



Corporación Autónoma
Regional del Valle del Cauca

**ESTRATEGIA EDUCATIVA QUE
CONTRIBUYE A EVITAR LA EXTRACCIÓN,
COMERCIALIZACIÓN Y COMPRA DE
FAUNA SILVESTRE EN EL DEPARTAMENTO
DEL VALLE DEL CAUCA**

Presentado a
**CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL
DEL VALLE DEL CAUCA**

Preparado por
**CORPORACIÓN DE ESTUDIOS BIOLÓGICOS
Y SOCIALES DEL TERRITORIO - ECOBIOSIS**

Santiago de Cali, julio de 2009



ESTRATEGIA EDUCATIVA QUE CONTRIBUYE A EVITAR LA EXTRACCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y COMPRA DE FAUNA SILVESTRE EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

EQUIPO TÉCNICO ECOBIOSIS

Denise Milena Vacca Ballesteros
Mireya Terán Canal
Diana Luz Orozco Terán
Juan Francisco González Guzman

FUNCIONARIOS DE CVC DESIGNADOS PARA EL ACOMPañAMIENTO DEL PROYECTO

DAR NORTE	José Duvan Saldarriaga Jhon Alexander Aldana
DAR BRUT	Argermiro Moreno Ramón Ramírez
DAR PACÍFICO OESTE	Rafael Macea María Melva Chalá
Comunicaciones	Wilson García Maribel Arango

INTERVENTORA

Luz Marina Guerrero Velasco

Santiago de Cali, julio de 2009





DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE EDUCACIÓN ARTICULADA A LAS ACCIONES TÉCNICAS Y NORMATIVAS PARA EVITAR LA EXTRACCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y COMPRA DE FAUNA SILVESTRE EN EL DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA

PRESENTACIÓN

El departamento del Valle del Cauca es reconocido, en Colombia, por su diversidad y riqueza natural. Sin embargo los impactos del aprovechamiento de los recursos naturales sin una pauta clara de manejo, es un tema de importancia nacional e internacional. La sobreexplotación de fauna para fines de consumo y comerciales, es reconocida como una de las principales causas de disminución e incluso desaparición de especies. Por supuesto esta disminución está asociada también a procesos de deterioro del hábitat y otros factores ambientales.

Para atender esta problemática se cuenta con una normatividad que ampara los procesos de control y vigilancia, así como la redacción de políticas y estrategias, y la ejecución de acciones educativas y de sensibilización. A través de la estrategia nacional para la prevención y el control del tráfico ilegal de especies silvestres se consolidan una serie de acciones efectivamente articuladas entre los diferentes actores que participan en la gestión ambiental. Esta estrategia propende lograr un mayor conocimiento y conservación de especies silvestres afectadas por el tráfico ilegal, modelos de uso y comercio sostenible de especies silvestres que constituyen el tráfico ilegal, distribución justa y equitativa de beneficios, y a mayor concientización y sensibilización de la sociedad frente a la problemática y al potencial e importancia de nuestros recursos biológicos y genéticos (Gómez, 2002).

El diseño de una estrategia de educación articulada a las acciones técnicas y normativas para evitar la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento del Valle del Cauca, fue desarrollado en tres zonas piloto en jurisdicción de la Dirección Ambiental Regional -DAR Norte, DAR Pacífico Oeste y una limítrofe entre la DAR Centro Norte y BRUT.

Las zonas seleccionadas fueron el corregimiento de El Vergel en el municipio de Ansermanuevo, el corregimiento de Corozal en el municipio de Sevilla y el corregimiento de Sabaletas en el municipio de Buenaventura.

La estrategia fue diseñada con participación de la comunidad en cada uno de los tres corregimientos, a través de una metodología en fases que permitió hacer un levantamiento previo de la información a la ejecución de los talleres, que bajo la modalidad de mesas de trabajo, lograron plasmar los elementos necesarios y suficientes en un plan de acción por corregimiento, que permitirá el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados.

INTRODUCCIÓN

En el marco del Convenio CVC – ECOBIOSIS se han desarrollado una serie de actividades de sensibilización y concientización que permitieron irrumpir en el escenario de las comunidades, levantando y entregando información, así como promoviendo la reflexión sobre la problemática de la fauna silvestre. Con la unión necesidad de información – capacidad de reflexión, afloraron las acciones conducentes a forjar un cambio de actitud efectiva para evitar la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento acorde con las acciones técnicas y normativas propuestas por la CVC, el cual se consolida en la presente estrategia.

Se plantea una propuesta de intervención que permita realizar un proceso con el liderazgo de los jóvenes, el saber de los adultos mayores y el apoyo del resto de la comunidad, para que integralmente accedan a la información de primera mano, confronten sus percepciones y creencias mediante la reflexión, construyan colectivamente nuevos conceptos y apreciaciones de su realidad, que los guíen en la toma de decisiones acertadas y acordes con un manejo responsable y autónomo de la fauna silvestre, a través de una relación de equilibrio con el ecosistema.

Una propuesta que permita que en la formación y proyección de liderazgo de los jóvenes incluyan como opción de vida: La preservación de las especies y su hábitat, paso obligado hacia el equilibrio del ecosistema y por ende de la conciencia humana.

Igualmente se hace necesario consultar a los tomadores de decisiones dentro de las organizaciones sociales y productivas y en instancias gubernamentales territoriales, que permita tener un insumo de información de la situación actual de cooperación y participación, donde las comunidades puedan gestionar sus proyectos.

Esta estrategia es una propuesta metodológica de intervención de educación y comunicación ambiental, aplicable a las otras zonas rurales del departamento del Valle del Cauca, permitiendo a las comunidades potenciarse como interlocutores válidos para integrar e incidir en las políticas públicas locales e influir en la población en general en su conducta ambiental.

Para desarrollar esta estrategia de comunicación y educación ambiental y que facilite el proceso de dar cumplimiento al objetivo general, se ha dividido el trabajo en dos momentos entrelazados, a saber:

- ✚ Primer Momento: La Caravana: Pasa con la fauna.
- ✚ Segundo Momento: El Plan: Proceso de concientización en acción.

El primer momento corresponde a un paso preliminar para la implementación del plan de acción que conforma el segundo momento y consta de tres grupos de actividades con objetivos y resultados. El segundo momento está constituido por etapas, construidas en torno al cumplimiento de los objetivos específicos. Dentro de cada etapa las actividades están organizadas en fases. Las etapas han sido designadas conceptualmente y relacionadas secuencialmente.

IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD

Con base en la información e inquietudes aportadas en las mesas de trabajo de los talleres de diseño de la estrategia con la comunidad en los tres sitios y, en los diagnósticos realizados a partir del análisis y sistematización de los resultados del levantamiento de la información, se llegó a una identificación de problemas comunes en los tres corregimientos, que reflejan la interpretación desarrollada por la comunidad para abordar el problema de la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento:

- ✚ Desconocimiento sobre la fauna que identifican.
- ✚ Falta de información sobre el estado de la población.
- ✚ Falta de valoración de otros problemas que afectan la extinción de especies.
- ✚ Ausencia de compromiso de los dueños de los predios o fincas aledañas, en relación con la problemática.

- ✚ Falta de proyección para los jóvenes.
- ✚ Desconocimiento de oportunidades productivas para la población.
- ✚ Falta de identidad, organización y cohesión comunitaria.

Por otro lado, fueron identificadas otras actividades humanas que desde lo particular también se convierten en problemas comunes y contribuyen indirectamente sobre la problemática de la fauna silvestre:

- ✚ Tala de árboles.
- ✚ Manejo de residuos sólidos.
- ✚ Fumigación.
- ✚ Efectos secundarios de las actividades turísticas.
- ✚ Contaminación de fuentes de agua.

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

Objetivo general

Prevenir la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el Valle del Cauca, a partir de desarrollar una relación de respeto, manejo y conservación hacia los ecosistemas del departamento.

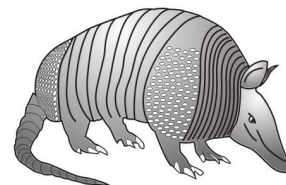
Objetivos específicos

- ✚ Ampliar y precisar el conocimiento sobre la fauna silvestre en la zona.
- ✚ Evaluar el impacto de los otros factores identificados por la comunidad que indirectamente afectan la fauna silvestre de la zona.
- ✚ Generar procesos de construcción de identidad de la comunidad y de ella con el ecosistema.
- ✚ Formular proyectos de vida orientados hacia el equilibrio del ecosistema.
- ✚ Potenciar y formar un liderazgo comunitario para la construcción e implementación de pautas de manejo y control de la extracción y comercialización de la fauna silvestre de los ecosistemas.

ESTRUCTURACIÓN DE LA ESTRATEGIA

Especie bandera

EL ARMADILLO



“Un animal que sirve de medicina y alimento jamás es un enemigo”¹

¹ Testimonio sobre el armadillo. Juan Muelas, Indígena Guambiano, en Mendivelso 2004.

En los tres sitios la comunidad coincidió en elegir al Amadillo como especie bandera. El armadillo, es una especie carismática principalmente por su importancia medicinal. Adicionalmente su contextura llama mucha la atención y en El Vergel y Corozal es la especie que recibe la mayor presión de extracción. Para la comunidad además representa: corazón, libertad, fauna, esfuerzo y protección.

Los cómplices por corregimiento

Los otros animales mencionados fueron catalogados los amigos del armadillo para guiarlo en el propósito de la estrategia. Así quedó conformado el equipo de amigos de El Armadillo por corregimiento:

- ✚ El Vergel: guatín y conejo sabanero.
- ✚ Corozal: ardilla y loro.
- ✚ Sabaletas: guagua, tigre e iguana.

Lema de la estrategia

**Lo que pasa con la FAUNA
Pasa Conmigo • • •**

El tema sugerido de múltiples connotaciones proviene del decir coloquial que se expresa cuando hay un conflicto entre dos personas y alguien sale en defensa de uno de ellos, habitualmente el más pequeño o el más indefenso, en honor al vínculo que se tiene con él: Lo que pasa con él, pasa conmigo.

Expresa claramente y con coraje el compromiso, la unión y el afecto que nos hace intervenir, cuidar, defender y proteger. Cumpliendo con creces el objetivo perseguido en el posicionamiento, generando consciencia, entrega, participación, donde el problema es realmente de todos y de cada cual.

Expresión y simbolismo gráfico del posicionamiento



Significa la conciencia acerca de un solo sentir y dos hábitat, un solo ecosistema, donde lo que pasa con el uno afecta al otro, cuyo equilibrio depende de los pasos, de las acciones del hombre. Es importante recordar que los seres del reino animal no generan desequilibrio, sólo el hombre puede decidir o cometer errores desde su inconsciencia, desde su no reconocimiento de este vínculo. Está en manos del hombre, recuperarlo, mantenerlo, honrarlo y esto sólo es posible desde su corazón, desde el sentimiento que lo lleva a comprender que el uno sin el otro sólo puede conducir a la destrucción.

