción	9
Contexto	11
Alcances de la estrategia	15
Diagnóstico de comunicación	17
Enfoque de comunicación	21
Visión de comunicación	22
Herramientas estratégicas	23
Objetivos estratégicos	23
Componentes estratégicos	24
Actividades estratégicas	26
Mensajes clave	28
Herramientas tácticas	30
Objetivos específicos	30
Aliados o actores clave	31
Medios de comunicación	32
Identidad	34
Concepto rector	34
Sugerencias para la implementación	37
Plan de implementación	41
Sugerencias para establecer comunicación con las audiencias	42
Características y estilo de los mensajes	42
¿Qué evitar al establecer comunicación con los actores?	43
Tácticas para la identificación de perfiles	44
Indicadores y evaluación	45
Anexo 1	49



Resumen Ejecutivo del Proyecto

Los impactos causados por el cambio climático en la actualidad son evidentes a cualquier escala, en cualquier ciudad y desde cualquier parte del mundo. En México sus repercusiones inciden en varias situaciones, desde la afectación directa con incrementos de la temperatura promedio, eventos climáticos extremos, cambios en los patrones de precipitación y temperatura, incremento del nivel del mar; hasta sus consecuencias indirectas relacionadas con la alimentación, salud y seguridad de los habitantes en este país. Es en el Golfo de México y en el Golfo de California, donde estos impactos proyectan claramente su afectación a corto plazo.

Ante estos impactos es necesario contar con alternativas para hacerles frente, ya sea mitigando en lo posible sus efectos o adaptándonos a nuevas formas de relacionarnos con la naturaleza. Es justo en la naturaleza que encontramos las respuestas para una efectiva defensa ante estos fenómenos. El medio ambiente ofrece algunas de las herramientas básicas para enfrentar los impactos, las cuales en combinación con ciertos esfuerzos sociales y de vinculación pueden incrementar la efectividad de sus respuestas. Los espacios naturales bien conservados han probado contar con un mayor potencial para superar circunstancias negativas relacionadas con el cambio climático y son los pilares para partir en el diseño de programas integrales para reducir y mitigar los impactos.

A partir de estas consideraciones, es que nace un proyecto que busca implementar en las regiones mencionadas una alternativa innovadora para actuar frente al cambio climático, una iniciativa que parte de un concepto integrador que busca promover el cuidado, conservación y manejo sustentable de los recursos naturales y el medio ambiente. El proyecto tiene como objetivo el manejo integral de cuencas costeras. Las cuencas costeras son el territorio definido por un sistema interrelacionado de corrientes que transportan el agua desde lo alto de los bosques hasta las costas desembocando en el mar. Los ríos en las cuencas son indicadores básicos para diagnosticar el estado de salud de los recursos en estas regiones, pues en la calidad y cantidad de agua de los ríos son evidentes los efectos de las prácticas en los bosques y el consecuente estado de los recursos naturales. El manejo integral de cuenca implica identificar el estado de los recursos naturales y promover su salud a través de mejores prácticas para usar, conservar y restaurar los recursos naturales con la plena participación de los habitantes de la región, así como la coordinación entre las instituciones dedicadas a su gestión, conservación y manejo.

Esta iniciativa llamada C6 - cuencas costeras, contiene una visión de cuenca y gestión del territorio que pretende incidir en las políticas institucionales y asegurar impacto en las comunidades y potenciales aliados. Es así que nace de la sincronía entre tres instituciones federales y un fondo privado, convencidos y dedicados a la conservación del patrimonio natural de México: la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas comparte su experiencia en el manejo y gestión de áreas naturales protegidas en zonas estratégicas dentro de las cuencas del Golfo de México y Golfo de California; la Comisión Nacional Forestal colabora con su experiencia en el manejo de zonas forestales, así como con su directa participación con comunidades locales a través del Pago por Servicios Ambientales; el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático aporta sus herramientas para la gestión del conocimiento de los recursos a través de procesos de investigación científica para el diagnóstico de los recursos en las regiones, capacitando a

las comunidades locales en el monitoreo y uso de estas herramientas; Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C. es un fondo privado que comparte su amplia experiencia en el manejo y gestión de recursos financieros para la conservación, además de incidir con su destacado manejo de relaciones públicas para posicionar el proyecto de manera estratégica dentro y fuera del ámbito conservacionista y medioambiental.

C6 - cuencas costeras está construido por componentes que buscan garantizar una gestión efectiva del territorio y la conservación de sus recursos naturales promoviendo el desarrollo sustentable en la región que participa. La coordinación de las cuatro instituciones implica la alineación de programas y proyectos sincronizados, acciones complementarias para la conservación que invite a sectores clave de la sociedad como comunidades locales, iniciativa privada, academia, pequeños y medianos productores, así como diversas instituciones en sectores ajenos al medioambiental. Esta mezcla de actores abre las potenciales alianzas a desarrollar por el proyecto, siempre y cuando funcionen de manera coordinada.

C6 - cuencas costeras parte del siguiente razonamiento: Un sistema es un conjunto de componentes que funcionan de manera coordinada, esta coordinación depende de la vinculación existente entre cada parte del todo. Nosotros mismos somos un sistema que funciona gracias al vínculo entre nuestros componentes, nuestros órganos. Si el corazón no hace su trabajo, los demás componentes de nuestro cuerpo no funcionan correctamente. Para que un sistema como nuestro cuerpo vincule sus partes vitales hay que mantenerlo saludable.

Nuestros cuerpos humanos son parte importante en un sistema más grande: el medio ambiente, el cual nos ofrece medios y herramientas para vivir cuando éste es saludable, cuando sus componentes se sincronizan al vincularse. Necesitamos vincularnos entre individuos y con este sistema para mantenerlo funcionando y sano. Por lo tanto: Al vincularnos mantenemos sano el sistema que nos permite vivir.

De esta forma es que la iniciativa C6 - cuencas costeras busca promover desde las instituciones hacia sus aliados y actores clave en la región una invitación permanente:

Conectando personas, compartimos bienestar.

INTRODUCCIÓN

Cuatro instituciones cuya misión es la conservación y el manejo sustentable de los recursos naturales, promueven una estrategia conjunta para facilitar y construir de manera colectiva las bases para el cumplimiento de sus objetivos institucionales. Esta iniciativa llamada “Conservación de cuencas costeras en el contexto de cambio climático” y resumida como C6 - cuencas costeras, busca contener una visión alternativa en cuanto a su planeación, operación e implementación; una visión de cuenca y gestión del territorio que incida en las políticas institucionales y asegure un impacto positivo en las comunidades y potenciales aliados.

Este proyecto contiene cinco componentes que fortalecerán las actividades ya desarrolladas por cada institución pero potenciándolas al integrar una visión de cuenca, pues busca coordinar los esfuerzos en común, enfoca las diversas visiones en un mismo territorio, alinea las políticas que regirán las iniciativas de conservación a nivel gubernamental y facilitará tanto la coordinación como operación de proyectos en los que están involucradas el sector ambiental, social e indígena, desarrollo sustentable, agroecología, entre otros.

El primer componente busca fortalecer la gestión, coordinación y administración de las áreas naturales protegidas (ANP) seleccionadas en las cuencas, evaluando la correcta aplicación de insumos para la conservación de estos espacios y su capital natural y cultural, así como promoviendo la creación de algunos nuevos espacios de conservación en esta misma modalidad, fortaleciendo las capacidades dentro de la institución ejecutora y financiando proyectos que promuevan un manejo sustentable de los recursos naturales.

Para propiciar un armónico desarrollo de políticas y acciones encaminadas al cuidado de espacios forestales, así como buscar integrar a las comunidades que los habitan en el manejo sustentable y con visión a largo plazo, la Comisión Nacional Forestal ha decidido intervenir por medio del segundo componente, fortaleciendo y empujando de manera coordinada apoyos directos sobre comunidades y personas convencidas de que la conservación de los bosques en México es una de las principales herramientas para enfrentar los impactos del cambio climático, así como asegurar los servicios ecosistémicos que comparten las cuencas costeras. De esta forma, este componente incide directamente en los subsidios para el manejo forestal sustentable, así como el Pago por Servicios Ambientales, dirigiéndolos de forma estratégica hacia las poblaciones y espacios con mayor potencial de resiliencia e importantes en la cadena de vinculación entre las cuencas. En este componente también interviene el Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C. (FMCN) a través del apoyo a sub-proyectos en manejo forestal sustentable y agro-ecología.

Un tercer componente busca cimentar las decisiones que definirán las acciones del proyecto; basadas en metodologías precisas, así como en procesos de investigación científica, se identificarán las necesidades específicas de las regiones, se usarán diversas herramientas metodológicas para la investigación y exploración científica del entorno natural y así estar en posibilidades de definir los puntos primordiales y de gran potencial de

adaptación, así como espacios con posibilidades de apoyar la mitigación de los impactos del cambio climático. Estas herramientas ayudarán al proyecto a definir las pautas a seguir durante la implementación de la iniciativa, integrando a los habitantes a través del fortalecimiento de las capacidades locales para el monitoreo y análisis de las características biofísicas en las cuencas, siempre acompañados de manera paralela por la cosmovisión y tradición indígena.

Identificando estos esfuerzos y actividades planeadas para la conservación, resulta necesario conectar dichos conceptos hacia el exterior de las instituciones para así trascender del plano puramente ambiental y cruzar directamente en el plano social. De esta manera se hace evidente la necesidad de un cuarto componente que contribuya con la promoción y coordinación del proyecto entre posibles aliados con incidencia probada en espacios privados y de inversión, experiencia en un efectivo manejo de relaciones públicas, así como el fondeo y administración de proyectos de esta envergadura. Esta experiencia, necesaria para alimentar y vestir al proyecto, será medular para su penetración en la sociedad y la búsqueda de aliados para la construcción colectiva.

Este cuarto componente buscará conectar las necesidades de los habitantes de las regiones, con los usuarios de los servicios ambientales para implicarlos en acciones de apoyo para la conservación, así como con los aliados potenciales que coadyuvarán en la ejecución e implementación del proyecto. Será construido a través de algunos principios de comunicación estratégica, ya que buscará establecer los canales, medios y soportes para disponer mensajes de importancia en la promoción de los objetivos de la iniciativa, así como establecer los espacios en que podrán interactuar tanto instituciones y sociedad civil, como aliados y habitantes de las regiones para implementar un efectivo manejo integral de cuenca con un enfoque colectivo y de vinculación social.

El quinto componente se enfoca en un manejo financiero sólido y transparente, así como en la ágil administración de los recursos. Está a cargo de FMCN, que es una institución reconocida en este tema.

Entre las primeras herramientas a construir en el cuarto componente, el Comité Técnico del Proyecto, el cual está representado por la cuatro instituciones, identificó la necesidad de una estrategia de comunicación que promueva la coordinación de los esfuerzos que se realizan dentro y fuera de las instituciones que ejecutan el proyecto, establecer herramientas permanentes de comunicación que guíen la planeación y ejecución de proyectos y sub-proyectos en el marco de C6 - cuencas costeras, así mismo que colabore en la identificación de los mecanismos que ayudarán a sincronizar los esfuerzos entre los tomadores de decisiones de las instituciones y faciliten el impulso de políticas públicas coordinadas y en alineación a la visión de manejo integral de cuenca, resultando en una efectiva promoción de la participación de los habitantes/usuarios de los servicios prestados por las cuencas costeras.

CONTEXTO

El proyecto C6 - cuencas costeras ha sido programado mas allá de una iniciativa de conservación de los recursos naturales, ya que nace también con la intención de coordinar el trabajo colectivo entre varias instituciones ambientales. Se suma adicionalmente al planteamiento de una alternativa para conservar el patrimonio natural que incluye de manera real y pragmática a las comunidades que viven en espacios naturales, en la conservación activa y razonada de su entorno, vinculando sus esfuerzos con los de otros actores con incidencia en las cuencas y promoviendo la apropiación del concepto de conexión y vinculación entre los habitantes desde el bosque hasta la costa.

Cada institución que forma parte de C6 - cuencas costeras desarrolla acciones de protección, manejo y resiliencia ante el cambio climático y busca alternativas que sirvan para la conservación del patrimonio natural y cultural. Aunque estos esfuerzos están consolidados y ofrecen resultados a nivel institucional, se pretende trascender del campo ambiental para asegurar la conservación permanente y colectiva. Estas cuatro instituciones están convencidas que la única manera de proteger la riqueza natural, así como prepararse ante los ya claros impactos del cambio climático, es compartir la responsabilidad en el manejo de la cuenca.

Esta visión se acompaña de retos específicos en la planeación de las acciones a realizar, por lo que más allá de los esfuerzos institucionales ó las misiones de cada actor involucrado, debe plasmarse la necesidad de establecer canales, medios y herramientas que ayuden a una real coordinación para la planeación y posterior ejecución de la acciones en el marco del proyecto C6 - cuencas costeras.

