

## ¿Cómo implicar, participar y responsabilizar a la ciudadanía en el conocimiento y desarrollo de la Agenda 2030?

### FASE 1: MARCO TEÓRICO

#### PREÁMBULO

1.

**Lo que tiene en sus manos es una primera Fase, el Marco Teórico**, de una herramienta/Check list producida por Kaleidos.red que, a modo de Guía articulada en 3 categorías, 10 Palancas y 49 Estrategias de Intervención, sirve principalmente para:

- Analizar cómo estamos implicando a la ciudadanía en el marco de la Agenda 2030;
- Determinar qué estamos haciendo y si es necesario hacerlo de otro modo;
- Determinar qué no estamos haciendo y es imprescindible hacer;
- Marcar pautas y estrategias para hacerlo de una manera eficaz;
- Repetida en el tiempo dar un informe de progreso.

2.

Esta Guía es el resultado de un Proceso de trabajo y **está siendo construida de manera colaborativa** por los responsables técnicos y políticos de los Ayuntamientos que integran la Fundación Kaleidos.red: Alicante, Bilbao, Getafe, Málaga, Santiago de Compostela, Sant Boi de Llobregat, Valencia y Vitoria-Gasteiz.

3.

Sobre **cómo entendemos y relacionamos la Agenda 2030 y las Agendas Urbanas**, la Agenda Urbana aparece como una política palanca en el Plan de Acción para la Implementación de la Agenda 2030 en España y responde al cumplimiento de los compromisos internacionales adoptados de conformidad con la Agenda 2030 y la Nueva Agenda Urbana de Naciones Unidas y la Agenda Urbana para la Unión Europea. En este sentido, la Agenda Urbana es una política palanca, muy trascendente y decisiva pero una más, para la implementación de la Agenda 2030

4.

Somos conscientes que al hablar de “ciudadanía” somos demasiado generalistas. Real y operativamente, la “ciudadanía”, la **trabajamos desde el punto de vista “multiactor”**. Nos referimos -explícitamente, y para ello hay un apartado sobre “a qué públicos dirigirnos” en el que segmentamos claramente- a:

- Otras Administraciones: Gobernanza Multinivel.
- La propia Administración a nivel interno
- Sector Privado/Empresa
- Sociedad Civil (asociada/no asociada)
- Academia
- Medios de Comunicación

5.

**Respecto a lo que hemos denominado “Estrategias de Intervención” pueden entenderse desde varias dimensiones.** La misma estrategia de intervención puede aparecer en diferentes Palancas. No significa que esté duplicada sino que está planteada desde diferente perspectiva/situación. Nos sirven para construir esa palanca y también pueden ser entendidas como “Acciones a desarrollar” (corto, medio, largo plazo) u objetivos. Pueden funcionar como caracterización de la palanca en la que están inscritas pero, en algunos casos dependiendo de la situación concreta de cada territorio, podrían funcionar dentro de otra palanca de la misma categoría. Incluso en algunos casos muy concretos pudieran reconvertirse en Palancas.

6.

En relación con lo anterior, hemos hecho un grandísimo esfuerzo **para que esta herramienta se mueva en dos planos:**

- Ser lo suficientemente concreta y caracterizada para que sea útil y operativa.
- Ser lo suficientemente orgánica, adaptable, dinámica, flexible... para que pueda ser utilizada por territorios de muy diferente circunstancia y condición y poder hacerlo tanto hacia adentro (hacia la propia organización) como hacia afuera (sociedad en general) dependiendo del interés de aquel actor que la quiera utilizar.

7.

Consideramos esta Guía, como valor añadido, como **un modo y manera de interacción con nuestro entorno**. Queremos que nos sirva para comunicar tanto interna como externamente de manera clara y con diferentes mensajes y/o canales dependiendo de los diferentes públicos a los que nos dirigimos.

Necesitamos, para ello, reflejarnos en ella como institución pero también, de manera imprescindible, que lo hagan todas las partes de este ecosistema (ciudadanía, empresa, academia, etc.)

8.

