

XII Trobada d'equipaments i programes d'Educació Ambiental i Ús Públic de la Xarxa de Parcs Naturals

L'educació ambiental com a eina per a la regulació de l'ús públic

Conclusions del debats

Des del punt de vista de l'educador/a ambiental

- Cal entendre les estratègies en educació ambiental com un procés a llarg termini. La comunicació que s'emeti ha d'arribar a diferents sectors de públic i caldrà tenir-los en compte .
- Atendre l'ús públic demana, a cops, respostes immediates que l'educació ambiental no disposa, atès que és un procés més lent. És per això que cal buscar estratègies adequades on no només s'informi, sinó que també es "formi" (sensibilitzi) el visitant.
- L'educació ambiental no s'adreça només als infants o a l'educació formal. Abraça totes les edats. I pel que fa al públic escolar, es denota una pèrdua de valors en la seva relació amb la natura, degut a múltiples causes. Cal ajudar que la poblacions locals que faci l'espai.
- Cal entendre que un informador/informadora no és el mateix que un educador/educadora ambiental. I que la professió d'aquest darrer, no està plenament reconeguda. Per tant cal treballar per al seu coneixement social i estabilització laboral.
- Cal reflexionar, amb esperit crític, sobre els missatges emesos des de la mateixa administració o òrgans gestors que fan més un "efecte crida" de visitants sense tenir en compte els paper que pot jugar la població local. També en l'àmbit de la informació *strictu sensu*, les xarxes socials poden ser unes bones aliades si s'empren correctament.

Des del punt de vista dels processos participatius

Pel que fa a la governança

- Els processos participatius generen missatges positius entre participants, especialment entre la població local.
- Sempre s'és a temps d'iniciar un procés participatiu.
- Els processos participatius són necessaris perquè permeten la governança compartida.

Pel que fa a l'educació ambiental

- El mateix procés de participació ja és una potent eina d'educació ambiental.
- Cal fer pedagogia de com han de ser aquest processos
- Els programes escolars que es fan a la natura són un element de sensibilització ambiental amb efectes multiplicadors.

Pel que fa la participació

- Els processos participatius generen espais creatius i de reflexió per canviar i intercanviar les mirades que tenim sobre una mateixa realitat.

- Interessa compaginar aquest processos que fan pedagogia amb elements de contenció que promoguin, ni que sigui involuntàriament, la hiperfreqüentació.
- En els processos participatius s'haurien d'incloure els mitjans de comunicació.

Des del punt de vista del turisme

- El turisme no és un problema *per se*; però si ho poden ser les actituds dels visitants (i també la població local que es poden creure's amb uns "drets adquirits" mal entesos) si no hi ha una planificació prèvia o acompanyament en el territori.
- Cal establir accions per diversificar la freqüentació i desestacionitzar les visites en el territori. Una bona acollida dels visitants per part de les empreses implicades i feta de forma coordinada entre elles és clau per donar valor a un territori.
- Cal desenvolupar plans d'acollida que es facin coordinadament des dels ens gestors dels espais protegits amb els agents territorials (i entre aquests, els informadors). Seran ells qui diran que cal destacar i sobre què informar.
- És necessari disposar d'un grup d'informador ben formats als principals accessos dels espais protegits o indrets de màxima freqüentació per tal de difondre valors mediambientals i corregir conductes.
- Cal fer una regulació d'accessos en certs espais i indrets singulars. Aquesta regulació pot ajudar que el visitant faci una planificació prèvia de la seva visita, informant-se prèviament en webs o xarxes.

Des del puny de vista de la comunicació

- Cal escollir missatges breus i canals adequats; emprant sempre un llenguatge clar. La comunicació ambiental s'entén com una cursa de fons on cal explicar bé "els perquès" de les accions i les alternatives a les regulacions que s'estableixin; sempre coneixent i analitzant d'antuvi la diversitat de públics. Sovint és millor informar poc i bé; que molt i de forma dispersa; i centrar-se en les bones pràctiques que no només en els reclams turístics.
- En el procés comunicatiu cal buscar sempre aliats i prescriptors del territori (*stakeholders*) en els diversos àmbits sectorials implicats, que ajudin a fer d'altaveu en els missatges i consells a emetre. Cal entendre que la figura dels informadors poden ser també actuar com a educadors.
- Els difunts òrgans gestors d'espais naturals haurien de tenir en el seu cos tècnic professionals de la comunicació ambiental i/o el marketing turístic (i potser altres professionals vinculats a l'antropologia o sociologia) que ajudin a canalitzar i adequar els missatges. La millor comunicació és la que és transversal.