Esta estrategia de comunicación buscará definir algunas herramientas para promover los contenidos, lenguajes y tonos a emplear entre las instituciones, habitantes y usuarios de los recursos que comparten las cuencas en el marco de este proyecto. Además, fomentará la creación de espacios y momentos clave para desarrollar encuentros con comunicación en dos direcciones, estableciendo los necesarios espacios de concertación, diálogo y acuerdo entre los actores clave en la región.

En la estrategia de comunicación que acompañará al proyecto C6 - cuencas costeras se debe reflejar la interacción y colaboración de la sociedad civil, sensibilizando para que adopten comportamientos alineados a los principios de desarrollo sustentable y manejo efectivo de los recursos naturales. Resulta imprescindible contar con todos los posibles multiplicadores y replicadores de conceptos y mensajes que el proyecto desarrolla, con las experiencias adquiridas en la implementación de programas como PROCODES y Pago por Servicios Ambientales. Esta estrategia puede promover los casos de éxito que han acompañado a las instituciones, puede servir como ejemplo de procesos de desarrollo local en funcionamiento y con impactos positivos para el desarrollo sustentable. En cuanto a las prácticas en comunidades también esta estrategia promoverá la difusión de conocimiento científico que ayude a la población a entender su impacto al consumir recursos, como también las opciones existentes para enfrentar su potencial vulnerabilidad frente a los efectos del cambio climático. Por último en este documento se expondrán las posibilidades y herramientas para ejecutar acciones de comunicación, difusión e información entre la población, invitando a más actores clave y construyendo las redes que servirán para incrementar el impacto de las acciones y esfuerzos colectivos en el territorio.

Un factor a considerar para esta estrategia es priorizar tanto actividades, como productos a comunicar. Es así que deberán aparecer en primera instancia las necesidades estructurales del proyecto, tales como una eficaz coordinación entre los actores que comienzan a dibujar y posicionar el proyecto dentro del territorio. Antes de dar pasos para promover la participación de las comunidades y sociedad en general necesitamos poner las bases para una coordinada comunicación entre los niveles de decisión en materia de políticas públicas ambientales. No es tarea mínima establecer lineamientos para esta empresa, pues existen varios factores a considerar en el discurso, imagen e impacto que cuatro instituciones gubernamentales usarán como plataforma conjunta. Las cuatro instituciones deben promover y difundir los casos de éxito y experiencias positivas que han construido los cimientos de la conservación en México.

Para estar en posibilidades de entender el concepto principal tanto del proyecto C6 - cuencas costeras como de este documento, hay que empezar por destacar algunas particularidades de los temas que construyen el enfoque y columna vertebral: el manejo integral de cuenca en el contexto de cambio climático.

Cambio Climático

De acuerdo a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC) es el cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima.

Algunos son más evidentes que otros, pero destacamos los que según la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas son los principales impactos del cambio climático en el planeta:

Incremento de la temperatura promedio global. El cambio climático que observamos actualmente se debe al incremento en la concentración de los gases con efecto invernadero (GEI) ocasionado por las actividades humanas.

Deshielos. Durante las últimas décadas, los glaciares en todo el mundo han retrocedido, algunos hasta el punto de desaparecer, debido al incremento global de las temperaturas. La pérdida de los glaciares trae como consecuencia, la pérdida de depósitos de agua dulce para la población y un incremento del nivel del mar, entre otros factores.

Incremento del nivel del mar. El derretimiento de los glaciares traerá un consecuente incremento en el nivel del mar. Aunado al incremento en el volumen de agua contenido, también se suma un incremento debido al aumento en la temperatura del agua que genera una expansión.

Eventos climáticos extremos. En un contexto de cambio climático será más frecuente la ocurrencia de fenómenos climáticos de gran intensidad, los cuales tienen efectos adversos, ya sea de escala regional o local. Algunos de estos fenómenos son los huracanes, los tornados, las sequías, heladas, granizadas, etc.

Cambios en los patrones de precipitación y temperatura. La mayoría de los escenarios climáticos prevén cambios en los patrones de precipitación y temperatura.

Ante este contexto se enmarca el proyecto C6 - cuencas costeras que pretende conservar la biodiversidad existente en las cuencas, contribuir a la mitigación del cambio climático y fortalecer el uso sustentable de sus recursos naturales. Los espacios mejor conservados son los que tienen mayor potencial de resiliencia y con características más aptas para mitigar y contribuir a reducir estos impactos en las poblaciones. Este mismo listado de principales efectos del cambio climático nos ayudará también a definir algunas de las acciones inmediatas a promover por esta estrategia, ya sea para identificar las causas de dichos eventos y prevenirlos, como para propiciar la gestión del riesgo en las comunidades enmarcadas por el proyecto y fortalecer las capacidades de las poblaciones para su adaptación.

Para promover de el concepto raíz del proyecto C6 - cuencas costeras necesitamos definir las características que integran el manejo integral de cuencas, considerando tanto características biológicas y físicas del espacio, como características sociales y culturales de los habitantes en estas regiones.

El Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático (INECC) define una cuenca como "una zona delimitada topográficamente que desagua mediante un sistema fluvial, es decir la superficie total de tierras que desaguan en un cierto punto de un curso de agua o río. Constituye una unidad hidrológica descrita como una unidad físico-biológica y también como unidad socio-política para la planificación y ordenación de los recursos naturales".

Otra definición nos acerca a la importancia y trascendencia que tiene para las sociedades el correcto funcionamiento de una cuenca, ya que según Fernando Ulloa en el Manual de Gestión de Riesgo para Comunicadores Sociales, es una región avenada por un río y sus afluentes. La cuenca hidrográfica es el espacio que recoge el agua de las precipitaciones pluviales y, de acuerdo a las características fisiográficas, geológicas y ecológicas del suelo, donde se almacena, distribuye y transforma el agua proporcionando a la sociedad humana el líquido vital para su supervivencia y necesario para los procesos productivos, así como donde se dan excesos y déficit hídricos, que eventualmente devienen en desastres ocasionados por inundaciones y sequías (Ulloa, 2011).

El manejo integral de cuencas requiere la comprensión sistémica de las interacciones entre el medio biofísico, los modos de apropiación del territorio (considerando economía, tecnología, organización social) y las instituciones existentes. Los nuevos enfoques utilizados para el manejo de cuencas consideran, por un lado, todas las actividades generadoras de contaminantes (fuentes puntuales y difusas) presentes en la cuenca y, por el otro, incluye a los actores que los representan y cuyos objetivos, incentivos y necesidades son identificados. En ese sentido, el manejo de cuencas busca la integración de los actores involucrados en una sola problemática. En lugar de atender varios problemas sectoriales dispersos, la implementación de un manejo integral de cuencas requiere la concurrencia, la cooperación y la colaboración de diversas instituciones bajo una visión común (Cotler, 2007).

Estas definiciones arrojan un mapa de múltiples escenarios a lo largo del espacio en que se dibujan las cuencas. Es un espacio en el que se conjuntan situaciones, paisajes y personajes tan diversos y tan relacionados entre sí que para implementar un manejo efectivo, justo y sustentable, se requiere una visión que considere tanto la diversidad de ecosistemas que la integran (desde los bosques hasta las costas); así como las características de los habitantes y actores relacionados con cada parte de la cuenca. Los hábitos y costumbres de las zonas rurales buscan objetivos evidentemente diferenciados a los desarrollados en zonas urbanas, así mismo, las costumbres en poblaciones montañosas resultan muy ajenas a las practicadas en espacios y zonas tropicales. Así, una gestión integral de cuenca considera primordial la sincronización entre dos conjuntos de acciones que se complementan entre sí: el primero, orientado al uso y aprovechamiento de los recursos naturales (usarlos, transformarlos, consumirlos) presentes en la cuenca para conducir el crecimiento económico y social en la región; y el segundo grupo orientado al manejo de los recursos (conservarlos, recuperarlos, protegerlos) tratando de asegurar sustentabilidad en el ambiente. De esta manera encontramos las herramientas que ayudarán a vincular estos conjuntos de acciones, definiendo el camino para promoverlas, todas ellas perfiladas desde el campo de la comunicación para el desarrollo, priorizando las necesidades de las audiencias y actores clave para establecer diálogo, así como fomentando que la comunicación se desarrolle en diversas vías y siempre concentrando sus esfuerzos en promover la construcción colectiva.

“Los principales problemas detectados en la implementación del manejo de cuencas para México son la falta de transparencia de la información, los conflictos sociales en los territorios transfronterizos que comparten las mismas cuencas, la poca o nula participación social (que se considera muy importante), la ausencia de base normativa al inicio del proceso de establecimiento de consejos de cuencas, la falta de cobertura nacional para los consejos de Cuenca y la falta de los cuadros profesionales para manejar los consejos”.

*- Experiencia y retos en manejo de cuencas hidrográficas en México y Rusia.
María Perevochtchikova (El Colegio de México).*

ALCANCES DE LA ESTRATEGIA

Este documento busca fortalecer los esfuerzos institucionales e integrarlos en un vehículo común, estableciendo los cruces para el encuentro entre los actores con incidencia clave dentro de las comunidades en las cuencas. Estos cruces formarán parte en la planeación, monitoreo y formación de capacidades para la sustentabilidad, así como en la proyección de alternativas para el desarrollo sustentable.

La estrategia de comunicación permitirá establecer puentes de acercamiento con estas comunidades, con su contexto social, cultural y político, así como con la identificación de sus motivaciones e intereses. Para los aliados que ya están participando de manera activa en la conservación, la estrategia busca fortalecer su compromiso compartiendo responsabilidades operativas y técnicas en el proyecto. Quienes desconocen el contexto que implica relacionarse con las cuencas, así como la importancia de sus acciones en el aprovechamiento y cuidado del entorno, se formarán como nuevos públicos invitándolos a sumarse a los programas promovidos por el proyecto.

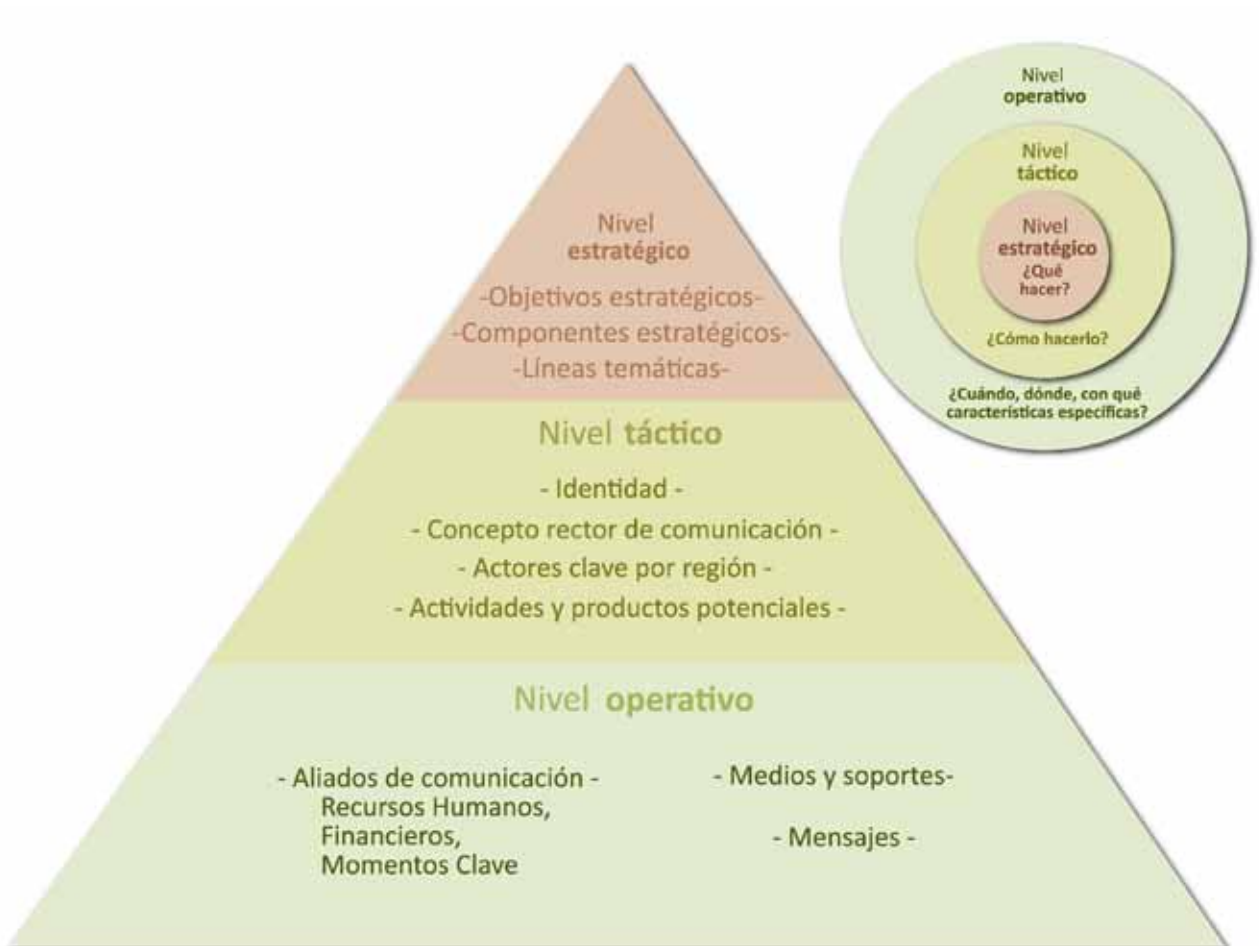
Además, esta estrategia de comunicación servirá como herramienta didáctica para el diseño e implementación de planes de acción de difusión e información, acciones de comunicación participativa eficaces, y la evaluación y monitoreo de las actividades realizadas.

