

## **Conclusiones - Sesión 8**

### **Participación y Cultura**

**Agosto de 2011**

La cultura, efectivamente, es un proceso continuo de producción, actualización y transformación individual y colectiva de valores, creencias, percepciones, conocimientos, tradiciones, aptitudes, actitudes y conductas en relación con el agua en la vida cotidiana; tal como lo establece la Comisión Nacional del Agua.

La cultura se refleja en las decisiones de las personas, en la manera en que concebimos el mundo y en el papel que jugamos en él. De ahí la importancia de poner el tema de la cultura sobre la mesa, por ser el motor que hace que la gente actúe.

Uno de los retos más importantes para generar prácticas de uso responsable del agua es que la cultura no se puede crear ni destruir, lo que se hace es trabajar en el cambio de actitud para que, en el futuro, después de un proceso de muchos años, se forme una cultura más favorable.

El desafío es construir esta cultura a través de la educación, ya que ésta es un reflejo de los patrones ambientales. Se requiere transformar el modelo tradicional educativo, que se concentra en la acumulación de conocimientos sin llegar a la práctica, por un modelo mucho más participativo que le muestre a la gente que tiene la capacidad de actuar y generar cambios.

En el caso de los universitarios, se requiere de involucrar a los estudiantes a través de su interés en el tema y de sus capacidades para investigar y para hacer propuestas (ej. Estudiantes de la materia de recursos naturales).

Los estudiantes ya cuentan con información, pero no están cuidando el agua y es la brecha entre la información y la motivación para actuar, en la que hay que trabajar.

Con frecuencia los estudiantes están en contacto con campañas que brindan información somera y a veces equívoca (ej. En los medios masivos se recomiendan acciones que significan un ahorro de pocos litros de agua). Lo que se requiere es dar información con mayor profundidad y correcta.

Se necesita considerar lo que la gente sabe de su entorno personal. Si se escucha qué es lo que ellos saben, sus necesidades específicas de comunicación y sus propias propuestas; y se les ayuda a instrumentarlas, entonces se les estará enseñando a que ellos son agentes de cambio y; de esta forma; la población será más democrática y mucho más activa.

Se tiene que motivar esa participación pero desde ellos mismos y apoyarlos; que la comunidad sea la que diga lo que se tiene que hacer y qué decir.

Además, es necesario enfocar las acciones diferentes públicos meta que constituyan agentes de cambio como son los maestros.

Algunas de las estrategias exitosas para acercarse a los universitarios han sido:

- Tener presencia en Facebook, en Twitter, Wikipedia, Internet.
- Presentación de películas, intervenciones de espacio, intervenciones sonoras con un DJ en vivo, talleres de máscaras de plástico reciclado, de papel reciclado, exposiciones itinerantes, charlas y concursos apelando a la fantasía y al discurso de los jóvenes.

En cuanto a los contenidos:

- Presentar contenidos novedosos, ofrecerles datos claros y confiables para que hagan suyo el conocimiento.
- No concentrarse en las recomendaciones de siempre de “ciérrale a la llave”; impulsar acciones que realmente reduzcan significativamente el consumo de agua, por ejemplo: no consumir en exceso productos que empleen una gran cantidad de agua en su proceso de elaboración.
- Resulta interesante el dato de la huella hídrica.
- Mostrar para qué les sirve a ellos ahorrar agua.

Más allá del ámbito universitario, para la formulación de políticas públicas la sugerencia es buscar las estrategias y esquemas de participación ciudadana, para conocer qué es lo que piensa la población, cuál es el valor que le dan a agua y determinar hacia dónde dirigir las campañas.

Además, se sugiere incidir en la educación con modelos más participativos que motiven a las personas a ser agentes de cambio en materia ambiental y que capaciten a los profesores, conscientes de su importancia en la modelación de la cultura del agua de los alumnos.

Finalmente se requiere regular el contenido de los mensajes masivos que incitan al despilfarro y contaminación de agua y dar mayor importancia a la educación formal y no formal, en lugar de sólo limitarse a las campañas masivas de comunicación.