Un corazón que enmarca la huella de un ser humano al lado de la huella de un animal.



Población objetivo

La estrategia está dirigida a los pobladores de El Vergel, Corozal y Sabaletas, en primera instancia. Sin embargo siguiendo la metodología propuesta de ubicar los actores en grado de cercanía hacia el propósito de la estrategia, el público objetivo se convierte en la respuesta a “con quién” se implementa la estrategia: los actores claves.

El esquema gravitacional se convierte en un espiral, donde los públicos objetivos van surgiendo con la multiplicación de la experiencia a medida que se avanza en la implementación del plan de acción.

Así los que responden el “a quién” va dirigida la información y sensibilización serán el público objetivo de los actores claves, a partir de la segunda esfera del esquema gravitacional, visto de adentro hacia fuera, quienes a su vez se van convirtiendo en actores claves, en la medida en que van multiplicando la experiencia con el público localizado en la tercera esfera, y así sucesivamente, hasta llegar a todos los pobladores del departamento del Valle del Cauca.

Como todo sistema gravitacional se cuenta con unos satélites: el gobierno nacional con sus políticas, el gobierno departamental con sus políticas, entidades e instancias donde se pueden consultar apoyos logísticos y financieros, las Organizaciones no Gubernamentales del orden internacional y nacional, quienes pueden vincularse con apoyo financiero, logístico y profesional, las Instituciones Universitarias aportando desde el saber impartido en sus aulas a los estudiantes, con pasantes y tesis (Ver tabla 25).

Tabla 25. Sistema gravitacional de actores sociales por corregimiento

Nivel Corregimiento	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
El Vergel	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Los dueños de fincas. ✚ Trabajadores y jornaleros en fincas. ✚ Los cazadores. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Vecinos/vergeleños. ✚ Policía. ✚ Institución Educativa Santa Inés. ✚ Junta de Acción Comunal. ✚ Junta de Agua. ✚ Iglesia. ✚ Centro de Salud. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ El Hospital de Ansermanuevo. ✚ La Alcaldía de Ansermanuevo. ✚ La UMATA de Ansermanuevo. ✚ El Comité de cafeteros. ✚ Colegios de Ansermanuevo. ✚ Pobladores de Ansermanuevo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La CVC. ✚ Pobladores de Cartago ✚ Colegios de Cartago.

Corozal	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Los dueños de fincas. ✚ Grupo Ecológico Ambiental. ✚ Hombres y mujeres. ✚ Institución Educativa Santa Bárbara. ✚ Docentes. ✚ Alumnos. ✚ Padres de familia. ✚ Mujeres cabeza de familia. ✚ Junta Acción Comunal. ✚ Comerciantes. ✚ Puesto de salud. ✚ Inspección de Policía. ✚ Los cazadores. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Pobladores Buenos Aires. ✚ Pobladores Corozal. ✚ Pobladores Quebrada Nueva. ✚ Pobladores El Jardín. ✚ Pobladores de las Fincas en las veredas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La Alcaldía de Zarzal. ✚ La Alcaldía de Sevilla. ✚ La UMATA de Sevilla. ✚ La UMATA de Zarzal. ✚ Colegios de Sevilla. ✚ Colegios de Zarzal. ✚ Pobladores de Sevilla. ✚ Pobladores de Zarzal. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ La CVC. ✚ Pobladores del resto del departamento del Valle. ✚ Gobernación del Valle.
---------	--	--	--	---

Nivel Corregimiento	Primero	Segundo	Tercero	Cuarto
Sabaletas	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Familias. ✚ Colegios. ✚ Guardería. ✚ Agricultores. ✚ Organización Árbol de Vida. ✚ La Junta Directiva del Consejo Comunitario de Sabaletas, Bogotá y La Loma. ✚ Cooperativa de mujeres. ✚ Las iglesias. ✚ Pescadores. ✚ Cazadores. ✚ Deportes. ✚ Hoteleros. ✚ Jóvenes. ✚ Universidad del Pacífico. ✚ Infantes de Marina. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Comunidad Limones. ✚ Comunidad San Cipriano (Parte alta). ✚ Comunidad Alto Potedó. ✚ Comunidad Zacarías. ✚ Comunidad río Dagua. ✚ Comunidad Consejo Mayor de Anchicayá. ✚ Resto de comunidades de los alrededores. 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Alcaldía Buenaventura ✚ CVC. ✚ Público Buenaventura 	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Cali ✚ El resto del departamento.

Fuente: ECOBIOSIS. Mayo, 2009.

Los ejes transversales



- # Fortalecimiento cultural y respeto a la diversidad.
- # Movilización social.
- # Acompañamiento.
- # Sistematización.
- # Educación y comunicación.
- # Liderazgo.
- # Adaptabilidad.

DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA

PRIMER MOMENTO: LA CARAVANA: PASA CON LA FAUNA!!!

Objetivo: Institucionalizar los acuerdos de la CVC con la comunidad de El Vergel articulados a las acciones técnicas y normativas para prevenir la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el Valle del Cauca.

Actividades:

I. Preparación de herramientas (material de apoyo)

Tiempo estimado: 40 días.

Resultado esperado: Las piezas comunicativas y los implementos para el Lanzamiento de la Estrategia.

Descripción de la actividad:

- # Diseño y realización del comercial “Lo que pasa con la fauna pasa conmigo...”, hablando del equilibrio del ecosistema a través de la fauna, para ser emitido por Telepacífico y CNTV.
- # Elaboración del video institucional “Lo que pasa con la fauna pasa conmigo...”, para ser emitido por Canales Regionales y Nacionales (CNTV).
- # Realización de una cuña radial para ser emitida durante dos semanas por las cadenas básicas, las emisoras locales y las comunitarias, “Lo que pasa con la fauna pasa conmigo...”.
- # Elaboración del plan de medios para la divulgación de las piezas de comunicación.
- # Desarrollo de tres vallas, una para cada corregimiento anunciando la voluntad de la comunidad para conservar la fauna silvestre del departamento (Ver anexo xxx).
- # Realización de tres vallas divulgando el proceso de construcción de tres áreas de manejo de fauna silvestre en el Valle del Cauca, para ser colocadas en los peajes de Loboguerrero, Corozal y en la vía Panamericana Cali-Jamundí (Ver anexo xxx).
- # Diseño de afiche anunciando el proceso de construcción de tres áreas de manejo de fauna silvestre en el Valle del Cauca y el evento de lanzamiento de la Estrategia.
- # Impresión de 15.000 cartillas “Cómo podemos conservar la fauna”.
- # Fabricación de tres módulos para el Peaje Ecológico, uno por cada área de manejo.



- ✚ Elaboración de un gran dummy de cuerpo de armadillo montado sobre una chiva para la punta de caravana.

II. Jornada la cara de la comunidad

Tiempo estimado: 40 días.

Resultado esperado: Declaratoria redactada por la comisión comunitaria por la fauna y firmada por toda la comunidad de cada corregimiento, comprometiéndose con el proceso a partir de una tregua por un año en sus prácticas de extracción y comercialización de fauna silvestre.

Descripción de la actividad:

- ✚ Convocatoria a jornada de Sensibilización para la conformación de la comisión comunitaria por la fauna con los actores claves de Corregimiento.
- ✚ Realización de un taller de comunicación nivel 1: sobre uso adecuado de los medios, para seleccionar grupo de trabajo por habilidades y miembros de la comunidad.
- ✚ Desarrollo de un taller de conocimiento y aplicación de la normatividad sobre fauna silvestre para los grupos de trabajo y miembros de la comunidad.
- ✚ Conformación de la comisión comunitaria por la fauna.
- ✚ Recolección de la opinión de los pobladores con respecto a su disposición y compromiso para trabajar por la conservación de la fauna en el área a través de mesas de trabajo por sectores o barrios.
- ✚ Redacción de la declaratoria donde se consignan las acciones puntuales identificadas en las mesas de trabajo para conservación de fauna, que expresan la voluntad y compromiso de la comunidad con el proceso y las expectativas que tiene la comunidad con respecto a la CVC para la realización de la Estrategia en la zona.
- ✚ Realización de un taller de comunicación para la construcción e implementación de mensajes. Creación de un blog.

III. Caravana: Pasa con la fauna!

Tiempo estimado: 40 días.

Resultado esperado: Firma de acuerdo de voluntades entre la Comunidad y la CVC.

Descripción de la actividad:

- ✚ Rueda de prensa convocada por el Gobernador y el Director General de la CVC para el lanzamiento de la caravana “Pasa con la fauna”: construcción de tres áreas de manejo de fauna silvestre en el departamento con participación de la comunidad.
- ✚ Divulgación a través de medios masivos: televisión (video, comercial), radio (cuña), prensa escrita (aviso de prensa) Internet (weblog).



- ✚ Divulgación por medios directos: video, afiches en las instituciones públicas y privadas, colegios, bibliotecas, casas de la cultura, medios de comunicación.
- ✚ Instalación de la valla en cada corregimiento y entrega del peaje ecológico como acción previa para el día de la caravana.
- ✚ Caravana “Pasa con la fauna”, simultánea en los tres corregimientos.
- ✚ Llegada a cada sitio y firma de acuerdos entre la CVC y la comisión comunitaria por la fauna.
- ✚ Lanzamiento día del Armadillo:
 - Entrega de la valla y las cartillas a la comunidad.
 - Transmisión en directo por Telepacífico de la Caravana.

SEGUNDO MOMENTO: EL PLAN, PROCESO DE CONCIENTIZACIÓN EN ACCIÓN

Tiempo estimado: Dos años.

Resultado esperado: Toma de conciencia de la población sobre la responsabilidad que tiene de liderar el manejo y control de extracción y comercialización de fauna de los ecosistemas.

El segundo momento de la estrategia se divide en cinco etapas, cada una asociada a uno de los objetivos específicos de la estrategia. A su vez cada etapa se discrimina.

Etapas 1: Ampliar y precisar el conocimiento sobre la fauna silvestre en la zona

Fase I: Explorando el ecosistema a través de la fauna

Descripción de las actividades:

- ✚ Conformación de un grupo de coinvestigadores con los conocedores naturales de fauna en la zona, un grupo de asistentes de campo con los jóvenes de la zona, guiados y asesorados por la CVC y un grupo de profesionales de investigación en las áreas de estudio.
- ✚ Investigación de la fauna silvestre: inventarios, ciclos biológicos, estudios de población, hábitat.
- ✚ Elaboración de mapa ubicando zonas de refugio de fauna en la zona.
- ✚ Creación de senderos ecoturísticos y la reglamentación para las visitas.
- ✚ Salidas de campo de niños y jóvenes a las zonas de refugio a través de los senderos.
- ✚ Conformación de un grupo ecológico a través de talleres artísticos y jornadas lúdicas de exploración del ecosistema.
- ✚ Adopción simbólica rotativa de animales de fauna silvestre en las instituciones educativas.