A partir del diagnóstico de comunicación es que esta estrategia propone como alternativa para la integración de esfuerzos, impulsar el compromiso entre las poblaciones cercanas a las cuencas, formando a sus habitantes con herramientas innovadoras para apoyar su reprogramación de hábitos y conductas, acercándolas a la sustentabilidad y conservación. De esta manera, la comunicación busca alcanzar en primera instancia la promoción de una cultura de cuidado del entorno natural para detonar un efecto de empoderamiento de las poblaciones a través de sus estrategias de organización y fortalecimiento comunitario.

Este documento, al ser una guía para establecer acciones efectivas de comunicación, busca integrar lineamientos que den sentido homogéneo a los discursos, acciones y productos de comunicación en el marco de este proyecto, por lo que para planear a mediano y largo plazo es necesario establecer los extremos a alcanzar por las sugerencias en este documento. Estos parámetros se dibujan desde un enfoque de planeación organizacional, ya que desde este campo resulta necesario establecer tres espacios mínimos que ayuden a priorizar esfuerzos: Plano estratégico-Plano táctico-Plano operativo.

Estos enfoques de planeación dibujarán el camino a seguir para establecer canales de diálogo y comunicación desde los aspectos generales en el contexto del proyecto, hasta definiciones específicas en el contexto de cada situación particular dentro del territorio y en la implementación de esta iniciativa. El plano estratégico nos guiará en la definición de acciones generales, usando mecanismos y procesos de comunicación definidas en objetivos estratégicos y componentes estratégicos, respondiendo al cuestionamiento ¿qué hacer para establecer comunicación en el marco del proyecto?. En el plano táctico se dibujarán algunas sugerencias para definir la ejecución de las definiciones del plano estratégico, acompañadas de recursos y materiales específicos que guiarán cada esfuerzo; aquí responderemos al cuestionamiento ¿qué herramientas puedo usar para alcanzar los objetivos estratégicos?. Por las características de este proyecto es que la estrategia de comunicación

define acciones y sugiere tácticas hasta este nivel de planeación pues las actividades en el plano operativo se definirán a partir del contexto, realidad y momento en que se ejecuten acciones, aún así esta estrategia sugiere algunos componentes de acompañamiento proponiendo de manera general como usarlas para su aplicación en mensajes específicos, tono y estilo de mensajes. El conjunto de todos estos componentes será la maqueta para elaborar planes de comunicación que respondan a necesidades puntuales.



Diagnóstico de comunicación

Para proyectar los impactos esperados de esta estrategia, es necesario hacer un análisis de las fortalezas de comunicación tanto en las instituciones coordinadoras del proyecto C6 - cuencas costeras, como del potencial que implica la acción colectiva encaminada al cuidado de los recursos naturales. Así mismo, para lograr enunciar objetivos claros y alcanzables, necesitamos identificar las debilidades encontradas en materia de comunicación con el planteamiento actual del proyecto, cruzando con la realidad institucional y la realidad del territorio en que se desarrollarán nuestras actividades.

El proyecto C6 - cuencas costeras tiene su base en las fortalezas de las cuatro instituciones ejecutoras, donde cada una cuenta con líneas desarrolladas en estrategias y programas exitosos que aportan los fundamentos y dirección para una estrategia de comunicación eficiente. Elementos como la experiencia institucional en el fortalecimiento de procesos autogestivos en comunidades, incentivos por el cuidado de medio ambiente, y apostar por la capacitación y el apoyo a grupos y líderes de estas poblaciones organizados previamente, son sólo algunas de las aportaciones.

La Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) aporta como base la estructura y metodología ya activa en las ANP con mecanismos eficientes en la organización participativa, tales como los Consejos Asesores y Subconsejos locales. El Consejo Asesor es la instancia de participación social más importante en un ANP. En idea, es la instancia de confluencia de los representantes legítimos de los múltiples actores vinculados con el ANP. Estos representantes interactúan en el Consejo Asesor para la toma de acuerdos, el establecimiento de compromisos y la convergencia de intereses que los movilice hacia un proyecto común de conservación y manejo adecuado de los recursos naturales concebidos como bienes comunes, partiendo de una visión de corresponsabilidad y participación. Esta estructura ha permitido el compromiso compartido entre las comunidades que habitan un ANP y la institución encargada de gestionarla y administrarla. Los Consejos Asesores y los Subconsejos serán clave para que los participantes aporten sus experiencias, inquietudes y visiones en la movilización de otros actores y grupos para su integración en la conservación de cuencas, sirviendo también como influencia entre los habitantes de las comunidades.

La Comisión Nacional Forestal (Conafor) ha asumido el reto de ser el conductor hacia el manejo sustentable de los bosques, la conservación de la biodiversidad de los ecosistemas forestales y la creación de mecanismos financieros y de apoyo para mejorar la calidad de vida de las comunidades que en ellos habitan, con la finalidad de impulsar el reconocimiento del valor de los servicios ambientales que proporcionan los ecosistemas forestales y agroforestales. Estos programas apoyan a comunidades, ejidos, asociaciones regionales de pequeños y medianos propietarios y a propietarios de terrenos forestales. El impacto de estos programas ha resultado positivo, ya que ha permitido a las localidades organizarse y generar mecanismos de autosustentabilidad a través de estos incentivos, fortaleciendo diversas iniciativas de conservación locales a través de un manejo integral del territorio. La penetración de estos programas permitirá convocar a la acción a múltiples actores dentro de los ecosistemas boscosos integrando las experiencias adquiridas en el desarrollo de sus proyectos usándolas como herramienta probada en el manejo integral de cuencas.

Entre las principales acciones para la construcción de una visión colectiva y participación social en las cuencas, el Instituto Nacional de Ecología y Cambio

Climático (INECC) ha promovido el fortalecimiento de capacidades en las cuencas seleccionadas, capacitando a personajes locales para el monitoreo de los componentes biológicos existentes en las cuencas, promoviendo así la corresponsabilidad entre las instituciones y la sociedad. De esta manera se disponen diversas metodologías para la investigación científica y se pone al alcance de los habitantes algunas herramientas para la obtención y gestión del conocimiento sobre su entorno, convirtiéndolos en agentes activos.

Por último, Fondo Mexicano para la Conservación de la Naturaleza, A.C. (FMCN) cuenta con capital humano comprometido con sus programas de conservación que responden de manera efectiva a las prioridades nacionales y globales en términos de permanencia institucional y participación de la sociedad civil. Esta institución líder en el mundo, innovadora, financieramente consolidada y con un sistema de gobernanza transparente, aportará sus líneas de plan estratégico y experiencia en relaciones con la sociedad civil para implementar este proyecto.

Estas instituciones han desarrollado el primer instrumento en conjunto que servirá al C6 como una serie de criterios y perspectivas a incluir en la implementación de acciones, las cuales serán determinadas a detalle al iniciar la ejecución del proyecto: el Marco de Gestión Ambiental y Social (MGAS). Éste incluye una serie de principios y procedimientos para la evaluación de impactos ambientales y sociales de estas actividades. El MGAS de este proyecto incluye un Marco de Planificación de Pueblos Indígenas (MPPI) y un Marco de Procedimiento (MP) como documentos adicionales. El MPPI es utilizado para las actividades que el proyecto desarrollará en poblaciones con comunidades indígenas. El MP busca apoyar a los habitantes de ANP, cuyo acceso a los recursos naturales se pueda ver limitado por las restricciones al uso de estos por los Programas de Manejo enfocados a la conservación de la biodiversidad y los servicios ambientales de estos espacios. Este instrumento ayudará a orientar los objetivos para una Estrategia de Comunicación con enfoque Ambiental-Social.

Diagnóstico de comunicación del proyecto

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Estrategias de comunicación y educación ambiental vigentes de la CONANP, con diversas metodologías para el fomento de la participación de la sociedad civil.- Red de voluntarios y educadores de las Áreas Naturales Protegidas, que participan activamente informando a las comunidades de las acciones de cuidado del medio ambiente, y que tienen la confianza de las mismas.- Programas de subsidio de la CONANP. Cuentan con una firme estructura en mecanismos de operación.- Programas de pago por servicios ambientales de CONAFOR. Además de las ventajas financieras, arroja una red de beneficiarios susceptibles a sumarse al proyecto.- Red de participantes y colaboradores activos en diversos programas de la CONAFOR.- La sistematización y metodología establecida por el INECC para detectar y diagnosticar las regiones prioritarias en las que se implementará el proyecto.- Las experiencias de las tres instituciones federales en colaboración con las comunidades, haciendo un efectivo manejo de los recursos naturales.- Casos de éxito documentados en la gestión integral de recursos en los que las instituciones vinculan de manera positiva a actores locales e instituciones.- Las diversas redes de aliados, experiencia en la administración y coordinación de proyectos interinstitucionales, así como el potencial de convocatoria hacia las organizaciones de la sociedad civil desde FMCN.	<ul style="list-style-type: none">- Espacios en medios masivos regulados por gobiernos estatales.- Redes de comercialización existentes y no precisamente relacionadas con el tema ambiental.- Mercados de productos sustentables.- Grupos de educación ambiental activos en las regiones.- Publicaciones periódicas relacionadas con temas ambientales y de fortalecimiento comunitario.- Presencia de radios comunitarias, radios indígenas y medios autónomos.- Conformación de espacios para la coordinación y gestión regional, espacios que contemplan a los tres niveles de gobierno, sociedad civil organizada, comunidad académica y comunidad científica.- Existencia de grupos organizados, comités locales y asociaciones que tratan asuntos de organización comunitaria y que pueden ayudar en la implementación de la estrategia.

Diagnóstico de comunicación del proyecto

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">- Falta de coordinación institucional, si bien los programas activos buscan la conservación de los recursos naturales, no reflejan una integración para un plan coordinado y homogéneo.- Los programas no se perciben con beneficios inmediatos desde las comunidades a las que van dirigidos. Invitar a la participación de la sociedad implica evidenciar ventajas a corto, mediano y largo plazo.- Las capacidades de operación en materia de comunicación desde las instituciones es limitada para el acompañamiento permanente a este proyecto.- Falta de un grupo de especialistas en comunicación, producción de materiales de apoyo, materiales didácticos e informativos que acompañen exclusivamente a las necesidades de las instituciones en el marco del proyecto.	<ul style="list-style-type: none">- Noción desinformada del conflicto entre desarrollo económico y conservación ambiental, lo que complica la participación en iniciativas de desarrollo sustentable. Cuando un individuo no ha cubierto las necesidades básicas de su familia, le resulta complicado entender su importancia en el entorno.- La resistencia y vicios por parte de la población para la participación en campañas o programas realizadas por el sector público.- Falta de recursos humanos en temas de comunicación debido a la orientación de resultados basados en los objetivos puramente biológicos y ambientales, acompañado de la burocracia institucional que detiene y reduce la agilización de los procesos.- Desvanecimiento de conocimientos ancestrales, tradición e identidad indígena en las regiones. Pérdida del orgullo regional a nivel social, sumado a la noción de conflicto entre conocimiento científico y cosmovisión indígena.

Enfoque de comunicación

La inversión en el desarrollo del capital social entre los usuarios y actores interesados en la preservación de los sistemas naturales, en la comprensión de sus dinámicas y la incorporación de estos conocimientos a su manejo a partir de la acción colectiva, son condiciones centrales para la preservación de la diversidad biológica (Merino, 2006).

