

Estrategia de diseminación del Plan de Acción Tecnológico

Entregable 2.5.ii

Asistencia Técnica para la Evaluación de Necesidades Tecnológicas (ENT) y el desarrollo de un Plan de Acción de Tecnología (PAT) en Guinea Ecuatorial

Climate Technology Center Network (CTCN)

Guinea Ecuatorial

Tabla de Contenidos

1	Marco general	3
1.1	Antecedentes	3
1.2	Contexto del sector AFOLU	3
1.3	Punto de partida	5
1.4	Metodología para el desarrollo del Plan de Comunicación del Plan de Acción Tecnológico	6
2	Definición de la estrategia de comunicación	8
2.1	Metas y objetivos de comunicación	8
2.1.1	Objetivo general	8
2.1.2	Metas	8
2.2	Públicos/Grupos de interés	9
2.3	Canales	10
2.4	Acciones de comunicación	10
3	La red	12
3.1	Objetivos de la red	12
3.2	Temas que podría tratar la red	13

1 Marco general

1.1 Antecedentes

Continuando la línea de trabajo del gobierno iniciada con múltiples procesos con el objetivo de aumentar la sostenibilidad de la economía del país, **Guinea Ecuatorial inició en 2020 el proceso de evaluación de las necesidades tecnológicas (ENT)** para mitigar y adaptarse mejor a los desafíos del cambio climático. Este proceso ha conducido a la identificación de las tecnologías que el país debe priorizar para combatir el cambio climático. El liderazgo de las autoridades de MAGBMA ha sido decisivo para llevar a cabo el proceso de ENT en momentos en que las condiciones sanitarias nacionales e internacionales dificultaban las actividades que requiriesen traslado y reuniones de los especialistas.

Los medios de subsistencia y el bienestar general de la población ya se ven gravemente afectados por el aumento de la frecuencia de las sequías, las inundaciones y las temperaturas extremas, el aumento de la imprevisibilidad de las precipitaciones a lo largo de la temporada de lluvias y el aumento de las temperaturas medias. Desde que se reconoció esta necesidad, Guinea Ecuatorial ha estado preparando el terreno para actuar en las áreas de mitigación y adaptación al cambio climático. El país entregó su **primera comunicación nacional a la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en 2019**. La creciente preocupación por los efectos nocivos del cambio climático y la variabilidad climática en el entorno social, económico y medioambiental de la nación llevó a la elaboración de este informe. El anuncio de la ENT buscó abordar la adaptación, la mitigación y las medidas transversales en respuesta a la información de esta comunicación para que la nación pueda aprovechar las oportunidades que se ofrecen a las naciones en desarrollo en su lucha contra el cambio climático.

A pesar de que ya se ha hecho mucho para afrontar el cambio climático, es necesario tomar medidas con mayor impacto a fin de reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de forma significativa. La consulta a las partes interesadas más importantes fue la principal estrategia utilizada en todos los niveles del proceso de ENT. La conformación del Comité de ENT fue decisiva para seleccionar y determinar las industrias y tecnologías a las que había que dar prioridad para desarrollar las medidas necesarias. A continuación, identificaron los obstáculos que impedirían la difusión de la tecnología elegida y esbozaron los pasos necesarios para eliminarlos. Las reuniones para la conformación del Comité ENT involucraron representantes del gobierno, el sector privado, el mundo académico y la sociedad civil.

Dos informes del proceso de ENT deben leerse juntos para formar la historia en desarrollo de sus conclusiones:

- ▲ **Informe de evaluación de las necesidades tecnológicas** - Este documento describe la metodología utilizada en el proceso de ENT, incluida la forma en que se eligieron y priorizaron las industrias y tecnologías. Los sectores de la energía, residuos y AFOLU obtuvieron las mayores puntuaciones en cuanto a la mitigación y adaptación al cambio climático. Se realizó un informe para Mitigación y otro para Adaptación. Se eligieron tecnologías como las principales candidatas en cada uno de los sectores y se avanzó en el análisis de las barreras.
- ▲ **Planes de Acción Tecnológica** - Este informe del PAT esboza los procedimientos y acciones necesarios para avanzar en las medidas identificadas en cada industria y para cada tecnología. En general, los pasos necesarios para aumentar la difusión de las tecnologías son los siguientes: a) realizar investigaciones sobre la viabilidad económica de las tecnologías; b) aumentar la concienciación; c) poner en marcha incentivos financieros, como la reducción de los tipos de interés de los préstamos; d) colaborar con los socios de desarrollo y hacer esfuerzos para acceder a fondos mundiales; e) crear una política y una legislación de apoyo; y f) reforzar los acuerdos institucionales y la colaboración.

