



# Comunicar y más allá: el reto de involucrar

## Experiencias de comunicación en la Red de Parques Nacionales de EE UU

María Jesús del Olmo, Embajada de EE UU

@mjbibliotecaria



## Comunicar y más allá: el reto de involucrar

- El reto de la comunicación interna según la estrategia de comunicación de la información del programa de inventario y seguimiento, NPS
  - Ideas básicas
  - **Objetivo C**: estrategia de comunicación para la audiencia interna. Tácticas y herramientas
- Juntos somos más fuertes: principios y prácticas para el **compromiso ciudadano**
  - Construir **relaciones auténticas**
  - Crear **procesos efectivos** para involucrar al público
  - Ofrecer **programas y materiales** de interpretación y educación que sean relevantes
  - **Mantener el compromiso** ciudadano en el tiempo
  - Relaciones con **audiencias específicas**: las comunidades vecinas a los parques



# El reto de la comunicación interna

Estrategia de comunicación de la información del programa de inventario y seguimiento, NPS



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

Siglo XXI la **comunicación va indisolublemente unida a la ciencia**  
no se pueden separar han de ir siempre juntas!



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

Comunicación efectiva: ha de cambiarse el estatus: desde las islas o los silos a una tarea de **comunicación coordinada y colaborativa**



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

Los objetivos de NPS deben calar a todo lo que hacen: preservar, mantener y restaurar los recursos naturales para enseñanza y disfrute de las generaciones actuales y venideras



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

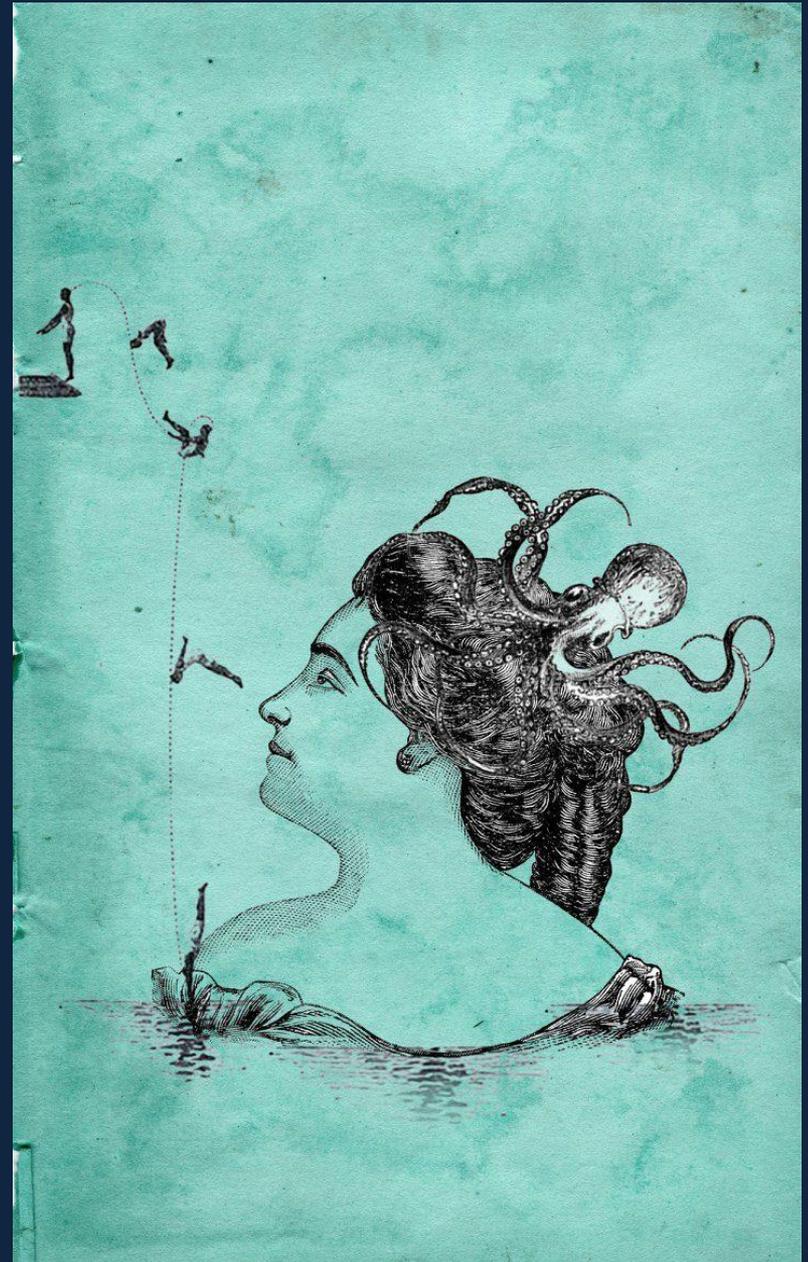
Un plan de comunicación ha de ser **relevante, lógico, medible y alcanzable**, así de sencillo



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

Un plan de comunicación debe dotar al personal de:

- información relevante
  - estrategias de comunicación
- herramientas prácticas



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

- Contar la historia de la institución es labor de todos y cada uno de los empleados de NPS, más allá de altos cargos
- Por asociación con NPS **todos son embajadores** del servicio
- Cada vez que un empleado habla está escribiendo la historia de NPS



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

Contar con las habilidades naturales del personal, hay comunicadores naturales y fotógrafos magníficos entre los empleados, hay que “usarlos”



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

## FUNDAMENTAL LA COLABORACIÓN



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

## COLABORACIÓN

- Dentro de la propia institución: tres niveles
  - Propia área IyS: 32 zonas, oficinas regionales, oficina central
  - Otras divisiones de la Dirección de Recursos Naturales
  - NPS (los que toman decisiones)
- entre otras instituciones públicas con objetivos confluyentes
- Comunidad científica
- entre estados, regiones, localidades, comunidades del entorno de los parques
- Entre países: EE UU y Canadá por ejemplo
- organismos sin ánimo de lucro e instituciones académicas en busca de objetivos comunes
- Empresa privada en busca de programas para financiar (RSC)
- Empresas de turismo y de interpretación
- Voluntarios ...



# Dirección de Administración de Recursos Naturales y Científicos



**Air Resources Division** ›



**Biological Resources Division** ›



**Climate Change Response Program** ›



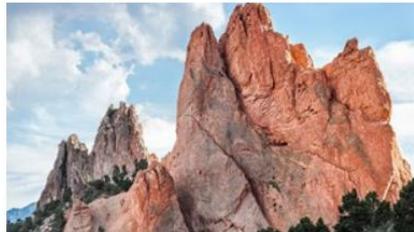
**Environmental Quality Division** ›



**Geologic Resources Division** ›



**Inventory & Monitoring Division** ›



**National Natural Landmarks Program** ›



**Natural Sounds & Night Skies Division** ›



**Office of Education & Outreach** ›



**Research Learning Centers** ›



**Water Resources Division** ›



**Explore Nature** ›



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

## HINCAPIÉ en COMUNICACIÓN INTERNA



# IDEAS BÁSICAS en la comunicación de NPS

## COMUNICACIÓN INTERNA

Harpers Ferry Center y web de acompañamiento, de uso interno:

- recursos permanentemente actualizados
- Herramientas para evaluar las tácticas
- foros de debate
- encuestas para el personal
- donde se pueden también subir ejemplos de buenas prácticas para compartirlos
- Plantillas
- Recursos de formación
- Descripción de puestos de trabajo, etc.





## Harpers Ferry Center

### Centro de desarrollo de medios para la interpretación

1. Desarrollo y producción de medios digitales, películas, reproducciones históricas, planes de interpretación, mapas, exposiciones, colecciones, publicaciones, cartels y señales.
2. Asesoría sobre accesibilidad, contratos, evaluación de costes de proyectos, investigación sobre gráficos, conservación y museística, gestión de proyectos, restauración y sustitución de medios existentes





## Digital Strategy & Services



### What We Do

If it touches the internet, we understand it. (And, you should wash it off).

The Digital Strategy Division handles **social media** and the strategic direction of **NPS.gov** and **InsideNPS** foremost, but whatever your medium or your message, if it's digital, it should be **strategic**, **measurable** and **accessible**—and we're here to help.

### Meet The Team

  
Tim Cash

  
Erin Johnson

  
Todd Edgar

  
Suki Baz

  
Laura Cohen

  
Ginny Reams

  
alex

  
Matthew Poyner

### Learn More (Note: NPS Employee Access Only)

- [Digital Community Site](#)  
Whether you work with social media, web, apps or whatever is next, you'll find help on the Digital Community Site.
- [Digital Analytics Guide](#)  
These instructions are geared towards NPS.gov, but have lessons useful for people using analytics on other sites (e.g., insideNPS).
- [Digital Accessibility Guide](#)  
We can all use a little help sometimes. Our digital [accessibility](#) guide outlines requirements that web authors need to know.





# Common Learning Portal

SEARCH

LOGIN

ABOUT LEARNING RESOURCES LOCATIONS PROGRAMS CLP COMMONS





## Digital Storytelling Workshop



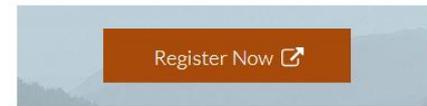
Primary contact: Catherine Turton  
Filed under: [Digital Strategy & Services](#), [Interpretation and Education](#)

WHERE: PHILADELPHIA, PA    APR 1 - 3, 2019

### Overview

The National Park Service Northeast Regional Office is collaborating with [StoryCenter](#) on a multimedia storytelling project that focuses on sharing the stories of women’s suffrage and the struggles for women’s rights that are a part of our NPS sites, collections, programs and partners.

Stories create meaning in our lives and help us understand how we are connected to our past. This StoryCenter workshop will help diverse participants bring little known and important stories from the women’s suffrage movement to life via the production of a short video. Workshop participants will choose one of their own favorite historical moments – historical facts from the women’s suffrage movement and struggle for women’s rights that really speak to them – and tell the story about why they feel connected. The workshop will help each participant do this via a facilitated story circle and a group production environment designed for the novice video editor.



GET DIRECTIONS TO CLASS





## For Educators: Engaging through Experiential Education



Primary contact: Samantha Heinritz  
Filed under: [Curriculum-based Education](#)

WHERE: ONLINE    AUGUST 8, 2019

### Overview

We Got You Covered: For Educators, By Educators webinar series is an effort to build a more collaborative community for park educators that inspires and fosters open communication and the exchange of ideas. The purpose of this forum is to establish an additional opportunity or “space” for educators to share and learn about relevant topics that directly impact youth and teacher engagement.

