

Evaluación

Campaña Quetzal

Invessocial

Diciembre – 2007

Índice

1. Introducción	3
2. Marco conceptual	6
3. Marco metodológico	9
4. Análisis en la comunidad	12
5. Análisis del equipo	24
6. Conclusiones	27
7. Recomendaciones	29
8. Anexos	

1. Introducción

El equipo de la Reserva de la Biosfera del Triunfo pone en práctica una serie de programas y actividades con el fin de lograr la conservación y buen manejo de los recursos naturales de la zona. Entre las acciones se encuentran propuestas de alternativas productivas, sistemas agrosilvopastoriles, brechas cortafuego, barreras vivas y la Campaña Quetzal. Este último programa es en el que se enfoca la presente evaluación.

En el marco de todas las actividades que se realizan en la Reserva el Triunfo, la Campaña Quetzal tiene una especial relevancia ya que es la única que está dirigida a la educación ambiental. Esto no implica que en el desarrollo de las otras actividades no se toquen temas de educación ambiental con la población de las comunidades, sin embargo no es su objetivo principal. La Campaña pretende formar conciencia en las comunidades sobre la importancia de la conservación y lo fundamental de su participación para alcanzar este fin.

Anteriormente a la Campaña se efectuaron tareas de educación ambiental, pero ninguna con la cobertura y continuidad que ésta ha tenido. Durante el periodo en que la Campaña se ha ejecutado, del año 2000 a la fecha, se han tocado diversos temas como promover el orgullo de la especie quetzal y reconocimiento de la reserva; el café orgánico y los incendios forestales; El Triunfo nuestra abastecedora natural de agua; el agua y las aves; conservación de bosques, entre otros.

La Campaña Quetzal se basa en la metodología propuesta por RARE Center for Tropical Conservation, la cual tiene como fundamentos filosóficos generar orgullo en la población por su medio ambiente y soportar los esfuerzos por conservar con actores locales. Para ello se han realizado dos estrategias: 1. Vistas de educación no formal en las escuelas de las 38 comunidades que se encuentran en el área de amortiguamiento de la Reserva el

Triunfo, y 2. Difusión masiva de los mensajes a través de diferentes medios de comunicación.¹

Cabe mencionar que tanto las vistas como los materiales de difusión, se caracterizan por ser lúdicos y atractivos visualmente de manera que la población se sienta atraída hacia ellos.

Otro aspecto que es importante señalar es que la Campaña Quetzal ha sido apoyada por muchos actores interesados en la conservación como gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y empresas. El Fondo de Conservación el Triunfo (FONCET) es una institución que actualmente juega un papel importante por el soporte financiero, material y de relaciones públicas que brinda a la Campaña.

De hecho fue el FONCET, en coordinación con la Dirección de la Reserva de la Biosfera el Triunfo, los principales promotores de la evaluación que aquí se presenta. En ese sentido, es común que cuando se llevan a cabo este tipo de trabajos en los que se evalúa un programa en el que participan varios actores, haya también una diversidad de opiniones de hacia dónde se deben de dirigir los resultados. Por ejemplo a posibles agencias financiadoras, a ser un medio de difusión en la población beneficiada, a fortalecer la participación de los beneficiarios, entre otras. En este caso la investigación se dirige a generar aprendizaje institucional sobre las estrategias de intervención utilizadas en la Campaña². Es decir, la información que de este estudio se obtenga debe de permitir a las instituciones que participan en la Campaña Quetzal determinar si las estrategias utilizadas hasta el momento han sido las adecuadas o no, o en qué deben modificarse para cumplir con los objetivos que se proponen.

¹ Los aspectos mencionados se toman de los documentos de evaluación y materiales recopilados para la investigación.

² Villaseñor, Silvia, "Investigación de impacto en proyectos de desarrollo. Una propuesta participativa." IMDEC, México, 2002

En ese sentido, el objetivo general de la investigación es conocer cómo las actividades de la Campaña Quetzal han impactado en la vida cotidiana de las comunidades, y a partir de ello definir si las estrategias de intervención han contribuido y contribuirán a llegar al fin planeado.

Los objetivos específicos proyectados para la investigación fueron:

- Conocer la relación comunidad-reserva y reserva-comunidad.
- Contar con un archivo histórico de las actividades realizadas por la Campaña Quetzal.
- Medir el impacto de las acciones emprendidas por la Campaña Quetzal en la vida de las comunidades a través del tiempo.
- Evaluar los alcances de la Campaña Quetzal, de acuerdo a las metas programadas.

Es importante mencionar que no se contó con la información suficiente para desarrollar los puntos dos y cuatro, ya que no se tenía un registro profundo de las actividades de la Campaña desde sus inicios, ni la planeación estratégica para el siguiente año. No obstante, la información recopilada fue suficiente para lograr el objetivo general del trabajo.

Por último se debe aclarar que el documento que aquí se presenta expone la visión externa a los trabajos de la Campaña Quetzal, pero también sintetiza las opiniones, propuestas y sentir de los actores involucrado en su realización, así como las de los beneficiados. Ambas perspectivas indispensables para lograr un trabajo integral.

Marco conceptual

Entendemos el Desarrollo Social como la ampliación del conjunto de capacidades y herramientas que permiten a los individuos actuar libremente de acuerdo a su contexto. Esta visión difiere del Desarrollo Social como el cúmulo de valores económicos que alejan al sujeto de la línea de la pobreza, en el sentido en que además de cubrir las carencias materiales, las personas, necesitan contemplar capacidades que les permitan cumplir sus objetivos y los de sus comunidades³, por ejemplo estar saludable, bien nutrido, protegido de los elementos naturales y catastróficos, leer y escribir, estar aceptablemente informado, trasladarse de un lugar a otro con libertad y seguridad, ser respetado por todos, obtener un empleo, elegir representantes políticos, por mencionar algunos aspectos básicos.