Hasta esta parte del documento nos hemos concentrado en evidenciar la parte medular de C6 - cuencas costeras, la cual encuentra en la coordinación y vinculación entre actores su principal herramienta para una ejecución satisfactoria en el cuidado del entorno. El documento ha evidenciado el protagonismo que tienen las comunidades locales para la permanente y efectiva gestión de los recursos. Ha destacado la importancia de facilitar la conectividad entre los habitantes de las cuencas. Para posicionar la visión de manejo integral de cuenca en las regiones es necesario transmitir y posicionar los conceptos clave: vinculación, conexión, y colaboración colectiva para un entendimiento efectivo de la relación entre individuos y su conexión con el entorno.

Esta estrategia buscará a partir de estos conceptos definir el enfoque que ayudará a posicionarse entre los actores clave. Dicho enfoque partirá de la idea de vinculación pero apoyado en procesos de comunicación y posicionamiento que traduzcan los mensajes y aterricen a la realidad cotidiana de las personas que habitan las cuencas, como de las instituciones que enmarcan el proyecto.

Usaremos la figura retórica de la metáfora para traducir los mensajes hacia un lenguaje más cotidiano y de fácil entendimiento. Haremos uso de metáforas para asociar la idea de vinculación y manejo integral hacia un plano de conocimiento y apropiación de la población para así establecer el diálogo esperado. Estas metáforas deberán dibujarse dentro de los esquemas de importancia para los individuos y las comunidades. Hay que buscar las asociaciones que identificarán a los usuarios de la comunicación en el proyecto con su visión individual y transportarla a un espacio que ponga en el mismo espacio de prioridad al entorno que les rodea con su permanencia y salud.

Exploraremos la relación que existe dentro del cuerpo humano como un sistema complejo que para su correcto funcionamiento los órganos internos necesitan estar conectados o vinculados a otros órganos. Las asociaciones a explotar entre el cuerpo humano y la naturaleza como un sistema complejo de diversos órganos en funcionamiento serán nuestras figuras y herramientas para identificar a los individuos, ya que como órganos primarios en el cuerpo humano podemos asociarlos con el protagonismo que las personas y sus comunidades tienen dentro del efectivo manejo integral de cuenca.

Este enfoque nos ayudará a promover de manera subliminal la importancia del funcionamiento equilibrado y en armonía entre los órganos que hacen funcionar el manejo integral de cuencas, en el que la cuenca en su conjunto será traducido como el cuerpo humano y las acciones que los individuos ejecuten ayudarán a contribuir tanto para su subsistencia como para el disfrute de su relación con el entorno.

Visión de comunicación

Para contribuir a la resiliencia de las cuencas seleccionadas por C6 - cuencas costeras, esta estrategia de comunicación pretende a largo plazo:

“Que los actores clave de las cuencas costeras seleccionadas por el proyecto adopten el desarrollo sustentable como forma de vida, ya que éste incentivará el buen uso y manejo de sus recursos naturales, identificando su impacto en diversas áreas de conservación de la biodiversidad y empoderando a las comunidades a través de la apropiación de su identidad, la correcta gestión de sus recursos y la vinculación entre instituciones, sociedad civil y aliados del proyecto”.

Herramientas estratégicas

A partir de las consideraciones a lo largo de este documento es que se ha definido un conjunto de herramientas que nos ayudarán a establecer el paso a paso para decidir las acciones de comunicación a ejecutar. La primera ronda de decisiones a tomar se concentra en el plano estratégico, donde definiremos de manera general los caminos a seguir para concentrar de manera puntual qué debemos hacer para establecer comunicación de manera general.

A continuación presentamos las herramientas que ayudarán a definir este camino, explicando la naturaleza de cada herramienta y definiéndola en el marco de este proyecto.

Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos nos ayudarán a encaminar las acciones a implementar, ya que buscan alcanzar resultados relacionados directamente con el establecimiento de canales, espacios y herramientas de diálogo y comunicación participativa. Estos objetivos serán construidos para delimitar la incidencia de la comunicación, así como proyectar las acciones estratégicas con mayor potencial de impacto dentro de las necesidades del proyecto. Los objetivos estratégicos surgen a partir del diagnóstico inicial de comunicación y buscan cubrir las necesidades ahí identificadas para una articulada implementación del proyecto en el territorio.

Nuestros objetivos estratégicos establecerán respuestas al cuestionamiento **¿Qué hacer para establecer comunicación con nuestros aliados e interlocutores en el marco del proyecto?** A continuación enlistamos los objetivos que dirigirán las acciones de esta estrategia de comunicación en el marco del proyecto.

Objetivo estratégico 1. Fortalecer los espacios y herramientas de coordinación entre las instituciones gestoras del proyecto a nivel regional y en el Consejo Técnico del Proyecto.

Objetivo estratégico 2. Promover las acciones y conceptos del proyecto entre los actores clave de las regiones para fomentar su participación en la conservación y manejo de los recursos naturales.

Objetivo estratégico 3. Fomentar y fortalecer los espacios y/o herramientas de vinculación entre actores clave dentro de las cuencas.

Los objetivos estratégicos tienen un alcance general que nos orienta hacia donde encaminar nuestros esfuerzos, pero esta orientación resulta insuficiente si no consideramos la realidad y contexto de nuestras audiencias. Es así que para complementar la función de nuestros objetivos estratégicos debemos considerar la relación de nuestras potenciales audiencias con el proyecto C6 - cuencas costeras, así como definir sus necesidades de comunicación o diálogo al interactuar dentro del proyecto.

Para estar en posibilidades de identificar esta relación entre audiencia y proyecto, este documento plantea una serie de componentes que responderá a la siguiente pregunta natural al ejecutar cualquier actividad: **¿Qué información o proceso de comunicación necesitan nuestros aliados e interlocutores para incidir en su comportamiento hacia el proyecto?**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha trazado ya un programa de temas en relación a la comunicación y la información que nosotros podemos adoptar como guías para visualizar los procesos de comunicación que mejor se adapten a esta estrategia, estos temas son los siguientes:

- Acceso a la información.
- Fortalecimiento de capacidades.
- Desarrollo de contenidos.
- Libertad de expresión.
- Desarrollo de los medios.
- Memoria del mundo.

Estos procesos comunicativos no son consecutivos o resultantes uno de otro, son procesos de comunicación que se implementan dependiendo del contexto específico en cada acción comunicativa y principalmente de las necesidades de la audiencia. Al encontrar estas condiciones podremos definir el tipo de información que la audiencia necesita para incidir en su comportamiento, ya sea invitarlos a actuar, promover que se vinculen con otros actores, o que coordinen los esfuerzos dentro de sus instituciones sincronizándolos con los del proyecto. Así pues, este documento sugiere tres componentes que ayudarán a identificar la necesidad específica de información de nuestras audiencias y así establecer diálogo y comunicación con ellas.

Componentes Estratégicos

Componente Estratégico A. Promoción e información

Al definir el uso de este componente se deberá disponer de manera accesible y eficaz información específica sobre las acciones, proyectos y conceptos que promueve la iniciativa C6. La información difundida deberá considerar el entorno social y tecnológico de cada comunidad. Así también, este componente debe garantizar la identificación y reconocimiento del conjunto de acciones que promueve el proyecto C6 en los habitantes y usuarios de las regiones seleccionadas por el proyecto. Este componente responderá las preguntas **¿Qué es C6 y que hace?**

Componente Estratégico B. Educación y fortalecimiento de capacidades

Si nuestras audiencias o actores clave ya tienen conocimiento, noción y algún tipo de acercamiento con el proyecto, podremos ubicarlos en este componente, pues sus necesidades implican la guía para realizar acciones específicas de conservación y vinculación, necesitan información concreta sobre cómo participar, estos actores ya están convencidos de su importancia y están decididos a actuar.

Aunado a estas necesidades, las acciones de este componente buscarán promover el fortalecimiento de espacios existentes, así como la creación de nuevos, que generen, divulguen y reapropien los conocimientos vinculados con la iniciativa C6. Estos espacios podrán suscribirse en los campos de educación formal y no formal, investigación, redes de aprendizaje, y divulgación establecidos en las acciones del proyecto.

En cuanto a la formación de capacidades locales, en este componente ubicaremos las acciones que empujarán la apropiación y gestión del conocimiento sobre los recursos naturales en los distintos sectores de la comunidad, así como las estrategias sustentables para aprovecharlos. Este componente responderá a las preguntas **¿Cómo se hace? ¿Qué herramientas tengo a la mano para ejecutar acciones?**

Componente Estratégico C. Vinculación e intercambio

Para garantizar el correcto uso de las acciones de comunicación relacionadas con este componente, nuestras audiencias-actores clave deben tener ya conocimiento del proyecto y estar ejecutando alguna acción específica de conservación. Estas audiencias necesitan complementar sus conocimientos sobre sustentabilidad y conservación y posiblemente se identifican con las actividades del proyecto C6. Sus necesidades se relacionan con la construcción y consolidación de espacios para el intercambio.

Este componente fomentará la creación de espacios para la integración y vinculación de los actores clave a lo largo de la cuenca, de manera que quienes se han sumado se vean favorecidos por las redes construidas en el marco del proyecto C6. De la misma forma promoverá el fortalecimiento de las redes, alianzas, cadenas de valor y espacios de vinculación interinstitucional, así como redes de comercialización de los bienes y servicios distinguidos por la iniciativa C 6. Los actores clave que se inserten en este componente podrán encontrar los espacios para la gestión de sus iniciativas, intercambio de experiencias y promoción de los apoyos entre actores.

El componente responderá a las preguntas **¿Qué aporta mi experiencia? ¿Dónde veremos reflejados los esfuerzos y acuerdos emprendidos por la iniciativa? ¿Quién puede ser aliado para mi proyecto? ¿Con quién puedo formar o ampliar mi equipo de trabajo?**

Actividades Estratégicas

Ya definidos nuestros objetivos estratégicos, así como los componentes de dichos objetivos, estamos en condiciones de sugerir una serie actividades generales de comunicación que construirán la base para la promoción y penetración de las acciones posteriores y específicas en el marco del proyecto C6.

Entre las actividades sugeridas para los objetivos estratégicos, profundizaremos en el plano táctico y operativo de las que tienen mayor potencial de impacto y nos ayudarán de manera más efectiva a alcanzar nuestros tres objetivos. Estas actividades se presentan desarrolladas como tácticas generales en el anexo 1.

A continuación se presentan algunas actividades orientadas a la obtención de nuestros objetivos estratégicos, las cuales deberán acompañarse con actividades y productos específicos para alcanzar resultados concretos de comunicación. Una actividad estratégica, acompañada de un objetivo específico y dirigido a las audiencias correctas nos facilitará lograr los resultados esperados.

Objetivo estratégico 1. Fortalecer los espacios y herramientas de coordinación entre las instituciones gestoras del proyecto a nivel regional y en el Comité Técnico del Proyecto.	
CTP	Coordinaciones Regionales
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar herramientas digitales de consulta remota para los miembros del CTP y Coordinaciones Regionales: Página web, boletín electrónico, intranet con biblioteca virtual 	<ul style="list-style-type: none"> • Programar visitas con potenciales aliados a las regiones prioritarias ó Áreas Naturales Protegidas con experiencias positivas al implementar procesos de desarrollo sustentable
<ul style="list-style-type: none"> • Promover la creación de agendas institucionales comunes en el marco del proyecto (PAMIC) 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar talleres de inducción al proyecto con actores regionales
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar el concepto rector y la identidad del proyecto en las comunicaciones de las instituciones gestoras en los espacios que incide el C6 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el diseño y producción de una exposición fotográfica – exposición de productos y servicios con el enfoque de manejo integral de cuencas
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un plan de medios que promueva el enfoque de manejo integral de cuenca en las comunicaciones de las instituciones gestoras 	

Objetivo estratégico 2. Promover las acciones y conceptos del proyecto entre los actores clave de las regiones para fomentar su participación en la conservación y manejo de los recursos naturales.

<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar espacios para la promoción de la iniciativa C6 en plataformas digitales y redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar campañas locales de fomento al orgullo de los habitantes por los recursos en su región, operadas por actores de la comunidad previamente capacitados.
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una conferencia de prensa en cada región (Golfo y Pacífico), para promover el proyecto y la importancia de las coordinaciones regionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un dossier de promoción del proyecto con un enfoque para cada audiencia a atacar.
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar materiales de difusión para posicionar los mensajes clave de esta estrategia con un enfoque de manejo integral de cuenca. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un spot de radio y un spot audiovisual promocional del proyecto C6.

Objetivo estratégico 3. Fomentar y fortalecer los espacios y/o herramientas de vinculación entre actores clave dentro de las cuencas.