- ✚ Cuatro jornadas de socialización de los hallazgos de la investigación con el resto de la comunidad, a través de las mesas de trabajo y de encuentros de afecto por la fauna.
- ✚ Un taller de sensibilización sobre el buen trato a las mascotas.
- ✚ Acciones cotidianas por la Fauna: manual y concurso.
- ✚ Divulgación periódica de los hallazgos, reflexiones y acciones de la etapa, virtual (weblog) y físico.

Fase II: Plan preliminar de uso y aprovechamiento adecuado de fauna

Descripción de las Actividades:

- ✚ Realización de encuentros de saberes, sobre los siguientes temas con participación de la comunidad:
 - Conocer la fauna: cómo viven, sus ciclos.
 - Conocer la flora: qué la constituye, la interrelación con la fauna, el papel que cumple en el equilibrio del ecosistema.
 - Manejo de la fauna y la flora: planeación de caza.
 - Manejo y protección de cuencas.
 - Manejo de residuos sólidos y aguas residuales.
- ✚ Elaboración del documento “Desarrollo preliminar de uso y aprovechamiento adecuado de fauna”: que contenga entre otros, mapas de la zona con las áreas de refugio y de manejo de fauna; los acuerdos de cuotas de caza, de restricciones y vedas; los acuerdos de sanciones; normas de protección de las especies identificadas en vía de extinción; reglamentación de visitas externas a los refugios.
- ✚ Elaboración de cartilla: La fauna de la zona.
- ✚ Socialización del plan preliminar de uso y aprovechamiento adecuado de fauna con la comunidad, liderado por la DAR, el Comité Defensores de la Fauna en el corregimiento y el grupo de investigadores profesionales a cargo, como paso preliminar para el I Encuentro de manejo comunitario de fauna en el Valle del Cauca.
- ✚ Realización de un programa de Cuentos Verdes socializando para todo el departamento el resultado de esta fase exploratoria en los tres sitios.

Fase III: Sistematización y monitoreo

Descripción de las actividades:

- ✚ Desarrollo de jornada de sensibilización sobre el tema a toda la comunidad.
- ✚ Realización del taller de levantamiento y manejo de la información dirigido a los grupos de trabajo y a miembros de la comunidad.
- ✚ Creación de base de datos, línea de base, definición de indicadores a cargo del grupo de asistentes de campo y miembros de la comunidad.

Etapla 2: Evaluar el impacto de los otros factores identificados por la comunidad que indirectamente afectan la fauna silvestre de la zona.

Fase I: Investigación para evaluar el impacto

Descripción de las actividades:

- ✚ Conformación de equipo de trabajo con los coinvestigadores, el grupo interdisciplinario asesor y los asistentes de campo.
- ✚ Realización de taller vivencial: Sensibilización y acercamiento al tema.
- ✚ Elaboración de plan de trabajo por temas:
 - El impacto ambiental de la tala de árboles.
 - El impacto ambiental del uso de fungicidas.
 - El impacto ambiental de las prácticas agropecuarias.
 - El impacto ambiental del manejo de aguas residuales.
 - El impacto ambiental del manejo de residuos sólidos.
 - Efectos ambientales del cambio climático.

Fase II: Socialización de resultados

Descripción de las actividades:

- ✚ Organización de temarios y foros para la mesa redonda.
- ✚ Organización de temarios para las mesas de trabajo con la comunidad por sectores.

Etapla 3: Construcción de identidad de la comunidad y de ella con el ecosistema

Fase I: Autovaloración

Descripción de las actividades:

- ✚ Realización de jornada de sensibilización sobre el tema para toda la comunidad.
- ✚ Desarrollo del taller de Identificación de necesidades individuales para los grupos de trabajo y miembros de la comunidad.

Fase II: Socialización de resultados

Descripción de las actividades:

- ✚ Organización de temarios y foros para la mesa redonda.
- ✚ Organización de temarios para las mesas de trabajo con la comunidad por sectores.

Etapa 4 Construcción de proyectos de vida orientados hacia el equilibrio del ecosistema

Fase I: Emprendimiento

Descripción de las actividades:

- ✚ Desarrollo de jornada de sensibilización sobre el tema para toda la comunidad.
- ✚ Realización de talleres de Autogestión orientados hacia el desarrollo de actividades productivas con los grupos de trabajo y miembros de la comunidad.

Fase II: Gestión

Descripción de las actividades:

- ✚ Desarrollo de jornada de sensibilización sobre el tema para toda la comunidad.
- ✚ Realización de talleres de formulación y gestión de proyectos para los grupos de trabajo y miembros de la comunidad.

Fase III: Socialización de resultados

Descripción de las actividades:

- ✚ Organización de temarios y foros para la mesa redonda.
- ✚ Organización de temarios para las mesas de trabajo con la comunidad por sectores.

Etapa 5: Potenciar y formar un liderazgo comunitario para la construcción e implementación de pautas de manejo del ecosistema

Fase I: Liderazgo

Descripción de las actividades:

- ✚ Desarrollo de jornada de sensibilización sobre el tema para toda la comunidad.
- ✚ Realización de un taller de comunicación nivel 2 para el grupo de comunicadores, los otros grupos de trabajo y miembros de la comunidad.
- ✚ Conformación del grupo de comunicadores: Sopla el Viento.
- ✚ Conformación del comité de defensores de la fauna.
- ✚ Conformación del grupo de Coinvestigadores: Armadillo.

- ✚ Conformación del grupo asistentes de campo: (nombre especie).
- ✚ Conformación del grupo educadores ambientales: (nombre especie).

Fase II: Fortalecimiento

Descripción de las actividades:

- ✚ Desarrollo de jornada de sensibilización sobre el tema para toda la comunidad.
- ✚ Realización de taller de liderazgo para la dirección de procesos y toma de decisiones con los grupos de trabajo y miembros de la comunidad.

Fase III: Socialización de resultados

Descripción de las actividades:

- ✚ Organización de temarios y foros para la mesa redonda.
- ✚ Organización de temarios para las mesas de trabajo con la comunidad por sectores.

CRONOGRAMA

En la siguiente tabla, se presentan los tiempos de preparación y las especificaciones técnicas de las distintas piezas de comunicación, que serán empleadas a lo largo de la estrategia:

Tabla 26. Tiempos preparación herramientas y piezas de comunicación de apoyo

Pieza	Objeto	Plazo estimado de ejecución	Especificaciones técnicas
Audiovisual en formato HD	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realización de: Video 8 minutos en vivo y animado para divulgar en programas de televisión, en canales comunitarios y regionales: 10 copias en DVD y 10 copias en CD. ✚ Comercial 30 segundos para televisión, en vivo y animado, para ser transmitido por código cívico y en Cuentos Verdes por Telepacífico. Entregar 3 DVD. 	Dos meses	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realización del guión. ✚ Grabación audiovisual en campo de los ecosistemas y la población. ✚ Animación. ✚ Edición y montaje de las dos piezas relacionadas: video 8 minutos, versión video 1 minuto, comercial 30 segundos. ✚ Musicalización y sonorización de las dos piezas. ✚ Locución profesional.
Cartilla de	Diseño, diagramación de	Dos meses	✚ Partes: carátula y 30 páginas.

Normatividad (Ver anexo 11)	10.000 cartillas “Guía interior”		<ul style="list-style-type: none"> ✚ Tamaño: libro cerrado media carta. ✚ Papel carátula: propalcote esmaltado de 240 gr. ✚ Páginas: papel bond de 115 gr. ✚ Acabado: Grafado, carátula con plastificado mate reciclable por una cara. ✚ Producir ilustraciones e incluir fotos. ✚ Levantamiento de textos.
Cuña radial	Realización cuña radial	Tres semanas	✚ Se trabaja con el audio del comercial para televisión.
Cuña radial	Realización cuña radial	Tres semanas	✚ Lanzamiento La Caravana.
Afiches (Ver anexo 12)	Arte final, edición, producción e impresión de 15.000 afiches	Dos meses	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Tamaño: 50 x 35 cm. ✚ Papel: propalcote esmaltado de 150 gr. ✚ Impresión: 4/4 tintas.
Vallas (Ver anexo 13)	Elaborar e instalar seis vallas	Dos meses	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Medidas: 4.00 x 3.00 mt. ✚ Full color.
Pieza	Objeto	Plazo estimado de ejecución	Especificaciones técnicas
Papelería	Impresión	Quince días	✚ Tamaño carta, bond corriente, full color.
Pasacalles	Elaborar e instalar 6 pasacalles	Una semana	✚ Sobre tela blanca, full color.
Peajes (Ver anexo 14)	Construir tres módulos de peaje	Dos semanas	✚ Estructura triplica de módulos plegables de madera de 90 cm. x 1 m. de ancho.
Dummy	Dummy de armadillo	Un mes	✚ En papel mache, construir muñecos articulados.
MATERIAL DE APOYO Y PIEZAS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIAS			
Audiovisual formato digital	Tres videos sobre fauna local elaborados con los grupos de jóvenes de cada corregimiento	Dos meses	✚ Acompañamiento y dirección durante las fases de realización. Materiales y alquiler de equipo.
Cartilla sobre fauna local	Diseño e impresión de tres cartillas, una por cada corregimiento	Tres meses	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Partes: carátula y 30 páginas. ✚ Tamaño: libro cerrado media carta. ✚ Papel carátula: propalcote esmaltado de 240 gr. ✚ Páginas: papel bond de 115 gr. ✚ Acabados: Grafado, carátula con plastificado mate reciclable por una cara. ✚ Producir ilustraciones e incluir fotos. ✚ Levantamiento de textos.
Carteleras	Diseño y ejecución seis	Dos meses	✚ Tamaño 1 mt x 70 cm., corcho

Monitoreo y acompañamiento gestión de proyectos	4							
Taller de Liderazgo y toma de decisiones	5							
Divulgación de avances del proceso								
I Encuentro de manejo comunitario de fauna en el Valle								

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009.