[Register Now](#)

*Good Interpreters are Good Educators & Good Educators are Good Interpreters!*

Looking for ways to engage student groups with citizen science? Nature’s Notebook is a tool that allows observers to gather and analyze phenology data. It’s also a great springboard for discussing climate change. In this webinar, we will discuss a pilot program for providing teachers a step-by-step toolkit for conducting a citizen science project at Colorado National Monument.



# NPS: programa de inventario y seguimiento

## Estrategia de comunicación y guía de recursos



# NPS: programa de inventario y seguimiento

## Estrategia de comunicación y guía de recursos

La estrategia se divide en cuatro grandes objetivos basados en la audiencia a la que van dirigidos:

**OBJETIVO A:** dirigido a los encargados de la toma de decisiones de NPS

**OBJETIVO B:** dirigido a la comunidad científica, a establecer un intercambio informativo

**OBJETIVO C:** dirigido a la audiencia interna propia y otros dentro de NPS, en especial a los que llevan a cabo la labor de comunicar

**OBJETIVO D:** dirigido al público y al personal educativo y de formación “que el público en general entienda, valore y se sienta inspirado con el trabajo que desarrolla I&M como parte de NPS”



# NPS: programa de inventario y seguimiento

## Estrategia de comunicación y guía de recursos

Dentro de cada uno de los cuatro objetivos hallaremos

- **Mensajes clave:** conceptos e ideas primarios por los que luchamos y que hay que comunicar a la audiencia
- **Estrategias:** la aproximación general que tomaremos para alcanzar un objetivo
- **Tácticas:** actividades de comunicación específicas
- **Resultados esperados**
- **Herramientas:** opciones, recursos e ideas para poner en práctica las tácticas

La labor de **comunicar** con entrega y eficacia es parte del trabajo de **TODO el PERSONAL del Área de Inventario y Seguimiento:** el reto del “último metro”



# Comunicación: consideraciones generales

La labor de comunicación requiere una serie de competencias profesionales. Tanto para la comunicación interna como la externa.

Lo más que suele hacer el personal es corregir publicaciones, informes, expedients o boletines. No consideran que comunicar los hallazgos científicos sea parte de su trabajo. Además hacen falta habilidades y técnicas que la mayoría no domina y les falta formación adecuada.

Para el Área de IyS, las habilidades necesarias para una desarrollar una comunicación profesional son:

- Diseño gráfico
- Ilustración gráfica
- Edición fotográfica
- Manejo de redes sociales, uso, gestión y creación de contenido
- Producción de vídeo



# Comunicación: consideraciones generales

- Manejo de medios digitales, diseño y creación de medios interactivos
- Edición web
- Creación de cursos y recursos educativos
- Escritura
- Creación de contenidos
- Creación de vídeos (pre-durante-post) producción, distribución, y gestión de proyectos de vídeo
- Redacción científica, edición y corrección de textos
- Redacción para una audiencia general , storytelling
- Gestión de proyectos
- Experiencia en networking y relaciones públicas
- Oratoria



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), la Dirección de Administración de Recursos Naturales y Científicos y la dirección de NPS

Caso de estrategia de comunicación interna! Siempre surgen desafíos para la comunicación y el trabajo en equipo con personal tan disperso geográficamente. Reforzar la comunicación y las vías de compartir información y el trabajo en equipo, aunque sea a distancia 😊

Estrategias y las tácticas asociadas

**Estrategia C1:** Crear un **clima de trabajo colaborativo** donde sea habitual compartir y comentar experiencias, buenas prácticas y lecciones aprendidas

- Táctica 1: **wébinars** para compartir el progreso y los resultados del trabajo del personal
- Táctica 2: mejorar la comunicación y **colaboración con otras áreas** y secciones del NRSS



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Estrategias y las tácticas asociadas

Estrategia C2: Crear y apoyar **iniciativas de colaboración** entre equipos de distintas áreas. Reconocer y compartir dichos éxitos

- Táctica 3: facilitar que el personal de las oficinas regionales y la oficina central trabajen temporalmente en otras oficinas: **intercambios temporales de personal**
- Táctica 4: favorecer el **trabajo por proyectos** y la colaboración de varias zonas



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Estrategias y las tácticas asociadas

Estrategia C3: **Establecer un proceso y los canales** de comunicación adecuados para que las distintas redes hagan llegar sugerencias a la oficina central y dotar el personal adecuado para estudiar las propuestas, evaluarlas y responder a ellas

- Táctica 5: establecer un procedimiento anual de **re evaluar las necesidades** del área



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Estrategias y las tácticas asociadas

Estrategia C4: **Comunicar regularmente** noticias, información ,guías y decisiones estratégicas desde la oficina central a las 32 zonas y a otras secciones relacionadas

- Táctica 6: **comunicar los planes estratégicos** del Área de Inventario y Seguimiento y contar con representantes de las 32 zonas para su desarrollo y proceso de comentarios
- Táctica 7: **distribuir novedades**, notificaciones y actualizaciones regularmente
- Táctica 8: producir **organigramas y directorios** de empleados y mantenerlos actualizados



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Estrategias y las tácticas asociadas

Estrategia C5: Desarrollar y mantener **herramientas que respalden y mejoren la comunicación interna**

- Táctica 9: desarrollar **buenas prácticas sobre reuniones**: organizarlas, llevarlas a cabo y establecer normas para la participación
- Táctica 10: desarrollar herramientas y métodos para que el personal pueda, enviar información, encontrarla y **compartirla**
- Táctica 11: introducir en los planes de **evaluación anual de los empleados** elementos específicos sobre acciones de comunicación interna trabajo en equipo
- Táctica 12: **Reconocer y premiar** a los empleados que desarrollen acciones de comunicación interna



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Caso de estrategia de comunicación interna! Siempre surgen desafíos para la comunicación y el trabajo en equipo con personal tan disperso geográficamente. Reforzar la comunicación y las vías de compartir información y el trabajo en equipo, aunque sea a distancia 😊

## Resultados esperados:

- acercar a **personal muy disperso** geográficamente
- Dejar claras las **prioridades** entre el personal del área
- **Abrir canales** para que los empleados puedan comentar y sugerir su ideas y sepan que su opinión va a ser tomada en cuenta
- Mantener informadas a **otras áreas** relacionadas dentro de NPS



# Estrategia de comunicación y guía de recursos

**OBJETIVO C:** dirigido al personal que trabaja en el área de Inventario y Seguimiento (32 zonas, oficinas regionales y la oficina central), el Área de Ciencia y Recursos Naturales y la dirección de NPS

Caso de estrategia de comunicación interna! Siempre surgen desafíos para la comunicación y el trabajo en equipo con personal tan disperso geográficamente.

## Mensajes clave:

- El éxito del área de IyS depende de que todo el personal **comparta ideas y lecciones aprendidas**: tanto éxitos como fracasos
- El área de IyS se fortalece trabajando en una **red integrada** y no como la suma de elementos aislados
- La comunicación requiere un **compromiso continuado**, asignación adecuada de **fondos** y la entrega del personal con su **esfuerzo individual**
- La **comunicación ha de ocurrir a todos los niveles**: individual, de equipo, de zonas, regional y nacional



# Táctica 1 Webinars

## Herramientas

- Nuevo puesto de trabajo: **encargado de los webinars**, agenda, licencias de s/w, y solventar problemas técnicos. Además sugiere recursos formativos para los ponentes, anuncios y gestión y archive de las grabaciones
- **Solicitar abiertamente temas** para los webinars y animar a las 32 zonas a que participen y organicen los webinars por turnos, Si el personal de los parques participa, aún mejor
- Desarrollar diversas **series temáticas** para los webinars

## Evaluación

- Monitorizar el número de empleados que ven y participan en los webinars
- Repasar las listas de personal que participa a ver si son los que de verdad queremos alcanzar
- Solicitar feedback periódico de los participantes



# Táctica 2

## Mejorar la comunicación y colaboración con otras áreas y secciones del NRSS

### Herramientas

- **Circular los informes** semanales y mensuales entre todo el personal
- Designar a un **responsable en la oficina central** para reunirse con las otras secciones y áreas relacionadas para hablar de proyectos conjuntos y compartir iniciativas y programas en curso. Facilitar cooperación entre divisiones
- Incorporar **sesiones específicas de mejora de las comunicaciones** con otras secciones en las reuniones de gestión. Invitar delegados de otras divisiones a participar o incluso a presentar
- Anualmente identificar un gran tema que incluya a distintas divisiones para publicar **artículos científicos conjuntos**. Apoyar a los individuos que participen



# Táctica 2

## Mejorar la comunicación y colaboración con otras áreas y secciones del NRSS

### Herramientas

- Establecer un **grupo de trabajo para identificar temas prioritarios** en diversas divisiones como base para desarrollar contenido compartido. Elaborar lista de artículos, mapas, historias relacionadas que ofrezcan una perspectiva interesante para todos
- **Newsletter annual** de resumen de logros, iniciativas, publicaciones y beneficios obtenido por el área de IyS a través de los datos científicos recopilados. De uso interno pero también para la red NPS y colaboradores externos de otras agencias y organizadores

### Evaluación

- Hacer seguimiento del nº de proyectos colaborativos nuevos al año
- Evaluar el éxito y determinar si más proyectos son posibles



# Táctica 3

## Facilitar los intercambios temporales de personal

### Herramientas

- Asignar tareas para que los **empleados de las zonas trabajen temporalmente en la oficina central**, tanto desplazados como teletrabajo. Identificar proyectos para los que la experiencia de los empleados de las zonas sea particularmente útil
- Animar a que el personal de la oficina central visite las zonas y acuda a las reuniones de comités
- **Estudiar los límites de fondos para viajes** y elevarlos si es preciso

### Evaluación

- Monitorizar el número de intercambios y desplazamientos. Establecer informes tipo de los viajes de intercambio explicando actividades, consejos y *lessons learned*
- Seguimiento anual de gastos de viaje y evaluar su efectividad



# Táctica 4

## Favorecer la colaboración entre zonas y el trabajo por proyectos

### Herramientas

- Establecer **calendario de teleconferencias** en grupo para múltiples zonas. Por puestos de trabajo o por temas
- Solicitar **ideas y elaborar encuestas** para los gestores regionales y zonales para que identifiquen necesidades específicas del staff. Identificar áreas prioritarias y establecer compromisos para compartir info científica, datos de gestión y administrativos o tareas de comunicación
- Para zonas con *vital signs* en común, revisar los protocolos, procedimientos estandarizados, bases de datos y recursos de campo para identificar áreas de trabajo conjunto que mejoren con la colaboración entre zonas