A modo de recomendación, no se trata de generar ningún órgano, canal, soporte, herramienta nueva si ya existe una que pueda cumplir esa función. Se trata de optimizar, y alinear hacia objetivos, lo que ya tenemos, para determinar qué debemos generar nuevo y/o qué debemos adecuar, y cómo, de lo que ya existe. **Como premisa, se trata de poner en valor y de utilizar lo ya realizado/existente, bien adaptándolo, bien reformulándolo.**

<b>¿CÓMO IMPLICAR, PARTICIPAR Y RESPONSABILIZAR A LA CIUDADANÍA EN EL CONOCIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS AGENDA 2030?</b>		
<b>3 CATEGORÍAS</b>	<b>10 PALANCAS</b>	<b>49 ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN</b>
<b>ESTRUCTURA, COMPROMISO Y LIDERAZGO DESDE LA INSTITUCIÓN</b>	<b>1. Implicación transversal de todas las áreas de la organización.</b>	
	<b>2. Generar canales de transferencia de información y conocimiento interna y/o externamente.</b>	
	<b>3. Portavocía que se encargue de comunicar el trabajo de/a las diferentes áreas en clave de los ODS</b>	
<b>COMUNICACIÓN Y NARRATIVA</b>	<b>4. Comunicación basada en hechos, realidades, aspectos tangibles</b>	
	<b>5. Comunicación basada en nuevos lenguajes (positivos, honestos, visuales, atractivos...)</b>	
	<b>6. Lenguaje y Comunicación en Proximidad.</b>	
	<b>7. Basar comunicación incidiendo en Comportamientos y hábitos</b>	
<b>SOPORTES, HERRAMIENTAS Y FORMATOS</b>	<b>8. Generación/Utilización de Plataformas propias</b>	
	<b>9. Mapear los ODS en nuestro ámbito (municipio, territorio, ciudad...)</b>	
	<b>10. Procesos de Participación Ciudadana claramente enfocados a resultados</b>	

## FILTROS PARA CADA UNA DE LAS PALANCAS

1. AGENTES PARA IMPLICAR PRIORIZADOS
2. PÚBLICOS A QUIENES NOS DIRIGIMOS
3. OBJETIVOS
4. ACCIONES CONCRETAS A DESARROLLAR
5. RECURSOS ORIENTADOS A ACCIONES
6. FRENOS Y RESISTENCIAS Y GESTIÓN ANTICIPATORIA
7. CUIDADO Y DEVOLUCIÓN AGENTES IMPLICADOS
8. (PRÁCTICAS REFERENTES)

## Categoría 1: Estructura, Compromiso y Liderazgo de la Institución

*La Institución como ejemplo de acción y apuesta por los ODS. Con dos elementos claves que generan credibilidad y confianza en la ciudadanía: un Liderazgo facilitador frente a un liderazgo jerárquico y trabajo sobre un consenso y compromiso institucional con el máximo de grupos políticos. Trascendiendo ciclos legislativos, generando un modo de hacer que se consolide en agenda política y cotidianeidad de las personas.*

### PALANCAS

#### 1. Implicación transversal de todas las áreas de la organización.

##### Estrategias de intervención

1. Ejemplaridad desde la institución.
2. Liderazgo facilitador que busca compromiso institucional con el máximo de grupos.
3. Articular/catalizar la acción pública local por medio de los ODS
4. Comunicación alineada de las políticas que estamos desarrollando.
5. Simplificación del relato para hacerlo más accesible.
6. Formación interna: no sólo de ODS sino también de cómo articulan acción pública (no reduccionismo a la parte medioambiental).
7. Construcción compartida (y actualizada) de Agenda

*Plantear la comunicación sobre Agenda 2030 y ODS como la articuladora de todas las políticas e iniciativas de medio ambiente, urbanismo, economía etc. que ya estamos desarrollando. Esto nos ayudará a simplificar y, sobre todo alinear, el relato, hacerlo más accesible y aumentar su impacto. Pensar, decir, hacer..., como organización, en clave ODS. Los ODS como articuladores/catalizadores de la acción pública local*