1.2 Contexto del sector AFOLU

Guinea Ecuatorial posee un territorio con una superficie de 28.051 km², de los cuales casi el 90% está cubierto de bosques que están definidos por el clima de selva tropical lluviosa. Los cambios de la productividad de los bosques, la posibilidad

de que se produzcan incendios forestales más frecuentes, el aumento de las plagas y la disminución de las reservas de agua en la capa superior del suelo resultarán en alteraciones en el ciclo de los nutrientes que atraviesa toda la red trófica que sostiene el ecosistema, lo cual llevaría a cambios significativos en la estructura de estos.

Dado que la economía de gran parte de la población en las zonas rurales depende de los bosques y que la industria de la madera es el segundo componente del PBI, los efectos del cambio climático deben ser previstos a fin de reducir su impacto. En la actualidad, poco menos del 60% de la cobertura boscosa está concesionada a empresas forestales y tanto la tierra como los árboles que se encuentran en ella, son de propiedad del Estado.

El Gobierno, mediante Decretos extiende los “Contratos de Arrendamiento por Aprovechamiento Forestal”, es decir, al beneficiario le compete aprovechar la madera de un tiempo fijado. En 1990, funcionaban 14 empresas forestales ocupando una superficie de 141.000 ha. En el año 2000, 43 empresas forestales utilizaban una superficie de 853.000 ha. Cabe informar que el listado de concesiones forestales de 1990 abarca todas las concesiones de 1990-1995.

De esta manera, la superficie total forestal utilizada por los privados se redujo en el año 2005. La Aplicación efectiva de la citada Ley Forestal de 1997 va siendo cada vez más fuerte y las condiciones de extracción de madera son muy difíciles, ya que la madera de las explotaciones se ha ido realizando desde los límites de la selva hacia el interior. De esta forma, los rollos restantes de gran tamaño se encuentran cada vez más profundo en el interior de la selva, lo cual hace que las empresas con poca capacidad para la extracción de la madera en condiciones difíciles abandonen sus concesiones forestales. Esto ocasionó una progresiva dominancia de las empresas con poderío económico suficiente para permitirles afrontar inversiones en equipamiento que les permite seguir operando de forma económicamente viable estas concesiones.

Como consecuencia de esto, la superficie de la administración privada de superficies boscosas se redujo hasta 152.000 has. El Decreto No. 182/2018 prohíbe la exportación de la madera en rollo en la República de Guinea Ecuatorial. Además, la Orden No. 1/2019 proporciona normas complementarias para la exportación de la madera transformada por las empresas forestales. Como indica el informe de FAO, el país no dispone de sistemas de trazabilidad para productos de madera.

Este informe indica que, en las dos últimas décadas, la superficie boscosa ha estado en continuo descenso desde el 93% al 87%, no habiendo áreas que dispongan de planes de gestión a largo plazo ni certificaciones verificadas de manera independiente. Dado el cambio global en la comprensión del valor de los ecosistemas, la preservación y manejo sostenible de bosques resulta de especial interés para el país. Según el Atlas forestal interactivo de la República de Guinea Ecuatorial Versión 1.0, todos los bosques aptos al aprovechamiento forestal a gran escala se encuentran en la región continental.

De un total de 288.858 m³ de madera talada en el país en 2011, el Okoume representaba el 53%. EN 2013, la RFN representaba el 50% del territorio nacional y estaba constituida por el 83% de bosques densos, 13% de bosques mixtos y 4% de otros tipos de ocupación de suelos. Además, a diferencia de los títulos de bosques comunales y de parcelas forestales, los CAAF que autorizan la explotación dentro de los bosques nacionales tienen un valor económico. Continuando con estas medidas de gestión de los bosques que buscan integrar el acceso a los beneficios económicos no solo de las empresas forestales sino también de la población que habita en las cercanías de las áreas de explotación, el gobierno busca mejorar los procesos con el fin de lograr un equilibrio entre la tasa de regeneración del bosque y las actividades antrópicas que se lleven adelante.