### Evaluación

- Hacer seguimiento de las colaboraciones reflejadas en los informes administrativos anuales
- Solicitar feedback de gestores y personal sobre su grado de satisfacción con compartir recursos



# Táctica 5

## Establecer un procedimiento anual de re-evaluación de las necesidades del área

### Herramientas

- Aprovechar los informes de la red (informes anuales, planes de trabajo, protocolos de seguimiento, etc. ) como fuentes de información para identificar anualmente las necesidades de la red
- Usar las reuniones establecidas del Área de Seguimiento para refinar y priorizar las necesidades comunes que surgen y lagunas para las que se requiera la intervención de la Oficina Central

### Evaluación

- Monitorizar los protocolos de seguimiento y usar las estadísticas sobre comunicación interna
- Evaluar las recomendaciones sobre compartir info del personal de las zonas en las reuniones anuales



# Táctica 6

comunicar los planes estratégicos del Área IyS y contar con representantes de las 32 zonas para su desarrollo

## Herramientas

- Usar las reuniones establecidas del Área de Inventario y Seguimiento para debatir sobre la gestión del Área. Establecer sesiones estructuradas de **escucha como marco para recoger aportaciones**
- Anunciar los períodos abiertos para comentarios para que el personal del Área de IyS pueda revisar y comentar con tiempo los documentos de la gestión del Área
- Crear una sección estándar en los documentos de planificación del Área IyS que describa el proceso de aportaciones y comentarios para el personal de la red. Comunicar estas acciones puede facilitar que el personal se involucre en las decisiones de gestión. Esto puede crear ejemplo y fomentar estándares de colaboración para planificación interna (en las zonas, regiones, etc.)



# Táctica 6

comunicar los planes estratégicos del Área de IyS y contar con representantes de las 32 zonas para su desarrollo

## Herramientas

- Archivar y actualizar los documentos de gestión y guías en un sitio online. Crear un **portal para hacer disponibles dichos documentos** o los enlaces. Mantenerlo actualizado y eliminar la información obsoleta. Recordar al personal del Área de IyS la localización de los documentos a través de emails u otro tipo de comunicación interna

## Evaluación

- Monitorizar el número de empleados que hacen aportaciones y la participación general (recuento de palabras, número de comentarios, tiempo de participación en la sesiones de escucha, etc.)



# Táctica 7

## distribuir novedades, notificaciones y actualizaciones regularmente

### Herramientas

- Organizar reuniones cortas para mantener al personal al día sobre el trabajo y para identificar posibles áreas de colaboración. Recomiendan "**StandUp meetings**" cada una o dos semanas, de no más de 30 minutos. Durante las reuniones aprovechar para identificar temas que convenga comunicar a más gente dentro del Área de IyS
- Que la oficina central distribuya actualizaciones periódicamente al personal del Área de IyS. Lo ideal es hacerlo cada uno o dos meses. Usar un listserv, un boletín interno o un compartiendo documentos. Es recomendable colgar un borrador centralizado durante un tiempo para solicitar contenidos por parte del personal. Animar a los supervisors a que pidan aportaciones a su personal en las actualizaciones que sean importantes para la audiencia del Área de IyS



# Táctica 7

## distribuir novedades, notificaciones y actualizaciones regularmente

### Herramientas

- Crear informes semestrales para **informar de las acciones colaborativas** de lyS a todo el personal. Mejor en formato simple. Cada zona ha de enviar la información a los gestores regionales
- Crear un informe anual de “impacto del Área de lyS” que destaque las contribuciones del área a las decisiones de NPS y a los hallazgos científicos. Distribuirlo a lyS, a la Dirección NRSS y a los jefes de NPS

### Evaluación

- Solicitar feedback sobre la pertinencia de las actualizaciones en las reuniones anuales de gestores de las redes de zona y de analistas de datos científicos.
- Preguntar a los que han contribuido con contenido si han sido contactados a resultas de las actualizaciones.
- Incluir enlace dentro de las actualizaciones a un formulario de Google donde los receptores puedan enviar comentarios o sugerencias



# Táctica 8

## producir organigramas y directorios actualizados

### Herramientas

- Usar SharePoint o la **intranet para colgar los organigramas de la organización**; Incluir enlaces a los organigramas de la Dirección NRSS y sus divisions y su encaje en NPS
- Crear un único punto de acceso al directorio de IyS y mantenerlo al día. Es recomendable que se pueda buscar por nombre, título y departamento y que se puedan crear listas de emails
- Incluir en el directorio de la Oficina Central una breve descripción de las **tareas y responsabilidades de cada miembro** del personal para que todo el personal de campo sepa con quién ponerse en contacto según los temas

### Evaluación

- En las encuestas generales del área incluir una pregunta sobre si el personal entiende la estructura del Área y la Dirección, las tareas del personal, si es fácil encontrar la información y si está actualizada



# Táctica 9

## buenas prácticas para reuniones: organizarlas, llevarlas a cabo y establecer normas para la participación

### Herramientas

Establecer lista de buenas practices para reuniones:

- Colgar **las instrucciones para reuniones** en las salas de reunión y al principio de las agendas.
- Revisar las prácticas al inicio de cada proyecto o cuando un grupo o equipo se reúne por primera vez.
- Referirse a esas prácticas en cada reunión para evitar posibles dudas

Crear una **estructura para proyectos recurrentes**, largos o complejos:

- estructura de la agenda y de la reunión
- roles y autoridad de los participantes
- propuestas de establecimiento de la comunicación (quién necesita estar en contacto, cómo se van a comunicar y cuándo), y cómo se resolverán los desacuerdos
- Identificar el rol de personal “traductor” de lo acordado en las as reuniones para grupos con personas de muy diferente formación, experiencia o habilidades



# Táctica 9

## buenas prácticas para reuniones: organizarlas, llevarlas a cabo y establecer normas para la participación

### Herramientas

- Formar a empleados clave en los conceptos de **comunicación para el liderazgo**, facilitar el diálogo y la negociación, y resolución de conflictos (por ejemplo a los que ejerzan ya el liderazgo en los grupos de trabajo) Si hay cursos generales de formación para el liderazgo, favorecer que se apunten

### Evaluación

- Revisar anualmente los procedimientos y normas de las reuniones generales de todo el personal. Permitir los comentario públicos, pero también ofrecer la oportunidad de sugerencias privadas e incluso anónimas. Los líderes de proyectos específicos deben establecer mecanismos de para el feedback en las actas de las reuniones. Tanto en la propia agenda como fuera de la reunión



# Táctica 10

**desarrollar herramientas y métodos para que el personal pueda, enviar información, encontrarla y compartirla**

## **Herramientas**

- Crear una aplicación para seguimiento de protocolos; informar al personal de cómo usarla, mantenerla actualizada y elaborar informes
- Desarrollar métodos estándar y herramientas para que las redes zonales puedan solicitar ayuda del personal de la oficina central
- A través del Grupo de trabajo de comunicaciones solicitar ideas adicionales de herramientas o procesos que puedan mejorar la capacidad de localizar, compartir, enviar y encontrar información

## **Evaluación**

Monitorizar el uso de las herramientas de comunicación. Solicitar feedback del personal sobre la facilidad para localizar, compartir, enviar y encontrar información a través del grupo de trabajo de comunicación



# Táctica 11

introducir en los planes de evaluación anual de los empleados elementos específicos sobre acciones de comunicación interna trabajo en equipo

## Herramientas

- Incluir como elementos a evaluar los estándares desarrollados de comunicación interna
- Asignar al Grupo de trabajo de comunicación el desarrollo o mejora de los estándares de comunicación interna
- Apoyar formación en comunicación y el estudio sobre el tema que el propio personal pueda desarrollar e incluirlo en los planes de trabajo anuales

## Evaluación

Solicitar feedback de los supervisores sobre su percepción sobre los estándares de comunicación, y si creen que están funcionando para mejorar las habilidades comunicativas del personal



# Táctica 12

## Reconocer y premiar a los empleados que desarrollen acciones de comunicación interna

### Herramientas

- Abrir convocatorias para que los empleados nominen candidatos para **premios de comunicación**. Seleccionar ejemplos destacados de casos de buena comunicación y compartir esas historias con el personal del área
- Premiar a los empleados por **acciones específicas o éxitos de comunicación** (con dinero o con horas libres). Y compartirlo con todo el personal del área
- Mencionar los **éxitos de comunicación** en las reuniones, no solo para el reconocimiento de los protagonistas de las acciones, si no para mantener la comunicación como algo relevante para el área

### Evaluación

- Contar el número de nominaciones y premios; solicitar feedback de los directores de las zonas y de las oficinas regionales sobre la eficacia de estas acciones





# Juntos somos más Fuertes

Principios y prácticas para el compromiso ciudadano

*Isadora Bailly*

# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Manual de principios y practicas para el compromiso ciudadano



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

- “acciones individuales y colectivas encaminadas a identificar y abordar asuntos de interés público”
- “un proceso continuo de conversación pública que permite a la gente recoger información, compartir valores comunes y enfrentarse en común a temas conflictivos en los que los valores comunes son cuestionados”

## Definido por NPS:

- “El compromiso ciudadano es una **conversación dinámica y continuada con el público a diversos niveles** que sirve para involucrar a la gente en la tarea de la preservación de los recursos naturales y culturales y para reforzar su capacidad de comprender en profundidad la relevancia de dichos recursos para la humanidad. El compromiso ciudadano se fundamenta en la la creación y mantenimiento de relaciones sostenibles con vecinos y grupos con intereses comunes.”