Siguiendo esta línea, la investigación relacionada con el Desarrollo Social, más que enfocarse en las carencias de una persona, comunidad o grupo, lo hace en las capacidades existentes que dan soporte al sujeto para desenvolverse armónicamente y con libertad. Un concepto que permite dar cuenta de dichos elementos de soporte es el de Capital Comunitario, con el que nos referimos a los elementos o insumos con los que cuenta la comunidad para poder invertir en su desarrollo. Es decir, aspectos que de ser manejados adecuadamente pueden propiciar el desarrollo de la comunidad. Por ejemplo, impulsar la capacidad de las personas para asociarse es un factor que posibilita el crecimiento económico.

Además, el Capital Comunitario, permite condensar un **sin número** de factores que intervienen en el desarrollo de un individuo y/o de una colectividad. Para poder considerar esta multifactorialidad se manejan cuatro dimensiones: socio-cultural, humana, productiva y material o infraestructura. Ninguna de ellas se encuentra aislada.

³ Esta visión es trabajada por Amartya Sen, economista hindú premio Nóbel, y se sintetiza en el Índice de Desarrollo Humano utilizado por el Programa para el Desarrollo de la Naciones Unidas (PNUD).

Estas dimensiones están directamente relacionadas y se deben de entender como componentes de un capital único e integral.

Dimensión socio-cultural:

La capacidad de asociarse y trabajar colectivamente, así como a las costumbres y tradiciones.

Dimensión humana:

Hace mención de las herramientas y capacidades de los individuos para actuar y tomar decisiones libremente.

Dimensión Productiva:

Engloba los aspectos relacionadas a la producción y a las actividades económicas.

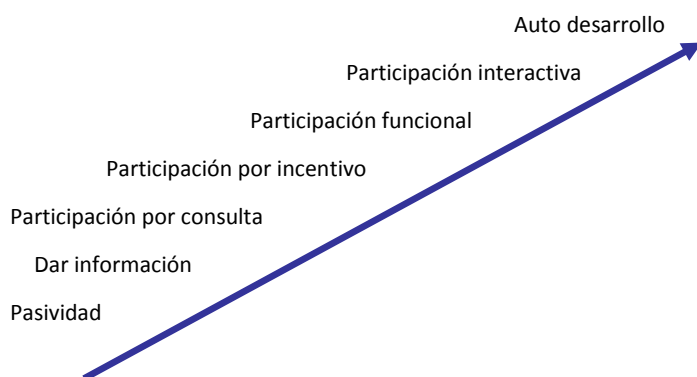
Dimensión Material:

Considera la infraestructura, servicios y espacios públicos existentes

Para poder medir el impacto de la **Campaña Quetzal** en las comunidades, se analizará cual es su aportación al Capital Comunitario de la región. En ese sentido, tendrá mayor repercusión en la dimensión humana por tratarse de un proyecto de educación, sin embargo es importante observar sus secuelas en las otras dimensiones. También se observará la presencia y vigencia de la Campaña en la comunidad.

Además, otra parte del trabajo se dedicará a observar el impulso que la Campaña ha dado la participación comunitaria con el objetivo de soportar los esfuerzos por conservar con actores locales. Con ello se contemplan los dos aspectos fundamentales de la Campaña Quetzal: el impacto en la comunidad de la labor educativa, y la promoción de la acción comunitaria por la conservación.

Por participación entendemos el proceso en que los individuos y las familias asumen responsabilidades con su bienestar y el de su colectividad⁴. También se manejará la escalera de la participación propuesta por Geilfus, para la comprensión de proceso de incorporación de la población en la toma y gestión de las decisiones de su comunidad.⁵



Pasividad: Las personas participan cuando se les informa; no tienen ninguna incidencia en las decisiones y la implementación del proyecto.

Suministro de información: Participan respondiendo a encuestas o preguntas de los externos, no influyen en el uso que se le da a la información.

Participación por consulta: Las personas son consultadas, pero sin tener incidencia sobre las decisiones que se tomarán a raíz de dichas consultas.

Participación por incentivos: Las personas participan proveyendo principalmente trabajo y otros recursos a cambio de ciertos incentivos (materiales, sociales o de capacitación); el proyecto necesita su participación, pero ellos no tienen incidencia en las decisiones del mismo.

Participación funcional: Las personas participan formando grupos de trabajo para responder a objetivos predeterminados por el proyecto. No tiene incidencia sobre la formulación de objetivos, pero se les toma en cuenta en el monitoreo y ajuste de actividades.

Participación interactiva: Los grupos locales organizados participan en la formulación, implementación y evaluación del proyecto o programa; esto implica procesos de enseñanza-aprendizaje sistemáticos y la toma de control en forma progresiva del proyecto.

Auto-desarrollo: Los grupos locales organizados toman iniciativas sin la intervención externa; las intervenciones se hacen en forma de asesoría solicitada o como socios reconociéndose los intereses de los diferentes grupos participantes y acordando cómo se colabora para un bien común.⁶

⁴ Conceptualización de Salomón Chertorivsky.

⁵ Conceptualización Fran Geilfus ; sistematización Silvia Villaseñor.

⁶ Villaseñor, Silvia Op. Cit.

Marco metodológico

El trabajo que aquí se presenta, es el resultado de la conjunción de variables cuantitativas con un extenso trabajo de campo. Más allá de las cifras que se puedan manejar, este estudio tiene una mayor inclinación por reflejar las experiencias y las visiones de quienes realizan la Campaña Quetzal y de sus beneficiarios. A través de esta combinación se busca contar con datos estadísticos que brinden un mapa general de las condiciones de las comunidades de la **Reserva el Triunfo** y, al mismo tiempo, profundizar en la percepción de la población sobre la Campaña.

Sin lugar a dudas estos dos aspectos -los “datos duros” y el trabajo de campo- brindan una visión general del marco socio-demográfico en el que se desarrolla la Campaña y muestran posibles caminos que puedan seguir sus estrategias de intervención.