Las comunidades cercanas a los recursos forestales, así como los individuos, las empresas comerciales y las organizaciones gubernamentales dedicadas a la gestión responsable de dichos recursos, serán la población objetivo. Como resultado, el Proyecto ayudará a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que incluyen la mejora de los ingresos de los hogares, la reducción de la pobreza y el secuestro de carbono a través del uso sostenible de los recursos forestales.

En el Plan de Acción Tecnológico para el Sector AFOLU **se han priorizado tres tecnologías**, cuyas acciones se complementan con el proyecto GEF de Promoción de la silvicultura basada en la comunidad para la mitigación del cambio climático y Medios de vida sostenibles en Guinea Ecuatorial:

1. Promoción de cultivos periurbanos
2. Aumentar la aplicación de la normativa y la justicia
3. Aumentar la rentabilidad del sector forestal

1.3 Punto de partida

La comunicación de las acciones alrededor del cambio climático presenta desafíos. No obstante, desarrollar estrategias de comunicación permitirá crear compromisos y conciencia por parte de los diferentes actores hacia las políticas y cambios que se puedan implementar, así como socializar la información construida dentro del Plan de Acción Tecnológico para fomentar la cultura de una sociedad mejor informada (transversalmente, a través de los diferentes niveles y actores sociales) y consciente sobre la adopción de tecnologías y medidas que permitan avanzar en el desarrollo socioeconómico, preservando el medioambiente, y la mitigación y adaptación al cambio climático, y el aprovechamiento sostenible de los bosques.

Sin una estrategia de comunicación y difusión sólida, y conversaciones públicas informadas, las estrategias de mitigación y adaptación del cambio climático carecerán del apoyo que necesitan para una aplicación y concienciación eficaces. En este caso, los diferentes miembros de la sociedad, como gobiernos, empresas, ONGs y ciudadanos, entre otros, necesitan un conocimiento y entendimiento preciso de cómo el sostenimiento y aumento del valor económico, social y medioambiental de todos los tipos de bosques puede beneficiar a generaciones presentes y futuras.

Así, la concienciación sobre el clima ayuda a conseguir apoyo para fomentar políticas y estrategias de adaptación y mitigación significativas que permitan no solo mejorar la rentabilidad forestal sostenible, sino también generar contextos participativos donde se planteen enfoques a largo plazo que enseñe a los principales actores de la sociedad a ejecutar iniciativas que estén: (i) orientadas a la conservación, (ii) añadan valor a los productos forestales, y (iii) acceso a nuevos mercados, entre otros. Parte de esto debe ir acompañado de lo siguiente:

- A. Explorar las oportunidades de colaboración entre los organismos gubernamentales, las organizaciones del sector privado, las entidades del sector público, las ONG y los ciudadanos para dar forma y reforzar los futuros esfuerzos de gestionar los recursos forestales de forma sostenible, la producción de productos forestales no madereros de forma sostenible, entre otros, en la agenda y los planes políticos y económicos.
- B. Involucrar a grupos e individuos para que pasen a la acción.
- C. Acortar la distancia y fomentar el diálogo entre los diferentes miembros de la sociedad para encontrar un objetivo en común y ver cómo pueden actuar y responder a las prácticas forestales insostenibles, y la importancia de incluir dentro de la conversación los objetivos la gestión forestal sostenible (GFS) dentro de las acciones, políticas y funciones de los principales sectores de la sociedad.

Un plan de comunicación tendrá lugar no solo como una herramienta o estrategia de difusión del Plan de Acción Tecnológico del sector AFOLU y la gestión sostenible de bosques, sino como una iniciativa de seguimiento de las diferentes actividades y acciones en torno al PAT y el nivel de compromiso/implicación de la sociedad y demás actores. Para ello, será necesario desarrollar materiales de comunicación como boletines informativos, campañas en redes sociales, difusión de notas de prensa para posicionamiento en importantes medio de comunicación locales y nacionales, y desarrollo de un ecosistema digital dentro de las principales instituciones, entre otras estrategias. Esto, con el fin de seguir fomentando el diálogo y la visibilidad de los objetivos y políticas o medidas de gestión de los bosques que buscan integrar el acceso a beneficios económicos no solo de las empresas forestales, sino también de la población que habita en las cercanías a las áreas de explotación.

