



10º Congreso Nacional del Medio Ambiente (Conama 10)

Cómo usar las redes sociales para actuar en medio ambiente

Natured

Roberto Ruiz Robles

Asociación de Ciencias Ambientales (ACA)



26 de noviembre de 2010



CONAMA10
CONGRESO NACIONAL
DEL MEDIO AMBIENTE

Cómo usar las redes sociales para actuar en medio ambiente. (GT-7)

Viernes 26 de noviembre



CONAMA10
CONGRESO NACIONAL
DEL MEDIO AMBIENTE



Natured

Documento

- ¿Por qué utilizar las redes sociales para actuar en medio ambiente?
- ¿Cómo utilizar las redes sociales?
- Experiencias de diferentes organizaciones con las redes sociales.
- Conclusiones

CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO

1. Las organizaciones o entidades que trabajan en asuntos relacionados con el medio ambiente tienen **mucho que ganar** con su participación en las redes sociales. Sin embargo, para ello **no basta simplemente con estar**. El primer paso debe ser definir qué se busca a la hora de interactuar con otros usuarios y concretar unos objetivos claros que puedan ser evaluables. Resulta primordial construir una **estrategia** y determinar qué vamos a aportar que pueda interesar al resto.
2. La elaboración de una estrategia no significa pretender controlar las reacciones de los otros usuarios o tratar de acabar con la espontaneidad propia de estas redes. El objetivo no debe ser sólo intentar difundir nuestros mensajes a un número cada vez mayor de seguidores, sino empezar por **escuchar** lo que dicen los otros usuarios. Hay que buscar cómo sacar el máximo partido a la inteligencia colectiva y promover una **construcción conjunta de las acciones y proyectos**.
3. Las redes sociales deben servir para **buscar sinergias** con otras organizaciones o entidades parecidas. Uno de los grandes valores de las redes sociales es el **intercambio de información y la suma de fuerzas**. A menudo funciona mejor unirse en torno a causas comunes que tratar de movilizar desde una única organización.

CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO

4. En las redes sociales resulta básica la **transparencia** y la **sinceridad**: Aquello que no sea honesto acaba volviéndose contra uno mismo. Las entidades que estén en las redes sociales deben estar dispuestas a responder a las preguntas y reclamaciones de los otros usuarios. Todo esto resulta muy interesante en este campo, pues debería contribuir a que haya más transparencia en torno a los asuntos que afectan al medio ambiente.
5. La mejora del medio ambiente está muy ligada a la **participación social**. Las redes sociales suponen una herramienta muy poderosa para acercar a las personas e incrementar su participación, aunque muchos de estos nuevos formatos no tienen hoy en día ninguna trascendencia legal o administrativa. Sería interesante adaptar los sistemas de participación tradicionales a estas nuevas tecnologías.
6. Las redes sociales están muy bien para acercar a todo el mundo las grandes cuestiones **globales** relaciones con el medio ambiente, pero también pueden resultar claves para **dar visibilidad a las locales**. Estas plataformas deberían ser aprovechadas para colocar aspectos poco conocidos u ocultos del ámbito local, o doméstico, al mismo nivel que otros globales, lo que de nuevo tiene un claro interés en el campo ambiental.

CONCLUSIONES DEL GRUPO DE TRABAJO

7. Una de las principales **amenazas** de las redes sociales es la **brecha social** que puede abrirse con aquellos que no son usuarios. Resulta primordial acabar con posibles barreras tecnológicas o culturales que impidan el libre acceso de cualquier persona a estos espacios. También es recomendable que las estrategias puestas en marcha vayan de lo presencial a lo virtual, y al contrario.
8. Otro de los inconvenientes de las redes sociales, y de Internet en general, es el **“ruido”** que a veces se produce en estos espacios. El uso de estas herramientas debe ir encaminada a conseguir un filtrado colaborativo que realmente ponga en primer plano las cuestiones de mayor importancia ambiental y que priorice los contenidos de mayor rigor y calidad.
9. Existe el riesgo de que la **profesionalización** de algunos usuarios en las redes sociales termine con la espontaneidad y la credibilidad de estos espacios. Habría que avanzar hacia una mejor **identificación** de todas aquellas personas que trabajan detrás de un logo o de una organización.
10. Es recomendable que sea **la propia organización la que se implique en las redes sociales**, en lugar de dejar su perfil en manos de terceras personas. Del mismo modo, también resulta interesante conseguir involucrar a todo el personal de la entidad para que participen y sean también usuarios de estas redes sociales.