Todos los datos cuantitativos manejados en el estudio fueron obtenidos del II Censo General de Población y Vivienda, 2005. Levantado por el Instituto Nacional de Población y Vivienda (INEGI). Se rescataron datos que informaran, en primer lugar, sobre la estructura poblacional de las comunidades y, en segundo término, sobre aspectos generales de cada una de las dimensiones del Capital Comunitario. En cuanto a los grupos poblacionales estos se definieron de acuerdo a las principales etapas de vida de las personas, poniendo especial énfasis en la niñez y la juventud ya que son los grupos poblacionales a los que se enfoca el trabajo de la Campaña. Los grupos son: población de 0 a 5 años (sólo cuantitativo), población de 6 a 14, de 15 a 24, de 25 a 64 y de 65 y más.

Para conseguir información sobre la percepción de cada segmento poblacional el diseño del trabajo de campo también se dividió en los mismos grupos, y se procuraba tener la opinión de por lo menos dos personas de cada uno en cada comunidad que se visitaba.

Las técnicas utilizadas para la recopilación de datos cualitativos fueron la entrevista cara a cara y la observación participante. Por la entrevista entendemos un intercambio de información entre dos personas, con un objetivo prefijado y una relación asimétrica entre el entrevistado y el entrevistador, siendo este último el que guía la interacción comunicativa. En este caso las entrevistas fueron semi-estructuradas⁷. Por su parte la observación participante se trata de una observación interna o participante activa, en permanente “proceso lanzadera” (que funciona como observación sistematizada natural de grupos reales o comunidades en su vida cotidiana), y que fundamentalmente emplea la estrategia empírica y las técnicas de registro cualitativas.⁸

Los resultados del trabajo de campo fueron condensados en un cuadro de análisis en el que se refleja la visión de la población en cuanto a la Reserva y la idea de conservación, así como de la Campaña Quetzal y su impacto. También se reflejaron en la bitácora de campo, en la que se apuntan aspectos generales observados.

En total se visitaron doce comunidades, seis del área de la Frailesca y seis de La Costa, las visitas tenían una duración de alrededor de dos horas, tiempo en el que se realizaban las entrevistas, se hacía la observación y se mantenían pláticas informales con la población. La elección de las comunidades se hizo en conjunto con el personal de La Reserva, de acuerdo a la accesibilidad y criterios de participación y problemáticas locales. Las comunidades visitadas fueron Custepec, Santa Rita, Plan de la Libertad, Capitán Luis A. Vidal y Laguna del Cofre en la Frailesca y Las Golondrinas, Rosario Zacatonal, Santa Rita las Flores, Solo Dios, Unión Pijijiapan y San Antonio Miramar en La Costa.

Tanto el análisis cuantitativo como el cualitativo están agrupados por regiones, a saber la Frailesca y La Costa. No se realiza el análisis global de la **Reserva el Triunfo** por que a nuestro parecer se dejaría de lado particularidades importantes de rescatar.

⁷ Fuente: http://club.telepolis.com/torrefdz/enfermo_y_licenciado8.htm y Villaseñor, Silvia Op. Cit.

⁸ Fuente: Delegado, Juan Manuel; Gutiérrez, Juan (coord.), “Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales”. Editorial Síntesis S.A. España: 1999.

Sobre la Observación Participante cabe mencionar que es una técnica antropológica que es aplicada para los fines de este estudio.

Por último, dentro del área cualitativa se tuvieron entrevistas con personal de La Reserva **el Triunfo**, con la finalidad de conocer su opinión sobre la Campaña y la capacidad institucional del equipo para desarrollar las estrategias de intervención.

ANÁLISIS COMUNITARIO

Presencia de la campaña quetzal y participación de la comunidad con la reserva y por la conservación.

La gran mayoría de la población que se entrevistó recuerda a la Campaña Quetzal como un evento entretenido, dirigido para niños y en el cual se tocan temas como cuidar los bosques y el agua y no matar a los pajaritos. En algunos casos los niños y jóvenes de secundaria recordaban personajes e historias con muchos detalles, pero en contraparte las personas adultas, sobre todo los hombres, no habían asistido a ver la Campaña por estar fuera de la comunidad en el momento de la presentación. En ese sentido si se puede apreciar una diferencia de género, ya que son las madres las que están más atentas a la Campaña por tener mayor relación con los niños y por estar presentes ya que se encargan de las labores del hogar.

No obstante que no toda la población ha participado en la Campaña si hay un reconocimiento colectivo de esta actividad, no siempre por su nombre o sus personajes, pero si la recuerdan por que es una obra de teatro en la que hay personas disfrazadas, es decir, por el espectáculo.

En general, la población ve a la Campaña Quetzal benéfica para la comunidad por los mensajes que inculcan en los niños. Entre los mensajes que más recuerdan son cuidar los bosques para evitar secas y derrumbes, e impedir la caza de animales para que las siguientes generaciones puedan disfrutarlos. Otra actividad mencionada es la comparación de las consecuencias que tendría en la comunidad el cuidado o no del medio ambiente.

La mayoría de las personas afirman que los mensajes de la Campaña Quetzal si se aplican en la cotidianidad, principalmente porque se involucran en otras actividades que realiza el

equipo de Reserva u otras instituciones, como por ejemplo la siembra de árboles o las brechas corta fuegos, sin embargo, los menores de 15 años sostienen que los adultos no hacen muchos caso a esa información y que mantienen algunos hábitos como tirar basura o cazar.

Algunas comunidades no se reconocen como parte de la Reserva el Triunfo –principalmente en la zona de la Frailesca– en esos casos se tiene la percepción de que El Triunfo es la montaña y que se debe de conservar. Se observa que la población participa en los trabajos de conservación ya sea por incentivos económicos, por mandato de la comunidad o por miedo a la autoridad, en algunos casos sin tener plena conciencia de la contribución que su esfuerzo da al medio ambiente. En ese sentido se observa distintos grados de toma de conciencia, por ejemplo en Santa Rita existe una fuerte presión de los pobladores por hacer uso de los recursos naturales, principalmente por abrir más tierras de cultivo; casos contrarios son le de Laguna del Cofre o Unión Pijijiapan donde se aprecia una mayor disposición por conservar y usar los recursos sustentablemente.

