



# Relats del Cafè Ambiental

Estratègies per millorar la comunicació i implicació en projectes de naturalització

Escola Industrial de Barcelona

9 d'octubre de 2024

## Contingut

1. Introducció.....	2
2. Implicació de la comunitat en projectes de naturalització.....	3
3. Donar valor afegit a les actuacions de naturalització. ....	6
4. Arguments per a polítiques de naturalització. ....	9

## 1. Introducció.

El dia 9 d'octubre del 2024, la Xarxa de Ciutats i Pobles cap a la Sostenibilitat organitzà el Cafè Ambiental. Aquesta consistia en una sessió d'intercanvi de coneixement entre tècnics, experts i dinamitzadors, d'idees i estratègies concretes dels àmbits en els quals els tècnics poguessin actuar, alhora que permetessin integrar conceptes tractats durant el seminari.



Els i les participants es van distribuir voluntàriament en tres taules temàtiques, on es trobaven un dinamitzador i una persona experta en la temàtica concreta. Els participants van poder canviar de taula al cap de 40 minuts, de forma que van poder assistir a dues de les temàtiques de les tres.

En aquestes taules, en un primer moment, es demanava als assistents que compartissin i reflexionessin, amb un concepte o una frase, el que creuen que més funciona en relació amb la temàtica de la taula. Identificant així punts forts, idees i conceptes, però també, reptes i problemàtiques. Després, l'expert/a va analitzar els conceptes recollits. Destacant els més interessants, o complementant-ho amb de nous, iniciant així una conversa.

Després d'aquesta sessió s'han recollit els punts clau, tant com les idees, conceptes i les qüestions clau que van marcar cada taula. Aquest document recull els relats d'aquestes tres taules temàtiques.

## 2. Implicació de la comunitat en projectes de naturalització.

En aquesta taula, la persona experta era Anna Ramon Revilla. Llicenciada en biologia i en el màster de Comunicació Científica Ambiental, és responsable de Comunicació del CREAM on defineix la seva estratègia de comunicació, elabora els materials institucionals i gestiona la comunicació interna i externa. La temàtica de la taula era “Estratègies de comunicació per explicar i divulgar les accions de naturalització i implicar a la ciutadania”.



Després de la sessió, es van poder identificar tres problemàtiques principals i un conjunt de solucions proposades entre els tècnics i tècniques i l'experta.

**Dificultat per arribar a la ciutadania.** Moltes vegades, les persones no es mostren interessades o directament no tenen accés a la informació rellevant. Aquest desinterès pot provenir del fet que la ciutadania no perceben la relació directa entre els projectes i els beneficis immediats per a ells, la qual cosa fa que sigui difícil mantenir un nivell de participació constant i actiu. Aquest fet pot arribar a resultar frustrant pels tècnics.

**La comunicació de beneficis no tangibles.** Aquesta fou una altra dificultat identificada, sovint, els beneficis associats als projectes de naturalització no són immediatament visibles o tangibles per a la ciutadania, com ara la millora de la qualitat de l'aire, l'augment de la biodiversitat o la reducció d'emissions de carboni. Aquests beneficis són a llarg termini, i això pot fer que la ciutadania no percebi la importància de les actuacions de manera immediata. La falta de resultats immediats pot generar desconfiança o escepticisme, cosa que fa que moltes vegades la població no es mostri receptiva.

**L'ús del pla estratègic de comunicació.** Aquest és crucial per garantir que els missatges arribin de forma efectiva i eficient al públic, i, conseqüentment, assolir els objectius marcats. Aquest pla ha de contemplar objectius clars, públics a qui

adreçar-se, accions específiques per implementar, i mitjans per fer-ho. La comunicació no pot ser improvisada. Aquesta ha de planificar-se amb detall, incloent-hi la previsió de reaccions ciutadanes i la manera d'abordar-les. Per exemple, si s'estan implementant canvis en zones verdes, cal anticipar possibles preocupacions i malentesos, com el temor que els nous espais naturals es converteixin en zones brutes o perilloses.

**Empatia i previsió.** La clau per superar la desconexió entre ciutadania i projectes de naturalització és adoptar l'empatia i la previsió a l'hora de crear plans comunicatius. Posar-se en el lloc de la ciutadania implica entendre quins beneficis percebran directament i quins poden trigar més a fer-se visibles. També cal anticipar les reaccions negatives que poden sorgir, com les preocupacions pel risc de picades d'abelles o altres inconvenients. És essencial comunicar de manera preventiva per resoldre aquests dubtes abans que es converteixin en queixes.