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Técnicas para involucrar al público

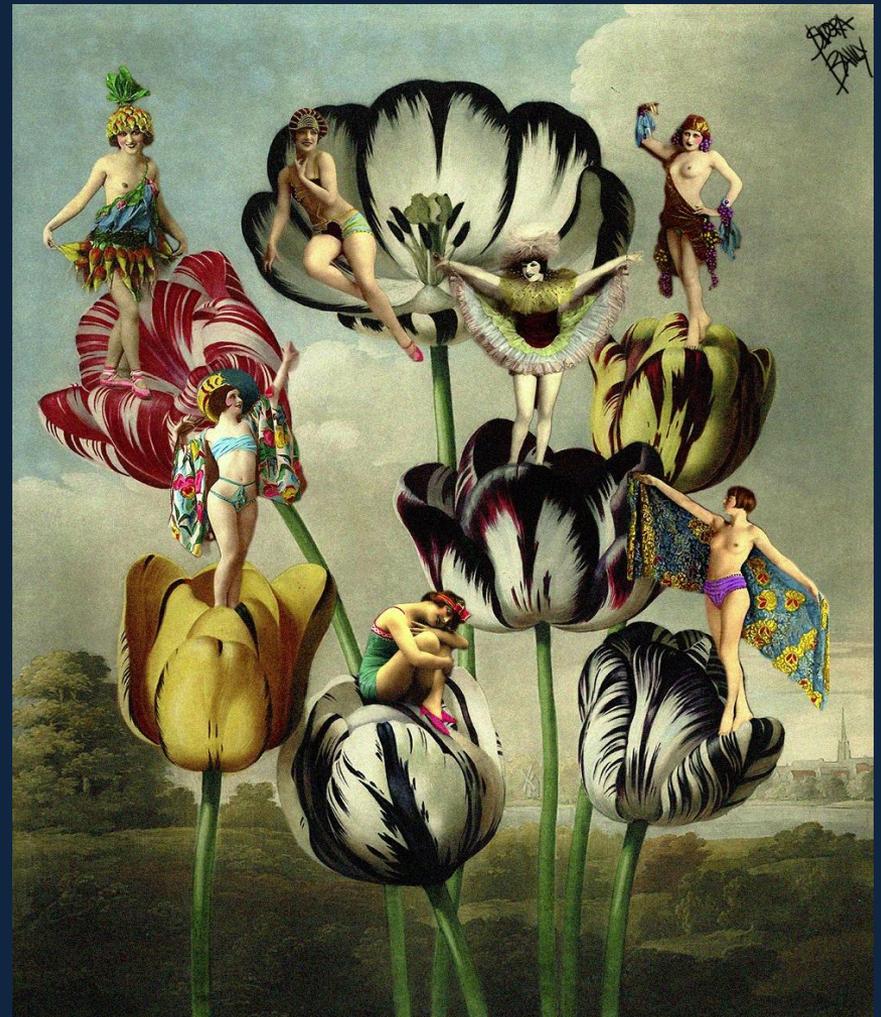
- Desarrollar **materiales de interpretación más inclusivos** y dirigidos a grupos de población más diversos
- Invitar a las partes implicadas y a las comunidades del entorno a participar en los procesos de **planificación desde el principio**
- Crear exposiciones que cuenten historias nunca contadas, enseñar prácticas sostenibles o establecer debates sobre el cambio climático
- **Involucrar a las partes implicadas** en la revisión de los materiales de interpretación para que reflejen con mayor fidelidad la historia que se quiere contar
- Utilizar las **herramientas tecnológicas** más apropiadas y más avanzadas



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

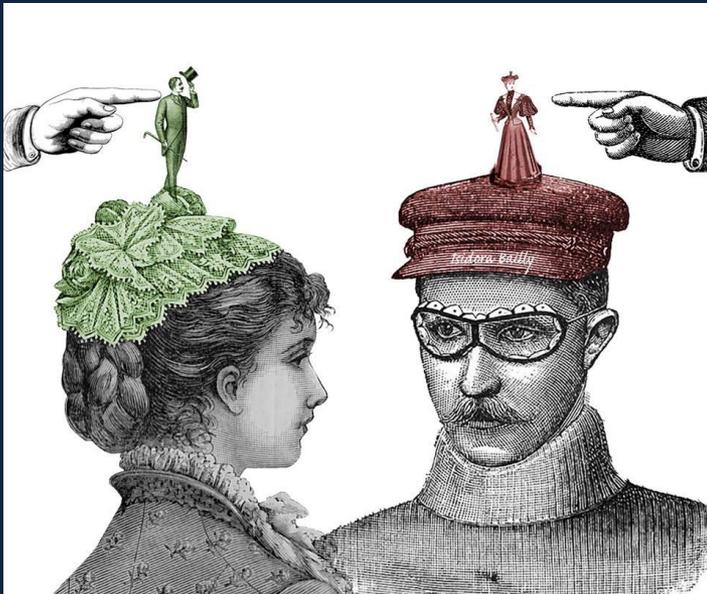
1. Construir relaciones auténticas
2. Crear procesos efectivos para involucrar a los demás
3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes
4. Mantener el compromiso ciudadano en el tiempo



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas

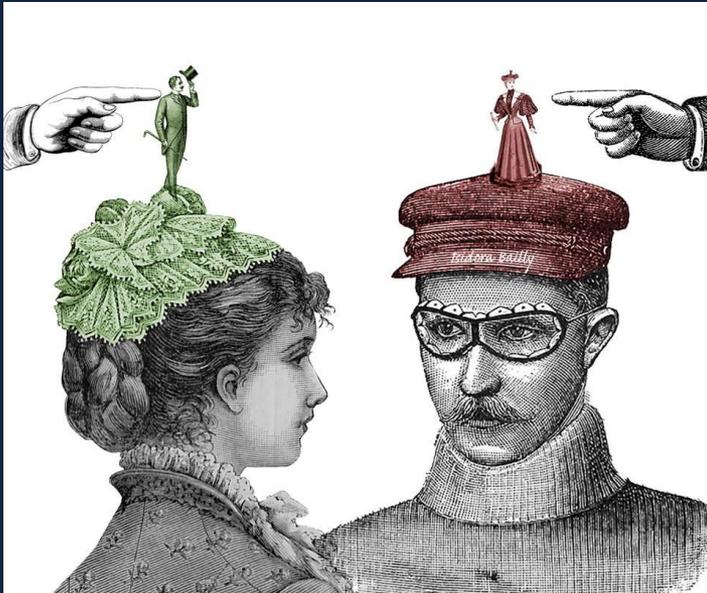


- Comunicando con esmero y asiduidad
- Haciendo una aproximación abierta e inclusiva
- Siendo honesto, sin agendas ocultas paralelas
- Estableciendo las bases para la confianza mutua
- Escuchando, siendo flexible, y respondiendo a las necesidades y preocupaciones de los demás

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas



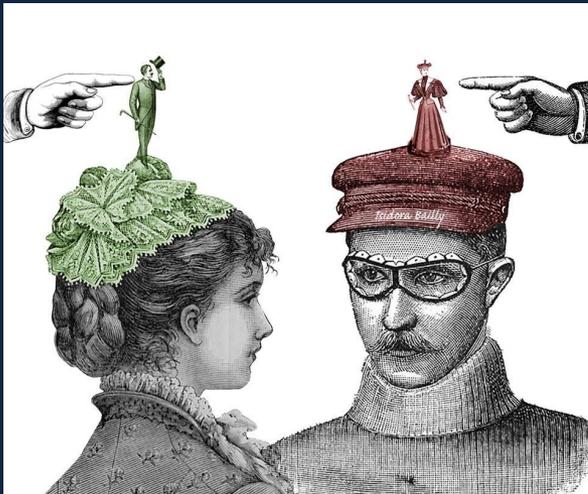
- Desarrollando las cualidades de liderazgo colaborativo
- Practicando con el ejemplo la colaboración y el diálogo cívico y respetuoso
- Demostrando que valoras la opinión del público
- Construyendo relaciones amplias y en todos los sectores de las comunidades locales y grupos

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas

- Entendiendo los objetivos, expectativas y cultura de las organizaciones que buscas involucrar
- Dedicándote a conocer en profundidad las comunidades vecinas, cómo son, cómo es su liderazgo, y sus condiciones de desarrollo económico. Después analizar el impacto de todo ello en el parque o en el programa
- Participando en actividades y actos comunitarios, involucrándote en la propia comunidad y siendo parte de lo que sucede
- Yendo a donde se reúne la gente, no esperar a que vayan a ti
- Recuerda que las buenas relaciones personales son la base para las buenas relaciones institucionales



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Y ¿cómo se comporta un líder colaborativo?

- Su punto de vista es integrador, considera interconexiones e interdependencias
- Piensa “nosotros” en lugar de “yo”
- Tiene visión, y capacidad para comunicarla a distintas audiencias
- Practica el pensamiento estratégico y a largo plazo al que subordina las acciones a corto
- Muestra una perspectiva expansiva y no limitadora
- Habla desde la mente y desde el corazón



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Y ¿cómo se comporta un líder colaborativo?

- Es sincero y auténtico al trabajar con los demás
- Trabaja de forma inclusiva, celebra la diversidad y considera todos los puntos de vista
- Es emprendedor y acepta correr riesgos
- Sabe que la creatividad necesita espacio y flexibilidad para florecer
- Valora la colaboración y el esfuerzo compartido
- Persigue una visión compartida y amplia de la realidad
- No duda en rebasar los límites



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 2. Crear procesos efectivos para involucrar

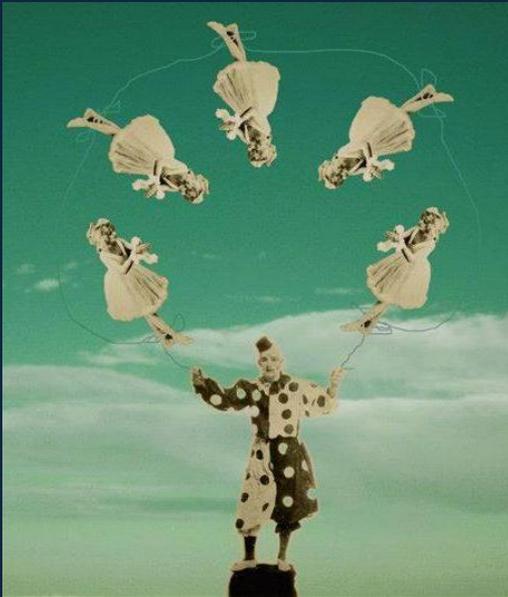


- Desplegando un proceso capaz de involucrar a las partes interesadas, socios y líderes locales en la planificación y desarrollo de los programas y en la toma de decisiones
- Desarrollando un pensamiento creativo y no convencional
- Creando situaciones positivas para las partes implicadas, los parques y sus socios
- Aceptando de buen grado compartir el control y el poder

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 2. Crear procesos efectivos para involucrar



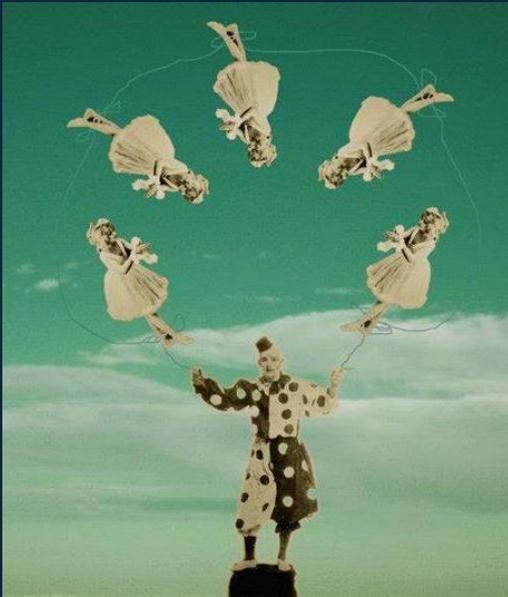
- Fomentando el diálogo para generar un sentimiento común de objetivos compartidos
- Desarrollando a medias una vision conjunta
- Comprendiendo y respetando las fortalezas que aportan los otros miembros del grupo y aprovechándolas con efectividad
- Valorando la diversidad
- Dando auténtica cabida a las voces de los marginados y los que han perdido la motivación



