



senace

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
PARA LAS INVERSIONES SOSTENIBLES

Guías para la presentación del Resumen Ejecutivo del EIA-d

1.

Guía de orientación de pautas de redacción, formato y marco legal del Resumen Ejecutivo

Tabla de contenido

5	Acrónimos y abreviaturas
6	Introducción
7	Guía de orientación de pautas de redacción, formato y marco legal del resumen ejecutivo
8	Marco legal
8	¿Cuál es el marco normativo aplicable?
10	El resumen ejecutivo del EIA-d
11	¿A quién va dirigido el Resumen Ejecutivo del EIA-d?
15	Consideraciones a tomar en cuenta antes de redactar el Resumen Ejecutivo
17	¿Qué información debe contemplar el Resumen Ejecutivo?
20	Pautas de redacción
20	Aspectos de forma
24	Transmitir el fondo
29	Verificación de estilo y redacción del RE
30	Pautas de formato
41	Conclusiones
42	Bibliografía

Acrónimos y abreviaturas

AID	Área de Influencia Directa
AII	Área de Influencia Indirecta
ANP	Área Natural Protegida
DdV	Derecho de Vía
DGAAA	Dirección General de Asuntos Ambientales Agrarios
DS	Decreto Supremo
ECA	Estándares de Calidad Ambiental
EIA	Estudio de Impacto Ambiental
EIA-d	Estudio de Impacto Ambiental Detallado
EIA-sd	Estudio de Impacto Ambiental Semi-Detallado
EVAP	Evaluación Preliminar
IFLA	International Federation of Library Associations and Institutions
ILLA	Instituto de Lenguas y Literaturas Andinas-Amazónicas
LBS	Línea de Base Social
LMP	Límites Máximos Permisibles
MINAM	Ministerio del Ambiente
MINEM	Ministerio de Energía y Minas
MTC	Ministerio de Transportes y Comunicaciones
PPC	Plan de Participación Ciudadana
RAE	Real Academia de la Lengua Española
RE	Resumen Ejecutivo
RS	Resolución Sectorial
RJ	Resolución Jefatural
SEIA	Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental
Senace	Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles
TDR	Términos de Referencia
ZA	Zona de Amortiguamiento

Introducción

En el marco de la Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE/J, que aprueba el documento técnico normativo denominado “Medidas complementarias para la elaboración de estudios ambientales a cargo del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles”, orientado a la mejora de los procesos de evaluación de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA-d), la Dirección de Certificación Ambiental del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace), ha preparado la siguiente guía de orientación para titulares respecto a las pautas de redacción, formato y marco legal del Resumen Ejecutivo del EIA-d.

Este requerimiento parte de la necesidad que dicho Resumen Ejecutivo que forma parte del EIA-d, sea de fácil comprensión y redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad en donde se plantea desarrollar el proyecto de inversión, lo que contribuye a lograr una participación ciudadana ambiental efectiva, en la medida que el ciudadano podrá tener la oportunidad de contar con información adecuada, oportuna y necesaria para poder formular sus observaciones, consultas o aportes en torno al proyecto y al EIA-d.

En tal sentido, la presente guía tiene por objetivo brindar a los ti-

tulares de los proyectos de inversión pautas para la elaboración del Resumen Ejecutivo del EIA-d, para que este sea redactado en lenguaje sencillo y claro, en un formato adecuado, bajo el marco legal correspondiente y en el marco de la promoción y fortalecimiento de la participación ciudadana.

Finalmente debemos señalar que la presente Guía se ha desarrollado en base a una consultoría a cargo de ERM Perú S.A. a quien agradecemos por su labor y esfuerzo.

Guía de orientación de pautas de redacción, formato y marco legal del resumen ejecutivo

La presente guía tiene por objetivo ofrecer al titular pautas para la redacción del Resumen Ejecutivo (RE) de los EIA-d en un estilo sencillo y claro, y de fácil comprensión para la población.

Como resultado de un cambio de enfoque y prioridades en las evaluaciones de impacto ambiental, hoy en día se coloca a la población local como el público objetivo al cual va dirigido el RE del EIA-d; y, por lo tanto, el RE se encuentra estrechamente ligado al marco de participación ciudadana de los proyectos de inversión en el Perú. Por esta razón, el RE es una de las partes más críticas del EIA-d, y es, en concreto, el instrumento de comunicación del EIA-d para la población del área de influencia el proyecto.

La primera sección de esta guía contiene el marco legal aplicable a los RE de los EIA-d, desde las normativas de alcance más general, hasta las específicas por sector, las mismas que otorgan el alcance formal o de contenido esperable de los RE. En una segunda sección se presentan las pautas de estilo y redacción, tanto las de forma como las de transmisión de contenido; y finalmente en una tercera sección, se ofrecen recomendaciones de formato para presentar información técnica de forma más sencilla y didáctica a una población no especializada.

A través de esta guía y en cumplimiento con el marco normativo vigente, el Senace insta a los titulares a que la redacción del RE de los EIA-d se realice en un formato simple y fácilmente comprensible, considerando ilustraciones, lenguas locales, y niveles de alfabetización, como remarcan algunas normas o guías internacionales, en el marco de la comunicación efectiva con las poblaciones del entorno, que permita mantener una relación transparente y de confianza y garantizar la viabilidad de los proyectos de inversión.

Marco legal

La siguiente sección aborda el marco legal e institucional aplicable a la elaboración de los RE de los EIA-d a cargo del Senace, desde el marco general del SEIA, hasta la normativa específica vinculada a los subsectores de minería, hidrocarburos, transporte, agricultura e industria. No obstante, la información contenida en esta guía no es restrictiva a estos sectores, pudiendo ser de referencia para la elaboración de cualquier RE de EIA-d de los sectores que han sido o serán transferidos al Senace para su evaluación.