Al respecto cabe hacer otra diferenciación entre las comunidades más cercanas a las grandes cabeceras municipales (Ángel Albino Corzo, Pijijiapan, Mapastepec) y aquellas de difícil acceso, ya que las primeras en muchos casos no pertenecen a la zona de amortiguamiento por lo que ha existido un poco más de flexibilidad en lo que al uso de los recursos naturales se refiere y poseen mejor conectividad, lo que favorece el comercio local.

Para sintetizar la percepción general de la población sobre La Reserva y la Campaña Quetzal se elaboraron los siguientes cuadros analíticos.

Cuadro 1. Percepción general de las comunidades de la Freilesca.

Edad	Vínculos con la Reserva	Percepción de la Campaña Quetzal	Acciones para Conservar
6 a 14	Entre este grupo de personas predomina la idea de que la reserva es una montaña que se encuentra lejos de la comunidad.	Conciben a la campaña como un espectáculo en el cual juegan, bailan y les regalan cosas por participar. El principal mensaje que recuerdan es de no matar a los pajaritos. El nombre y los personajes de la campaña permanecen en su memoria.	Una de las acciones inmediatas que se reflejan después de la llegada de la campaña es que los niños tienen mayor conciencia por el cuidado de los animales, sin embargo con el transcurso del tiempo disminuye su sensibilidad.
14 a 24	La percepción que se refleja es de que la reserva se encuentra en la cima de las montañas y que en ella hay plantas y animales en peligro de extinción que hay que proteger.	A pesar de que no la identifican con su nombre como tal, recuerdan las actividades que realizan. El que se realice la campaña les parece muy divertido y los mensajes que se difunden generan gran beneficio en la conciencia por el cuidado de la naturaleza.	Entre las acciones que realizan para conservar sobresalen el evitar la caza e incendios y el cuidado por el agua, sin embargo el que tengan la idea de que la reserva se encuentra en la cima de las montañas repercute en los bajos niveles de conservación.
25 a 64	Una gran parte de este segmento de población identifica a la reserva como la zona núcleo, sin embargo una minoría saben que la comunidad es parte de la reserva y que es la zona de amortiguamiento.	Catalogan a la campaña como positiva, y comentan que gracias a ella el cuidado por su habitat ha incrementado. El nombre de la campaña lo relacionan con el equipo de la Reserva el Triunfo	Se organizan para evitar la caza, moderar la tala y los incendios que realizan en sus tierras. Cabe mencionar que en ocasiones lo hacen más por las represalias por parte de las autoridades que por conciencia.
65 y más	Señalan que la reserva se encuentra en la zona núcleo y que hay un campamento, sin embargo no saben que su comunidad es parte de ella .	Recuerdan que las actividades que realiza la campaña son muy buenas para divertir y educar a las personas, principalmente a los niños. Los mensajes que se difunden son de gran importancia para que en un futuro la naturaleza no se vea afectada.	Se organizan para moderar la quema y evitar la tala de árboles.

Cuadro 2. Percepción general de las comunidades de la Costa.

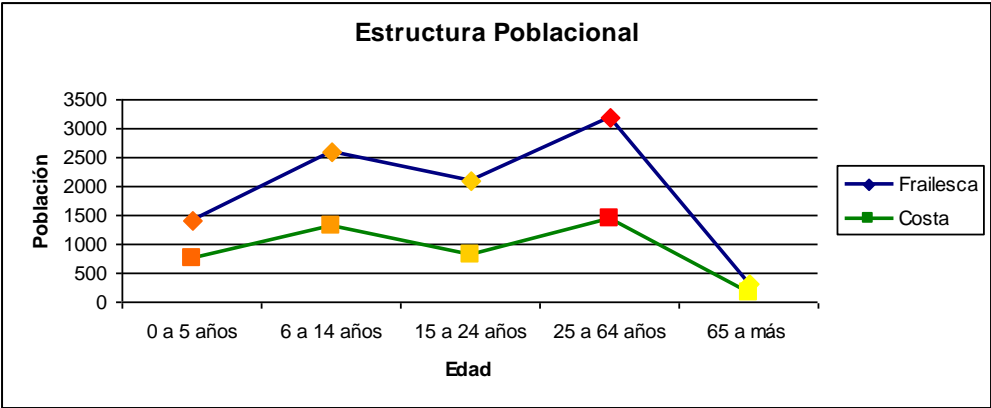
Edad/	Vínculos con la Reserva	Percepción de la Campaña Quetzal	Acciones para Conservar
6 a 14	Entre ellos predomina la idea de que la reserva está por encima de las montañas y que ahí vive el pavón y el quetzal.	A pesar de que reconocen el nombre y los personajes a la campaña la identifican como la fiesta que realizan las personas de La Reserva. Les agrada que realicen juegos y les regalen cosas. Recuerdan que el espectáculo se relaciona con el cuidado a los animales	Cuidan mas a los animales y no tiran basura en los ríos, al igual que en la zona Frailesca estas acciones son temporales.
14 a 24	Han escuchado hablar de La Reserva pero no saben donde se ubica. Saben que hay muchos animales y que no se permite la caza.	No la identifican por su nombre, recuerdan que han llegado personas disfrazadas a la comunidad y que hablan del quetzal. Les agrada el espectáculo y es muy divertido pero consideran que esta dirigido a niños de primaria.	Evitan cazar animales y tirar basura en los ríos.
25 a 64	Saben que la reserva son todas las montañas, a diferencia de la zona Frailesca en gran parte de las comunidades saben que ellos son parte de ella.	Señalan que la Campaña es muy buena y que los mensajes son de gran importancia para el cuidado del medio ambiente. Con la llegada de la campaña las personas son más concientes y tratan de no realizar actividades que afecten a la reserva.	Ya no realizan quemas en sus tierras, recolectan y separan la basura. En cuanto a la caza algunos comentaron que tienen problemas ya que no todas las personas dejan de cazar.
65 y más	Entre este grupo de población es sobresaliente el reconocimiento y ubicación de la Reserva. Saben que en las zonas núcleo se encuentran diferentes especies de animales y plantas que están en peligro extinción.	No reconocen a la Campaña por su nombre, sin embargo las actividades son bien recordadas. Les parece indispensable que se difunda esta información ya que las personas se están acabando los montes.	Se organizan para moderar la quema y evitar la tala de árboles. En algunas comunidades moderan la alimentación del ganado.