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 2. Crear procesos efectivos para involucrar



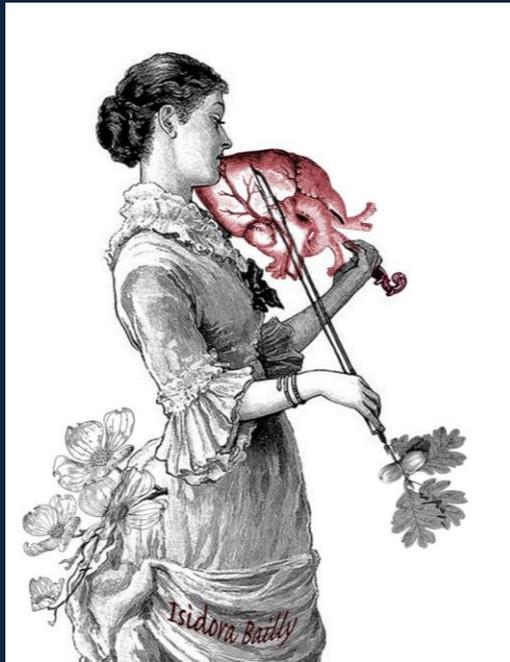
- Aprovechando ideas, fortalezas individuales y recursos disponibles
- Compartiendo experiencias y saber
- Otorgando reconocimiento y crédito por los logros alcanzados
- Evaluando el éxito y aplicando las lecciones aprendidas
- Identificando cuándo hay flexibilidad para adaptar las normas y cómo llevarlo a cabo de manera eficaz



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales relevantes



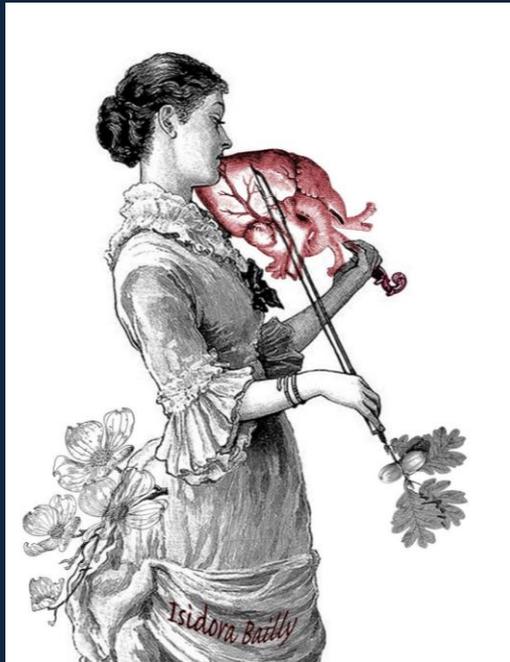
- Invitando a las partes implicadas en el diseño de programas y en el desarrollo temático
- Respetando y persigiendo incorporar a la conversación distintas perspectivas y puntos de vista
- Creando oportunidades para que la gente pueda establecer conexiones personales con los recursos naturales o históricos y las historias que se asocian con dichos recursos
- Usando una terminología que sea accesible para el público general
- Empleando medios y tecnologías actuales



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales relevantes



- Presentando las conexiones entre la historia y los intereses y necesidades de hoy día
- Usando los parques y lugares como resortes para estudiar asuntos contemporáneos
- Estando receptivos a los nuevos desarrollos académicos de la historia
- Creando oportunidades variadas para conseguir que la gente se involucre
- Ofreciendo formación y apoyando a empleados y voluntarios que estén ocupándose de temas sensibles

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 4. Mantener el compromiso en el tiempo



- Incorporando los procesos de compromiso ciudadano y la costumbre de involucrar a la gente en la proia cultura de parques y en sus programas
- Anticipando los obstáculos que puedan surgir y desarrollando planes oara superarlos
- No dejándose sorprender por los cambios que acarrea el paso del tiempo en los asuntos, las organizaciones y la gente

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 4. Mantener el compromiso en el tiempo



- Desarrollando estrategias para gestionar transiciones y así asegurar la continuidad en las relaciones y los programas abiertos
- Buscando formas de conectar programas y oportunidades dentro de un determinado parque

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 4. Mantener el compromiso en el tiempo



- Favoreciendo que las relaciones se conviertan en redes
- Siendo pacientes y dando tiempo a los procesos para crecer y evolucionar
- Creando hitos en los procesos de construcción del compromiso ciudadano
- Creando oportunidades para evaluar el progreso de los objetivos que te hayas marcado hacia el compromiso ciudadano y poniendo en práctica las lecciones aprendidas para mantener y mejorar su eficacia
- Celebrando los éxitos

# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 1. Construir relaciones auténticas

- La base para el compromiso ciudadano es construir relaciones auténticas
- Dedicar tiempo a conocer a los grupos de interés, a sus líderes y a personas relevantes de la zona de influencia del parque
- Se puede arrancar en cualquier momento, aunque no sea por un proyecto específico con organizaciones y comunidades del entorno
- La base de las relaciones institucionales auténticas son siempre unas buenas relaciones personales: cultivarlas para que sean duraderas
- Consultar con los gestores para coordinar posibles iniciativas similares y evitar duplicar esfuerzos



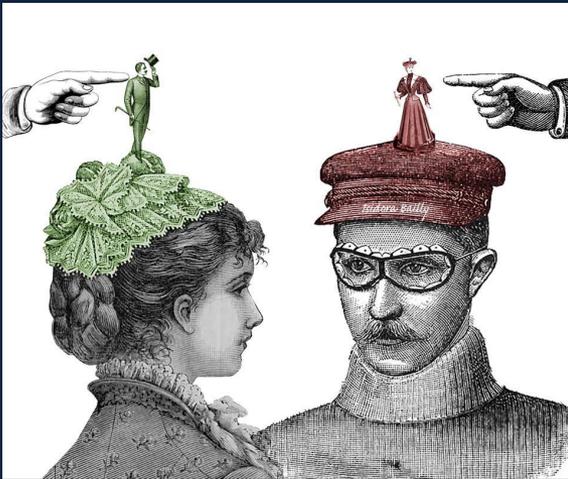
Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. PRIMER ESCALÓN

Identificar y familiarizarse con personas y organizaciones clave

- Lista de grupos de interés, organizaciones e individuos:
  - Conocidos actualmente
  - potenciales
- No dudar en solicitar ayuda de otros grupos ya conocidos sobre contactos potenciales en la zona de influencia del parque
- Si es para Proyecto educativo consultar a expertos
  - en actividades recreativas
  - en programas para comunicar la ciencia



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. PRIMER ESCALÓN

Identificar y familiarizarse con personas y organizaciones clave

- Tener en cuenta las relaciones de la gente y organizaciones que ya conoces para explicarles el proyecto y que te ayuden a expandir la red
- SIEMPRE consultar con los jefes el proyecto
- SIEMPRE conocer la historia previa de las relaciones del parque en la zona y posibles roces
- Analizar los intereses de las partes implicadas y sus posibles motivaciones: ver si son confluyentes con las del parque
- Si hay claro beneficio mutuo es más fácil arrancar el diálogo y llegar a colaborar



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

Matriz de consideraciones estratégicas para facilitar la planificación y la tormenta de ideas de cómo proceder para ser más creativo e inclusivo

STRATEGIC CONSIDERATIONS	AUDIENCE / ORGANIZATION / STAKEHOLDER					
	Educators	Local Officials	Environmental Groups	Local Business Community	Local Historical Society	Etc.
Objectives for Engagement						
Focus for Engagement						
Opportunities for Engagement						
Concerns / Issues / Potential Barriers						
How to Address Concerns / Issues / Barriers						
Others to Engage in Project						
Benefits to Audience / Stakeholder						
Benchmarks / Evaluation Points						
Other Considerations						



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. PRIMER ESCALÓN

Identificar y familiarizarse con personas y organizaciones clave

➤ Cuando haya habido dificultades en el pasado con otras partes hay que ser más concienzudos:

➤ recoger más información

➤ estudiarla a fondo

➤ Entender las dificultades

➤ Pensar cómo abordarlas

➤ Diseñar posibles estrategias que destaque el beneficio mutuo



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. PRIMER ESCALÓN

Identificar y familiarizarse con personas y organizaciones clave

- Tener SIEMPRE en cuenta a los jóvenes!
- No es fácil conectar con ellos desde las instituciones
- Conviene empaparse de la cultura de la juventud, online
  - Estudiar qué leen
  - Qué vídeos y series ven
  - A quién siguen
  - Qué música oyen...
- Piensa en puntos potenciales de intersección entre sus intereses y la naturaleza y tu parque
- Contacta con grupos que ya trabajen con jóvenes para posibles colaboraciones



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. PRIMER ESCALÓN

Identificar y familiarizarse con personas y organizaciones clave

Una vez que tengas pensada tu estrategia después de analizar todo lo anterior, es importante:

- Preparar concienzudamente las reuniones con organizaciones y personas clave
- Crea un buen caso para la colaboración y expresa claramente:
  - Las razones para la propuesta de colaboración
  - Los beneficios para ellos que has identificado
  - Cómo ellos pueden colaborar con el parque
  - Los buenos resultados de la colaboración que has previsto



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. SEGUNDO ESCALÓN

Establecer contacto con personas y organizaciones clave

- Concertar citas en sus oficinas
- Fomentar el diálogo y **escuchar!**
- Estar atentos a sus dudas y necesidades
- Ser sinceros y expresar abiertamente lo que os proponéis y buscáis: **honestidad y transparencia** son claves para generar confianza
- Decide si es conveniente o no llevar el uniforme del parque
- Practica las habilidades del liderazgo colaborativo



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Y ¿cómo se comporta un líder colaborativo?

- Su punto de vista es integrador, considera interconexiones e interdependencias
- Piensa “nosotros” en lugar de “yo”
- Tiene visión, y capacidad para comunicarla a distintas audiencias
- Practica el pensamiento estratégico y a largo plazo al que subordina las acciones a corto
- Muestra una perspectiva expansiva y no limitadora
- Habla desde la mente y desde el corazón



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Y ¿cómo se comporta un líder colaborativo?