La estrategia de comunicación también permitirá contar con un repositorio de sugerencias y retroalimentación que puedan ser tomadas en cuenta para futuras medidas y/o desarrollo de capacidades, y para el diseño de otros documentos relacionados a la necesidad de aumentar la rentabilidad de la gestión forestal sostenible, de vincular a los mercados los productos forestales a través de formación, establecer infraestructuras para promover la inversión en silvicultura y tecnologías relacionadas, y aumentar la capacidad para apoyar la comercialización y el valor añadido de los productos forestales.

1.4 Metodología para el desarrollo del Plan de Comunicación del Plan de Acción Tecnológico

La comunicación funcionará como un círculo virtuoso en el que los distintos actores implicados (gestores, sociedad, gobierno, medios de comunicación etc.) contribuyan a definir y alcanzar los objetivos del Plan de Acción Tecnológico para el sector forestal, crear marcos teóricos para su resolución, tomar decisiones a futuro, evaluar el resultado de estas y hacer seguimiento para crear cultura de información y concienciación.

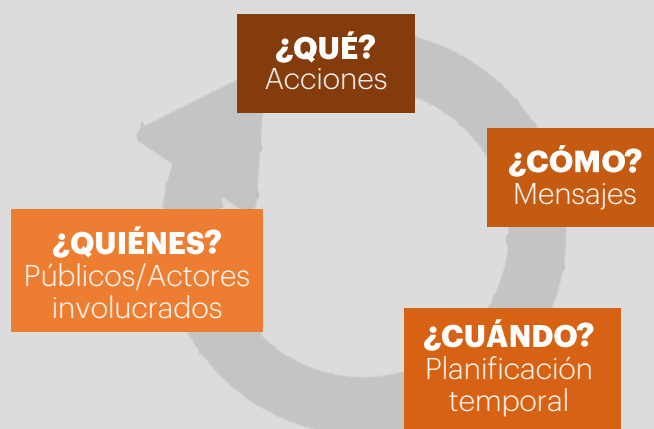


Figura 1. Círculo virtuoso del Plan de Comunicación

Como consecuencia lógica del contexto y propósito del mismo Plan de Acción Tecnológico, se establece lo siguiente:

Mensajes	<p>Los mensajes claves de este Plan de Comunicación y difusión debe girar sobre los siguientes ejes prioritarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲ Rentabilidad de la industria forestal y promoción de la inversión ▲ Gestión sostenible de los recursos forestales ▲ Vinculación de los productos forestales a los mercados ▲ Fomento de la producción de productos forestales no madereros ▲ Dotar a las comunidades de conocimientos y habilidades para gestionar recursos forestales de forma sostenible ▲ Aumento en la capacidad de comercialización ▲ Formación y desarrollo de competencias técnicas para adoptar prácticas rentables y sostenibles ▲ Involucrar diferentes actores a la concienciación de la conservación de los bosques
Públicos / Actores involucrados	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Los públicos objetivo son el aspecto que, probablemente, cobrará la mayor relevancia: los gestores de los bosques/áreas naturales protegidas, sectores socioeconómicos interesados, agentes de control forestal, gobierno, empresas locales, ciudadanía, grupos locales/regionales de gestión e inversión forestal. Sin embargo, y pese a la escasa importancia otorgada en este punto a los medios de comunicación, parece necesario incluirlos entre los públicos prioritarios dada la relevancia que se les otorga como canal.

Canales

- ▲ Parece clara la importancia clave otorgada al universo digital para la difusión del PAT, lo cual refuerza la importancia de una estrategia online. De igual manera, se prioriza las relaciones con los medios de comunicación generalistas frente a otro tipo de canales lo cual debe tener reflejo en el plan. La web del proyecto es uno de los canales más valorados, así como una de las acciones prioritarias, lo cual debe redundar igualmente en su cuidado y valoración dentro del Plan de Comunicación.