PRESUPUESTO

El presupuesto total de la estrategia de educación articulada a las acciones técnicas y normativas para evitar la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento del Valle del Cauca asciende a mil quinientos dos millones de pesos (\$1.502.000.000.00) como se desagrega a continuación:

Tabla 28. Presupuesto de la estrategia de educación área rural

Etapa / actividades	Presupuesto en millones de pesos					Total
	CVC	Contrapartidas				
		ONG	Univer- sidades	Empresa privada	Estado	
Coordinación general	850	80				930
Investigador, 2 años	100					100
Educador Ambiental, 2 años	60					60
Coordinación General	30					30
Administración		80				80
Recurso humano local	330					330
Coinvestigadores	220					220
Grupo asistentes de campo	110					110
PRIMER MOMENTO: LA CARAVANA	121			65	26	212
Herramientas y piezas de comunicación	80			50	10	140
Plan de medios	10			5	5	20
Jornada La Cara de la Comunidad	20					20
Lanzamiento Caravana	1				1	2
Día del Armadillo	10			10	10	30
SEGUNDO MOMENTO: EL PLAN	315	20	25			360
ETAPA 1 - OBJETIVO 1						76
Transporte, materiales, viáticos	10	10	10			30
Encuentros de saberes	10					10
Senderos: materiales	6					6
La mesa redonda	10					10
Plan de manejo: impresión y materiales	10					10
Cartilla fauna Local: impresión y materiales	10					10
ETAPA 2 - OBJETIVO 2						50
Investigación	25	10	15			50
ETAPA 3 - OBJETIVO 3						20
Taller identificación de necesidades	20					20
ETAPA 4 - OBJETIVO 4						60

Taller de emprendimiento	20					20
Taller de formulación y gestión de proyectos	20					20
Acompañamiento	20					20
ETAPA 5 - OBJETIVO 5						30
Taller de liderazgo	20					20
Mesas redondas – socialización	10					10
TRANSVERSALES						124
Taller lúdico	20					20
Taller de comunicación y medios	25					25
Jornadas de sensibilización	4					4
Apoyo logístico grupos	30					30
Videos corregimiento	30					30
Cartelera	5					5
Materiales de apoyo	10					10
Total Presupuesto 2 años	1286	100	25	65	26	1502

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009.

AGRADECIMIENTOS

Esta estrategia se diseñó y estructuró gracias a los valiosos aportes de las siguientes personas que participaron de los talleres realizados en El Vergel, Corozal y Sabaletas durante los meses de mayo y junio de 2009:

A. Caicedo	Carlos Pulgarín S.	Eucaris Valencia	Iris Daicy Camacho	Lisandro Quintero
Aide Ibarra	Carmen Alicia Ortiz	Fabián Álvarez	Isaac Bonilla	Lizeth Maryury A
Alba Lucía Arroyave	Christian David Ocampo	Fabian Cardona	Isaias Hinestroza	Lucio Montoya
Alba Lucy Aguirre	Claudia Marcela Sánchez	Fabián Castrillón	Iván de Jesús Cardona	Luis Alfredo Ríos
Albert José Montiel	Cristal Daniela Pelaez	Fabiola Yuste	Jackeline Rentería	Luis Carlos Asprilla
Alberto Candelo	Cruz Eliza Montoya	Filmar A. Ramírez	Jainover Ruíz	Luisa Alejandra Guzmán
Alexander Morales	Daici Bonilla	Francisco A. Arias	Jairo A. García N.	Luz Dary Gómez
Alfonso Bedoya	Dallana Morales	Francisco Gutiérrez	Jairo Ramírez	Luz Eneida Ocampo
Alicia Valencia	Daniela Fernández	Francisco Javier Corrales	Jaiver López	Sincio Montoya
Alomia Riascos	Darly Montoya	Gabriela Angulo	Jean Carlos Ocampo	Soledad Restrepo
Alvaro Restrepo	David Caicedo	Geanny Suárez	Jeimmy Vanesa Marín	Sonia L. Riascos
Amparo Gamboa	David Gonzalo Estrella	Geany Suárez	Jennifer Albis O	Soraida Rentaría
Ana Rosa Vallejo	David Vallecilla	Gerardina Soto	Jennifer Rentería	Stehpany Zuñiga
Ana Rubiela Cañas	Davison A. Carmona	Germán Morales	Jerlin Asprilla	María Antonia Angulo
Angel Betancourt	Delfrida Caicedo	Gilberto Caicedo	Jessica Tatiana V.	María del Carmen Noreña
Angel María Cardona	Diana Montoya	Gilberto Montoya	Jesús López	María Irene Loaiza
Angie Lizeth Escobar	Dora Alicia Caicedo	Gilberto Ramírez	Jhon Alexander Aldana	María Lucía Montoya
Argemiro Rios	Dora Maria Rentaría	Gloria A. Rendón	Jhon Jairo Morales	María Luisa Sinisterra
Arley Caicedo	Doracelly Ocampo	Gloria Calle	Jhon Jaiver Caicedo	María Nubia Rivera

Arnoldo E. Ocampo	Edwin Javier Moreno	Gloria Patricia Hualpa	Jobino Riascos	Marlene Osorio
Aura Giraldo	Edwin Mondragón	Graciela Caicedo	Jorge Adán Villa	Marleny Potes
Benita Montoya	Efrén Rodríguez	Guillermo Riascos	Jorge de Jesús López	Stiven Wichardy Muñoz
Bernando de J. M	Eleonor García	Hector Jairo Bigama	Jorge Elías López	Susana Estrella Riascos
Beyanira Agudelo	Elizabeth Saldarriaga	Hector Pelaez	Jose Arnobio Mejía	Tatiana Morales
Blanca Cruz	Elmira Riascos	Heidi Botero	José Caicedo	Urbano Valencia
Blanca Triana	Enrique Rentería	Hercilia Delgado	José del Carmen Nuñez	Ustacia Alomía
Candida R. Monsalve	Epifanía Ortega	Heriberto Carrillo C.	Jose Domingo	Ventura Caicedo
Candido Monsalve	Ercilla Delgado	Heyner Vallecilla	Jose Duván Saldarriaga	Noemí Portela
Carlos Andrés O.	Esmeralda Garcés	Horacio L. Ramírez	Jose Edilberto Caicedo	Nubia Viverra
Carlos E. Blandón	Estela Hinostraza	Horacio Trujillo	Jose Gabriel Montoya	Olga Cardenas
Jose Joaquín Hernández	Luz Marí Valenzuela	Marta Jiménez	Omaira Valencia	Olga Lucía
Jose Narcizo Ocampo	Luz Marina Caicedo	Martín Hualpa	Omar Vélez	Olga Lucía Mosquera
Juan Carlos C.	Luz Marina Camacho	Martín Monsalve	Oscar Mina	Olga Lucía Ocampo
Juan M. González	Luz Stella Rivera	Menelio Camacho	Ovilio Riascos	Olga María Cárdenas
Karen Jhohanna Mosquera	Luz Stella Utima	Mercedes Arboleda	Pastor Lorenzo Asprilla	Olga María Valencia
Wellington Poveda	Wilton Romero	Yalila Rentería	Yaneth Hernández	Nelson Ramírez
Marco Tulio Camacho	Pedro Zapata	Rodolfo Galviz	Rosa González	Nelson Zuñiga
Marco Velasco	Rocio Rentaría	Rosa Amelia Caicedo	Victor Saavedra	Nepomuceno Caicedo
Margarita Fernández	Ma. Aleyda Osorio	Leidy Johana Caicedo	Walter Riascos	Niyiret Córtez
Nelson Caicedo	Marco Antonio Velasco	Leidy Lorena Ocampo	Yurani Salgado	Pastora Palacio
Nelson J. Zuñiga	Marco Tulio Alomia	Leonelia Caicedo	Zoraida Tequé	Yenifer Albiz
Sinecio Caicedo	Silvana Camacho	Ligia Guerrero	Lalo Vallejo	Yolanda Lopera
Yency Raquel Asprilla	Silvano Caicedo	Lina Marcela Agudelo	Sebastián Ramírez	Yonni Vallecilla
Sandra Viviana Salázar	Rubiano Caicedo	Rosaliano Rentería	Rosa Hualpa de Zapata	

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA PREVENIR LA COMERCIALIZACIÓN DE FAUNA SILVESTRE EN LOS MUNICIPIOS DE CALI Y JAMUNDÍ (VALLE DEL CAUCA)

PRESENTACIÓN

La estrategia de comunicación para prevenir la comercialización de fauna silvestre en los municipios de Cali y Jamundi, hace parte del Convenio 092 de 2008 celebrado entre la Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca –CVC- y la Corporación ECOBIOSIS cuyo objeto es el Diseño de una



estrategia de educación articulada a las acciones técnicas y normativas para evitar la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento del Valle del Cauca.

Con esta estrategia de comunicación se propone generar un proceso de participación y concientización de la población juvenil e infantil, en los municipios de Cali y Jamundí, de las áreas urbana y rural, encaminado a la creación y consolidación de una red juvenil para generar iniciativas de afecto por la fauna, entendido el afecto como una relación armónica con el medio ambiente, que contribuya así a reestablecer una relación sana y equilibrada de la población hacia las especies de fauna silvestre, en un marco de respeto y responsabilidad por la vida.

Las actividades de este proceso de construcción giran en torno a la realización de la I Jornada de Afecto por la Fauna, en la que niños y jóvenes tendrán la oportunidad de conocer y reflexionar sobre la problemática de la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí, y hacer propuestas para el diseño de una campaña de divulgación dirigida a toda su población e indirectamente al resto del departamento del Valle del Cauca.

Dentro de este proyecto la comunicación se asume como una herramienta para que los actores claves creen el espacio, se permitan la opción de, den lugar a, pasar por la experiencia de sensibilizarse, replantear, reflexionar, cambiar de actitud y proponer acciones al resto de la población en los municipios de Cali y Jamundí, en torno al tema de un manejo adecuado de la Fauna Silvestre en el Departamento del Valle del Cauca.

La estrategia en este proyecto está dirigida a generar el proceso de construcción colectiva de una campaña de divulgación desde el imaginario de jóvenes y niños, que a la vez es un elemento para sensibilizar, generar dinámicas de participación, intercambio de opiniones y permite que se posicionen públicamente los temas y los actores identificados en el proceso.

INTRODUCCIÓN

Esta estrategia se constituye en una propuesta metodológica de intervención de educación y comunicación ambiental, que abre una puerta de oportunidades a jóvenes y niños de los municipios de Cali y Jamundí, incluyendo las zonas rurales, como una forma de integrar e incidir en las políticas públicas locales e influir en la población en general en su conducta ambiental

Se plantea entonces, una propuesta de intervención que permite realizar un proceso con jóvenes y niños, para que sean quienes lleven y realicen el trabajo de difusión y educación ambiental hacia las otras poblaciones objetivo y comunidades. Igualmente se hace necesario consultar a los tomadores de decisiones dentro de las organizaciones sociales y productivas y en instancias gubernamentales, que permita tener un insumo de información de la situación actual de cooperación y participación.