<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una marca-distintivo que acompañe la identidad del proyecto C6 que ofrezca un sello de buenas prácticas y manejo sustentable de los recursos para los municipios, gobiernos estatales, sociedad civil organizada, productores y prestadores de servicios en las cuencas 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la participación del proyecto en espacios educativos y académicos (foros, seminarios, congresos), así como en espacios culturales y de promoción del orgullo regional (ferias, conciertos, festivales)
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una campaña de comunicación al interior de las instituciones promoviendo el concepto de vinculación y manejo integral de cuenca 	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar y fortalecer la creación de redes de comercialización y mercados itinerantes entre los actores clave
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar espacios para el intercambio de experiencias en plataformas digitales y redes sociales. (Comunidad de aprendizaje, Facebook, Twitter, YouTube, Blog) 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover espacios de difusión permanentes en emisoras radiofónicas estatales, universitarias, indígenas y del sector público.
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar y promover la comercialización de productos realizados en las cuencas seleccionadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover el fortalecimiento de capacidades locales en comunicación para el desarrollo, gestión y ordenamiento territorial.

Mensajes Clave

Para asegurar un impacto concreto y eficaz de las acciones hasta ahora mencionadas, se necesitan mensajes que ayuden a definir de manera clara, específica y puntual cada esfuerzo. Así pues se sugiere este acercamiento a través de los temas y conceptos que definen la relación del entorno natural con los habitantes y usuarios de servicios de las cuencas en su quehacer cotidiano.

Para evitar segmentar y confrontar los mensajes de cada institución, se identificó un conjunto de conceptos que engloban los objetivos del proyecto C6 y se alinean al quehacer cotidiano de las instituciones parte. Estos conceptos definirán la perspectiva a adoptar en el contexto de cada institución transmitiendo las ideas esenciales de esta iniciativa con el trasfondo temático de cada una de ellas, CONAFOR transmitirá mensajes relacionados con la conservación de espacios forestales y la CONANP lo relacionado a la gestión de Áreas Naturales Protegidas integrando los conceptos que a continuación se sugieren.

Estos mensajes clave serán las primeras herramientas de uso para las instituciones que forman parte del C6, ya que incluyen estos conceptos generales integrando el concepto rector y enfoque de comunicación de esta estrategia, definiendo los mensajes que difundirá el C6, así como las instituciones parte hacia sus audiencias en el contexto del proyecto.

Hay que destacar los beneficios tangibles que nuestras posibles audiencias pueden adoptar como significativo de empatía con el proyecto, por lo que el listado se verá integrado por planteamientos positivos y con beneficios específicos en cada tema, más allá de transmitirles una visión romántica del cuidado medioambiental, tendremos que expresar ventajas para la humanidad, beneficios económicos, sociales, culturales y de salud.

Estos temas se presentan sin orden jerárquico, este deberá definirse a partir de la necesidad de la acción a realizar, pero principalmente de la necesidad del actor/habitante para situarlo en su relación con el entorno por medio de una visión de manejo integral de cuenca. A continuación se desglosan las ideas centrales a transmitir en cada tema clave, cada acción comunicativa deberá adaptar estas ideas centrales:

Servicios ecosistémicos en las cuencas

Debido a la gran diversidad de ecosistemas que integran una cuenca, los servicios que ofrecen también resultan diversos, van desde los componentes básicos para poder vivir: agua, aire y temperatura regulada; hasta componentes que facilitan nuestra vida y la hacen de cierta forma más cómoda: seguridad ante eventos como inundaciones y sequía, materias primas para la generación de cualquier artículo o producto a nuestro alrededor.

Hay que transmitir a nuestras audiencias el valor real de estos servicios que nos comparten las cuencas, transmitir el origen de cada producto, bien o servicio, hacer evidente la cadena de producción-distribución que cada beneficio arroja, situando a las audiencias no como el consumidor último de un servicio, sino como la válvula más importante en la cadena, ya que al consumir o recibir un bien, éste se convierte en parte del sistema, éste consumidor se transforma inmediatamente en proveedor de los recursos necesarios para mantener saludable el sistema que lo nutre, garantizando así la continua generación de bienes y servicios, asegurando su propia existencia.

Alternativas productivas sustentables

Al transmitir mensajes o establecer diálogo con nuestras audiencias sobre procesos de producción siempre habrá que destacar los beneficios económicos a largo plazo que implica el uso de técnicas sustentables, evidenciando el aseguramiento de la salud del sistema en que se producen objetos o bienes de consumo con técnicas amigables y de bajo impacto, siempre será mejor asegurar contar con el espacio para producir y cuidarlo para nuestro propio beneficio que desgastarlo hasta dejarlo inservible por producir más en menor tiempo.

Otro factor importante a transmitir se relaciona con la salud de lo que se produce (principalmente en productos alimenticios), ya que el uso de técnicas de producción sustentable garantiza procesos naturales en la elaboración, lo que da como resultado productos con alto contenido de componentes benéficos para la humanidad resultando en humanos sanos.

Siempre hay que destacar la importancia al producir con estas características, evidenciando la vinculación real entre los productores y el consumidor, integrándolos en una misma cadena de producción-suministro situándolos en una relación de complicidad e intercambio.

Componentes bioculturales

Para la generación de mensajes en este tema debemos cobijarnos principalmente en la cosmovisión indígena, identificar la realidad de las audiencias y ubicarlas en un plano paralelo desde la cosmovisión de los habitantes tradicionales en las regiones que incide el proyecto. Un acercamiento a la visión de estas tradiciones en las actividades cotidianas realizadas por las audiencias. Vamos a promover un proceso de integración, acompañado de un proceso para compartir conocimientos, no vamos a evangelizar comunidades indígenas sobre el cuidado al entorno, vamos a aprender de ellas y ellas van a incluir conocimientos en sus procesos si les resulta práctico.

En este tema, vamos a transmitir la importancia de mantener una relación entre seres vivos (la tierra como un ente al mismo nivel que nosotros), hablar de beneficios que nos arrojan las comunidades asentadas en espacios protegidos, usar su cosmovisión, usar sus procesos y encontrar desarrollo espiritual en su modo de relacionarse con los demás.

Gestión del riesgo frente al cambio climático

Este tema arroja múltiples posibilidades para ejemplificar la vinculación entre habitantes en una región, más allá de transmitir información específica sobre como reaccionar ante un siniestro, será necesario transmitir y establecer los canales y espacios de diálogo y comunicación que resulten más efectivos en cada región. Es en este tema que remarcaremos la importancia de construir redes al interior de las comunidades, fortaleciendo la efectiva respuesta ante cualquier evento meteorológico extremo.

Esta conformación de redes servirá para construir espacios de diálogo y toma de decisiones entre actores locales e instituciones en el marco del proyecto, ya que por un lado asegurará esta respuesta efectiva de manera colectiva frente a impactos del cambio climático, como construirá las bases para una organización efectiva en el territorio entre habitantes e instituciones.

Herramientas tácticas

Objetivos específicos

Al establecer comunicación en el marco del proyecto necesitamos tomar decisiones sobre las acciones a ejecutar. Para orientarlas contamos ya con un par de herramientas y estamos en posibilidades de decidir en el plano estratégico ¿qué hacer? y ¿cómo hacerlo?

Los objetivos específicos son el conductor de nuestras decisiones de comunicación en un plano directamente operativo, pues serán decisiones que van a incidir en problemáticas locales y con actores muy puntuales, estos objetivos nos van a definir ¿en quién necesitamos incidir? y ¿qué esperamos que haga?

Para ejemplificar la construcción de objetivos específicos usaremos una situación hipotética en el marco del proyecto C6, en la que usando las herramientas descritas en secciones anteriores, identificaremos:

¿Qué hacer? (objetivo estratégico)	¿Cómo hacerlo? (componente estratégico) - ¿Qué tipo de información necesita? - ¿Qué proceso de comunicación debo usar?
¿En quién necesito incidir? (actor clave)	
¿Qué espero que haga? (objetivo específico)	

Si necesito persuadir al titular de una institución privada de participar colaborando con el proyecto, necesito especificar de qué forma espero que colabore, ya sea con recursos financieros, promoción en sus plataformas de difusión, realizar algún convenio, etc. Y es en este campo de definiciones que los objetivos específicos trazarán concretamente lo que esperamos que resulte con nuestras acciones de comunicación.

-Si definimos que nuestras acciones buscarán atacar el objetivo general 2 (promover acciones y conceptos del proyecto en los actores clave) y nuestra audiencia ó actores clave son productores de café en Veracruz y queremos incidir en sus procesos de producción, pues el café de sombra ha demostrado tener un mayor potencial de beneficios de producción, así como de impacto en el ecosistema. Nuestro objetivo específico será:

Promover e informar a los productores de café en Veracruz sobre algunas alternativas productivas sustentables en el marco del proyecto.

Aliados o actores clave

Para identificar a un actor clave en el contexto de esta estrategia, debemos preguntarnos: ¿De quién depende que mi objetivo se cumpla? Pueden ser una o varias personas, y de esto depende las acciones a realizar pues al contar con diversas motivaciones e intereses, nuestros aliados o actores clave necesitan tácticas específicas en cada caso. Podría presentarse una situación en que el titular de la institución privada sea de difícil acceso, para lo que debemos reformular la estrategia y preguntarnos: ¿quién nos puede ayudar a acceder a él? Y quizá sería más apropiado ¿quién tiene influencia sobre él? Así, si nos resulta imposible acercarnos directamente a este actor clave, podemos dirigir nuestros esfuerzos en establecer una relación empática con la prensa, por ejemplo, ya que ésta puede incidir en que nuestro mensaje sea escuchado y así promover el establecimiento de diálogo.

Serán de especial importancia los actores clave que puedan fungir como multiplicadores de información y promotores del proyecto. Al elegir un actor clave debemos poner atención en jerarquizar acciones sobre los que tengan mayor impacto entre sus pares y en la región. Algunos multiplicadores que se sugieren por la naturaleza de la iniciativa son: líderes y lideresas (religiosos, comunitarios y sociales), doctores y médicos tradicionales, periodistas y medios masivos de comunicación, profesores y académicos, así como brigadistas y promotores de proyectos sociales y de salubridad.

Los sectores generales que identifica este documento son:

- ***Tomadores de decisión***
- ***Aliados y socios regionales (municipios, secretarías estatales)***
- ***Comunidades locales (indígenas y no indígenas)***
- ***Pequeños y medianos productores***
- ***Comunidad organizada (organizaciones de la sociedad civil (OSC), agrupaciones, asambleas, consejos)***
- ***Comunidad educativa***
- ***Iniciativa privada***

Medios de comunicación

Cuando hemos definido el mensaje clave a comunicar, el objetivo específico que dirija los esfuerzos de comunicación y el actor clave a persuadir, es necesario encontrar el medio idóneo para establecer el diálogo. Estos medios deben resultar flexibles en cuanto a su disponibilidad para implementar acciones de comunicación, por lo que tendrán que explorar espacios complementarios a los tradicionales radio, tv y publicaciones; con la intención de alcanzar audiencias específicas contemplando el contexto y limitaciones tecnológicas que pueda encontrar la implementación en las regiones. Estos medios de comunicación pueden desarrollar no sólo productos de comunicación, en ellos se sugiere también el uso de actividades como vehículo para el establecimiento de diálogo entre las audiencias y el proyecto .

A continuación se sugieren algunos medios de comunicación representados en productos y actividades, estos se sugieren a partir de las posibles necesidades de nuestras audiencias en materia de comunicación y haciendo uso de los componentes estratégicos de este documento para orientarnos en que necesita saber del proyecto cada público específico.

1. Medios de comunicación para promover los objetivos del proyecto e informar las ventajas de participar activamente en él:	
- Campaña paraguas de promoción del concepto rector de esta estrategia.	- Materiales audiovisuales y spots de radio que transmitan el slogan y concepto rector de esta estrategia.
- Infografías	- Dossier
- Podcast	- Historietas
- Aplicaciones para móviles	- Tour virtual por las cuencas
- Página web	- Redes sociales
- Taller con medios y visita a ANP y comunidades seleccionadas	- Conferencia de prensa
- Perifoneo (palos que hablan)	- Festival de cine de las cuencas
- Boletín	

2. Medios de comunicación de fomento a la educación para la sustentabilidad y fortalecimiento de capacidades locales:	
- Videos documentales	- Manuales de buenas prácticas
- Talleres de inducción en comunicación para el desarrollo	- Talleres demostrativos
- Comunidades de aprendizaje	- Foros regionales para el intercambio de experiencias
- Boletín del proyecto (mensual)	- Encuentro de médicos tradicionales
- Obras de teatro	- Conferencias

3. Medios de comunicación de fomento a la vinculación e intercambio:	
- Distintivo de productos y servicios en las cuencas.	- Redes de comercialización
- Distintivo en las instituciones	- Catálogo de productos y servicios de la cuenca
- Distintivos individuales	- Mercados de cuenca
- Concursos fotográficos y artísticos-culturales que promuevan el valor de los recursos en la región	- Feria de las cuencas (gastronomía, representaciones culturales tradicionales y contemporáneas, música, proyectos sustentables, historias de éxito, exposiciones)

Identidad

Concepto rector

Al establecer comunicación con públicos masivos, nos enfrentamos una amplia diversidad de intereses y motivaciones de nuestras audiencias, para lo cual necesitamos el uso de variadas herramientas para desarrollar acciones, productos o materiales. Esto, aunado a la necesidad de integrar el mensaje de cuatro diferentes instituciones, nos orilla a establecer una línea base para transmitir lo estrictamente necesario sobre el proyecto y no divagar en los conceptos a transmitir entre los usuarios de nuestra comunicación.