Los canales, *grosso modo*, pueden establecerse así:

- Correo electrónico (email marketing)
- Medios de comunicación (radio, televisión y prensa digital o impresa)
- Redes sociales
- Páginas web
- Voceros/Portavoces
- Blogs

Acciones

- ▲ El impulso de la página web, los encuentros con la prensa interesada y la gestión de la comunidad online son las acciones con más respaldo. Asimismo, que esta elección de acciones guarda una relación lógica con los mensajes, públicos y canales elegidos de manera mayoritaria.

- ▲ Generación continua de contenidos que le den visibilidad a cada uno de los esfuerzos, resultados y logros del proyecto. Estos contenidos estarán personalizados para cada uno de los canales dispuestos y los mensajes que contengan variarán según el público al cual esté dirigido.

Entre los principales, en términos generales, contenidos se encuentra:

- Infografías
- Videos
- Boletines
- **Notas de prensa**

- ▲ Ejecución de talleres o sesiones de formación para los principales actores involucrados, quienes serán transmisores de las buenas prácticas y la información correspondiente que debe ser difundida en el resto de la sociedad para un mayor alcance del propósito y logros del PAT.
- ▲ Organización, generación y desarrollo de entrevistas para asegurar información uniforme y una coherencia entre todas las ideas.
- ▲ Diálogos bilaterales y/o multiactor para trabajar de manera estratégica con los públicos clave para lograr el involucramiento efectivo de las partes interesadas en el proceso.

Medios sociales

- ▲ Facebook, Instagram, LinkedIn y YouTube (éste último a bastante distancia) son las redes preferidas siendo necesario crear contenidos adaptados a las mismas, ya que existe una clara discordancia entre la elección de canales online y el tipo de contenidos (notas de prensa mayoritariamente) que se quieren distribuir a través de ellos. La creación de un blog, y la constante actualización de este que ello implica, aparece como uno de los medios sociales más destacados, lo cual debe tener reflejo en el Plan de Comunicación y en las acciones.
 - ▲ Utilizar los medios sociales como herramienta y plataforma para llegar a más personas y posibles interesados, lo que puede mantener vivo el diálogo y los debates en torno a la gestión forestal sostenible y a la rentabilidad de las prácticas alrededor de este sector, dando lugar a un mayor conocimiento del tema y a nuevas formas de obtener interacciones, comentarios y otros puntos de vista.
-

2 Definición de la estrategia de comunicación

2.1 Metas y objetivos de comunicación

Las metas y objetivos de comunicación trazan el norte de la estrategia. Por ello, se establecen una serie de metas y objetivos concretos para cada línea de comunicación, los cuales están relacionados a los actores involucrados que se identificaron y mencionaron anteriormente. Esto permitirá determinar cuáles son las acciones que contribuyen consecución los mismos, así como medir los resultados finales y, en definitiva, comprobar el grado de relación de estos con los objetivos fijado inicialmente.

No obstante, *grosso modo*, se estableció un objetivo de comunicación general para el Plan de Acción Tecnológico, del cual se desprenderán, a lo largo de este documento y de la ejecución, las metas y objetivos mencionados anteriormente.

2.1.1 Objetivo general

Contribuir a una difusión amplia y efectiva de la información que se produce sobre el Plan de Acción Tecnológico sobre el sector AFOLU para hacer frente a los efectos del cambio climático, a través del desarrollo de capacidades, conocimiento y concienciación en la sociedad sobre prácticas sostenibles de gestión forestal.

2.1.1.1 Objetivos específicos

- ▲ Lograr que la información sobre GFS, AFOLU y cambio climático sea traducida a lenguajes más claros (no técnicos) y a mensajes concretos que inviten a la acción y que orienten a los actores que tienen a posibilidad de aportar directamente y tomar decisiones.
- ▲ Apoyar el fortalecimiento de las capacidades de comunicación al interior de empresas locales, entidades gubernamentales y organizaciones de administración forestal que lideran la gestión de prácticas sostenibles en el sector a nivel nacional.
- ▲ Propiciar un diálogo doble vía entre el Gobierno y otros actores interesados en la gestión rentable y sostenible de los bosques en Guinea Ecuatorial.
- ▲ Posicionar la Gestión Forestal Sostenible, sus prácticas, productos, características, ventajas, etc., en la agenda mediática.