Independientemente de los niveles de participación, en todas las comunidades se aprecia que los habitantes han recibido vasta información acerca de la importancia de la conservación y de las consecuencias de la devastación ambiental. También se observa la participación en programas y proyectos impulsados por instancias externas a la comunidad, pero no se ha logrado dar el paso a una participación más activa en la que la población tome las riendas de las decisiones y los procesos.

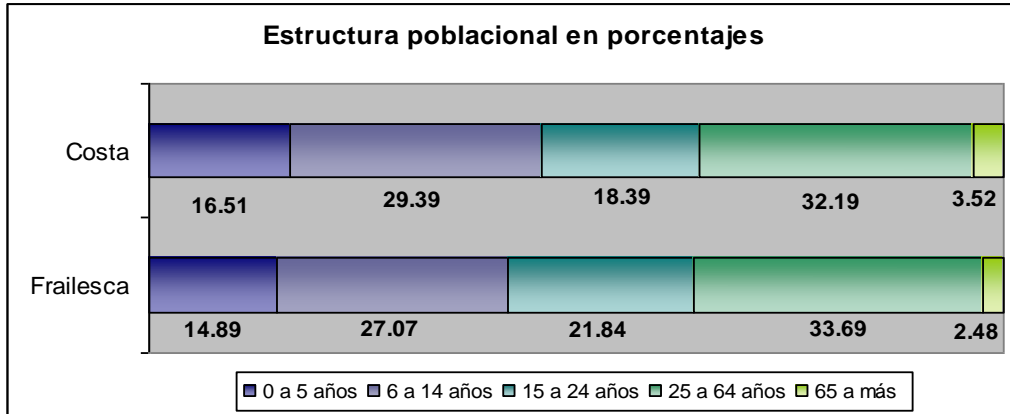
Impulsar los procesos participativos tiene consecuencias positivas como el auto-desarrollo y la optimización de los recursos humanos y financiero, ocasionando finalmente que las acciones se concluyan y tengan los resultados esperados. La Campaña Quetzal, en la medida que sea un medio de comunicación eficaz de La Reserva, podrá ser un catalizador de estos procesos, sobre todo cuando logre involucrar a toda la comunidad.

Si bien la Campaña está dirigida a todos los sectores poblacionales, sus actividades se enfocan principalmente en los niños lo que disminuye su potencial de impacto. Como se puede observar en la gráficas uno y dos hay grupos con los que no se trabaja, principalmente el sector de 15 a 24 años, que tampoco se ve incluido en otros proyectos que realiza La Reserva.

Gráficas 1 y 2. Estructura poblacional de las comunidades de la Biosfera del Triunfo.⁹



⁹ Fuente: INEGI, II Censo de Población y Vivienda, 2005. Elaboración propia.



Los materiales de difusión tienen gran relevancia por dos motivos: son el mecanismo esencial para la permanencia de los mensajes de la Campaña y son una vía de comunicación entre La Reserva y las comunidades. Por eso es imprescindible que la información que manejen sea atractiva, importante, accesible, útil y su diseño atractivo, además de que se mantengan vinculados con las presentaciones públicas y se elaboren para grupos específicos, como en el caso de los “libros vaqueros” para jóvenes y adultos.

A la fecha La Reserva a creado muchos materiales de acuerdo a las diferentes temáticas que cada año se han tocado, sería importante que existan espacios en los que estén recopilados y puedan ser consultados ya que no tienen mucha visibilidad en las comunidades. Los que más se recuerdan son aquellos que tienen una utilidad como las mochilas y las gorras, y aunque los cuentos han gustado no los conserva mucho la gente.

Por otro lado, es necesario replantear si se debe de cambiar de tema anualmente o profundizar en aspectos más puntuales con información acumulativa. El cambio anual de tema permite exponer un panorama general de La Reserva y la conservación, mientras el segundo caso posibilita generar mayores impactos en temas específicos y llevar mayor seguimiento y continuidad. Al respecto, cabe señalar que muchos de los temas que han sido abordados por la Campaña no fueron nombrados durante las entrevistas a la población.

Finalmente, otro punto para reflexionar son los espacios, duración y tiempos. Si bien utilizar los espacios comunes es una fortaleza de la Campaña, es notorio que una carencia es prolongado lapso entre una visita y otra, por eso debería de analizar las posibilidades de que la estancia durara más tiempo y por lo tanto se trabajara en más espacios, y que se realizaran por lo menos dos visitas al año a cada comunidad.

Aportación de la Campaña Quetzal al Capital Comunitario

Dimensión Socio-Cultural

Las comunidades que se encuentran en La Reserva se localizaban ahí previamente a la conformación institucional de **el Triunfo**. La aplicación del Programa de Manejo en la zona ha tenido como una de sus consecuencias el cambio de hábitos cotidianos, de formas de producción y consumo que prevalecían por otros más sustentables. Este proceso de transformación no es inmediato y tiene un elevado nivel de complejidad por la dificultad de su aprehensión. En las comunidades en las que hay una mayor migración –como Santa Rita– el proceso encuentra aún más obstáculos.

Gráfica 3. Migración en la Frailesca.



Gráfica 4. Migración en la Costa.¹⁰



La Campaña Quetzal ha sido una herramienta muy valiosa para sensibilizar a la población y abrir espacios para lograr este cambio, que fundamentalmente es una modificación de valores y actitudes. En ese sentido, el impacto de la Campaña será más evidente al largo plazo conforme las poblaciones de niños involucrados tengan, en un futuro, la oportunidad de tomar decisiones en su comunidad.

¹⁰ Fuente: Ídem. Elaboración propia.