- Es sincero y auténtico al trabajar con los demás
- Trabaja de forma inclusiva, celebra la diversidad y considera todos los puntos de vista
- Es emprendedor y acepta correr riesgos
- Sabe que la creatividad necesita espacio y flexibilidad para florecer
- Valora la colaboración y el esfuerzo compartido
- Persigue una visión compartida y amplia de la realidad
- No duda en rebasar los límites



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. TERCER ESCALÓN

Cultiva relaciones duraderas

Lleva tiempo y esfuerzo, así que dedica personal y recursos y considéralo un a inversión de future. Alcanzar la confianza y el respeto mutuo es la clave, y se forja con el tiempo

- Mantén el contacto con delicadeza y asiduidad
- Conviértete en parte de la comunidad, fomenta el diálogo y demuestra que valoras la participación de los demás



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. TERCER ESCALÓN

Cultiva relaciones duraderas

- Cuando ha habido dificultades o roces en el pasado hay que extremar el cuidado:
  - Buscar contactos informales en entornos no oficiales
  - Busca relaciones más personales
  - Evita las razones que llevaron a desencuentros pasados
  - Evalúa si es positivo involucrar a terceras partes



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

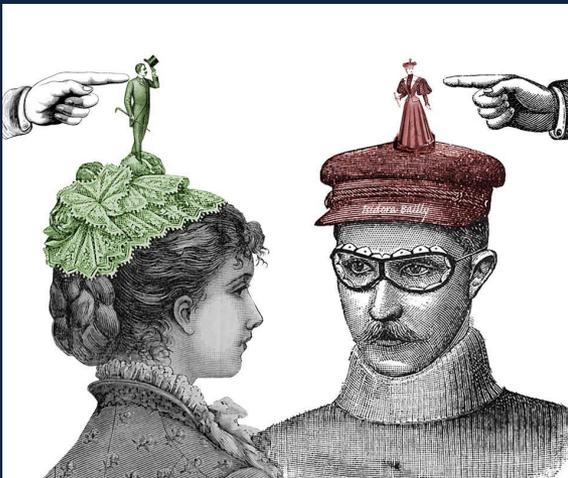
# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. TERCER ESCALÓN

Cultiva relaciones duraderas

Los **jóvenes** son muy importantes!

- Acepta su idiosincracia y agradece sus puntos de vista
- Ofrécelos programas relevantes
- Pregúntales y ESCUCHA sus respuestas
- Adáptate a sus horarios
- Se auténtico en tus relaciones con ellos
- Compórtate como un modelo de cómo quieres que se comporten ellos
- Fomenta las conexiones de los jóvenes con el entorno natural



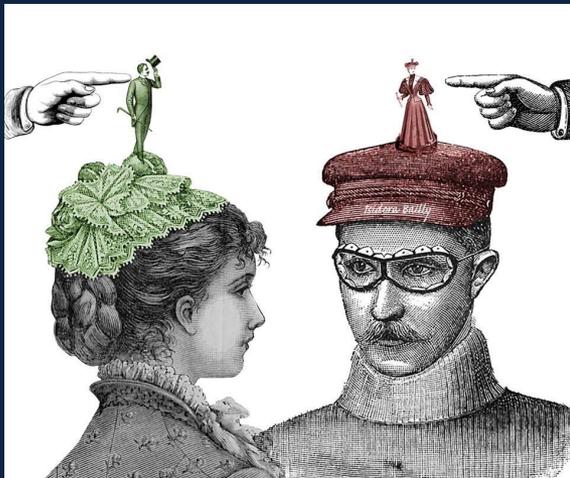
Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 1. Construir relaciones auténticas. TERCER ESCALÓN

Cultiva relaciones duraderas

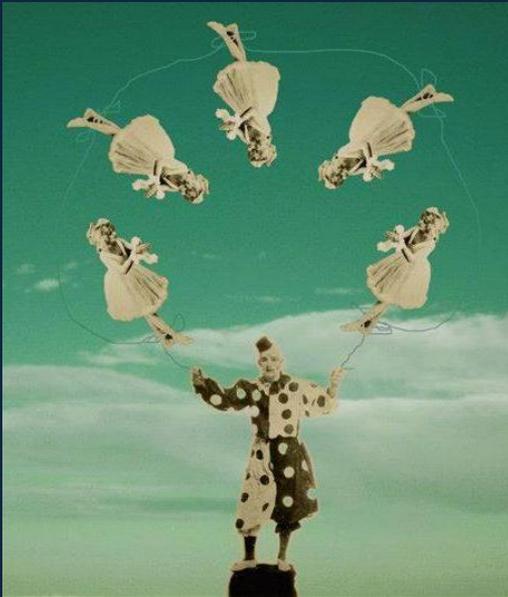
Fomenta las conexiones de los jóvenes con el entorno natural... tenemos ejemplos!



Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 2. Crear procesos efectivos para involucrar



- Para ser efectivos es importante el tono que des a tu comunicación con la gente
- Hay que diseñar el proceso de diálogo cuidadosamente
- Tratar de anticipar posibles dificultades que puedan surgir
- No dudar en usar las redes sociales para involucrar a un mayor número de gente y en particular a los jóvenes

# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 2. Crear procesos efectivos para involucrar. PRIMER ESCALÓN

#### Diseña el proceso

Esencial crear un proceso que favorezca el sentido de “propiedad” de las personas y organizaciones implicadas para garantizar la permanencia future del compromiso. Para ello:



- Involucrarlos desde las fases iniciales del programa
- Pide su colaboración para diseñar el propio programa
- Diseña un proceso que beneficie a todos, no solo a los socios presentes y al parque
- Demuestra que estás dispuesto a **compartir el control y la toma de decisiones**: crea guías sobre cómo hacerlo. Esto es lo más difícil y crucial
- Estimula la vision común a través del diálogo
- Evalúa periódicamente cómo va la colaboración



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 2. Crear procesos efectivos para involucrar. PRIMER ESCALÓN

#### Diseña el proceso

#### Consideraciones importantes

- Involucra a todas las partes
- Si es necesario utiliza facilitadores
- Para involucrar a los **jóvenes**
  - ten en cuenta la escala de participación de Hart
  - Considera montar un panel de jóvenes: consejo asesor
  - Inclúyelos en la selección de proyectos, su diseño y planificación
  - Se flexible
  - Usa la tecnología
  - Escúchalos e interactúa con ellos
  - Son capaces, responsables y muy inteligentes!

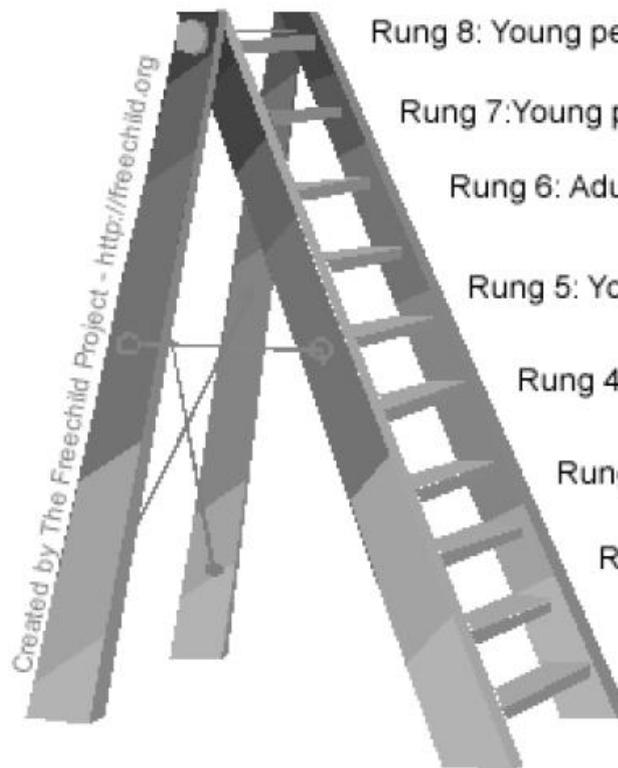


# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### Escala de participación de Hart

#### Roger Hart's Ladder of Young People's Participation



Rung 8: Young people & adults share decision-making

Rung 7: Young people lead & initiate action

Rung 6: Adult-initiated, shared decisions with young people

Rung 5: Young people consulted and informed

Rung 4: Young people assigned and informed

Rung 3: Young people tokenized\*

Rung 2: Young people are decoration\*

Rung 1: Young people are manipulated\*

Note: Hart explains that the last three rungs are *non-participation*

Adapted from Hart, R. (1992). *Children's Participation from Tokenism to Citizenship*. Florence: UNICEF Innocenti Research Centre.



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 2. Crear procesos efectivos para involucrar. PRIMER ESCALÓN

#### Diseña el proceso

Usa las **redes sociales** como herramientas para involucrar

- Complemento ideal para las acciones tradicionales de interpretación y educación que se abordan en parques
- Es una vía de diálogo de dos vías, permíote interactuar
- Permite llegar a una audiencia mucho más amplia
- Blogs permiten interacción a tiempo real en reuniones, expuesto en pantallas : los comentarios llegan a tiempo real y se pueden incorporar a la conversación de las reuniones



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 2. Crear procesos efectivos para involucrar. SEGUNDO ESCALÓN

#### Implementar el proceso

- Una vez más pensar creativamente
- Aprovechar todas las propuestas que llegan de los colaboradores
- Valorar y fomentar la diversidad
- Compartir experiencias y lecciones
- Proveer al personal con habilidades de diversidad
- Desarrollar guías para conducir el diálogo en reuniones
- Evaluar periódicamente el progreso
- Capacitar al personal como facilitadores y mediadores (aunque a veces pueda seguir siendo necesaria la mediación de terceras partes)