2.1.2 Metas

Tabla 1. Metas y objetivos de comunicación

Meta 1: Difundir los resultados y tecnologías encontradas dentro del Plan de Acción Tecnológico enfocado en AFOLU y la Gestión Forestal Sostenible (GFS) y su relación con el cambio climático

Objetivo 1

Conseguir la participación de los públicos/actores prioritarios en las acciones/actividades (foros, talleres, eventos) desarrollados específicamente para ellos.

Objetivo 2 Implicar a los públicos/actores, especialmente a los prioritarios, en la difusión del Plan de Acción Tecnológico sobre AFOLU y GFS.

Meta 2: Fortalecer los lazos entre los diferentes actores clave (organizaciones y agentes locales, gobierno, sociedad, organismos de financiación y regulación, etc.) para mejorar la GFS y buscar su rentabilidad

Objetivo 3 Favorecer la amplificación del mensaje a través del uso activo de las redes sociales y demás plataformas de los diferentes actores seleccionados.

Objetivo 4 Identificar a los actores/públicos más destacados para, a través y con ellos, abrir canales de comunicación más directos y generar nuevas bases de contacto, actores claves interesados y demás grupos de interés.

Objetivo 5 Gestionar y favorecer espacios para la comunicación entre los principales actores y grupos de interés para el intercambio de ideas y el fortalecimiento de la concienciación sobre la GFS y AFOLU.

Meta 3: Mejorar la visibilidad de los beneficios/ventajas de la GFS y la necesidad de implementar tecnologías de mitigación y adaptación al cambio climático

Objetivo 6 Generar impactos en los medios de comunicación generalistas y especializados.

Objetivo 7 Crear una comunidad online que multiplique el alcance de las acciones de comunicación y la visibilidad del PAT.

Objetivo 8 Atraer un tráfico constante y de calidad a las páginas web utilizadas para la difusión del PAT y toda la información relacionada a él.

Objetivo 9 Crear contenidos constantes, dinámicos y accesibles a través de diferentes canales (redes sociales) para garantizar el acceso y alcance de más públicos.

2.2 Públicos/Grupos de interés

Para comenzar a implementar la estrategia de comunicación, es imprescindible que se realice una identificación y clasificación de los públicos, categorizándolos por prioritarios, secundarios y terciarios/lejanos, según su impacto e interés con relación a la Gestión Forestal Sostenible, el sector AFOLU y la ejecución o seguimiento del Plan de Acción Tecnológico.

La correcta selección y clasificación de estos públicos/grupos de interés permitirá una mayor diversificación de los mensajes y sus canales, y, por ende, mayor alcance de la información. Por ello, se debe evitar la segmentación de los públicos únicamente a partir de una sola característica. Entonces, para que la comunicación tenga más impacto, es necesario conformar públicos teniendo en cuenta valores, intereses, implicación, actitudes y normas que conectan a estos grupos y/o individuos.

Para lo anterior se debe llevar a cabo un mapa de públicos, el cual dará mayores datos sobre campos semánticos, vínculos y otros aspectos para tener en cuenta, para direccionar mejor la producción de mensajes, la selección de canales y el tipo de impacto:

Público prioritario	Canales de corto alcance	Impacto directo
Público secundario	Canales de medio alcance	Impacto sectorial
Público terciario/lejano	Canales de largo alcance	Impacto masivo

2.3 Canales

La definición de los canales está directamente relacionada con la determinación de los públicos, su alcance y características. Cada uno de los canales supondrá la diversificación y alcance del mensaje, según el impacto que se busque en cada uno de los contenidos difundidos, y, por supuesto, de los públicos seleccionados:

Público	Canal
Público prioritario	<i>Networking</i>
	Foros especializados
	Eventos y talleres
	Listas de distribución y boletines de noticias
	Correo electrónico
	Herramientas de trabajo colaborativo
Público secundario	Eventos, foros y talleres
	Medios de comunicación especializados
	Foros empresariales
Público terciario/lejano	Medios de comunicación generalistas
	Páginas web
	Redes sociales
	Blogs

*Se deben definir los mensajes para cada uno de estos públicos y canales.

2.4 Acciones de comunicación

Las acciones que se establecen en este plan de comunicación no solo son a modo de sugerencia, sino que pueden ser mejoradas o cambiadas a lo largo de su ejecución, en caso de que se identifiquen otros públicos, otros canales e incluso, otras necesidades. Por ello, cada una de las acciones, en lo posible, mantendrán una coherencia dentro de la estructura.