Plantear un concepto claro y directo que sea moldeable para transmitirlo tanto a niños como a adultos es la tarea del concepto rector. Este concepto concentrará las ideas y personalidad del proyecto, enunciándolo en una frase que podría bien convertirse en slogan de la marca. Para definirlo necesitamos encontrar los atributos que identifican a la iniciativa:

Conectividad	Conexión	Salud	Sustento
Vínculo	Articulación	Crecimiento	Cultura
Enlace	Alianza	Sinergia	Tradición
Sobrevivencia	Conocimiento ancestral	Conservación	Desarrollo sustentable
Conjunto	Territorio	Región	Enlace

Así como los valores y características que nos diferenciarán.

Decisión	Unión	Comunidad	Vida
Respeto	Compartir	Compromiso	Apoyo
Amistad	Fraternidad	Empatía	Colaboración
Reconocimiento	Armonía	Amor	Salud

Al concentrarlos en conceptos nos ayudarán a definir las ideas que van a regir la comunicación, transformándose en mensajes de campaña, titulares, comunicados y demás. Debemos procurar que cada enunciado expresado en el marco del proyecto se cuelgue de esta idea central.

Compartimos esfuerzos	Construcción colectiva
Aseguramos vida	Esfuerzo conecta vida
Compartimos comunidad y compromiso	Suma de esfuerzos
Juntos construimos más	Recursos que conectan vidas
Vidas que conectan	Me ocupo del otro
Vincular es compartir	Los recursos son vida

Así pues, al cruzar estos conceptos podremos definir las ideas que reflejan el espíritu e identidad del proyecto en su conjunto, resumimos en los siguientes razonamientos las bases conceptuales para promover la iniciativa:

Un sistema es un conjunto de componentes que funcionan de manera coordinada, esta coordinación depende de la vinculación existente entre cada parte del todo. Nosotros mismos somos un sistema que funciona gracias al vínculo entre nuestros componentes, nuestros órganos. Si el corazón no bombea la sangre necesaria, los demás componentes de nuestro cuerpo no funcionan correctamente. Para que un sistema como nuestro cuerpo vincule sus partes en una unidad vital hay que mantenerlo sano.

Los cuerpos humanos somos parte importante en un sistema más grande: el medio ambiente. Este sistema nos ofrece medios y herramientas para vivir cuando sus componentes se vinculan y sincronizan, cuando forman una unidad vital podemos decir que está sano. Estas cuencas en buen estado de salud son la proyección de la iniciativa, serán el resultado esperado de las acciones que integran el proyecto C6, ya que éste busca promover el proyecto como una eficaz herramienta ante los impactos del cambio climático. Estas cuencas serán el componente que mantienen sano el ambiente y por consiguiente, nuestra vitalidad.

Necesitamos vincularnos activamente entre individuos y con el gran sistema ambiental para mantenerlo sano y en funcionamiento. De esta forma es que la iniciativa C6 - cuencas costeras busca promover con un enfoque mercadológico y de fácil recordación de las acciones a implementar por el proyecto en la región, lo que resulta en la enunciación de nuestro concepto rector:

Conectando personas, compartimos bienestar.

CONECTAR

Iniciar la idea central de la iniciativa con este concepto busca identificar al usuario del mensaje con la imagen expresada de la vinculación, orientando su imaginación hacia una visión de comunidad, alejando la individual y antropocentrista con la que regularmente los individuos se relacionan con el entorno.

COMPARTIR

Destacamos la necesidad de actuar ahora, juntos y en empatía, sin dejar la actividad para el futuro. Integramos al lector de nuestro mensaje haciéndolo parte de la idea, vinculando su lectura a la acción. No empleamos el verbo en infinitivo como un mandato, reforzamos una imagen de pluralidad, enalteciendo el valor de la colectividad. La acción de compartir define la personalidad de los mensajes, ya que no se victimiza ni enjuicia a los usuarios de los recursos, ser parte de la convicción que lo nuestro, pertenece al colectivo.

BIENESTAR

Es el resultado esperado al asegurar la conservación y cuidado de los recursos naturales; al enunciar BIENESTAR en nuestros mensajes proyectamos la visión que integra tanto la preservación de dichos recursos, como la forma de llegar a ello, actuando en armonía con otros actores al relacionarnos con el entorno, disfrutando la relación con nuestros pares y construyendo comunidad en sincronía.

De esta manera, al construir el enunciado que identificará las acciones del proyecto es que podemos afirmar que al vincular a los actores clave de la región impulsaremos las capacidades del ambiente para ofrecer servicios para el aprovechamiento de la sociedad, así como impulsar sincronía en la construcción colectiva del territorio. Estas capacidades serán nuestro mejor aliado para enfrentar los impactos del cambio climático en las regiones estratégicas seleccionadas por el proyecto.

Sugerencias para la implementación

Para entendernos entre instituciones

A manera de resumen, partiremos de los resultados que arroja la sección de Identidad en este documento, retomaremos algunas de las definiciones ahí descritas para establecer los lineamientos de comunicación interna y coordinación interinstitucional.

1. Concepto rector

Esta herramienta servirá como orientador para la generación de materiales, actividades y productos de comunicación. Todo mensaje al interior y exterior del proyecto donde se proyecte la postura y participación del mismo deberá contener la esencia del concepto y adaptarse al mensaje dependiendo el objetivo del material.

Las comunicaciones que se ejecuten en el marco del proyecto no deberán interferir con los lineamientos de imagen e identidad de las instituciones, por el contrario, este documento sugiere el complemento a estos lineamientos con la adaptación del concepto rector de C6 - cuencas costeras dentro de sus mensajes. Por ejemplo, si CONAFOR necesita establecer comunicación con los habitantes de alguna región específica dentro de la cuenca y va a desarrollar materiales promocionando el programa de Pago por Servicios Ambientales, deberá promocionar la importancia de estos actores dentro del sistema que conforma la cuenca, evidenciando la importancia de sus impactos al vincularse al proyecto y para el correcto funcionamiento de este sistema. Para fortalecer esta idea central, se sugiere cerrar los mensajes integrando el slogan del proyecto:

Conectando personas, compartimos bienestar.

2. Imagen institucional

Una imagen institucional homogénea ayudará a identificar los esfuerzos de comunicación y darle un carácter no precisamente institucional y de iniciativa social a nuestro proyecto. Aún cuando los materiales y actividades se desarrollen desde las instituciones participantes, la imagen del proyecto deberá posicionarse a nivel gráfico sin competir con los lineamientos de identidad. El manual de identidad del proyecto sugiere cómo usar las firmas de las instituciones en conjunto con la marca-distintivo que identificará al proyecto y también orienta sobre el uso de ornamentos, colores, texturas y plegas que pueden acompañar los materiales para uniformar estos productos.

Además en este anexo se orienta sobre el tono de voz que el proyecto propone para desarrollar mensajes, sugiriendo las ideas clave a transmitir por componente, homologando así tanto gráfica como mensaje para que al establecer comunicación con nuestras audiencias ésta resulte integrada, posicionando así al proyecto en las regiones y entre los aliados, así como fortaleciendo los espacios de colaboración en que incide este proyecto.

3. Voceros

La naturaleza de la iniciativa C6 - cuencas costeras implica la construcción de una visión compartida entre instituciones, lo que arroja también la diversidad de los referentes en cada una de ellas. Es por esto que para eficientar las acciones dirigidas a los aliados y actores clave necesitamos contar con un grupo determinado de referentes/voceros a nivel local y regional. Es trascendental identificar líderes dentro de las instituciones que cuenten con capacidad para garantizar la transmisión efectiva de los conceptos y mensajes promovidos por el proyecto. Estos líderes deberán ser sensibilizados en los conceptos a transmitir, adaptando las iniciativas institucionales a las líneas que sugiere el proyecto. Estos voceros serán la cara y la voz de los esfuerzos que relacionan a las instituciones y serán los referentes que siempre tendrán una postura ante la implementación del proyecto en el territorio.

4. ¿Cómo usar las herramientas de esta estrategia?

A lo largo de este documento se han identificado las principales problemáticas en las instituciones para establecer comunicación efectiva con los actores clave en el territorio, se han dibujado los objetivos a alcanzar para disminuir dichas problemáticas y, a partir de éstos, se han trazado y enunciado las herramientas que desde la comunicación contribuyan al cumplimiento de los objetivos. Es en este momento que contamos con los componentes suficientes para establecer acciones y esfuerzos comunicativos en el marco de este proyecto.

Así pues, para orientar a las o los implementadores en el uso de esta estrategia, usaremos cuestionamientos orientadores que definirán las decisiones a tomar para ejecutar cualquier actividad. A continuación disponemos una guía básica para atacar cualquier problemática de comunicación en el marco del proyecto. Al final del documento, se dibuja una matriz didáctica que servirá como machote para las o los implementadores.

Decisiones de comunicación para orientar actividades y productos efectivos.

	Pregunta orientadora	Herramienta de comunicación
1	¿Qué quiero lograr?	Definir el objetivo estratégico
2	¿Quién me ayudará a cumplir el objetivo?	Actor clave
3	¿Qué tipo de información necesita?	Definir el componente estratégico
4	¿Qué enfoque voy a atacar?	Ubicar que mensaje clave se adapta mejor
5	¿Qué espero que haga nuestro aliado o audiencia?	Definir objetivo específico
6	¿Cómo hago llegar el mensaje?	Productos o actividades sugeridas
7	¿Qué debo promover?	Concepto Rector en mensaje clave
8	¿Cómo visto mi mensaje o actividad?	Identidad del proyecto
9	¿Realmente funciona?	Indicadores de evaluación

Plan de implementación

Al definir las herramientas que nos guiarán en la toma de decisiones para establecer comunicación con nuestras audiencias debemos planear de forma estratégica cómo acercarnos a nuestros potenciales aliados, considerando la coyuntura de planeación e implementación de acciones de la iniciativa. Para definir estos momentos debemos contemplar las necesidades para promover una vinculación en sincronía entre instituciones, así como identificar los medios y herramientas con mayor potencial de efectividad e impacto con los recursos que cuenta la coordinación del proyecto.

De esta forma la estrategia de comunicación sugiere el acercamiento por medio de fases estratégicas que a continuación se presentan:

Fase 1. Desarrollar y alimentar permanentemente las plataformas de difusión y vinculación con que cuenta el proyecto, asegurando actualidad en los contenidos que ahí se presentan y sirviendo como un espacio de comunicación en dos direcciones. El uso de redes sociales como plataforma de interacción con las audiencias potenciará la integración de aliados a la iniciativa.

Un trimestre para planeación y generación de contenido sustancial. Acompañamiento permanente en redes sociales (publicaciones diarias) y en el boletín C6 (publicaciones quincenales).

Fase 2: Hacer del conocimiento del personal que colabora en las instituciones coordinadoras de la iniciativa C6, los principios, mensajes clave y concepto rector de la misma, promoviendo una campaña de difusión y promoción dirigida a estos actores clave, quienes necesitan estar convencidos de su importancia en el correcto funcionamiento del sistema del que ya forman parte.

Un trimestre con mensajes permanentes en correos institucionales, talleres de inducción y materiales promocionales hacia el interior de las instituciones.

Fase 3: Promover entre los actores clave y potenciales aliados en las regiones los principios básicos del manejo integral de cuenca que identifica al C6:

- Proteger y conservar los espacios naturales; desde las montañas hasta las costas
- Integrar a las comunidades en el cuidado del patrimonio natural y cultural
- Desarrollar actividades productivas y de consumo que sean sustentables con el entorno
- Promover la cosmovisión indígena-tradicional sobre la relación del humano con la naturaleza, sus similares y el entorno
- Fortalecer el conocimiento profundo de las regiones a través de la ciencia
- Promover el consumo razonado de productos, bienes y servicios, fortaleciendo la producción local

Promoción de mensajes en radio y redes sociales durante un trimestre, así como en las redes de socios generadas a partir de los subproyectos y programas de subsidio institucionales.

Fase 4: Realizar conferencias de prensa en cada región que tiene presencia el proyecto C6, para promover los principios básicos del manejo integral de cuenca identificados con el C6, además de difundir los mensajes clave que sugiere esta estrategia vinculando cada mensaje con las acciones realizadas por los subproyectos y el impacto esperado en el beneficio del manejo integral de cuenca.