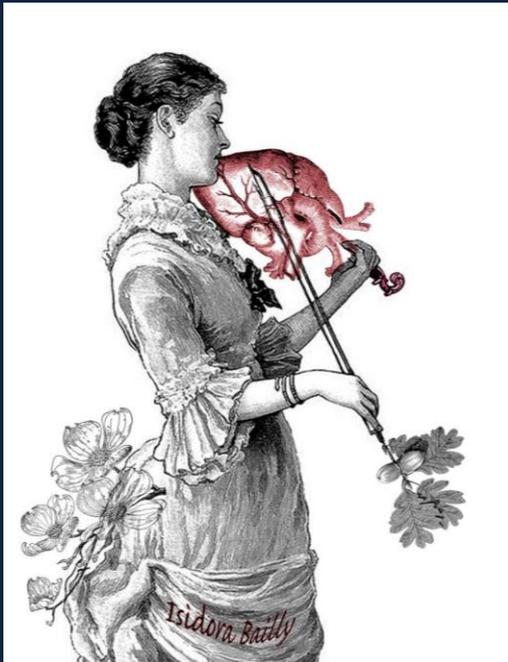


Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes. PRIMER ESCALÓN

#### Desarrollar los programas y materiales



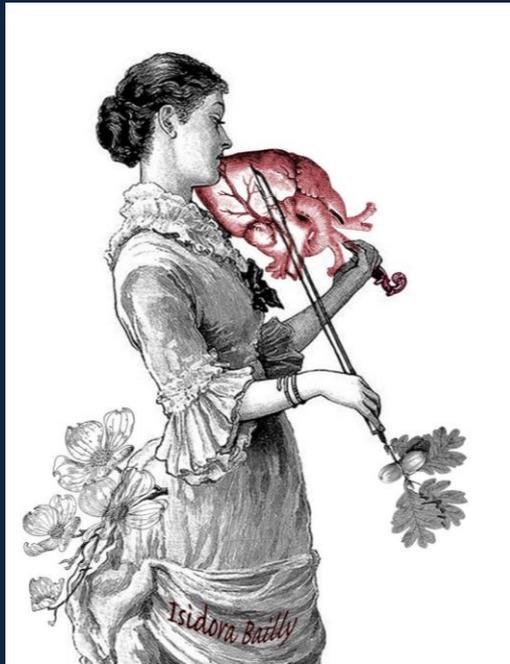
- Han de ser relevantes y apropiados para los intereses de la audiencia a la que van destinados
- Deben facilitar las conexiones personales con el entorno natural
- Desarrollar modelos de aprendizaje in situ o pedagogía del lugar (mejor para la juventud)
- Usar términos accesibles para transmitir los conceptos científicos
- Usar distintos modelos educativos en función de las distintas audiencias:
  - Usar experiencias práctica
  - storytelling

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes. PRIMER ESCALÓN

#### Desarrollar los programas y materiales



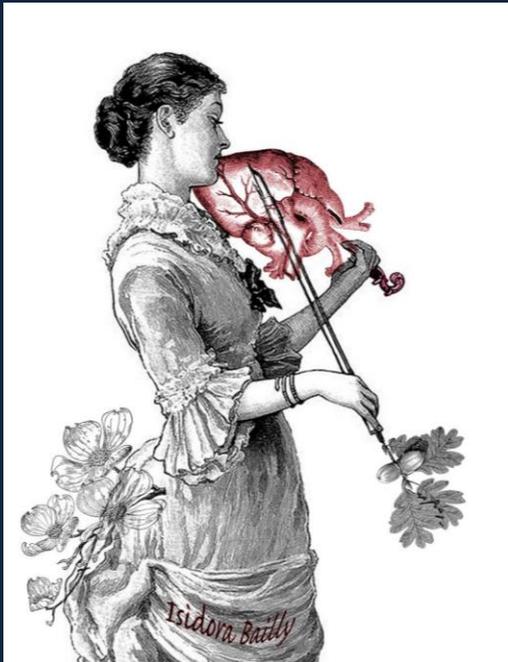
- Asegurar que voces y contenidos sean auténticos
- En lugares históricos incorporar las distintas perspectivas e interpretaciones
- Mantenerse al día sobre la investigación histórica
- Tratar de llegar a audiencias menos habituales
- Pregonar prácticas sostenibles con el ejemplo
- Fomentar diálogo y aportaciones del público
- No temer incorporar puntos de vista polémicos
- Reclutar asesores dentro de la comunidad, académicos e investigadores para probar los contenidos

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes. PRIMER ESCALÓN

Desarrollar los programas y materiales

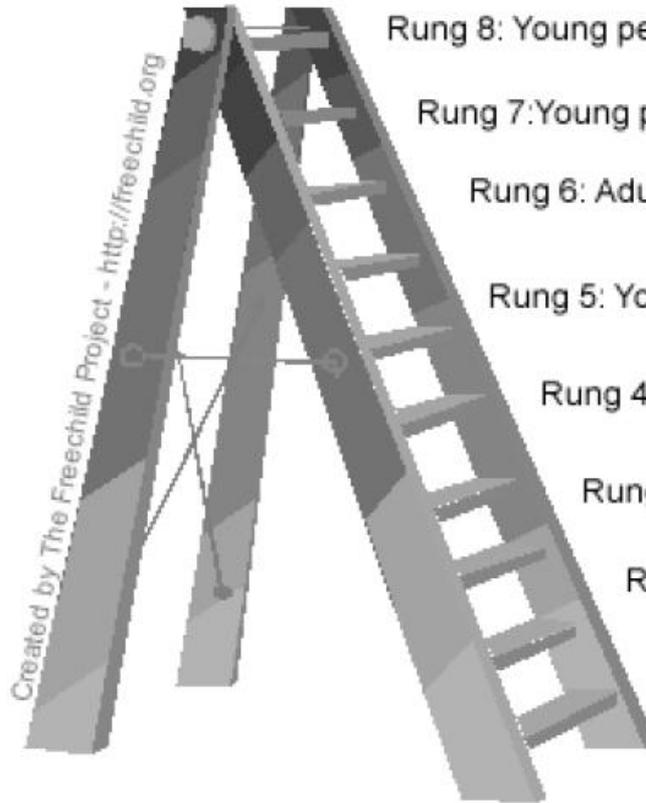


Para involucrar a los jóvenes:

- Favorecer la participación y el compromiso
- Consejo de juventud: les da sensación de propiedad sobre los programas
- Fomentar los desafíos y que asuman riesgos y responsabilidades (otra vez la escala de Hart)
- Darles papeles de liderazgo
- Fomentar la autoestima y la confianza en sí mismos
- Desarrollar programas diferentes según las distintas estaciones
- Incorporar la pedagogía de lugar



# Roger Hart's Ladder of Young People's Participation



Rung 8: Young people & adults share decision-making

Rung 7: Young people lead & initiate action

Rung 6: Adult-initiated, shared decisions  
with young people

Rung 5: Young people consulted and informed

Rung 4: Young people assigned and informed

Rung 3: Young people tokenized\*

Rung 2: Young people are decoration\*

Rung 1: Young people are  
manipulated\*

Note: Hart explains that the last  
three rungs are *non-participation*

Adapted from Hart, R. (1992). *Children's Participation from Tokenism to Citizenship*.  
Florence: UNICEF Innocenti Research Centre.

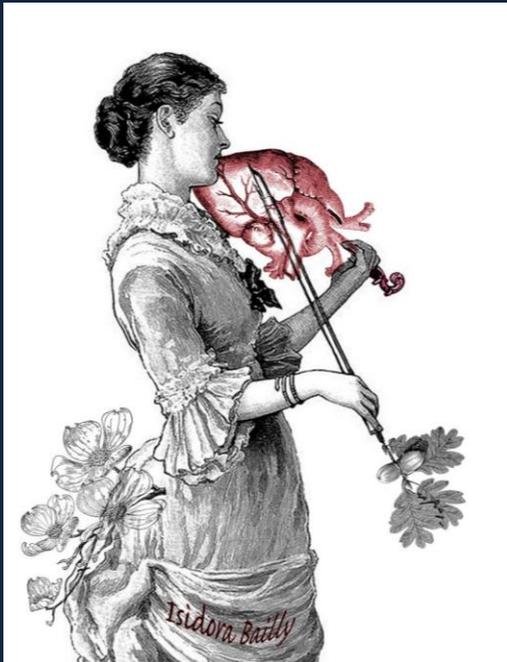


Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes. PRIMER ESCALÓN

#### Desarrollar los programas y materiales



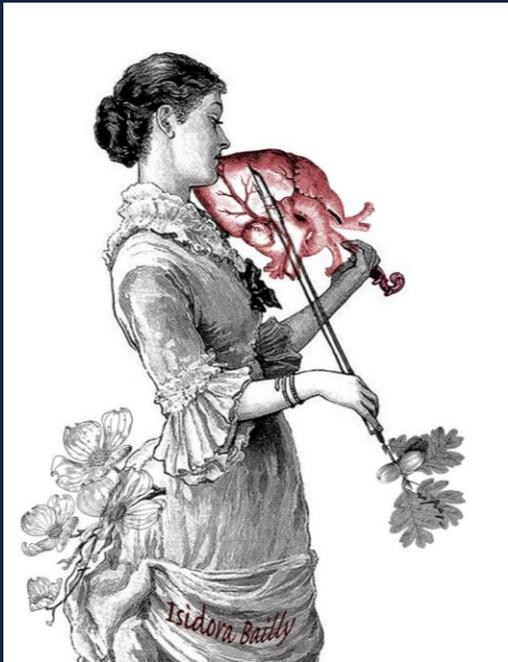
- Favorece programas que los estudiantes puedan desarrollar por sí mismos y después compartirlos con amigos y familiares
- Crea programas relevantes para su vida y su cultura
- Haz programas que se puedan adaptar a distintos estilos de aprendizaje
- Dales la oportunidad de explorar sus fortalezas y habilidades tecnológicas
- Incorpora mentores masculinos y femeninos
- miembros de la comunidad colaborando con jóvenes
- Ofrece oportunidades para la interacción social

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 3. Ofrecer programas y materiales de interpretación y educación que sean relevantes. SEGUNDO ESCALÓN

Llevar a cabo los programas y materiales



- Aprovechate de las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías
- Organiza programas presenciales y virtuales online
- Pídele a los jóvenes más mayores que comenten los programas con familiares y amigos y que fichen a otros jóvenes
- Imparte formación a todos aquellos que vayan a participar en los programas educativos y de interpretación, sean del personal de parques o voluntarios

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

# Principios y prácticas del compromiso ciudadano

## 4. Mantener el compromiso ciudadano en el tiempo. PRIMER ESCALÓN

Desarrolla una estrategia integrada



- Incrústala en la cultura del parque
- Dale al personal oportunidades para aprender sobre las técnicas de involucrar al público hasta que lo asuman como parte integral de su trabajo
- El esfuerzo colaborativo resulta en beneficios mutuos y refuerza la calidad del programa al incluir las fortalezas de todas las partes

# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 4. Mantener el compromiso ciudadano en el tiempo. SEGUNDO ESCALÓN