Público	Acciones
Público prioritario	<ul style="list-style-type: none"> ▲ Elaboración de boletín electrónico. Mensualmente (al menos), dependiendo del nivel y volumen de información y actividad generada. Se realizará en inglés y español para divulgar la información en el contexto local, regional y global, a través de los canales de cada público, incluyendo la definición de la lista de distribución.

Público	Acciones
	<p>▲ Publicaciones técnicas. Publicación técnica para gestores/agentes/expertos que recopilará las mejores prácticas, de tal forma que genere una guía sobre las medidas y procesos que se deben seguir para la GFS y rentable.</p> <p>▲ Gobernanza para la gestión activa. Creación/formalización de subgrupos temáticos sobre gestión forestal, marco legal y reglamentario sobre deforestación ilegal o insostenible, estrategia REDD+, gestión de la tierra y recursos hídricos, entre otros. Los subgrupos operarán o funcionarán como comités de seguimiento del Plan de Acción Tecnológico y para la planificación de actividades futuras relacionadas a AFOLU, gestión forestal, cambio climático (mitigación y adaptación), etc.</p> <p>▲ Networking. El <i>networking</i> se hará con planes o proyectos relacionados (o no) al sector AFOLU y de gestión forestal. Se hará en repetidas ocasiones. En esta acción participarán principalmente los actores/públicos más involucrados, y en el caso de eventos que versen sobre temas específicos abordados por el PAT, participarán los actores especialistas en la temática.</p> <p>La acogida y asistencia a eventos en red para compartir e intercambiar información, experiencias, mejores prácticas y ampliar el alcance del PAT y las prácticas/políticas de gestión forestal.</p>
Públicos secundarios	<p>▲ Divulgación local sobre la necesidad de GFS y rentable, y mejora de la gobernanza. Se realizarán talleres locales de información y difusión del PAT y todo lo relacionado al tema de GFS y AFOLU. Los talleres tendrán las siguientes finalidades: (i) informar a los actores interesados y (ii) concienciar e informar al público en general de las áreas sobre las prácticas y gestión forestal, y la importancia de las acciones de adaptación y mitigación para mantener un ecosistema sostenible.</p> <p>▲ Educación ambiental. Acciones de formación, sensibilización, actividades prácticas, compromisos con prácticas forestales sostenibles para la comunidad educativa, con el apoyo de los organismos más importantes del sector (instituciones educativas y Ministerio de Educación) para incluirlo dentro de los programas educativos.</p> <p>▲ Encuentros con expertos técnicos y gestores. Esta acción está direccionada al público escolar y consiste en el encuentro entre investigadores, gestores relacionados y expertos del sector, con el propósito de informar y concienciar sobre la GFS y cómo los alumnos, como parte de la sociedad, pueden aportar.</p> <p>▲ Entrevistas y notas de prensa. Se publicarán en los medios de comunicación más importantes a nivel genérico y sectorial (especializado), sobre información relevante, nuevas políticas o normativas, nuevas fuentes de financiamiento, conocimiento de expertos sobre el tema y/o actores involucrados, o novedades del sector.</p> <p>Las notas de prensa y entrevistas que puedan ser publicados en medios de comunicación promoverán la frecuencia y continuidad de la información de calidad sobre el sector maderero, forestal, AFOLU, etc., y las políticas alrededor del tema. Por tanto, será necesario establecer secciones en los diferentes medios de comunicación (digitales e impresos), destinadas a abordar esta información (financiación y rentabilidad de las prácticas forestales, ventajas y sostenibilidad de la gestión forestal, entre otros). El seguimiento de la información que se publica, el tipo de medio en el que se publica y su periodicidad, permitirá conocer la visibilidad de los mensajes y la interacción/comportamiento de las audiencias respecto a los temas.</p>
Públicos terciarios/lejanos	<p>▲ Elaboración de material divulgativo. Se realizarán las siguientes acciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de infografías que expliquen la importancia de la GFS y sus ventajas, los efectos del cambio climático y qué acciones alrededor de las prácticas forestales se pueden llevar a cabo para mitigar los impactos climáticos y aumentar la resiliencia. Estas