Fase 5: Implementar un plan estratégico de relaciones públicas para incluir aliados clave a nivel institucional en las acciones de manejo integral de cuenca promovido por el C6. Al ejecutar las fases anteriormente señaladas, el proyecto tendrá impacto en las regiones, facilitando la sensibilización de los actores clave en las instituciones que complementarían un efectivo manejo integral de cuenca (CONAGUA, SAGARPA, Municipios). Este plan de relaciones públicas deberá acompañarse de manera paralela con la implementación del distintivo descrito en la actividad estratégica 2 del anexo 1 en este documento.

La implementación de esta estrategia descrita en fases pretende concentrar de forma cíclica las acciones de comunicación que ayudarán a garantizar impacto en cada región que se desarrolle, pues de esta forma al completar las fases aquí descritas, estas pueden replicarse en cada región que el proyecto no haya llegado aún.

Las proyecciones de tiempo marcadas en cada fase deben ser flexibles en la implementación pues dependerá de las condiciones, contexto y recursos con que cuente cada institución implementadora para llevarla a cabo.

Sugerencias para establecer comunicación con las audiencias.

Características y estilo de los mensajes

Los mensajes deben ligar los recursos naturales con la vida cotidiana, siendo el desarrollo sustentable nuestro vínculo hacia el cuidado y aprovechamiento de los recursos. El contenido del mensaje debe ser positivo y operativo, debe indicarle al público exactamente qué hacer.

Nuestros mensajes deben basarse en información real que busque fomentar el sentido de pertenencia a la iniciativa, donde compartir la experiencia juegue un papel fundamental para el contenido. Por ejemplo, si nuestras acciones de comunicación están relacionadas con la gestión sustentable del agua, podríamos impactar de mejor manera compartiendo las acciones probadas en comunidades que han logrado exitosamente la gestión del recurso, que si solamente recomendamos "¡cuida el agua!".

Ya definidos los conceptos a transmitir, se sugieren algunas recomendaciones de estilo para la implementación de acciones, productos y mensajes:

Involucrar grupos

Se ha comprobado que las campañas que trabajan aisladamente y que se dirigen sólo a individuos obtienen menos resultados que aquellas que convocan a la colectividad. No se trata sólo de dirigir un mensaje desde el concepto "nosotros proponemos, súmate", sino también de aprovechar la fuerza que existe en las agrupaciones ya establecidas en la sociedad civil como organizaciones, asociaciones, colectivos. Estos pueden sumar sus visiones, experiencia, habilidades, misiones y sus propias redes.

Deja que la gente "ayude"

Cuando un proyecto marca acciones de cuidado al medio ambiente o a la sociedad, provoca las ganas de "ayudar" o ser "voluntario" en muchas personas, lo cual representa una valiosa oportunidad. Independientemente de las estrategias que lleve un programa, hay que diseñar mecanismos de participación para aquellos que de alguna manera quieran colaborar en el proyecto, maximizando así la participación e impacto de los resultados.

Fomenta el orgullo de lo tradicional, promoviendo la identidad

El orgullo es una emoción poderosa que influye en el comportamiento. Los mensajes basados en compartir y exaltar el honor de pertenecer a una ciudad o una comunidad ya sea por sus raíces, sus tradiciones o su vanguardia, fortalece los lazos y provoca que la gente se una a una meta.

Los mensajes deben ser positivos

Una visión positiva del futuro capta más la atención de la gente y los invita a sumarse a un cambio de actitud o comportamiento hacia el cuidado de sus recursos. Se recomienda que los mensajes hablen de las ventajas o beneficios de las acciones, y los resultados positivos que se persiguen, así como evitar el exceso de información o mensajes saturados.

Enfatizar alianzas

Ya sea porque patrocinan alguna acción, porque respaldan el proyecto o porque se suman a la misión, el buscar aliados de proyectos como otras instituciones, empresas, organizaciones o individuos, inspira una mayor confianza y cercanía en el proyecto hacia su público, y los motiva a unirse a una meta.

Un lenguaje emocional apoyado con imágenes

Los mensajes racionales influyen en la mente, pero no en el comportamiento. El espíritu de un mensaje debe ser claro, emocional y de preferencia apoyarse en imágenes, testimonios o experiencias que lleguen a la emotividad de quien lo recibe. Inspirar para provocar un cambio, para llegar un resultado con más fuerza.

¿Qué evitar al establecer comunicación con nuestras audiencias?

A continuación disponemos algunas consideraciones generales al desarrollar productos o actividades de comunicación que aunque parecen muy obvias, es importante tomarlas en cuenta permanentemente.

- Transmitir información falsa u ocultarla
- Promover el proyecto como un programa institucional de gobierno
- Imponer acciones sin consultar a las comunidades
- Burocratizar trámites y acompañamiento
- Faltar el respeto a creencias y costumbres
- No considerar las jerarquías a nivel institucional
- Promover el paternalismo
- Mezclar asuntos religiosos
- Generar expectativas falsas, como que habrá soluciones inmediatas y sin esfuerzos
- Forzar la participación

Tácticas para identificación de perfiles de actores

Una herramienta más que nos ayudará a descubrir la estrategia a seguir con nuestros actores clave o audiencias es la dispuesta en la siguiente tabla, ya que a modo de cuestionamiento nos va dirigiendo sobre los intereses, motivaciones y posibles argumentos a usar con cada uno de ellos, de esta forma podemos tener un acercamiento más exacto sobre el tipo de mensajes a generar, las figuras de autoridad a usar, los espacios que resultan más efectivos para establecer diálogo, etcétera:

¿Cómo perfilar los intereses de nuestras audiencias?

¿Quién soy?

Empezamos por describir a la audiencia identificando sus principales características, intereses y motivaciones.

¿Cómo puedo ayudar a cumplir tu objetivo?

Definir específicamente lo que esperamos que este actor haga a partir de la comunicación que el proyecto establezca con él o ella.

¿En qué me beneficia?

Identificar los beneficios tangibles para el actor al integrarse en actividades relacionadas con el proyecto, pueden ser beneficios a corto o mediano plazo.

¿Qué medios y que personas influyen en mí?

Definir los personajes, autoridades, o instituciones que inciden en la toma de decisiones de las audiencias; podemos definirlos en su núcleo familiar, en los medios de comunicación o en líderes cercanos al actor.

¿Qué táctica puedes usar para convencerme?

A partir de las motivaciones identificadas podemos definir las acciones que tendrían más impacto en el actor; si nuestra audiencia tiene predilección por practicar deportes, quizá nuestra táctica se oriente al acercarle información en algún centro deportivo.

¿Qué no debes hacer al intentar convencerme?

Aquí debemos ser muy cuidadosos y disponer las acciones a las que es susceptible nuestra audiencia, siempre anteponiendo su individualidad y libertad para decidir si participa o no.

Indicadores y evaluación

Para conocer el impacto y posicionamiento real del proyecto es necesario revisar periódicamente su efectividad a través de algunos indicadores que nos permitan establecer si los resultados son los esperados para alcanzar cada objetivo estratégico. Esta revisión ayudará también a identificar si necesitamos modificar las acciones de comunicación. En las siguientes matrices de indicadores se ubican los objetivos estratégicos enunciados como primer insumo para evaluar el impacto de cada actividad. Para facilitar el entendimiento y uso de estas herramientas se definen los diferentes términos que las componen:

- **Indicador:** Especificaciones cualitativas o cuantitativas utilizadas para medir el logro de los resultados de cada una de los objetivos. Los indicadores pueden ser de cantidad, calidad, tiempo y deben ser claros, específicos y prácticos.
- **Cantidad:** Para los indicadores de cantidad se coloca aquí el total de unidades requeridas para cada uno de los indicadores.
- **Audiencia ó Actor Clave:** persona o grupo a quien está dirigida la acción comunicativa.
- **Alcance (número de personas):** Total de personas impactadas por la acción comunicativa, por ejemplo, tiraje de un periódico, número de radio escuchas, asistentes a un evento, etc.
- **Medios de verificación:** Fuentes de información donde se puede cotejar cada indicador, por ejemplo, informes del taller, lista de asistencia, monitoreo de noticias (agencia de medios), registro de asistentes, informes, etc.
- **Frecuencia de monitoreo:** Frecuencia con la que se realiza el monitoreo o revisión de las diferentes acciones ejecutadas en el territorio. (Preferentemente mensual o trimestral, en caso contrario, semestral o anual).
- **Descripción / características:** Especificación de las actividades a medir, definiendo los parámetros mínimos que deberá contemplar cada acción.

Objetivo estratégico 1	Indicadores
Fortalecer los espacios y herramientas de coordinación entre las instituciones gestoras del proyecto a nivel regional y en el Consejo Técnico del Proyecto.	Porcentaje de acuerdos cumplidos entre los miembros del CTP
	Número de talleres de inducción al proyecto dirigidos a potenciales aliados del proyecto
	Número de programas institucionales alineados a los PAMIC
	Número de aliados regionales sumados a la iniciativa formalmente
	Número de proyectos institucionales que integran el concepto e identidad de la iniciativa C6
	Número de visitas o recorridos con aliados a las regiones a implementar el proyecto

Objetivo estratégico 2	Indicadores
Promover las acciones y conceptos del proyecto entre los actores clave de las regiones para fomentar su participación en la conservación y manejo de los recursos naturales.	Número de talleres de fortalecimiento de capacidades de los actores clave en las regiones seleccionadas por el proyecto
	Promover las acciones y conceptos del proyecto entre los actores clave de las regiones para fomentar su participación en la conservación y manejo de los recursos naturales.
	Número de talleres de sensibilización de los actores clave en las regiones seleccionadas por el proyecto
	Número de materiales de difusión producidos por las instituciones en el marco del proyecto
	Número de actores clave participantes directamente en las iniciativas del C6
	Número de proyectos inscritos en convocatorias realizadas por la iniciativa

Objetivo estratégico 2	Indicadores
Fomentar y fortalecer los espacios y/o herramientas de vinculación entre actores clave dentro de las cuencas.	Número de marca-distintivos aprobados y registrados por el proyecto
	Número de redes de colaboración identificadas en el marco del proyecto
	Número de espacios de comercialización para productos hechos en el marco del proyecto
	Número de participaciones de voceros del proyecto en medios masivos
	Número de intervenciones del proyecto en eventos académicos y culturales
	Número de integrantes de las comunidades de aprendizaje y seguidores en redes sociales en el marco del proyecto

Estas sugerencias acompañan a una matriz guía para uso de implementadores de la estrategia, pues orienta los criterios a tomar en cuenta para evaluar el impacto de sus iniciativas comunicacionales.

Indicador	Cantidad
	Audiencia ó actor clave
	Alcance
Descripción / características	Medios de verificación
	Frecuencia de monitoreo

Anexo 1

Actividades estratégicas para la promoción de la iniciativa C6 - cuencas costeras

Tácticas generales

Actividad Estratégica 1:

Desarrollar espacios para la promoción de la iniciativa C6 - cuencas costeras en plataformas digitales y redes sociales.

Para llevar a cabo esta actividad se ha definido desarrollar una herramienta de comunicación interactiva capaz de integrar acciones de difusión masiva y de comunicación interna en el mismo espacio. Esta herramienta deberá contener los principales mensajes y comunicados que promueva el proyecto 6 - cuencas costeras, así como materiales de sensibilización, educación y capacitación, contemplando también ser una plataforma para el intercambio de ideas, experiencias e iniciativas entre instituciones, habitantes y actores clave en las cuencas. La administración y seguimiento de esta herramienta deberá ser permanente y dinámica, pues se apuesta por hacer uso de esta plataforma como un espacio para la búsqueda de información complementaria que detonará al implementar y desarrollar mensajes en cualquier otro medio o soporte. Esta plataforma será el espacio de encuentro entre las instituciones gestoras del proyecto y sus socios, aliados y actores clave, por lo que representa un canal de suma importancia para integrar cada vez más colaboradores y participantes del proyecto.

En esta actividad también se busca el establecimiento de comunicación con las audiencias por medio de redes sociales, pues es el medio actual más apto para establecer diálogo con nuestros potenciales aliados por costo, disponibilidad y posibilidad de gestión. El uso de esta herramienta debe ser programado y pensado de manera estratégica, por lo que a continuación se desarrollan actividades específicas para ejecutar un plan para la difusión y promoción del proyecto C6 - cuencas costeras en redes sociales. Este plan se modificará paulatinamente con la penetración del proyecto en las poblaciones, pero para atacar las necesidades de comunicación en el proceso que se encuentra el proyecto, es necesario únicamente promover y difundir algunas iniciativas que empujan la consolidación de esta iniciativa, para así convencer a las audiencias de su importancia al complementar los esfuerzos que se realizan en el marco de este proyecto.

