

Foto: Luisina Mezquita

CO-CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL MANEJO SOSTENIBLE DEL CAMPO NATURAL: el caso Glencoe Experimento a Largo Plazo (GELP)

Ing. Agr. Rocío Leivas¹,
Téc. Luisina Mezquita²,
Lic. Cs de la Com. Mág. CTS Cecilia Marrero³

¹Técnica Sectorial – INIA Tacuarembó
²Unidad de Comunicación y Transferencia de Tecnología – INIA
³Consultora CitrinoCyR

En este artículo se describen los puntos claves y aprendizajes de la estrategia de comunicación del experimento de largo plazo GELP, creada en forma colaborativa junto a productores y técnicos participantes del grupo de apoyo.

INTRODUCCIÓN

En Uruguay, el campo natural es un ecosistema fundamental. Ocupa el 60 % de nuestro territorio y es la base de nuestra ganadería. El campo natural nos brinda servicios ecosistémicos vitales y ofrece oportunidades de recreación, eco-turismo, educación y preservación de nuestro patrimonio, siendo un recurso invaluable para nuestro país. INIA Tacuarembó co-diseñó una

estrategia de comunicación para alinearse a los objetivos del “Glencoe Experimento a Largo Plazo de Campo Natural” (GELP). La estrategia está orientada hacia la sostenibilidad de los vínculos, la participación de las partes interesadas y la medición de las acciones.

Entre abril y diciembre de 2023 los integrantes del GELP estuvieron desarrollando en forma colaborativa la estrategia de comunicación del experimento junto a

Revisión del artículo: Asist. Ejecutiva Zenia Barrios.

la asistencia técnica de Cecilia Marrero. En este artículo se describen los puntos claves de la co-creación de la estrategia y los aprendizajes.

¿QUÉ ES EL GELP?

El “Glencoe Experimento a Largo Plazo” (GELP) busca responder la interrogante sobre cómo intensificar de forma sostenible el manejo del pastoreo para aumentar la producción en sistemas basados en campo natural. Sus objetivos generales son: 1) entender cómo diferentes estrategias de manejo del pastoreo pueden impactar en la producción animal y en los servicios ecosistémicos a largo plazo; 2) simplificar el manejo de sistemas ganaderos basados en campo natural; y 3) integrar a la comunidad científica y ganadera en una plataforma colaborativa de investigación y aprendizaje.

El proyecto involucra a un grupo de apoyo conformado por productores y técnicos expertos en el manejo del campo natural. El grupo de apoyo tiene un papel esencial en el seguimiento, monitoreo y comunicación de resultados.

El GELP no apunta a comparar sistemas de pastoreo, ni espera obtener resultados inmediatos. Es un compromiso a largo plazo para preservar y mejorar el campo natural.

¿PARA QUÉ ES IMPORTANTE CREAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL EXPERIMENTO?

El diseño e implementación de una estrategia de comunicación para el GELP es importante por su contribución con el logro de los resultados a corto, mediano y largo plazo. Contribuye a que el público, tanto interno como externo al proyecto, genere confianza, comparta sus inquietudes, maximice oportunidades y proponga soluciones. En este sentido, la comunicación es sentida como un proceso de diálogo constante y no como un producto, rescata saberes de todos los participantes y es un proceso abierto que identifica expectativas y nuevo conocimiento colectivo.

El abordaje de la co-creación en el diseño de la estrategia permitió fusionar diversos conocimientos para percibir los problemas desde el saber científico y el cotidiano. La participación de todos los actores involucrados (dirección, equipo coordinador del GELP, equipo de campo de la Unidad Experimental Glencoe, Unidad de Comunicación y Transferencia de Tecnología, técnico sectorial y grupo de apoyo) fue clave para la definición de roles, funciones y acciones de la estrategia.

En el análisis de la comunicación del proyecto se identificaron oportunidades como: construcción de una identidad visual del experimento, identificación de roles y funciones de los participantes, mejora del proceso de toma de decisiones y la retroalimentación; así como la

creación de un sistema de medición y seguimiento de resultados. Estos aspectos inciden en el clima laboral, en el uso efectivo de canales de comunicación y en la planificación de acciones.

CREACIÓN DE LA IDENTIDAD VISUAL

La creación de la identidad visual para el GELP fue un paso crucial en la estrategia de comunicación. Ésta no solo sirve como una representación gráfica del proyecto, sino que también desempeña un papel fundamental en la construcción de un lenguaje unificado que facilite la comunicación y genere reconocimiento en el público. La creación de la identidad visual del experimento se llevó a cabo mediante talleres semanales, en los cuales se propició una colaboración activa para co-crear los diseños. Se fomentó la participación conjunta, permitiendo que diversas perspectivas y habilidades convergieran en un proceso creativo compartido.

Con la identidad visual definida, se integraron sus elementos gráficos en diversos materiales de difusión. El diseño de la identidad visual desempeña un papel crucial en la construcción de la marca del proyecto, permitiendo generar reconocimiento y confianza. Además, permite facilitar la asociación del proyecto con sus objetivos a largo plazo. Por lo tanto, no tiene un fin meramente estético, sino que es una parte esencial de la estrategia de comunicación del GELP, fortaleciendo la coherencia en la comunicación y facilitando la conexión con sus audiencias, contribuyendo a la sostenibilidad del experimento a largo plazo.



Foto: Luisina Mezquita

Figura 1 - El equipo coordinador dialoga con el Grupo de Apoyo en la recorrida del experimento.