Público	Acciones
	<p>infografías se destinarán a la divulgación de contenidos en redes sociales y el resto de las actividades de difusión.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Material audiovisual de los diferentes eventos, talleres, sesiones que se realicen o a modo informativo de lo que consiste en sí el PAT y la GFS. • Media kit para medios de comunicación. <p>▲ Plataforma web. Difusión y acceso a la información, a través de las webs oficiales de importantes actores (organizaciones) involucradas y/o abanderadas del tema de GFS y AFOLU, tanto a nivel local como regional.</p> <p>▲ Dinamización de las redes sociales. Se hará conforme avance la ejecución del plan de comunicación, y los nuevos objetivos y/o necesidades que puedan surgir.</p> <p>Utilizar las redes sociales como herramienta y plataforma para llegar a más personas y posibles interesados, lo que puede mantener vivo el diálogo y los debates en torno a AFOLU, GFS y la elaboración/producción de productos madereros, y prácticas no sostenibles, dando lugar a un mayor conocimiento del tema y a nuevas formas de obtener interacciones, comentarios y otros puntos de vista.</p>

El uso de redes sociales y, en general, de todo el ecosistema digital, será parte imprescindible y transversal en todo el Plan de Comunicación, ya que serán los canales más utilizados para la difusión de los mensajes. En ese orden de ideas, los contenidos deben girar alrededor de conversaciones que ya existen sobre el tema (AFOLU, GFS, agricultura, cambio climático, sostenibilidad, etc.), la información debe tener un hilo conductor con los demás canales, aprovechar fechas mundiales concretas y eventos. Además, se establecerán vínculos con medios de comunicación y usuarios interesados en el mensaje, se gestionará la imagen del sector y del PAT para ganar notoriedad y visibilidad, entre otros.

3 La red

Durante el proceso de construcción y estructuración del Plan de Comunicación se identificó una manera de construir una comunidad sólida en torno al cambio climático, AFOLU, GFS y agricultura, entre otros, en Guinea Ecuatorial e impulsar y mantener la comunicación activa: una red.

La red tendría como propósito crear una comunidad dinámica que facilite la comunicación para la Gestión Forestal Sostenible y rentable en el país y ejecutar prácticas amigables con el medio ambiente alrededor de los bosques.


La red permite llevar la comunicación de conceptos lejanos o técnicos a la cotidianidad, de forma que se mantenga una comunicación dinámica y multidireccional. Por último, una red no requiere de un ente de control externo, ya que es un sistema (en mayor o menor medida) desarrollan un orden interno. Grupos y procesos sociales toman formas claras y definidas sin que exista necesariamente una entidad reguladora, y son impulsados por diferentes actores. De ahí, que la red puede existir de manera autónoma y descentralizada, lo cual contribuye a mantener los flujos de libre intercambio de información para que se tomen medidas de manera prudente y bien informada.


3.1 Objetivos de la red

- ▲ Conectar con actores clave, estableciendo canales de comunicación entre ellos que faciliten el intercambio de saberes sobre retos y oportunidades y que ayuden a posicionar mensajes clave en el cumplimiento de los objetivos del PAT.
- ▲ Facilitar la identificación de fuentes de información (expertos, datos concretos, proyectos, políticas, etc.) sobre retos y oportunidades del sector AFOLU y la GFS, entre otros.

3.2 Temas que podría tratar la red

- ▲ Lecciones aprendidas de prácticas de gestión forestal sostenible y rentable.
- ▲ ¿Qué está haciendo el sector privado para hacer más sostenible el sector forestal en Guinea Ecuatorial y/o la región?
- ▲ ¿Qué iniciativas se están realizando alrededor de AFOLU y la GFS?
- ▲ Ejemplos concretos de acciones y prácticas.
- ▲ Oportunidades de financiamiento y rentabilidad.
- ▲ Cifras y datos relacionados con AFOLU, GFS, bosques, agricultura, entre otros, en Guinea Ecuatorial.
- ▲ ¿Qué están haciendo otros países y cómo lo están haciendo?



 **OIKO** sustainable development
on our finite planet

Carrer Can Verí, 1 · 07001 · Palma de Mallorca · Spain

+34 971 72 56 66



administration@oikologica.com



www.oikologica.com