Para desarrollar esta estrategia de comunicación y educación ambiental, se ha dividido el trabajo en etapas designadas conceptualmente, y entrelazadas secuencialmente. Cada etapa tiene asignada una fase y una meta que permite agrupar actividades encaminadas al cumplimiento de los objetivos específicos y por ende al Objetivo General y facilitan el desarrollo e implementación de las mismas.

CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

La normatividad ha sido creada como una estrategia para prevenir y controlar la comercialización de fauna silvestre, sin embargo aplicarla no ha sido fácil. La falta de claridad, la ausencia de acciones



legales facultativas que agilicen la acción de las autoridades y el no reconocimiento como una prioridad por parte del sistema judicial, hacen que la normatividad en la práctica no haya alcanzado los niveles de efectividad esperados a la hora de hablar de prevención y control del tráfico ilegal.

Los municipios de Cali y Jamundí son centros urbanos grandes, donde realizar el control y seguimiento al tráfico ilegal es bastante dispendioso, y aunque las jornadas departamentales contra el tráfico ilegal han permitido el decomiso de varios animales, lo cual desestimula su tenencia pero a su vez genera a las entidades de control un problema adicional en términos del requerimiento de infraestructura que desvía recursos y no garantiza en el largo plazo la esperanza de vida para las especies decomisadas.

La normatividad no ha sido suficiente para garantizar un cambio de actitud en la población, ni la abolición del problema de la extinción de especies de fauna silvestre. Por eso las entidades que le apuestan al control del tráfico ilegal de fauna silvestre, han tenido que desarrollar iniciativas paralelas a la aplicación de la norma, que involucre a toda la sociedad y que permita que la responsabilidad no recaiga sólo en los estamentos judiciales.

En una sociedad globalizada y consumista como la nuestra, la necesidad de interacción con la fauna está dinamizada por los patrones de propiedad privada, poder y acciones humanitarias, no en vano los grandes centros urbanos son así mismo los grandes centros del comercio ilegal de especies silvestres.

Cali está catalogada como “Centro internacional del tráfico” y “Gran centro de consumo”, debido a que además de ser la capital del departamento, es un centro internacional de comercio y turismo, con una gran población demandante de productos de fauna y flora, asociados a requerimientos culturales, alimenticios o afectivos. A este centro urbano llega fauna de diversos lugares del interior del departamento y del resto de Colombia (ECOBIOISIS, 2007). Así mismo la red vial de Cali y Jamundí, constituye una ruta obligada de entrada y salida de productos de esta actividad ilícita hacia y desde el sur del continente.

Hemos olvidado que nuestro reconocimiento como especie está dado por el desarrollo de las facultades humanas: andar, hablar y pensar; y que el desarrollo de dichas facultades se haya sujeto a la interacción con el entorno y con otros seres humanos. Así mismo las especies de fauna silvestre existen como tales en la medida que pueden desarrollar las facultades propias de su especie, entre otras, como la alimentación, la interacción inter e intra específica, los patrones territoriales, el nicho ecológico y la reproducción. Facultades éstas que sólo pueden ser desarrolladas en su hábitat, pues, así como el ser humano aislado de otros humanos y con su movilidad restringida pierde sus facultades humanas, los animales también encerrados en jaulas y aislados de su hábitat pierden las facultades propias de su especie, convirtiéndose en cuerpos físicos, vulnerables a enfermedades y transmisores de otras tantas, entidades obligadas a suplir necesidades de afecto e identidad que no le son propias.

El afecto es una de las nueve necesidades del ser humano como especie, sin embargo es una de las más grandes falencias de las sociedades modernas. Los ciudadanos de las grandes urbes, se han acostumbrado a la creación de necesidades artificiales que son suplidas por bienes materiales propios de la sociedad de consumo. De hecho, la fauna silvestre actualmente ha perdido su valor como recurso vivo para entrar hacer parte del grupo de bienes materiales. Esta tendencia consumista y globalizante ha transformado los principios de interacción de los seres humanos, entre ellos la comunicación y el afecto (Max-Neef et al, 1986).



Cada vez sabemos más de lo que ocurre al otro lado del mundo y cada vez menos de lo que vivimos en nuestra realidad local. La gran mayoría de nosotros dibujó al león o al elefante en la escuela para representar al mundo animal, pero desconocemos cuáles son los animales que hacen parte de nuestra realidad vallecaucana y más aún, del municipio o zona donde nacimos o vivimos. Cada vez se hace más frecuente que busquemos suplir nuestra necesidad de identidad y afecto con lo que poseemos, con lo que nos ponemos, con elementos externos, y no desde el desarrollo del pensar, del actuar, de expresiones artísticas y de la interacción con los otros, sean humanos o animales, basada en el respeto y el saber.

Para tener la capacidad de decidir cómo podemos y queremos compartir el país con la fauna y los ecosistemas que hacen parte de nuestra vida e identidad, tenemos que reestablecer el vínculo intrínseco con la naturaleza, que incorpore la fauna a nuestra identidad nacional y como humanos y la proyecte hacia el futuro (Baptiste, et al, 2000). Por eso aunque la norma nos brinda el cobijo jurídico, es realmente el compromiso, participación y responsabilidad de la sociedad civil lo que puede contribuir en mayor magnitud en la prevención y control del tráfico ilegal de fauna silvestre.

Dentro de la estrategia nacional para la prevención y el control del tráfico ilegal se plantea la necesidad de divulgar la normatividad y generar la participación de la sociedad civil, para así construir comunidades con capacidad para llevar a cabo labores de prevención y control interno del tráfico ilegal y reglamentos comunitarios de control (Gomez, 2002).

En el 2008 la CVC a través de la resolución No. 0100 0395, dicta normas para restringir y regular la tenencia de especímenes de la fauna silvestre en el área de la jurisdicción de la Corporación (CVC 2008), para lo cual se organizó una jornada donde la sociedad civil reportaba los animales de fauna silvestre que tuviese en cautiverio. Para Cali se obtuvieron aproximadamente 6.000 reportes de tenedores de fauna, equivalente al 34% de los reportados para todo el departamento, de estos reportes el 92% de las especies son aves².

Con base en todo lo anterior, la CVC propone a Cali y Jamundí como sitios focales, donde se debe realizar una fuerte campaña de comunicación y educación en torno a la normatividad, control y seguimiento del tráfico ilegal. La presencia del Parque Nacional Natural los Farallones dentro del área de influencia de estos municipios, es un valor agregado que convierte el trabajo en un elemento estratégico para abordar la problemática desde la incidencia de la comercialización y compra de la fauna silvestre.

En el departamento del Valle del Cauca la ilegalidad del tráfico de fauna silvestre es un tema que ya está siendo abordado a nivel de medios de comunicación, motivando a la audiencia a una reflexión crítica sobre la problemática, especialmente por dos programas de televisión, difundidos a través del Canal Regional de Televisión TELEPACÍFICO: Cuentos Verdes (CVC) y Exploradores (Fundación Zoológico de Cali), así como notas informativas y de divulgación del diario El País. A nivel de la Web el diario El País, lanzó una edición especial en torno al tema, donde se abrió un foro de opinión de la ciudadanía. En el Zoológico de Cali, es un tema transversal en las actividades y a lo largo del recorrido guiado en sus instalaciones, para visitantes y colegios.

Para respetar y cuidar algo, primero debemos sentirlo como nuestro, y para hacerlo nuestro es necesario explorarlo y conocerlo. Por lo tanto es necesario diseñar una estrategia de comunicación dirigida a que se difunda todo lo que se conoce sobre la fauna local y su relación con la especie humana, haciendo énfasis en el papel biológico y ecológico de cada especie. Pero así mismo, el

² Conversaciones con la funcionaria Stella Castillo Crespo.

respeto y el cuidado deben estar reflejados a través de acciones concretas, para lo cual además de conocer la problemática se debe reflexionar sobre la misma y establecer mecanismos y campos claros de acción.

OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA

Objetivo general

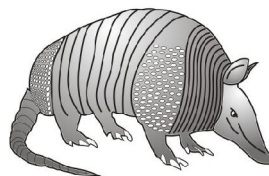
Propiciar en la población de Cali y Jamundí una relación sana y armónica hacia las especies de fauna silvestre, en un marco de respeto, responsabilidad y afecto por la vida.

Objetivos específicos

- ✚ Conocer los imaginarios y supuestos de la población de Cali y Jamundí en el tema de fauna silvestre.
- ✚ Promover entre jóvenes y niños de Cali y Jamundí encuentros y acciones de sensibilización y concientización sobre la problemática del tráfico ilegal de fauna silvestre.
- ✚ Reducir la presión sobre las especies afectadas por el tráfico ilegal de fauna silvestre.
- ✚ Promover la conservación de las especies de fauna silvestre.
- ✚ Proponer una plataforma de participación que haga sostenible el objetivo de la estrategia.

ESTRUCTURACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Personaje símbolo



El armadillo

Este personaje símbolo fue seleccionado tras un trabajo comunitario realizado con los habitantes de tres zonas rurales piloto del departamento del Valle del Cauca (corregimientos el Vergel, Corozal y Sabaletas) dentro de la ejecución del presente convenio, a pesar de ser zonas distantes territorial y culturalmente, coincidieron en seleccionar la misma especie debido al desconocimiento que poseen sobre el desarrollo de ésta, a su representación cultural dentro de cada una de las comunidades anteriormente mencionadas y sobre todo por el comercio ilegal que gira entorno a esta especie.

Lema de la estrategia

**Lo que pasa con la FAUNA
Pasa Conmigo • • •**

El tema sugerido de múltiples connotaciones proviene del decir coloquial que se expresa cuando hay un conflicto entre dos personas y alguien sale en defensa de uno de ellos, habitualmente el más

pequeño o el más indefenso, en honor al vínculo que se tiene con él: “...Lo que pasa con él, pasa conmigo...”

Expresa claramente y con coraje el compromiso, la unión y el afecto que nos hace intervenir, cuidar, defender y proteger. Cumpliendo con creces el objetivo perseguido en el posicionamiento, generando consciencia, entrega, participación, donde el problema es realmente de todos y de cada cual.

Expresión y simbolismo gráfico del posicionamiento

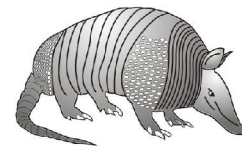


Significa la conciencia acerca de un solo sentir y dos hábitat, un solo ecosistema, donde lo que pasa con el uno afecta al otro, cuyo equilibrio depende de los pasos, de las acciones del hombre. Es importante recordar que los seres del reino animal no generan desequilibrio; sólo el hombre puede decidir o cometer errores desde su inconsciencia, desde su no reconocimiento de este vínculo. Está en manos del hombre, recuperarlo, mantenerlo, honrarlo y esto sólo es posible desde su corazón, desde el sentimiento que lo lleva a comprender que el uno sin el otro sólo puede conducir a la destrucción.