Figura 2 - Jhonatan Gularte, auxiliar de investigación junior, presentado manejos realizados en el experimento de largo plazo.

LA ESTRATEGIA Y SUS COMPONENTES

Anteriormente, nos referimos a que la estrategia se diseñó desde un enfoque de co-creación entre diversos públicos involucrados, quienes orientaron sobre los roles, los procedimientos, los mensajes, las acciones y las metodologías del proceso. Se hizo hincapié en la construcción de vínculos duraderos, la participación inclusiva y el monitoreo de objetivos, metodologías y acciones implementadas.

En los primeros pasos de la construcción de la estrategia, además de la identidad visual, se trabajó en análisis de clima, efectividad de los canales y retroalimentación de los públicos. Se creó un lienzo de público interno y externo y se proporcionaron espacios de fortalecimiento de capacidades internas para la implementación de acciones de comunicación, reconociendo el conocimiento endógeno y el ensayo de escenarios futuros. Además, se realizaron diversas jornadas de fortalecimiento de capacidades y sensibilización junto al área de Desarrollo de Capital Humano de INIA Tacuarembó en la Unidad Experimental Glencoe.

La estrategia de comunicación del GELP contiene tres componentes:

- 1 - Se basa en generar condiciones de diálogo, de participación y de compromiso para garantizar la sostenibilidad del GELP.
- 2 - Consiste en generar y sostener la participación del grupo de apoyo.
- 3 - Consiste en comunicar los resultados del GELP a los públicos interesados.

En la estrategia se definieron los roles estratégicos y operativos de las personas relacionadas al GELP, se diseñaron mensajes claves, un calendario de actividades y un sistema para el monitoreo y evaluación de indicadores.

Por último, se comunicó la estrategia al público interesado, se implementaron las primeras acciones y se ejecutó una segunda medición de indicadores al cierre del acompañamiento técnico.

LOGROS CLAVES

Los principales logros de crear una estrategia de forma colaborativa entre los actores fueron:

- Desarrollo de herramientas para gestionar la comunicación con los públicos internos y externos que apelan a generar diálogos honestos y creativos con roles y funciones definidos y mecanismos de retroalimentación.
- Desarrollo de herramientas para sostener un clima adecuado, efectividad de canales y retroalimentación interna y con grupo de apoyo, con planificación co-creada.
- Creación de un método para medir y analizar indicadores.

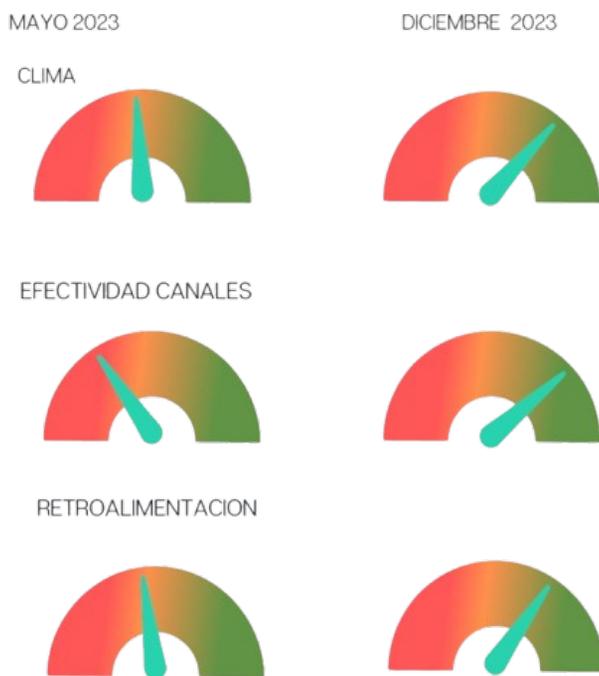


Figura 3 - Medición realizada al inicio y al final del proceso. Se visualiza la mejora en el clima, la efectividad de los canales y la retroalimentación.

CONCLUSIÓN

La estrategia de comunicación para el GELP fue co-creada con los participantes y todas las acciones programadas fueron validadas. Se valoró positivamente la definición de roles y flujos de comunicación en los procesos del experimento. Se reconoció la importancia de sostener los vínculos y mantener un clima adecuado con los públicos internos y externos; así como el diálogo y la medición para cumplir las metas.

El equipo coordinador no solamente tiene un rol operativo sino estratégico en la construcción de mensajes claves, relaciones públicas y liderazgo de equipos para mantener motivados hacia la participación y la difusión colectiva de los resultados del experimento. Como parte de las recomendaciones, es pertinente crear un modelo para el recambio de actores y la inducción de nuevos miembros. La Unidad de Comunicación y Transferencia de Tecnología, técnico/a sectorial y técnico/a de Desarrollo de Capital Humano debieran acompañar con un rol estratégico en la toma de decisiones y acciones de comunicación. El sistema de monitoreo y evaluación es clave para incidir en la

El desarrollo e impacto del GELP depende de los avances científicos, pero también de la capacidad de comunicar y construir confianza con los actores involucrados.

revisión constante de las acciones y en las posibles mejoras en los procesos.

El desarrollo e impacto del GELP no solo depende de los avances científicos, sino también de la capacidad de comunicar y conectar con los actores involucrados. Esta estrategia no es solo un plan, es una herramienta para construir confianza, colaboración y un futuro más sostenible para el campo natural.



Foto: Luisina Mezquita

Figura 4 - Jornada de intercambio para co crear la Estrategia de Comunicación del GELP con el Grupo de Apoyo.