**La importància de les aliances.** Per arribar a una població més àmplia, és important establir aliances amb entitats properes a la ciutadania, encara que no siguin específicament mediambientals. Per exemple, associacions culturals, grups socials o esportius poden actuar com a intermediaris per apropar-se a col·lectius més diversos. Aquestes organitzacions sovint tenen més confiança i proximitat amb la comunitat i poden ser ponts efectius per mobilitzar la ciutadania cap a les accions de naturalització. Es tracta de trobar “bombolles socials” dins la comunitat, on pugui existir un interès comú o una causa compartida que faci de nexa amb els objectius ambientals. Aquestes aliances també enforteixen a les diferents xarxes socials i de suport, això pot causar efectes com la **comunicació generada per l'usuari**. Una bona forma de generar un marc mental comú entre el públic objectiu.

**Narratives clares i properes.** És important construir narratives que expliquin clarament per què es duen a terme aquestes accions i quins beneficis tenen, no només per al medi ambient, sinó també per a la societat i l'economia. La ciutadania ha de poder entendre, en el seu context local, com la naturalització millorarà les seves vides quotidianes. Disposar d'una narrativa unificada fa que també hi hagi connexió entre les accions que es van duent a terme. Disposar d'una narrativa propera passa també per emprar un llenguatge adaptat al públic objectiu.

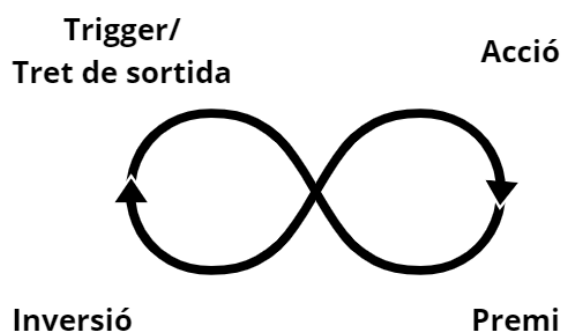
**Formació interna dins l'Ajuntament.** Els treballadors municipals, especialment els tècnics i personal que treballa directament amb el procés de naturalització (jardiners, podadors, etc.), han de tenir una comprensió clara dels projectes de naturalització, ja que són els qui sovint interactuen amb la ciutadania. Si el personal intern no està ben informat, la comunicació amb la ciutadania serà menys efectiva. Això requereix una bona coordinació interna per garantir que tots els actors involucrats transmetin el mateix missatge coherent.

**Aprofitar les tendències.** Aprofitar els moments puntuals on hi ha una temàtica específica tendent i popular per aprofitar i endinsar i introduir discurs. Exemple, els temporals que inunden els torrents i les zones amb risc d'inundació.

**Accés a la informació.** La manera en què es comuniquen les accions de naturalització ha de ser fàcilment comprensible per a tothom. Això significa utilitzar un llenguatge clar, senyalització adequada i materials accessibles a escala visual i de contingut.

**Conèixer les limitacions dels canals de comunicació oficials de l'ajuntament.** Els canals de comunicació oficials de l'ajuntament disposen de molts avantatges com la presència mediàtica o el nombre de seguidors a les xarxes socials. Tot i això, la sòlida estructura del llenguatge i la comunicació de l'ajuntament algunes vegades poden resultar quelcom negatiu a l'hora de comunicar de forma propera i casual.

**Hook Model.** Una problemàtica identificada pels tècnics fou la participació puntual en projectes de llarg termini. Per exemple, les "Clean Ups" o en la identificació d'ocells. Aquí és on ens sorgeix el **Hook Model** (Model de l'Ham). El model consta de quatre fases: el Tret de Sortida (trigger), on un estímul (intern o extern) impulsa l'usuari a interactuar amb el producte; l'acció; el premi, una resposta imprevisible que manté l'interès de l'usuari; i finalment, la inversió, on l'usuari contribueix amb temps, dades o altres recursos, augmentant la probabilitat de tornar a l'inici del cicle. Aquest model es pot tenir en compte a l'hora de dissenyar polítiques les quals vulguin ser aplicades amb una llarga durada.