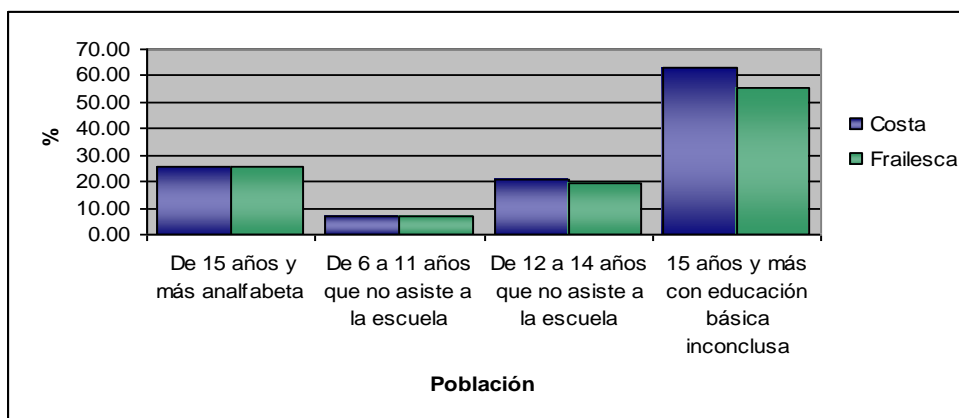
Además, la Campaña, por su larga historia de trabajo en las localidades goza de la presencia y credibilidad suficiente para ser un punto de partida para generar nuevos proyectos de conservación.

Por otro lado, la Campaña también se ha consolidado como un espacio de entretenimiento que rompe la rutina de las comunidades, lo cual, si bien no es su objetivo, sí es una gran fortaleza ya que la hace más atractiva. Es muy importante que no se rompa esa dicotomía entre educación y entretenimiento.

Dimensión Humana

Es, sin duda, la Dimensión del Capital Comunitario en la que la Campaña Quetzal tiene mayor impacto por ser una estrategia de educación no formal. Sobre todo cuando se analiza la carencia de oportunidades para acceder a los ámbitos formales de educación, que serían los espacios clásicos para la formación **ambiental**. En ese sentido la Campaña juega un papel fundamental en la consolidación de la conciencia ambiental de niños y jóvenes, pero para extender ese impacto se deben de fortalecer los lazos con las escuelas de la zona, incluso estableciendo programas de trabajo conjunto.

Gráfica 5. Panorama educativo¹¹



¹¹ Fuente: Ídem. Elaboración propia.

Resalta de la gráfica 5 que muchos jóvenes de nivel **secundaria** dejan de asistir a la escuela y que la mayoría de la población se encuentra en rezago educativo, esto debe de ser contemplado por la Campaña. En primer lugar estableciendo estrategias para continuar con la formación ambiental de este grupo de jóvenes y, en segundo lugar, elaborando materiales de difusión que sean de fácil acceso para la población.

Además, se observó que el grupo de jóvenes tiene interés por participar en actividades de conservación, lo que beneficiaría a la Campaña Quetzal en tener promotores locales y a los jóvenes en ver elevado su conocimiento sobre el medio ambiente y su capacidad de organización.

Otro aspecto de la Dimensión Humana en el que la Campaña Quetzal puede intervenir es impulsando proyectos dirigidos a resolver otras necesidades de la población que no son contempladas por el resto de actividades de La Reserva, como son la formación integral y la salud por ejemplo. En estos casos, las acciones que se propongan deben de planearse y ejecutarse siempre desde la óptica de la conservación, así como utilizar los materiales de difusión como apoyo para su realización.

Dimensión Productiva

En lo que refiere a las actividades económicas de la zona la Campaña Quetzal no ha tenido tanta influencia, principalmente porque otras actividades del Equipo de la Reserva se enfocan a ellas. La principal aportación en este rubro es el año en el que se tocó el tema del café orgánico.

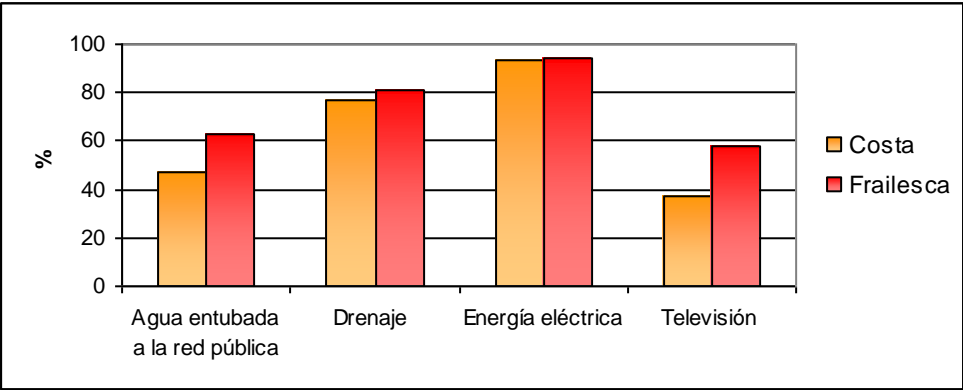
Sin embargo también es un área de oportunidad para la Campaña, ya que si enfoca su atención en alguna actividad productiva como la Palma Comedor puede generar información de mucha utilidad, tanto para las comunidades, como para el equipo de La Reserva.

En ese sentido la coordinación con otras áreas de La Reserva sería fundamental, lo que implicaría que los promotores de estas áreas se formaran como educadores ambientales y a su vez el personal de la Campaña tuviera los conocimientos mínimos sobre esos temas.

Así mismo se abriría una puerta para relacionarse con otros grupos de productores de la región, con lo que se podría intercambiar información y experiencias además de establecer programas conjuntos.

Dimensión Material

La relación de la Campaña Quetzal con esta Dimensión se da en menor medida, sin embargo a través de los mensajes que se difunden, las personas han adquirido conciencia y han modificado las dinámicas para tener acceso a servicios básicos.



Como se puede observar la mayoría de las personas cuenta con los servicios básicos sin embargo por lo que se pudo percibir el acceso a los servicios lo han realizado tomando en consideración la conservación del medio ambiente, por ejemplo el saber que el agua es un generador de energía y esencial para la vida hace que tomen mayores precauciones por su cuidado.

Otro aspecto importante de señalar en relación a esta dimensión, es que entre las personas se ha generado una conciencia por no tirar basura en las calles, prueba de ellos es que durante nuestro recorrido se pudo apreciar que las calles están limpias, que las personas han designado lugares que utilizan como basureros, además separan la basura.