## 2. Generar canales de transferencia de información y conocimiento interna y/o externamente.

### Estrategias de intervención

8. Parámetros claramente establecidos para el volcado de información a espacios comunes.
9. Determinación de quién alimenta los canales, cuándo y cómo.
10. Apartado de Repositorio de la información.
11. Pautas para comunicar en positivo.
12. Pensar en cómo transmitir información desde el origen: pensar que el dato será compartido
13. Generación de diferentes mensajes para diferentes grupos destinatarios (Cosmovisiones)
14. Creación de ecosistema de agentes socioeconómicos en la Agenda Local: Estrategia de Alianzas

*Espacio/s donde todos los departamentos vuelcan, bajo parámetros establecidos, iniciativas relacionadas con la Agenda 2030. Un espacio que sirve, además, de **repositorio para los encargados de comunicación** para comunicar externamente en clave ODS. Evidentemente, debería exigir pautas claras de qué cargar en esos canales; compromiso de hacerlo regularmente; clasificar la información en origen...*

## 3. Portavocía que se encargue de comunicar el trabajo de/a las diferentes áreas en clave de los ODS

### Estrategias de intervención

15. Designación y carácter Político/institucional (no departamental).
16. Comunicación interna y externa para reforzar/legitimar esta(s) figura(s) y vincularla(s) claramente a ODS.
17. Trascender ciclos legislativos.
18. Relato asociado a diferentes públicos (cosmovisiones) y vinculado a cotidianeidad de la ciudadanía.
19. Establecimiento de elementos correctores de seguimiento (interdepartamentales): ¿Se está perdiendo información relevante?

*Elemento **reconocido y potenciado internamente y reconocible externamente** claramente vinculado, identificado y significado a los ODS. Capaz también de generar e identificar diferentes mensajes y canales dependiendo del grupo al que se dirige. Desde la estrategia, vinculando la parte macro de la Agenda 2030 a la incidencia en la cotidianeidad de la ciudadanía.*

## Categoría 2: Comunicación y Narrativa

*La transparencia y la rendición de cuentas con datos de indicadores y metas de la consecución de los ODS por parte del municipio es fundamental para generar implicación por parte de la ciudadanía. No es suficiente una devolución en lenguaje técnico; transparencia significa acercar los datos y la información en un lenguaje claro y comprensible para cualquier ciudadano.*

### PALANCAS

#### 4. Comunicación basada en hechos, realidades, aspectos tangibles

##### Estrategias de intervención

20. Lenguaje basado en datos e información relevante para la ciudadanía.
21. Relacionar con el día a día de la ciudadanía (y su mejora en la calidad de vida)
22. Centrarse en avances, progresos y transformaciones.
23. Lenguaje fácil, claro y comprensible: segmentado (cosmovisiones).

*Informar sobre hechos, realidades, acciones... centrando la comunicación en lo tangible, visible... en las medidas concretas que afectan al día a día de la ciudadanía. Reflejar los avances, progresos y transformación que producen políticas concretas en la calidad de vida de la ciudadanía*

#### 5. Comunicación basada en nuevos lenguajes (positivos, honestos, visuales, atractivos...)

##### Estrategias de intervención

24. Generación de nuevas y específicas narrativas, soportes y relatos (más allá del lenguaje tradicional administrativo).
25. Generación de un Gabinete de comunicación específico.
26. Incidir en la dimensión cívica: responsabilidad con el entorno, los demás, generaciones futuras.
27. Vincular comunicación a calidad de vida.