**Compartir contingut divulgatiu.** Els i les tècniques dels diferents ajuntaments, també van identificar la manca de recursos compartits i adaptables a cada municipi, per tal d'estalviar esforços dels tècnics a l'hora de dissenyar i generar contingut gràfic propi.

### 3. Donar valor afegit a les actuacions de naturalització.

La segona taula quedava encapçalada per Sergi García de Galanthus Natura. Llicenciat en Filologia Hispànica per la Universitat de Barcelona i en Ciències Ambientals per la Universitat de Girona ha participat i impulsat diverses accions i activitats relacionades amb l'educació ambiental, gestió de la biodiversitat, i d'altres relacionades amb la naturalització urbana. La temàtica de la taula era la identificació i comunicació dels beneficis addicionals de les accions de naturalització, per maximitzar l'acceptació i el suport dels projectes. Després de la sessió s'han pogut identificar problemàtiques i eines per tal de donar valor afegit a les actuacions de naturalització.



**Beneficis individuals.** Una de les principals estratègies per fomentar la naturalització és apellar als beneficis que aporta a escala individual. Aquests beneficis poden ser emocionals i estètics. La connexió amb la natura pot millorar la qualitat de vida i el benestar, i això pot fer que la ciutadania sigui més receptiva a les actuacions de naturalització. En aquest sentit, la felicitat i el benestar són elements poderosos per convèncer la població.

**Instrumentalització de la natura.** No es pot reduir la natura només a un recurs per a finalitats concretes, ja que aquest tipus d'arguments poden arribar a ser incerts i poden ser poc efectius. En canvi, caldria buscar motivacions més profundes i variades per justificar la naturalització, com els valors socials, de salut, econòmics, o la preservació dels serveis ecosistèmics; com la millora de la qualitat de l'aire, l'aigua o la biodiversitat. Això ajuda a reconèixer el valor intrínsec de la natura i a evitar-ne una visió purament utilitarista.

**Salut i benestar.** Un dels beneficis més importants associats amb la naturalització és la millora de la salut física i mental de les persones. Així i tot, perquè aquest

argument sigui convincent, cal suportar-ho amb dades científiques que demostrin aquesta relació. Explicar la complexitat dels ecosistemes, la biologia i com la interacció amb la natura influeix en el benestar humà és clau per completar el discurs. Això reforça la idea que no només es tracta de natura, sinó d'una connexió directa amb la qualitat de vida de les persones.

**Estacionalitat i comunicació.** La natura és cíclica i estacional, i sovint els resultats de les actuacions de naturalització poden trigar a manifestar-se o ser visibles només en certs períodes de l'any. Per això, és important que la comunicació amb el públic també reflecteixi aquesta temporalitat. La cartelleria i altres elements gràfics visuals ens poden ajudar a comunicar aquesta temporalitat i les fases dels resultats de naturalització. Els elements gràfics o les campanyes a les xarxes socials per informar sobre les actuacions que s'estan fent, justificant, tal com ho fan alguns ajuntaments com el de Vic o l'Àrea Metropolitana de Barcelona.

**Conceptes com “One Health” i l'emergència climàtica.** Aquests són conceptes globals que permeten establir un vincle sòlid entre la salut humana, la salut animal i la salut ambiental. “One Health” reconeix que la salut de tots els organismes està interconnectada i que els ecosistemes saludables contribueixen a la salut de les persones. Això permet que les polítiques de naturalització s'insereixin en un marc més ampli que inclou la lluita contra el canvi climàtic i les emergències sanitàries globals, oferint una justificació de llarg abast per aquestes polítiques.

**Biodiversitat urbana.** En les ciutats, la biodiversitat té un límit donat a les mateixes dinàmiques urbanes. Les ciutats poden suportar una quantitat determinada d'espècies, però també s'ha de tenir cura de gestionar l'arribada d'espècies no desitjades que puguin alterar els ecosistemes o ser perjudicials. Aquesta gestió és una part important de les polítiques de naturalització, i cal fer-la amb equilibri, assegurant que les ciutats mantinguin un ecosistema saludable i sostenible.