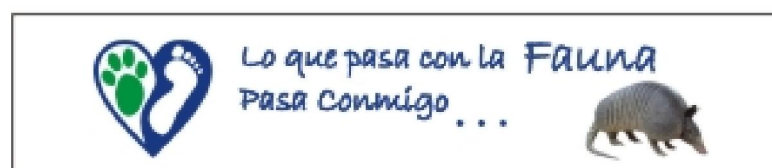
Un corazón que enmarca la huella de un ser humano al lado de la huella de un animal.



Lo que pasa con la **FAUNA**
Pasa Conmigo ● ● ●



Aplicaciones símbolo especie bandera





Población objetivo

La estrategia estará dirigida a la ciudadanía de Cali y Jamundí, haciendo énfasis en la población infantil y juvenil. Trabajar con niños y adolescentes es una estrategia indirecta de llegar a toda la comunidad, ya que ellos actúan como portavoces. Además a través de los medios masivos de comunicación se intenta propiciar a nivel familiar discusiones en torno al tema.

Otros públicos objetivo

- ✚ Padres y madres de familia.
- ✚ Público en general.

Los actores claves

Los actores claves de esta estrategia en primera instancia, serán los niños y jóvenes de los municipios de Cali y Jamundí, del área urbana y rural, quienes serán los portavoces encargados de llevar y realizar el trabajo de diseño y difusión de acciones para la educación ambiental hacia las otras poblaciones objetivo, comunidades y tomadores de decisión:

✚ Poblacion Infantil (7 a 13 años de edad)

Es en la etapa infantil donde a través de ejemplos y de imágenes es posible inculcar valores y actitudes positivas, que se verán reflejados tanto en el presente como en la sociedad civil del mañana (Crottogini, 1997). Por lo tanto dirigir, la campaña hacia esta población permite proyectar los resultados, no solo como una acción en el presente sino a largo plazo de una manera preventiva.

✚ Poblacion Juvenil. (14 a 21 años de edad)

Los adolescentes están en busca de las verdades que les permiten crear su propia imagen de lo que es el mundo exterior, mas allá de su círculo familiar. Por lo tanto su nivel de receptividad es mayor que en cualquier otra edad, pues están avidos de información y novedad. Por su proceso biológico, intelectual, emotivo, que en esta etapa de crecimiento están experimentando, necesitan de causas nobles por las cuales luchar y con las cuales sentirse identificados (Crottogini, 1997). El adolescente se siente amenazado por la sociedad y por tal motivo pueden llegar a identificarse con la fauna que es afectada por el tráfico ilegal, lo que los motivará a tomar acciones frente a esto.

DESARROLLO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Etapa 1: Investigación cualitativa y cuantitativa

Fase I: Indagación

Objetivo

Conocer los imaginarios y supuestos de la población de Cali y Jamundí en el tema de fauna silvestre.

Resultado esperado

Construcción de línea de base y acopio de información para el desarrollo de las etapas siguientes.

Parte de diseñar una investigación cualitativa y cuantitativa que permita medir el conocimiento, la percepción y el comportamiento de las audiencias claves en torno al tema de la fauna silvestre del Departamento.

En la siguiente tabla se desarrolla el objetivo específico:

Tabla 29. Desarrollo de objetivo específico número uno de la estrategia de comunicación

Propósito	Actividad	Resultados esperados
Consultar sobre el tema a los tomadores de decisiones dentro de las organizaciones sociales, productivas, medios de comunicación y en instancias gubernamentales	Entrevistas en profundidad con actores claves del ámbito público y privado: - Empresarios - ONG - Medios de comunicación - Secretarios Municipales de Educación, Salud, Cultura y Turismo, Director de Planeación	Se identificaron ejes temáticos. Se obtuvo insumo de información de la capacidad de cooperación y participación en el desarrollo de la estrategia Se identificaron parámetros básicos para el posicionamiento de la campaña de divulgación
Consultar sobre el tema a los portavoces potenciales del proceso	Sesiones de grupo con actores claves: jóvenes y niños por rangos de edad y estratificación social	Se identificaron ejes temáticos Hubo una aproximación a los factores de motivación y los móviles de identificación
Medir el grado de percepción y conocimiento sobre el tema a la población de Cali y Jamundí	Aplicación de una encuesta a los actores claves y al público objetivo: diseño formulario, prueba piloto, procesamiento e informe de resultados	Construcción de línea de base. Construcción de indicadores. Se identificaron tendencias del público objetivo
Línea de base	Construcción de base de datos y de indicadores	Se construyó línea de base y los indicadores para la segunda medición

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009.

Etapa 2: I Jornada de afecto por la fauna silvestre

Fase I: Sensibilización y reflexión

Objetivo

Promover entre jóvenes y niños de Cali y Jamundí encuentros y acciones de sensibilización y concientización sobre la problemática del tráfico ilegal de fauna silvestre

Resultado esperado

Toma de conciencia sobre la problemática de la fauna silvestre.

Los niños y jóvenes tienen un espacio donde pueden construir un camino para encontrar su tema, dando la opción de sensibilizarse, replantearse y reflexionar sobre su relación con el ecosistema través de la fauna silvestre.

En la siguiente tabla se desarrolla el objetivo específico:

Tabla 30. Desarrollo de objetivo específico número dos de la estrategia de comunicación

Propósito	Actividad	Resultados esperados
Organizar la realización de la I Jornada de afecto por la fauna silvestre	Consolidar grupos de patrocinio, apoyo y dinamizadores pedagógicos	Las ONG, universidades, empresa privada, instituciones del estado, medios de comunicación y autoridades competentes identificadas en la Etapa 1 con capacidad de cooperación y gestión, participan apoyando y patrocinando el evento
Promocionar y divulgar la I Jornada de afecto por la fauna silvestre en medios masivos y directos	Lanzamiento de la I Jornada de afecto por la fauna silvestre con participación de los actores claves y los representantes de los medios de comunicación	Los medios masivos y alternativos divulgaron el evento como noticia.
Campaña expectativa para el público en general y los actores involucrados	Divulgación a través del Canal Regional Telepacífico de un comercial de 30 segundos	La población de los municipios de Cali y Jamundí, sin distinción de estrato socioeconómico, sexo, raza o edad, se entera de la convocatoria a la I Jornada de afecto por la fauna silvestre
	Divulgación a través de canales alternativos del comercial de 30 segundos	
Convocar a los jóvenes y niños de los estratos 1, 2, 3	Divulgación a través canales comunitarios el video promocional de 8 minutos	
Convocar a los jóvenes y niños en general	Divulgación del video promocional en <i>Youtube</i> , <i>Facebook</i> , <i>Hi 5</i> , <i>los Space</i>	
Convocar a los jóvenes y niños en general	Entrega de afiches en centros educativos, red de bibliotecas del area urbana y rural de los municipios de Cali y Jamundí	
Inscripción de jóvenes y niños de Cali y Jamundí, área urbana y	Convocatoria abierta a jóvenes y niños a participar en la I Jornada de afecto por la fauna	

rural, en la I Jornada de afecto por la fauna silvestre	silvestre	
Verificar datos y confirmar la asistencia de los inscritos para el evento	Telemarketing	
Preparación de temas para el evento a partir de los resultados de la fase de indagación	Taller de talleristas	
Dotar a los jóvenes de herramientas conceptuales y de expresión para elaborar propuestas de la campaña de divulgación	Realización de la I Jornada de afecto por la fauna silvestre	

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009.

Etapas 3: La campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí

Fase I: Expresión y acción

Objetivo

Reducir la presión sobre las especies afectadas por el tráfico ilegal de fauna silvestre.

Resultado esperado

Problemática de la fauna integrada a nuestro proyecto de vida como el camino eficaz para evitar la extinción de especies.

El trabajo conjunto con los niños y jóvenes, apoyados por los docentes y gestores culturales, será una búsqueda, planteamiento integral y participativo para crear mensajes y acciones que incidan directamente en beneficios ambientales en la zona de Cali y Jamundí que permitan crear una cultura ambiental dentro de la población objetivo en lo particular, que involucre a la población en general, en este caso los municipios de Cali y Jamundí y las comunidades convergentes de esta región.

En resumen: clarificar lo qué vamos a hacer, cómo se lo vamos a contar a los demás y cómo los vamos a involucrar?.

En la siguiente tabla se desarrolla el objetivo específico:

Tabla 31. Desarrollo de objetivo específico número tres de la estrategia de comunicación

Propósito	Actividad	Resultados esperados
Concurso de propuestas de diseño de una campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí	Conformar un jurado con personas que tengan conocimiento en fauna silvestre, publicidad, ejecutivos de la empresa privada y un representante de la CVC para organizar el concurso de propuestas de la campaña de divulgación para prevenir la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí	Se conformó un jurado y se diseñaron las condiciones de participación para los grupos de jóvenes conformados en la I Jornada de afecto por la fauna silvestre

Diseño de propuestas para la campaña de divulgación	Acompañamiento de un asesor creativo y un especialista en el tema de fauna silvestre local, a cada grupo de jóvenes durante la elaboración de la propuesta	Cada grupo elabora una propuesta de campaña de divulgación. Los jóvenes amplían su capacidad de reflexión y expresión sobre el tema del manejo de fauna silvestre.
Selección de propuestas	Entrega de propuestas, evaluación y selección de la propuesta	Se tienen los insumos para trabajar el diseño de la campaña de divulgación
Diseñar la campaña de divulgación	Reunión entre los creativos y el grupo seleccionado de jóvenes para diseñar la campaña de divulgación, con representación de un miembro de cada uno de los grupos no seleccionados	Una campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí
Impactar, incentivar y motivar a la población de Cali y Jamundí para evitar la compra de fauna silvestre	Ejecución de la campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en los municipios de Cali y Jamundí	La población de Cali y Jamundí se concientiza sobre la importancia de un uso adecuado de la fauna silvestre.

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009.

Etapa 4: Guía de acción

Fase I: Promoción

Objetivo

Promover la conservación de las especies de fauna silvestre.

Resultado esperado

Grupos de gestores entre niños y jóvenes del área urbana y rural de los municipios de Cali y Jamundí, conformados.

Será creado un grupo de aliados entre docentes, bibliotecarios, ONG, empresa privada, entidades municipales, comites interinstitucionales.

En la siguiente tabla se desarrolla el objetivo específico:

Tabla 32. Desarrollo de objetivo específico número cuatro de la estrategia de comunicación

Propósito	Actividad	Resultados esperados
Incentivar a la investigación y desarrollo de proyectos sobre fauna en el colegio, en la red de bibliotecas y en las universidades que será acompañada por las distintas organizaciones de base que trabajan en torno al tema	Diseño de un manual de actividades alrededor de la fauna silvestre en el Valle del Cauca, lideradas por la CVC	Se realizaron censos de aves en los colegios. Se realizaron censos de mascotas en las comunas. Se realizaron campañas al interior de las instituciones educativas en torno al tema de fauna silvestre

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009

Etapa 5: La red

Fase I: Proyección

Objetivo

Proponer una plataforma de participación que haga sostenible el objetivo de la estrategia.