Algunos hechos que se han impulsado con la llegada de la Campaña es que los espacios recreativos están limpios y en buen estado, en algunos casos hay botes de basura en las calles, además en las casas de salud se realizan pancartas con mensajes de conservación.

Cabe mencionar que un ámbito de la dimensión material en el que la campaña quetzal puede influir es en la difusión de mensajes de conservación a través de letreros colocados entre las calles de la comunidad.

Análisis del equipo

En el presente apartado se expondrán los resultados obtenidos de las entrevistas que se realizaron al personal de La Reserva, entre los que se encuentran los encargados de llevar a cabo la Campaña Quetzal. Las entrevistas se realizaron en los dos centros operativos: Independencia y Mapastepec, y en las oficinas de Tuxtla Gutiérrez.

Los integrantes del equipo de la Reserva de la Biosfera del Triunfo reflejan un gran compromiso y disposición para realizar su trabajo e interés por que los programas implementados en las comunidades, entre ellos la campaña quetzal, cumplan con los objetivos establecidos por la institución.

A pesar de esta fortaleza, es notable un distanciamiento entre los coordinadores y técnicos de los programas y el personal **que realiza** la Campaña, es decir, aún cuando en los programas se difunden mensajes que contribuyen a la educación ambiental, la relación con las actividades de la campaña es mínima, lo cual repercute en **el impacto** que se genera en las comunidades.

En este sentido, cabe señalar que la vinculación de la Campaña con cada uno de los diferentes programas es primordial, ya que al relacionar los mensajes de la Campaña con las actividades de los programas tendrá un efecto positivo en la vida cotidiana de las comunidades. Por ejemplo, si el mensaje es la conservación de los suelos y la actividad del programa es realizar compostas para la producción de café 100% orgánico, el conocimiento adquirido será puesto en práctica cotidianamente.

En cuanto al personal de La Reserva, éste cuenta con diferentes perfiles formativos, sin embargo es sobresaliente la presencia de aquel encaminado al estudio de los recursos naturales. Sin embargo para el desarrollo de la Campaña es necesario integrar a personas que cuenten con una formación inclinada a los ámbitos sociales como la psicología,

pedagogía, comunicación y sociología entre otras disciplinas que podrían beneficiar considerablemente las acciones que se realizan en las comunidades.

Por lo que concierne a la puesta en práctica de las actividades de la Campaña, las acciones se han concentrado en atender a un grupo específico de la población (los niños), lo cual hace suponer que la campaña se ha convertido en un sinónimo de visitas y eventos escolares, mientras que toda la gama de técnicas y actividades que se pueden realizar con diferentes segmentos de la población queda sin ser considerada.

Un aspecto a considerar de gran importancia y que surge de los comentarios de las personas entrevistadas en las comunidades, es la necesidad y deseo de incrementar la presencia de la Campaña en las localidades, sin embargo, no se han desarrollado las acciones enfocadas a superar o cubrir esta necesidad.

Aunado a esto las actividades y dinámicas de la campaña han cambiado desde sus inicios, haciendo cada vez más urgente la definición de un plan estratégico que defina nuevamente los objetivos, metas, metodologías y criterios pedagógicos. La planeación profunda (más allá del POA) disminuirá los obstáculos e incrementará significativamente el impacto de la campaña.

En ese sentido, tampoco existen formatos de evaluación continua y seguimiento en los que queden explícitas cada una de las actividades realizadas y por realizar, por lo que elaborar mecanismos que contemplen y midan cada una de las acciones a través del tiempo contribuirá a reducir las amenazas y dificultades a las que se enfrenta la campaña lo cual por ende permitirá identificar las oportunidades e incrementar sus fortalezas. Además, llevar en orden este archivo facilitará la sistematización del programa y dará transparencia y confianza a los actores que apoyan la Campaña Quetzal.

La planeación estratégica, junto con los archivos históricos, permitirán elaborar un documento coherente de presentación de la Campaña Quetzal que contenga información general del programa, y que sirva para difundir las actividades que se realizan y buscar nuevas fuentes de financiamiento.

El financiamiento permitirá contrarrestar las grandes dificultades y carencias a las que se enfrenta el equipo de la Campaña Quetzal, sobre todo si hablamos de presupuesto y capital humano, que han sido superadas gracias a la disposición de los compañeros para realizar actividades que no precisamente sean relacionadas con su trabajo, pero sí con las necesidades propias de la Campaña. Este hecho ha generado que a pesar de todos los inconvenientes a los que se enfrentan, el grupo tenga la capacidad de salir adelante las adversidades.

Finalmente es importante mencionar que debe existir una buena comunicación entre La Reserva y otras instituciones relacionadas con el medio ambiente, ya que les permitirá unir esfuerzos y el impacto de la Campaña se verá beneficiado.

Conclusiones

A partir del análisis realizado, se han identificado 6 aspectos específicos que condensan la situación de la Campaña Quetzal de acuerdo a la percepción de la población beneficiada, del personal de La Reserva y la visión externa. A través de estos puntos se reflejan los diferentes apartados del presente documento:

1. La Campaña Quetzal es reconocida por prácticamente la totalidad de la población de las comunidades, sin embargo sus mensajes no permanecen en el mediano y largo plazo.

Ya sea por su nombre, sus personajes o sus actividades la Campaña Quetzal es reconocida en las comunidades. Sin embargo sus mensajes no han sido apropiados del todo por la población, corriendo el riesgo de quedar como una actividad lúdica y de entretenimiento, desvirtuando así su objetivo de crear conciencia ambiental.

Un soporte para que los mensajes de la Campaña perduren ha sido las otras actividades que realiza el equipo de La Reserva.

2. La participación de la comunidad en la Campaña Quetzal se limita al aspecto informativo.

Aunque algunas personas colaboran en el desarrollo de las actividades de la Campaña cuando se presenta, pero en la mayoría de los casos su intervención no se lleva más allá de ese momento y se limita a la observación. Sin embargo lograr su participación constante tendría múltiples beneficios para la Campaña, para la reserva en términos de conservación y por ende para la comunidad.