#### Garantiza la continuidad y el apoyo futuro

- La búsqueda del compromiso ciudadano es un esfuerzo continuado y a largo plazo
- Es importante ofrecer formación periódicamente
- Reflexionar sobre las lecciones aprendidas
- Permanente evaluación
- Celebrar con los socios los hitos alcanzados
- Asumir que las colaboraciones sufren cambios con el tiempo y desarrollar planes para gestionar dichos cambios
- Incluye las técnicas de fomentar el compromiso ciudadano en la orientación de nuevos empleados o socios



# Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

## Principios y prácticas del compromiso ciudadano

### 4. Mantener el compromiso ciudadano en el tiempo. TERCER ESCALÓN

#### Anticipa los posibles obstáculos

- Elaborar planes para superar los obstáculos que puedan surgir
- Entender la distinta idiosincracia, formas de trabajar y entorno de tus socios
- Fomenta la flexibilidad dentro de parques
- Explica los procesos burocráticos y requisitos dentro de parques a los socios desde el principio y cómo eso puede afectar a los esfuerzos colectivos
- A veces conviene dejar en manos de algunos socios como las organizaciones sin ánimo de lucro algunas acciones que requieran rapidez de actuación



Stronger Together: Civic Engagement

Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

Construir relaciones con audiencias específicas



# Stronger Together: Civic Engagement

## Juntos somos más fuertes: el compromiso ciudadano

### Construir relaciones con audiencias específicas



United States Department of the Interior  
NATIONAL PARK SERVICE  
1849 C Street, N.W.  
Washington, D.C. 20240

IN REPLY REFER TO:

**DIRECTOR'S ORDER #75A: CIVIC ENGAGEMENT AND PUBLIC INVOLVEMENT**

Approved: *Marcy H. Rome*  
Director

Effective Date: *8-30-2007*

Duration: Until amended or rescinded.

This is a renewal and update of the November 14, 2003, edition of Director's Order #75A.

**TABLE OF CONTENTS**

- I. Purpose
- II. Background
- III. Authority
- IV. Scope
- V. Definitions
- VI. Policies and Standards
- VII. Roles and Responsibilities
- VIII. Evaluation and Accountability

Appendix A – Relevant Laws and Executive Orders  
Appendix B – Tools and Resources  
Appendix C – Federal Advisory Committee Act

---

**I. PURPOSE**

The purpose of this Director's Order (DO) is to articulate our commitment to civic engagement, and to have all National Park Service units and offices embrace civic engagement as the essential foundation and framework for creating plans and developing programs. Civic engagement is a continuous, dynamic conversation with the public on many levels that reinforces public commitment to the preservation of heritage resources, both cultural and natural, and strengthens public understanding of the full meaning and contemporary relevance of these resources. The foundation of civic engagement is a commitment to building and sustaining relationships with neighbors and communities of interest.

Hemos visto conceptos básicos como

- **Confianza**
- **dedicación**
- **Tiempo y esfuerzo**

A veces con un objetivo específico pero también puede ser para reforzar relaciones con la comunidad del entorno, o en general

Esto es parte de la “conversación dinámica y continuada con el público” que está en el mandato de la Orden 75 de parques, con el objetivo de buscar su compromiso para la mayor conservación de los recursos



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

Parques y  
comunidades  
adyacentes  
comparten un  
futuro  
inextricablemente  
unido



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

- Más y más gente va a vivir en las inmediaciones de parques , zonas atractivas
- Impacto negativo para el parque si hay mucho crecimiento, pero también para las comunidades por las aglomeraciones
- Importante establecer relaciones duraderas con los líderes comunitarios El personal tiene que ser proactivo: ir a reuniones, celebraciones y eventos y buscar oportunidades para la colaboración en asuntos de interés mutuo
- Es recomendable también establecer relaciones con los colegios de la zona





# Comunidades vecinas a las zonas de parques

## Activities scheduled for the day

- 10:00 am Fiesta de Saguario Begins
- 11:00 am Performance by Fólklórico Tanantzin Dance Group
- 12:00 pm Guest Lecture by Robin Pinto  
Children's Piñata
- 1:00 pm Performance by the Sunnyside High School Mariachi Band
- 2:00 pm Guest Lecture by Patricia Martin
- 3:00 pm Book Signing – Patricia Martin  
Children's Piñata
- 4:00 pm Fiesta de Saguario Ends

Throughout the day there will be ongoing activities, including children's art and crafts, special exhibits, and craft demonstrators. Traditional Mexican food will also be available for purchase



The poster for the Fiesta de Saguario 2007 features a green and red color scheme. At the top left, there are two maracas. The title 'Fiesta de Saguario' is written vertically in large, stylized red letters on a green background. Below the title, there is a small illustration of a cactus wearing a sombrero and a striped shirt. To the right of this illustration is a green oval with the word 'Activities' in white. Below this, there are several categories of activities listed: 'MARIACHI MUSIC', 'FOLKLORICO DANCING', 'PINATAS', and 'CHILDREN'S CORNER'. To the right of these categories is another illustration of a cactus wearing a sombrero and a red skirt. Below the activities, there is a green oval with the text 'Traditional Foods available for Purchase' and 'Park Entrance Fees Waived'. At the bottom of the poster, there is a red box with white text providing the date, location, and contact information.

**Saguaro National Park  
2007**

**Activities**

MARIACHI MUSIC  
FOLKLORICO DANCING  
PINATAS  
CHILDREN'S CORNER

Traditional Foods  
available for Purchase  
Park Entrance Fees Waived

Saturday April 14  
Rincon Mountain District -  
Saguaro East  
3693 S. Old Spanish Trail (520) 733-5153



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

- Hospitalidad para los visitantes
  - Servicios y ocio
  - Importantes para la experiencia de la visita al parque
  - Lugares de compra para los visitantes
  - Alojamiento para el personal de parques
- 
- Las comunidades se benefician también de los visitantes
  - La economía de las zonas adyacentes depende de las visitas a los parques en gran medida
  - 2017, las 417 unidades del NPS recibieron 331 millones de visitas
  - Gasto estimado de los visitantes: 18.200.000 millones de \$ y genera cientos de miles de empleos en las zonas adyacentes



# Comunidades vecinas a las zonas de parques



## Social Science

### Visitor Spending Effects - Economic Contributions of National Park Visitor Spending

Download the [2017 National Park Service Visitor Spending Effects Report](#) (PDF - 1.43 MB).

This interactive tool is a collaboration between the National Park Service and the U.S. Geological Survey and displays results from the Visitor Spending Effects report series. Economic contributions of National Park Service visitor spending are displayed at the national, state, and local levels.

**Select an economy to get started:**



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

National Park Service  
U.S. Department of the Interior



Natural Resource Stewardship and Science

## **2017 National Park Visitor Spending Effects** *Economic Contributions to Local Communities, States, and the Nation*

Natural Resource Report NPS/NRSS/EQD/NRR—2018/1616



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

## 7 grandes grupos de visitantes

- Local day trip: visitantes de la zona, un solo día
- Non-local day trip: un solo día y se van de la zona o regresan a casa
- NPS Lodge: visitantes que se quedan en alojamientos del parque
- NPS Campground: visitantes que pernoctan en camping del parque o acampada libre dentro del parque
- Motel Outside Park: visitantes que pernoctan cerca del parque, moteles, hoteles, o bed & breakfast
- Camp Outside Park: acampada fuera del parque
- Otros: visitantes que se alojan en casas de amigos, casa propia u otros modelos sin pagar



# Comunidades vecinas a las zonas de parques

El gasto lo dividen en 8 categorías, según los resultados de las encuestas realizadas a los visitantes de parques

- Hoteles, moteles y bed & breakfasts
- Camping, tarifas
- Restaurantes y bares
- Comida comprada y de llevar
- Gasolina
- Gastos en transporte local
- Entradas y otros gastos que carga el parque
- Souvenirs y otros



# Comunidades vecinas a las zonas de parques



## National Park Service

- Find a Park
- Discover History
- Explore Nature
- Get Involved
- Working With Communities
- Teachers
- Kids
- About Us



### Planning, Environment & Public Comment (PEPC)

- PEPC Home
- Documents by Park
- Policy/Links
- Park Planning
- Search Documents

---

#### Welcome to PEPC

Welcome to the National Park Service's **Planning, Environment and Public Comment (PEPC)** site!

The National Park Service prepares a variety of planning and environmental documents to help guide management of park. This site provides for public involvement in the NPS planning process.

- Documents by Park** - Go directly to a specific park's list of active projects
- Policy/Links** - NPS policy, pertinent Director's orders, terminology, and more
- Park Planning** - Find NPS Planning Program information, Plans and Tools
- Search Documents** - Search by keyword, park, state, document status, document type, project type or NEPA type

---

#### Projects with Documents Open for Comment

To search all projects and documents, use our [Search page](#).

Show  entries Search This List:

Park	Project Title	Review Ending
Chesapeake and Ohio Canal National Historical Park	C&O Canal NHP Park Headquarters Relocation	Mar 12, 2019
Olympic National Park	Olympic Hot Springs Road Long-Term Access/Environmental Assessment	Mar 13, 2019
Lewis and Clark National Historic Park	Rehabilitate Fort Clatsop Visitor Center Wastewater System	Mar 13, 2019
Gateway National Recreation Area	Demolish Sandy Damaged Buildings119,120 Sandy Hook Unit GNRA	Mar 15, 2019
National Mall and Memorial Parks	Design and Develop National World War I Memorial	Mar 15, 2019
Lewis and Clark National Historic Park	Fort Clatsop Visitor Center Improvements	Mar 15, 2019
Joshua Tree National Park	Time Critical Removal Action of Mill Tailings at Gray Eagle Mill	Mar 25, 2019
Glacier Bay National Park and Preserve	2019 Glacier Bay National Park and Preserve Superintendent's Compendium	Mar 28, 2019



# Comunidades vecinas a las zonas de parques



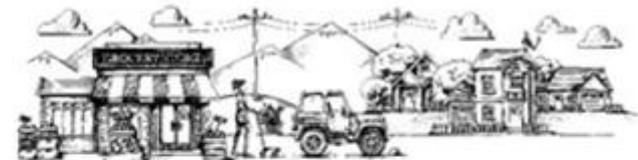
Over 300 million visitors travel to NPS sites across the US every year.



NPS visitors spend money in local communities. The sales, income and jobs resulting from these purchases represent the direct effects of visitor spending.



Additional jobs and economic activity are supported when businesses purchase supplies and services from other local businesses thus creating indirect effects of visitor spending.



Employees use their income to purchase goods and services in the local economy, generating further induced effects of visitor spending.

**Figure 1.** How NPS visitor spending supports jobs and business activity in local economies.

Gracias!!!!  
[delolmomj@state.gov](mailto:delolmomj@state.gov)