Resultado esperado

Red de grupos juveniles defensores de la fauna silvestre, liderados por la CVC, en interacción con ONG, empresa privada y entidades gubernamentales, para difundir las acciones en su colegio, su familia, su "parche" y su ciudad.

En la siguiente tabla se desarrolla el objetivo específico:

Tabla 33. Desarrollo de objetivo específico número cinco de la estrategia de comunicación

Propósito	Actividad	Resultados esperados
Crear una red de grupos juveniles defensores de la fauna silvestre liderados por la CVC en interacción con ONG, empresa privada y entidades gubernamentales para difundir las acciones en su colegio, su familia, su parche y su ciudad	Identificación de actores. Identificación de escenarios. Identificación de marcos de acción posibles. Identificación de tiempos y recursos.	En el último año se han realizado eventos en los centros educativos de la CVC: Celebración del día del Armadillo, 2 obras lúdicas de nuestra relación con la fauna, 2 encuentros interfamiliares, 3 encuentros interinstitucionales, 3 encuentros interétnicos.
Fortalecer la red	Creación de link en la página web de la CVC para actividades interactivas	Registros mensuales de visitas a la web
Acompañamiento a los multiplicadores	Programar visitas y actividades en coordinación con la red de bibliotecas	Se han realizado actividades en colegios privados. Se han realizado actividades en colegios oficiales. Se han realizado actividades en bibliotecas del área urbana y rural.
Segunda medición de opinión y percepción sobre el manejo de fauna silvestre en Cali y Jamundí	Aplicación encuesta	Se comprobó la efectividad de la campaña. Se enriqueció la línea de base. Se verificaron los indicadores.

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009

CRONOGRAMA

En la siguiente tabla, se presentan los tiempos de preparación y las especificaciones técnicas de las distintas piezas de comunicación, que serán empleadas a lo largo de la estrategia:

Tabla 34. Preparación de herramientas y piezas de comunicación de apoyo

Pieza	Objeto	Plazo estimado de ejecución	Especificaciones técnicas
Afiches	Diseñar, graficar, editar y producir 15.000 afiches	Dos meses	Tamaño: 50 x 35 cm. Papel: propalcote esmaltado de 150 gr. Impresión: 4/4 tintas
Cuña radial	Realizar cuña radial	Tres semanas	Se trabaja con el audio del comercial para televisión.
Valla	Elaborar e instalar 1 valla	Dos meses	Valla de 4.0 mt x 3.0 mt. Full color
Pieza	Objeto	Plazo estimado de ejecución	Especificaciones técnicas
Audiovisual en formato HD	Realización de video 8 minutos en vivo y animado para divulgar en programas de televisión, en canales comunitarios y regionales: 10 copias en DVD y 10 copias en CD. Comercial 30 segundos para televisión, en vivo y animado, para ser transmitido por código cívico y en Cuentos Verdes por Telepacífico. Entregar 3 DVD.	Dos meses	<ul style="list-style-type: none"> ✚ Realización del guión. ✚ Grabación audiovisual en campo de los ecosistemas y la población. ✚ Animación ✚ Edición y montaje de las dos piezas relacionadas: video 8 minutos, versión video 1 minuto, comercial 30 segundos. ✚ Musicalización y sonorización de las dos piezas ✚ Locución profesional.
Manual de actividades para proteger la fauna silvestre que contenga información sobre creación de corredores ecológicos,	Diseñar y diagramar 5.000 cartillas para colorear	Dos meses	Partes: carátula y 24 páginas. Tamaño: libro cerrado 16.5 x 21 cm. Papeles. Carátula: propalcote esmaltado de 240 gr. Páginas: papel bond de 115 gr. Acabados: Grafado, caratula con plastificado mate reciclable por una cara.

censos de fauna y flora, etc			Producir ilustraciones e incluir fotos.
------------------------------	--	--	---

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009

El cronograma de actividades para el desarrollo de la estrategia asciende a dos años y se discrimina por actividad en la tabla 35.

Tabla 35. Cronograma de actividades estrategia de comunicación

Cronograma de actividades	Plazo estimado: 2 años					
	AÑO 1 (trimestres)				AÑO 2 (semestres)	
	I	II	III	IV	I	II
ETAPA 1: Investigación cualitativa y cuantitativa						
Entrevistas en profundidad, sesiones de grupo						
Diseño, aplicación y procesamiento encuesta						
Construcción base de datos, indicadores, línea de base						
ETAPA 2: I Jornada de afecto por la fauna silvestre						
Convocatoria Grupo de Patrocinio y Apoyo						
Elaboración herramientas y material de apoyo						
Lanzamiento y Convocatoria Amplia						
Taller de Talleristas y Realización Jornada						
ETAPA 3: La campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí						
Jurado y bases del concurso de propuestas de diseño de la Campaña de Divulgación						
Acompañamiento a los grupos de jóvenes						
Entrega y selección de propuestas						
Preparación diseño definitivo de la Campaña						
Ejecución de la Campaña						
ETAPA 4: Guías de acción						
Elaboración e impresión del manual de actividades para conservar la fauna en el Valle del Cauca						
ETAPA 5: La red						
Identificación de actores, escenarios, marcos de acción posibles, tiempos y recursos						
Link para la página web CVC						
Visitas y actividades en coordinación con la red de bibliotecas del área urbana y rural (Monitoreo y acompañamiento a multiplicadores y grupo de jóvenes)						
Segunda medición (Sistematización)						

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009

DISEÑO CONCEPTUAL Y GRÁFICO DE LA CAMPAÑA IMAGEN CORPORATIVA

Cali - Jamundí

A continuación se presenta el diseño conceptual y gráfico de la campaña de imagen corporativa de la estrategia de comunicación:

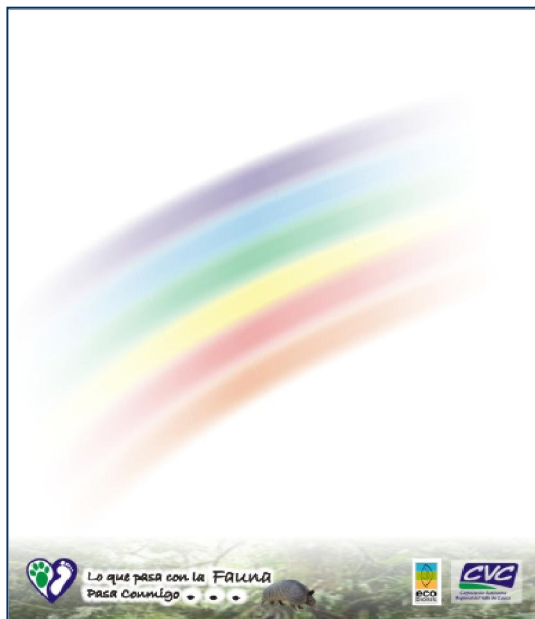
Afiche 1/4 de pliego



Es símbolo de ciudad, de civilización, de nuestros esquemas y paradigmas limitantes.

Por eso se muestra en las diferentes piezas de la campaña interactuando con elementos naturales, donde se expresa la necesidad de cambiar, de regresar hacia una conciencia individual y natural comprometida, que cuida, mantiene, preserva, administra; dentro de un marco general de la necesidad de conocimiento del entorno y de la inexorable relación con este.

Papelería



Es la viva y física expresión de la integralidad de la vida. Es el rayo de luz blanco que al dividirse en 7 diferentes frecuencias vibratorias genera todas las formas y la diversidad que existe, conocida, por conocer y desconocida en nuestro planeta.

Gracias a los adelantos actuales de la Ciencia hoy sabemos que cualquier ser orgánico o inorgánico, cualquier estado o cualquier situación, puede medirse y cuantificarse en términos de energía y frecuencias vibratorias que siempre estarán dentro de la gama de los colores del arco iris.

Valla de 3x4 mts



PRESUPUESTO

El presupuesto total de la estrategia de comunicación para prevenir la comercialización de fauna silvestre en los municipios de Cali y Jamundí (Valle del Cauca) asciende a setecientos setenta y dos millones quinientos mil pesos (\$772.500.000.00) como se desagrega a continuación:

Tabla 36. Presupuesto de actividades estrategia de comunicación

Etapa / Actividades	Presupuesto en millones					
	CVC	CONTRAPARTIDA				TOTAL
		ONG	Univer- sidades	Empresa privada	Estado	
COORDINACIÓN 18 meses	\$160	\$85	\$15			\$260
Director, asistente, secretaria	160	5	5			170
Pasantes y tesistas universitarios			10			10
Administración**		80				80
ETAPA 1: Investigación cualitativa y cuantitativa	\$120					\$120
50 Entrevistas en profundidad	20					20
20 Sesiones de grupo	30					30
2000 encuestas	70					70
ETAPA 2: I Jornada de afecto por la fauna silvestre	\$85	\$15	\$32	\$115	\$6	\$253
Herramientas y piezas de comunicación	36			15		51
Plan de medios				15	5	20
Convocatoria Grupo de Patrocinio y Apoyo	1	1				2
Lanzamiento: rueda de prensa	1				1	2
Convocatoria Amplia	12	1				13
1 Taller de Talleristas: 30 personas x 2 días	5	3	2	5		15
Realización Jornada	30	10	30	80		150
ETAPA 3: La campaña de divulgación para evitar la compra de fauna silvestre en Cali y Jamundí	\$24.5	\$11	\$9	\$56	\$9	\$109.5
Formación y acompañamiento a los 5 grupos seleccionados	5	5	5	10		25
Subsidio transporte y alimentación jóvenes	3.5					3.5
Acompañamiento a los grupos restantes de jóvenes***	10	5	2		3	20
Concurso				1	1	2
Preparación diseño definitivo de la Campaña	1	1	2	5		9
Ejecución de la Campaña	5			40	5	50
ETAPA 4: Guías de acción	\$11	\$2	\$2	\$5		\$20
Elaboración e impresión Manual de Actividades para conservar la fauna en el Valle del Cauca	10			5		15
Promoción Manual y acompañamiento	1	2	2			5
ETAPA 5: La red	\$3	\$2	\$3		\$2	\$10
Visitas y actividades en coordinación						
Bibliotecas del área urbana y rural	2	2	2		2	8
Link para la página web CVC	1		1			2
Segunda medición (sistematización)***						
Total Presupuesto 2 años	\$403.5	\$115	\$61	\$176	\$17	\$772.5

Fuente: ECOBIOSIS. Julio, 2009

- * La contrapartida se propone así:
 - Universidades: apoyo logístico y recurso humano.
 - ONG: apoyo logístico y recurso humano.
 - Empresa privada: patrocinio.