**Paraigües comuns per als municipis.** Un dels reptes de les polítiques de naturalització és que molts municipis poden tenir aproximacions diferents o missatges inconsistents. Per això, és necessari establir un paraigües comú, és a dir, unes directrius o marcs comuns que tots els municipis puguin utilitzar per comunicar i promoure la naturalització. Això permet crear un discurs coherent i compartit que ajudi a donar força a aquestes polítiques i a garantir la seva eficàcia a escala comarcal o catalana.

**Gestió de queixes inicials.** Davant els canvis relacionats amb la naturalització, en moltes ocasions, i especialment en el començament del procés, es generen queixes sorolloses en mans de poques persones. És important que els responsables polítics siguin conscients d'aquesta dinàmica i no retrocedeixin davant les queixes inicials, mantenint el compromís amb els objectius a llarg termini. L'enfortiment de la voluntat política ens permetrà veure una continuïtat del



projecte, cosa que permet que els resultats i els beneficis a llarg termini puguin arribar a mostrar-se.

**Comunicació dirigida i personalitzada.** Abans de començar les accions de naturalització, és essencial identificar els grups o col·lectius afectats per aquestes polítiques. Una vegada identificats, es pot dissenyar una comunicació dirigida i individualitzada per tal de guanyar una major acceptació i un suport polític més gran.

## 4. Arguments per a polítiques de naturalització.

La tercera taula, la temàtica era sobre les tècniques i enfocaments per facilitar la participació i el compromís de la comunitat en iniciatives de naturalització. La taula estava encapçalada per Blanca Bassas, educadora ambiental, biòloga marina i tècnica de l'Ajuntament de Barcelona, responsable del projecte "Mans al Verd".



**Demostrar els beneficis i garantir la continuïtat.** És fonamental que les accions de naturalització mostrin resultats visibles per tal de mantenir-ne la continuïtat. La ciutadania ha de percebre els beneficis, com la millora de l'entorn o l'augment de la qualitat de vida, per continuar donant suport a aquestes polítiques.

**Facilitar la implicació de les entitats i sinergies.** Crear sinergies amb les entitats estratègiques, organitzacions i associacions, permet sumar esforços i aconseguir un impacte més gran, ja que poden aportar coneixement local i experiència, així com ajudar a amplificar el missatge entre els seus membres i xarxes.

**Importància dels processos participatius.** Abans d'implementar qualsevol projecte de naturalització, és crucial dur a terme processos participatius amb la ciutadania. Això permet que la població se senti implicada en la presa de decisions, no obstant això, aquests processos poden fer que l'execució sigui més lenta. Cal trobar un equilibri entre la viabilitat tècnica del projecte, la voluntat de la ciutadania i els temps de l'administració pública.

**Gestió d'expectatives.** Un element clau per a l'èxit d'aquestes polítiques és gestionar correctament les expectatives de la ciutadania. És important explicar i justificar per què es fa una cosa i no una altra, i ser clar sobre les limitacions tècniques i de recursos. En escoltar a la ciutadania, s'eviten frustracions. En cas que no es compleixin les seves demandes, també ajuda al fet que entenguin el perquè. A més, es planteja el repte d'arribar a persones que inicialment no tenen

interès per la naturalització, i s'haurien d'explorar estratègies de comunicació per captar la seva atenció i participació.

Afavorir la participació en espais sensibles. Les polítiques de naturalització poden tenir una millor recepció en espais on els beneficis són més evidents, com en entorns sensibles (hospitals, centres de salut, etc.), ja que la gent percep més clarament els avantatges que aquestes accions poden tenir per al seu benestar. Això pot servir com a estratègia per ampliar l'acceptació en altres àrees.

**Estratègies supramunicipals i marcs legals.** Un altre aspecte rellevant és pensar en estratègies a escala supramunicipal. Les campanyes que serveixin per a diverses ciutats alhora poden ser més efectives, ja que poden aprofitar marcs legals o normatius amplis, com la nova llei de restauració europea, que proporcionen un “paraigua” comú. Això pot fer que la ciutadania ho accepti, perquè aquestes polítiques es presenten com a part d'un esforç més gran, compartit entre diferents municipis i regions.

**Exemples de bones pràctiques.** Alguns exemples pràctics, com els projectes de naturalització impulsats per diferents municipis, mostren la importància de la informació directa i la implicació ciutadana. Aquests poden servir com a elements pedagògics per a polítics i ciutadans.