Además involucrar a personas de la comunidad en la Campaña podría ser un punto de partida para otros proyectos.

3. La Campaña Quetzal es un medio de comunicación local que no se ha explotado en su totalidad.

Como programa para difundir información sobre educación ambiental ha tenido buenos resultados, sin embargo por la convocatoria que tiene y la historia de trabajo en las comunidades, podría consolidarse como una mejor vía de comunicación para los programas y actividades de la reserva. En ese sentido, los materiales de difusión no han logrado tener la permanencia necesaria para generar mayor impacto.

4. El mayor impacto de la Campaña Quetzal se ha dado en las dimensiones Humana y Sociocultural del Capital Comunitario.

Por ser una campaña de educación ambiental no formal, tiene mayor impacto en la formación de capacidades y habilidades individuales, en el caso de la Campaña para la conservación y el uso sustentable de los recursos naturales. Lo que repercute directamente en la Dimensión Humana. En lo concerniente a la Dimensión Sociocultural ha sido un factor importante para sensibilizar a la población sobre los cambios producidos por la institucionalización de la Reserva de la Biosfera del Triunfo.

5. La Campaña Quetzal no cuenta con los recursos humanos y financieros necesarios.

En miras del fortalecimiento de la Campaña Quetzal, será necesario incrementar los recursos que le permitan desarrollar con mayor eficiencia sus actividades y lograr el cumplimiento de sus objetivos.

6. No hay información actualizada sobre la Campaña Quetzal.

No se cuentan con un archivo histórico de actividades, una planeación estratégica y un documento de presentación. Los tres necesarios para el buen funcionamiento del programa.

Recomendaciones

Las recomendaciones que aquí se exponen están encausadas en dos líneas: cómo elevar el impacto de la Campaña en la comunidad y el fortalecimiento institucional del equipo.

Son propuestas independientes una de otra, pero de ser puestas en práctica en conjunto se logrará un modelo de trabajo integral. Las recomendaciones son:

1. Impulsar la participación activa de todos los segmentos de la población en las actividades de la Campaña Quetzal.

El primer paso para lograrlo es acercar la Campaña a los diferentes segmentos de población, con actividades diseñadas para cada grupo y realizadas en espacios y horarios accesibles para ellos.

Las actividades, en un principio, deben ir enfocadas a la sensibilización de la importancia de conservar el medio ambiente y del valor de la participación comunitaria. Para que, en un segundo momento, estas personas se integren a algún programa en marcha de La Reserva, sean apoyo de la Campaña Quetzal o realicen actividades por su cuenta (en su caso con apoyo y asesoría del personal de la reserva).

2. Vincular la Campaña Quetzal con otros programas de La Reserva y con otras instituciones.

Tanto para los programas de la Reserva como para la Campaña, una buena coordinación entre ellos potenciaría sus resultados. Para lograr la coordinación necesaria se recomienda se establezcan los acuerdos y mecanismos de trabajo desde la planeación, y no se improvise en la marcha. Los compromisos de cooperación también se deben definir de

manera conjunta, ya que pueden ir desde dar pláticas o talleres hasta elaborar materiales de trabajo para un tema específico.

Otra vía para la coordinación de esfuerzos es que el personal de La Reserva tenga los conocimientos básicos sobre educación ambiental, de manera que en sus actividades pudieran replicar los mensajes que se exponen en la Campaña Quetzal. Así mismo el personal de la Campaña la información sobre las actividades de sus compañeros para poder aplicarla en sus presentaciones.

En cuanto a la relación con otros actores, es muy importante que se estrechen lazos con las autoridades educativas de la zona de manera que en el salón de clases se pueda dar seguimiento a los temas vistos en las presentaciones de la Campaña. Así mismo establecer convenios de capacitación y colaboración.

3. Fortalecer la Campaña Quetzal como medio de comunicación local.

Un elemento que impulsa la participación es la comunicación. Muchas veces conocer experiencias positivas en otros lugares ánima a las personas a involucrarse en algún proyecto o actividad. Así mismo tener información periódicamente sobre los sucesos en la **el Triunfo** puede despertar mayor interés en la población. En ese sentido, la Campaña Quetzal podría consolidarse como un puente informativo entre las comunidades y entre las comunidades y La Reserva. Sería preciso definir los espacios, mecanismos y medios de comunicación.

4. Variedad de temáticas.

Independientemente de si la Campaña trabaja con grupos específicos, otra recomendación es que no haya un único tema anual para todo la reserva, sino que se tengan varios temarios de acuerdo a las necesidades y motivaciones de las comunidades.

Así mismo ser flexibles en la temporalidad de los mismos, de manera que si una comunidad se encuentra en un proceso productivo puede ampliar sus conocimientos sobre este a través de la Campaña.

Para poder acercar lo más posible todos los temas a todas las comunidades (aunque no sea a través de las presentaciones de la Campaña), otra propuesta es crear espacios en donde se puedan consultar todos los materiales que se generen.

5. Incremento de recursos humanos y financieros.

Un aspecto a considerar para el fortalecimiento de la Campaña, es extender las visitas a las comunidades por más tiempo y hacerlas más frecuentemente. Un requerimiento para ello es contar con los recursos necesarios. En el área de recursos humanos sería importante que quien se integre al equipo tenga un perfil a fin al trabajo social, ya sea antropólogo, sociólogo, comunicólogo, entre otros.

6. Elaborar documentos base.

Es necesario que la Campaña cuente con tres documentos base: 1. La planeación. Se propone que sea una planeación en la que participe el personal involucrado de la Reserva, entiéndase el personal de la Campaña, aquellos con los que se coordinará y personal de dirección. En la planeación se deben de definir los objetivos y la visión en dos años, para delimitar el camino que se debe de seguir, ya sea con la metodología de la Planeación Estratégica o la del Marco Lógico. 2. Se deben de definir formatos de seguimiento y evaluación continua, de manera que se cree el archivo histórico de la Campaña Quetzal para posteriores evaluaciones de impacto y sistematización de las labores. 3. Proyecto de presentación en el que se describa las líneas generales y etapas del proyecto.