** Contrapartida de la entidad ejecutora.

*** Es opcional, se propone un presupuesto igual a la primera medición con un reajuste del 20%, es decir \$84 millones.

CONCLUSIONES

- ✚ En relación a la problemática de extracción, venta y comercialización de la fauna silvestre, cada una de las zonas piloto presenta características particulares en cuanto a aspectos sociales, organizacionales, culturales, históricos y ambientales. De esta manera se enmarca una buena muestra de las características del departamento para la formulación de una estrategia de educación que abarque un análisis sociocultural y situacional con el fin de que pueda ser extrapolada al resto de los municipios del departamento.
- ✚ En las zonas piloto se logró identificar claramente que existen tres tipos de caza de fauna: cacería de pobladores por atracción a esta actividad, cacería por pobladores para venta y cacería con fines recreativos y comerciales a cargo de extraños en los diversos territorios.
- ✚ A pesar de que el departamento del Valle del Cauca es reconocido mundialmente por su biodiversidad, es escaso el conocimiento que sus habitantes tienen de esto, reflejándose en la utilización cultural que se le da a algunos especímenes de fauna, al estado actual en cuanto a número de poblaciones e individuos y la aficción que causa las diversas actividades humanas al estado de la fauna dentro de sus zonas de vida.
- ✚ La aplicación de la encuesta en cada corregimiento piloto permitió obtener la información condensada, propició un acercamiento de la comunidad al proceso, generando expectativa y estímulo a participar de actividades propuestas por la CVC en pro de la protección de la fauna silvestre.
- ✚ Los pobladores de las tres zonas piloto inicialmente se mostraron renuentes a iniciar un proceso conjunto entre comunidad y CVC, que llevara a un control del tráfico ilegal de la fauna silvestre, sin embargo con la aplicación de las diversas herramientas de construcción participativa (entrevistas, encuestas, talleres, etc), la concepción fue cambiando, al punto de plantear como una alternativa de aprovechamiento de la fauna silvestre un cese a la extracción siempre en cuando la Corporación inicie actividades de sensibilización, dialogo y concertación con las diversas comunidades, en pro de un beneficio mutuo hacia el uso racional de los recursos naturales.
- ✚ Con la estrategia de comunicación para los municipios de Cali y Jamundí se busca a través de la dinamización y liderazgo de los jóvenes, darle impulso a una fuerte campaña de impacto para disminuir en el corto plazo la presión que se ejerce con la compra y comercialización de la fauna silvestre.

RECOMENDACIONES

- ✚ Ofrecer un taller de emprendimiento con el grupo de jóvenes que trabajó en las propuestas de acciones por la fauna durante este proceso, con el propósito de potenciar dichas acciones en las comunidades piloto.
- ✚ Como complemento a un proceso que se ha iniciado a partir de la formulación de esta estrategia de educación es necesario crear una red de defensores de la fauna silvestre en el Valle del Cauca, donde estas comunidades pilotos abandonen dicha actividad.
- ✚ Actualmente las comunidades son conscientes del deterioro ambiental que causan todas las actividades antrópicas, y tienen clara la necesidad de proteger y conservar su territorio, para esto es necesario liderar un evento de intercambio de experiencias en el manejo de la problemática de extinción de especies de fauna silvestre a nivel departamental y posteriormente a nivel nacional, donde se muestre la voluntad de las comunidades a iniciar procesos de protección de la fauna silvestre y donde se potencialice en departamento como líder en la materia en el país.
- ✚ Para fortalecer el desarrollo de una estrategia de educación, es necesario diseñar un modelo de sensibilización y educación para los funcionarios de la CVC con el fin de fortalecer la imagen institucional en el territorio de las diversas comunidades.
- ✚ Para garantizar el buen desempeño de la estrategia es aconsejable un solo grupo coordinador que mantenga la coherencia en todo momento a través de las seis etapas secuenciales que la articulan.
- ✚ Dentro de la etapa de identificación de actores es importante establecer relación y motivación con aquellos actores de nivel local, nacional e internacional que tienen ingerencia en la toma de decisiones de sus organizaciones, y convertirlos en socios-patrocinadores del evento “I Jornada de afecto por la fauna”, como una forma de participación real en la propuesta de la CVC por evitar la extracción, comercialización y compra de fauna silvestre en el departamento del Valle del Cauca, en especial en Cali y Jamundí.



BIBLIOGRAFÍA

Baptiste-ballera, I. Hernández Pérez, S. Polanco Ochoa, R. Quiceno Mesa, M. 2000. La fauna silvestre colombiana, una historia económica y social y un proceso de marginalización en rostros culturales de la fauna, la relación entre los humanos y los animales en el contexto colombiano, Editora Astrid Ulloa, Instituto Colombiano de Antropología e Historia, Fundación Natura, Bogotá.

Castillo Crespo, L. S. 2008. Manual para el aprovechamiento de especies silvestres y el manejo de decomisos. Corporación Autónoma del Valle. CVC.

Castillo Crespo, L. S. y González Anaya. 2007. Especies Amenazadas. Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca – CVC (Online). URL: <http://www.cvc.gov.co>

Consejo Comunitario Sabaletas, Bogotá y La Loma. 2007. Plan de manejo integral. Buenaventura, Valle del Cauca.

Convenio sobre la Diversidad Biológica 1992. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Convenio sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora. CITES. 2009. Apéndices I, II y III de la CITES. URL: <http://www.cites.org>.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC. 2009. Despliegue de la Política de Calidad. URL: <http://www.cvc.gov.co>.

Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca - CVC. 2008. Resolución Número 0100 0395. Diario Oficial República de Colombia. Bogotá D.C. Año CXLIV No. 47.064 URL: <http://www.cvc.gov.co>.

Corporación Autónoma del Valle del Cauca. CVC. 2008. Guía para el control al tráfico ilegal de fauna silvestre.

Crottogini, R. 1997. La tierra como escuela: La biografía humana. Editorial Antroposofica. Buenos Aires, Argentina.

Cuellar Moyano, F. 2008. Roedores, Lagomorfos, Insectívoros y Desdentados de Colombia. Bogotá, Colombia Curiosa. URL: <http://colombiacuriosa.blogspot.com>.

Decreto 4688 de 2005. URL: <http://www.minambiente.gov.co>

Decreto 1608 de 1978. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Decreto 2811 de 1974. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Ecobiosis, Corporación de Estudios Biológicos y Sociales del Territorio. 2007. Fortalecimiento del control de la movilización de flora y fauna en el departamento del Valle del Cauca. Informe final presentado a la Corporación Regional del Valle del Cauca - CVC.



Etter, A. 1998. Mapa General de Ecosistemas de Colombia. Instituto de Investigaciones Alexander von Humboldt. URL: http://www.humboldt.org.co/listas_preliminares.htm.

Gómez Cely, M. 2002. Estrategia Nacional para la prevención y control del tráfico ilegal de especies silvestres. Informe presentado al Grupo de Biodiversidad, Dirección General de Ecosistemas, Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

González, A. 2006. Vertebrados amenazados del Valle de Cauca, categorizados por especialistas del departamento. Corporación Autónoma Regional del Valle de Cauca. URL: <http://www.cvc.gov.co>.

Hadra, M. 2009. Campaña tráfico ilegal: Lanzamiento de campaña institucional para proteger la biodiversidad en Semana Santa. "Vive esta temporada en paz con la naturaleza". Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial. MAVDT. URL: <http://minambiente.gov.co>.

Instituto de investigaciones Alexander von Humboldt. Documento Categoría de las listas rojas de la UICN. URL: <http://www.humboldt.gov.co>.

Kostich, M. 2009. Animal Stock Photography. URL: <http://www.koslich.com>.

Ley 611 de 2000. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Ley 599 de 2000. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Ley 99 de 1993. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Ley 23 de 1973. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

MAVDT. 2002. Centros regionales para el manejo de especímenes de fauna silvestre decomisados.

MAVDT. 2000. Estadísticas del tráfico ilegal de fauna silvestre en Colombia.

Max-Neef, M., Elizalde, A. y Hopenhayn, M. 1986. Desarrollo a Escala Humana: una Opción para el Futuro. CEPAUR - Fundación Dag Hammarskjöld, Número Especial de Development Dialogue, Uppsala.

Moran, E. 1990. La ecología humana de los pueblos de la Amazonia. Fondo de Cultura Económica. México.

Organización para la educación y protección ambiental - OPEPA. 2009. Galería de Fotos. URL: <http://www.opepa.org>.

Resolución 1317 de 2000. URL: <http://www.minambiente.gov.co>.

Rodríguez, J. V. 1998. Listas preliminares de mamíferos colombianos con algún riesgo a la extinción. Informe final presentado al Instituto de Investigaciones Alexander von Humboldt. URL: http://www.humboldt.org.co/listas_preliminares.htm.

Rubio, H., Ulloa, A y Campos Roza, C. 2000. Manejo de la fauna de caza una construcción a partir de lo Local. OREWA, Fundación Natura, Organización de Estados Iberoamericanos, Ministerio del Medio Ambiente (UAESPNN), Organización de Estados Iberoamericanos –OEI, Instituto



Colombiano de Antropología e Historia-ICANH, Fondo Mundial para la Naturaleza, Programa Colombia. (WWF) Colombia.

Schatzman, L. y Strauss, A. 1973. Field Research Strategies for a Natural Sociology. Englewood Cliffs, New Jersey. Prentice-Hall, Inc.

Terrambiente. 2009. Sección Fauna. URL: <http://www.terrambiente.org>.

Valles, M. 2007. Técnicas cualitativas de investigación social. ED Síntesis. España.

Cibergrafía

<http://www.barrameda.com.ar/ecologia/ecosistem.htm>.

<http://www.biomuseopanama.org/es/biodiversity/index.html>

<http://www.bucaramanga.com/blogs/medio-ambiente/?p=77>

http://www.cedet.edu.ar/sitio/administracion/agenda/pirez_actores.pdf

<http://www.comminit.com/es/node/279248/2714>

<http://www.diversidadambiental.org/medios/nota049.html>

<http://www.faae.org.co/colombiabiodiversa/index.html>

<http://www.greenfacts.org/es/glosario/pqrs/sostenibilidad.htm>

<http://www.grupochorlavi.org/php/doc/documentos/ActoresSociales.pdf>

<http://www.humboldt.org.co>

<http://mipagina.cantv.net/soproaniguayana/La%20Fauna%20Silvestre%20No%20Puedes%20Ser%20Mascota.htm>

<http://www.opepa.org>

<http://www.parquesnacionales.gov.co>

<http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar/Fauna%20Silvestre.html>