Para definir las actividades en este plan de difusión y promoción en redes sociales necesitamos definir nuestra propuesta de valor: qué contenido puede resultar de mayor interés para nuestros aliados y potenciales socios. Haciendo uso de las herramientas de este documento, podemos concentrar esta propuesta de valor, pues lo que nos distingue es el espíritu de vinculación

y colectividad, el funcionamiento en sincronía de los componentes de un sistema para mantenerlo saludable. Nuestros mensajes en redes sociales deberán ejemplificar esta propuesta de valor reforzando nuestro concepto rector o nuestro slogan: Conectando personas, compartimos bienestar.

Ahora, para definir de manera estratégica las acciones que nos resultan más convenientes, debemos definir los resultados esperados con este plan, por lo que definimos que el primer objetivo a alcanzar de manera específica es hacer del conocimiento de nuestras audiencias de manera clara y concreta la existencia de la iniciativa C6 - cuencas costeras, difundir sus componentes básicos, los conceptos que la definen, así como posicionar mensajes que inviten a la integración al proyecto, por medio de una clara explicación del concepto de manejo integral de cuencas y la importancia de la vinculación entre actores para una conservación efectiva y permanente.

Los contenidos a crear para nuestros mensajes deben promover y posicionar a la iniciativa apoyando en la construcción de una visión integral de la cuenca, es por eso que se definen seis grandes líneas para la creación de contenidos. Su programación y difusión dependerán de la coyuntura y necesidades que se identifiquen para el proyecto.

- **Recuperación del entorno.** Estos contenidos se relacionan a las experiencias en que las prácticas de manejo sustentable han arrojado resultados positivos y estos son evidentes, se reflejan en mejoras en el paisaje encontrando beneficios asociados a la recuperación del paisaje.

- **Historias de adaptación.** Los contenidos generados en esta sección serán reflejo de la experiencia de habitantes que han enfrentado algún impacto relacionado con el cambio climático y han reducido su vulnerabilidad a causa de un buen manejo de los recursos a su disposición.

- **Voz de las cuencas.** Estos contenidos serán nutridos por los habitantes de las regiones, en las que sus experiencias, costumbres y tradiciones relatarán cómo hacer uso de recursos de manera sustentable y las ventajas que les han depositado a través del tiempo.

- **Invitación.** El contenido a integrar en esta sección es el relacionado con convocatorias, procesos de selección, invitación a eventos o actividades promovidas por la iniciativa C6 - cuencas costeras.

- **Historias de éxito.** Testimonios de instituciones, actores clave o socios del proyecto que han implementado acciones de conservación y desarrollo sustentable y han incrementado su calidad de vida a partir del cambio en sus hábitos.

- **Datos relevantes.** En esta sección se buscarán datos duros sobre los servicios ambientales que ofrecen las cuencas y su efecto en la cotidianidad de los estilos de vida rural y urbano, se buscará generar infografías que dispongan de manera clara lo que pasaría con la alimentación, salud y protección ante eventos climatológicos extremos al no mantener saludables las cuencas.

Estos contenidos deberán nutrirse de fuentes diversas, desde blogs o páginas relacionadas con el desarrollo sustentable, así como videos subidos a YouTube propios y pertenecientes a otras iniciativas, pero hay que procurar generar los materiales a difundir para identificarlos con el proyecto.

Un ejercicio de planeación adicional se relaciona con la frecuencia en que se va a publicar en cada plataforma, dibujando la idea de los mensajes y su programación para varios días. Debido a la naturaleza del proyecto, así como de sus posibilidades de operación en comunicación, se sugiere publicar mensajes en redes sociales (Facebook) por lo menos cada tres días, de dos a cuatro veces por día, considerando la publicación de mensajes relacionados con el manejo integral de cuenca y sirviendo como guía los mensajes clave sugeridos en este documento. Estas publicaciones deben apoyarse con algunas realizadas por páginas con objetivos similares al proyecto C6, es decir, estos contenidos no tienen que ser precisamente generados desde el proyecto, ya que las capacidades en recursos no permitirían una actividad tan constante. Aún así es necesario asegurar posicionamiento y recordación de nuestras audiencias, por lo que estas publicaciones deberán ser permanentes para tener presencia entre la inmensa cantidad de mensajes dispuestos en esta plataforma.

Es necesario colocar en nuestro perfil de Facebook información de calidad, insistiendo en la mención constante de los conceptos que promueve el proyecto C6 y asociando este concepto a situaciones cotidianas en que se desenvuelven nuestras audiencias. Además será necesario no olvidar integrar información necesaria para las audiencias: teléfonos, dirección, sitio web, horarios, contacto y cómo pueden actuar.

En cuanto a los materiales generados desde el proyecto (artículos, gráficas, infografías, spots, audiovisuales, etc...) se recomienda, dependiendo la dificultad en cada soporte, publicarlos una vez al mes, para que de esta forma se comuniquen acciones actuales y mensajes apoyados por la coyuntura en las regiones. Resulta necesario destacar la importancia de la generación de estos materiales creados desde el proyecto para transmitir una voz constante y así promover el diálogo con las audiencias en redes sociales y en el boletín del proyecto. Esta última herramienta deberá difundir mensajes a través del correo electrónico usando las bases de datos que manejan las instituciones con una periodicidad bimestral. Así la plataforma de difusión web también se verá nutrida con materiales actuales y conformará un espacio de consulta atractivo para la búsqueda de información complementaria.

Actividad Estratégica 2:

Desarrollar una marca-distintivo que acompañe la identidad del proyecto C6 que ofrezca un sello de buenas prácticas y manejo sustentable de los recursos para los municipios, gobiernos estatales, sociedad civil organizada, productores y prestadores de servicios en las cuencas.

La marca como un distintivo

¿Que ventajas tiene el uso de identidad institucional como marca para penetrar en la percepción de los habitantes?

La creación de marcas como estrategia de comunicación para iniciativas públicas ha arrojado resultados favorables más allá de cualquier estrategia convencional de difusión de programas en campaña. Se pueden mencionar casos exitosos como la crisis social en el estado de Nueva York que en la década de los 70's obligó a sus gobernantes a crear una campaña que atrajera turismo, y que recibió como propuesta la marca "I love NY", con el logotipo mundialmente conocido. El resultado superó expectativas, ya que más allá de atraer visitantes, logró el posicionamiento entre sus habitantes y el orgullo de éstos por abanderar la corta frase o el tan conocido elemento gráfico, hasta la fecha. No sólo llegaron más visitantes, los habitantes cuidaron más su entorno.

Una marca usada para integrar distintas acciones que persiguen resultados en distintos sectores, ha sido también una solución en el caso "I amsterdam" que logra la difusión de sus actividades, el acercamiento al turismo, la mercadotecnia de una ciudad, la vanguardia con que se presenta al mundo y principalmente el orgullo de pertenecer directa o indirectamente al desarrollo de Amsterdam.

Más que invitar a creer en una ideología política, programa asistencial, o proyecto de gestión, como lo son la mayoría de objetivos en la comunicación del sector público, C6 invitará a sumarse a una red donde se podrán intercambiar experiencias para el cuidado y aprovechamiento de los recursos, para la capacitación que permitirá lograr este resultado, y será una estrategia facilitadora en la construcción de comunidades más organizadas y autosustentables, participativas en la toma de decisiones.

Se sugiere por ello enfatizar que la información difundida sea real, testimonial de las iniciativas que participan. En elementos comunicativos resulta de mayor impacto difundir iniciativas que promuevan la experiencia, vivir el territorio o los productos o servicios que este ofrece, casos de éxito en cuanto al desarrollo a través de alternativas sustentables y que tengan cierto reconocimiento local, regional o nacional; esto siempre será mucho más atractivo e incluyente que sólo dictar acciones, actividades y el clásico "¡debes hacer esto!".

Al darle identidad que represente el proyecto, tendremos una herramienta más a nuestro favor, pues la identidad que será la cara, también podrá funcionar como marca que fortalezca la imagen del concepto del proyecto. Así esta funcionará tanto para firmar los mensajes institucionales, cumpliendo los parámetros de imagen que rige a las instituciones federales, transfiriéndole cierta autonomía al ser una marca que también certifique productos, proyectos e iniciativas fuera del ámbito institucional, haciéndola convivir directamente con los usuarios y habitantes de las comunidades seleccionadas por el proyecto. Buscando principalmente la apropiación del concepto a través del orgullo que representa pertenecer al grupo de personas con una mentalidad y ocupación convencida del cuidado del capital natural.

Los actores clave que sean distinguidos por el proyecto, identificarán en el distintivo una figura aspiracional desde los municipios, con las ventajas que les atraería turística, económica y socialmente, así como a los actores de grupos organizados por las diversas opciones de comercialización, pautas de consumo y aprendizaje en el marco del proyecto.

De esta forma es que el proyecto C6 - cuencas costeras busca distinguir a iniciativas sociales en la comunidad. Esto es, incentivar y dar un reconocimiento a aquellas acciones, estrategias y mecanismos que estén promoviendo un uso adecuado y conservación de recursos.

Este distintivo se obtendrá al comprobar la implementación de acciones específicas por alguno de los socios, aliados o actores clave que se desenvuelvan en el marco del proyecto. A continuación se delimitan de manera general los resultados de algunas acciones con las que un aliado puede ser distinguido.

- a) Promover la vinculación entre actores locales que se sumen a la misión del proyecto.
- b) Propiciar el acuerdo entre estas distintas agrupaciones para alcanzar un fin.
- c) Propiciar el diálogo y toma de decisiones entre el sector civil y el sector público.
- d) Lograr la permanencia de las iniciativas trascendiendo los cambios de gestión municipal y estatal.
- e) Promover un modelo de política ambiental basada en la participación de las comunidades que están actuando a favor del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

Los distintivos a otorgar por el proyecto C6-cuencas costeras se dibujan en los sectores que a continuación se explican:

- **Urbanismo Sustentable.** Podrán participar las micro empresas, empresas, instituciones, organizaciones, agrupaciones, asociaciones y colectivos que promuevan acciones, medidas y hábitos a favor del cuidado ambiental en las grandes ciudades: medios de transporte, reciclaje, espacios públicos.
- **Paisajismo Ecológico.** Podrán participar las micro empresas, empresas, instituciones, organizaciones, agrupaciones, asociaciones, colectivos, parques, centros o espacios públicos que logren mediante su gestión el disfrute de un espacio natural para su comunidad, con fines turísticos o locales.
- **Raíces compartidas.** Participarán las instituciones, organizaciones, agrupaciones, asociaciones, colectivos, centros educativos o culturales que realicen actividades educativas, formativas o investigaciones a favor del cuidado del medio ambiente y aprovechamiento de los recursos naturales, así como de la valoración y fomento al orgullo de las tradiciones, pueblos indígenas y comunidades vulnerables con una visión de sustentabilidad.
- **Productores Verdes.** Podrán participar las micro empresas, empresas, instituciones, organizaciones y demás centros de producción que tomen medidas, reglamentos e iniciativas que cuiden los recursos naturales y el impacto de sus actividades, como uso del agua, aprovechamiento de la energía eléctrica, reciclaje y cuidado de residuos.
- **Guardias de flora / Guardia de fauna.** Participarán las iniciativas colectivas que promuevan y beneficien el cuidado de la flora o la fauna respectivamente: invernaderos, comercialización de plantas, albergues animales.
- **Sabores vivos.** Podrán participar las micro empresas, empresas, instituciones, organizaciones, restaurantes, productores de alimentos y bebidas que en sus procesos de producción alimenticia procuren el cuidado y aprovechamiento de los recursos naturales.
- **Voceros Ambientales.** Participarán las instituciones, organizaciones, agrupaciones, asociaciones, colectivos, centros educativos o culturales y medios de comunicación que mediante sus actividades o productos de difusión, promuevan el buen uso y aprovechamiento de los recursos naturales.
- **Mercado Sustentable.** Participarán las iniciativas colectivas que promuevan el intercambio, vinculación, distribución o exhibición de productos o servicios que fomentan el cuidado al medio ambiente, como mercados de trueque, ferias de reciclaje, tianguis de productos orgánicos.

Además de integrarse en alguno de estos sectores, el proyecto o grupo de individuos que sean distinguidos deberán asegurar una serie de acciones a implementar dentro de sus comunidades para complementar los esfuerzos de la iniciativa C6 - cuencas costeras:

- ***Integrar algún programa de desarrollo sustentable promovido por el C6***
- ***Capacitar como mínimo a 5 líderes locales anualmente en temas desarrollados por el C6***
- ***Proyectar algún plan de recuperación de espacios en la comunidad ó ciudad***
- ***Adoptar programas de educación ambiental ya sea en espacios de educación formal o no formal***
- ***Vincular como mínimo a 3 medios locales en la difusión del Proyecto***