*Infografías, memes, dayketing, días internacionales, creación de contenidos, lenguajes y formatos artísticos (artivismo)... y la necesidad de comunicar con valores como la sinceridad y transparencia, la empatía, sensibilidad, colaboración, humildad y ejemplaridad. Recuperar la dimensión cívica de la dimensión ciudadana: Derechos...y deberes con el entorno, con los demás, con el planeta y con las generaciones futuras.*



## 6. Lenguaje y Comunicación en Proximidad.

### Estrategias de Intervención

28. Variedad de lenguaje y soporte dependiendo de los públicos (Cosmovisiones)
29. Visibilidad en espacios públicos.
30. Incluir a colectivos ciudadanos en la generación de estrategias de comunicación.
31. Comunicar desde la administración (caja de resonancia) acciones realizadas por otros colectivos, grupos, asociaciones
32. Intercambio de experiencias entre municipios, abiertas a la ciudadanía

*Comunicar donde está la ciudadanía. Mayor visibilidad en el espacio público. Acercarse a las personas donde se encuentran (desde festivales de la ciudad hasta las zonas peatonales, escuelas o plazas). Ir a buscarlas donde desarrollan su vida cotidiana, desglosadas por grupos.*

## 7. Basar comunicación incidiendo en Comportamientos y hábitos

### Estrategias de intervención

33. Estrategias de *Nudges*: refuerzos positivos y sugerencias indirectas.
34. Campañas de socialización y sensibilización: el cambio comienza por uno mismo y sus acciones individuales
35. Difusión y apoyo buenas prácticas/buenas experiencias.
36. Atención y acción en Centros Escolares.

*Campañas de socialización y sensibilización y Pedagogía orientada al impacto cotidiano de los ODS (frente a normas, multas, coerción...)  
Inspirar a las personas a adoptar un comportamiento más saludable y sostenible: respuestas colectivas coordinadas frente a retos comunes.  
Refuerzo positivo y sugerencias indirectas como formas de influir en el comportamiento y la toma de decisiones de grupos o individuos  
(Nudges)*

### Categoría 3: Soportes, Herramientas y Formatos

Actualmente se cuenta con la tecnología y el conocimiento para facilitar ecosistemas participativos tanto presenciales como en online. El Big Data es una fuente de información que bien dirigida, filtrada y ordenada nos permite potenciar la inteligencia colectiva y crear escenarios participativos de cocreación, alianzas e innovación social.

#### PALANCAS

#### 8. Generación/Utilización de Plataformas propias

##### Estrategias de intervención

37. Repositorio único, intuitivo y de fácil acceso.
38. Comunicación segmentada de acuerdo a canales y mensajes.
39. Accesibles para diferentes públicos.
40. Tres dimensiones: informar, formar e implicar/relacionarse.
41. Utilización Redes Sociales

¿Qué son los ODS?; ¿Qué estamos haciendo?; Nuestras acciones concretas; Todos los actos públicos; Las campañas; Recursos; Alianzas; Encuestas; El seguimiento y cumplimiento... En dichos apartados, se detallan los **avances** que se llevan a cabo, las **inversiones** realizadas, las **noticias** relacionadas y los procesos de **participación ciudadana** existentes, entre otros. Aprovechando lo ya existente.

## 9. Mapear los ODS en nuestro ámbito (municipio, territorio, ciudad...)

### Estrategias de intervención

42. Consenso/Acuerdo sobre qué es mapear los ODS y para qué hacerlo.
43. Establecer la contribución de los diferentes actores (administración, sociedad civil, academias, empresa, otros...)
44. Establecimiento de parámetros: quién, cómo, con qué criterios se recoge la información.
45. Orientación a la acción: qué vamos a hacer con este mapeo.

*Si contamos con un mapa sólido del ecosistema de los ODS en nuestro territorio, podemos ser útiles como Generadores de alianzas y Altavoz de iniciativas de terceros. Puede servir para aprender y hacer progresar nuestra gestión. Poner en valor y reforzar positivamente el proyecto común que es nuestro territorio.*

## 10. Procesos de Participación Ciudadana claramente enfocados

### Estrategias de intervención

46. Enfocados a gestión de conocimiento y puesta en valor de lo que se hace.
47. Enfocados a detectar necesidades y expectativas.
48. Enfocados a generar Alianzas.
49. Utilizando canales y órganos ya existentes.

Participación ciudadana como herramienta **para analizar, detectar, implicar, proponer, gestionar, ...** Hay que implicar a las personas y colectivos (organizados y no organizados) empresa, universidad. En distintos formatos. Por sectores, por públicos objetivo, etc.