¿Cuál es el marco normativo aplicable?

Las normas más importantes que estructuran la elaboración y la revisión posterior que hará Senace de los EIA-d, incluyendo los RE, son las que corresponden al SEIA. La Ley 27446 y su Reglamento constituyen el marco legal de aplicación obligatoria para la elaboración y evaluación de cualquier Instrumento de Gestión Ambiental. Complementariamente, el Senace ha publicado la Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE/J que aprueba el documento técnico normativo denominado “Medidas complementarias para la elaboración de estudios ambientales a cargo del Servicio Nacional de Certificación

Ambiental para las Inversiones Sostenibles - Senace”, que en conjunto formarían un marco legal general.

El marco normativo aplicable también contiene las normas específicas de los sectores del Estado que han transferido sus funciones y competencias de Certificación Ambiental al Senace para EIA-d (Categoría III), así como algunos otros sectores cuyas funciones y competencias aludidas, se encuentran en proceso o serán materia de transferencia. Estos subsectores son Minería, Hidrocarburos, Transporte, Agricultura e Industria.



Las normas generales del SEIA, las normas de los sectores del Estado que han transferido sus funciones y competencias sobre Certificación Ambiental al Senace, en materia de EIA-d (Categoría III), así como las de algunos otros sectores cuyas funciones y competencias aludidas se encuentran en proceso de transferencia, establecen lo siguiente en torno a los RE:

- Debe ser una síntesis de los aspectos relevantes del estudio de impacto ambiental;
- Deben ser de fácil comprensión;
- Deben estar dirigidos a personas no especialistas;
- Su redacción debe ser clara y simple;
- Se debe escribir en español, pero es posible, e incluso obligatorio para la realización de Audiencias Públicas, el uso de otros idiomas locales, siempre que las características del área

de influencia del proyecto así lo justifiquen;

- Se debe considerar el uso del lenguaje oral, visual o audiovisual; en registros de audio magnetofónico o digital, materiales gráficos o materiales audiovisuales, según lo considere la Autoridad Competente;
- El RE debe referir información relevante, principalmente: la descripción del proyecto, la identificación de impactos y la estrategia de manejo socio-ambiental;
- Con respecto a su extensión, ésta no se indica. Sólo se menciona su atributo, que es el de permitir una lectura fácil; finalmente,
- Sobre el lugar de revisión, se indica que se debe señalar una sede para su revisión y la presentación de sugerencias.

En el Anexo N° 02, se presenta una síntesis con las principales indicaciones señaladas en las normas aplicables sobre los Resúmenes Ejecutivos.

El resumen ejecutivo del EIA-d

Para entender el objetivo de un RE de un EIA, primero debemos conocer qué se entiende por un RE. La Escuela de Negocios de Harvard señala que es errado pensar que un RE es sólo un resumen de un documento mayor. Su elaboración demanda un enfoque y esfuerzo distinto al aplicado en elaborar el documento mayor.

“Un RE es la presentación de la información clave de un documento y por lo tanto debe ser redactado con un “ojo en la audiencia”, es decir, considerando la información que es “clave” para ese público objetivo. Por lo tanto, el RE debe tener una serie de cualidades: aprovechar al máximo el uso de formatos y gráficos para resaltar los mensajes que se quieren comunicar; ser claro, limpio y enfocado; y aprovechar al máximo la tecnología.”

El RE de un EIA-d “debe ser un instrumento que permita a los interesados formarse una idea clara, integral y exacta del proyecto de inversión que se va a ejecutar, de los impactos ambientales que generaría y de la estrategia de manejo ambiental respectiva. La in-

formación incluida en el citado resumen debe ser comprensible por personas no expertas en materias técnicas”¹.

En otras palabras, el RE consiste en presentar de manera sintetizada los principales aspectos comprendidos en el EIA-d, de manera que permita al lector la comprensión del documento sin necesidad de recurrir al texto principal del estudio. Asimismo, debe ser redactado en un lenguaje claro y sencillo a fin de que pueda ser comprendido por personas no especialistas.

El objetivo de este esfuerzo es lograr que a partir de dicha comprensión, el lector pueda no sólo conocer o entender el proyecto y el EIA-d, sino sobre todo pueda estar en capacidad de plantear sus comentarios, observaciones, opiniones u aportes en relación al EIA-d

En conclusión, el RE del EIA-d no es una mera descripción de hechos sino una presentación de los puntos relevantes del documento principal de la manera más sencilla, concisa y atractiva posible para el público al que va dirigido.

¿A quién va dirigido el Resumen Ejecutivo del EIA-d?

Público objetivo

Es prioritario tener claro el público objetivo al momento de redactar el RE. En términos generales, la noción de público objetivo tiene un alcance mayor al que tradicionalmente se ha considerado. En ese sentido, por público objetivo se entiende a las poblaciones (y sus respectivos grupos de interés) identificados en la Línea de Base Social (LBS) del proyecto. Estas poblaciones, especialmente aquellas dentro del Área de Influencia Directa (AID) del proyecto, pero también aquellas del Área de Influencia Indirecta (AII), recibirán el RE como principal instrumento de información técnica accesible, resumida y oficial del proyecto, para atender sus necesidades de información. Por ello, este documento debe consolidar respuestas a sus mayores intereses y preocupaciones con respecto al desarrollo del proyecto de inversión.

En caso que el AID y AII del proyecto de inversión involucre a pueblos indígenas u originarios, el titular deberá tener en cuenta un enfoque intercultural que per-

mita adecuar la información a sus necesidades particulares, debiendo ser consideradas como parte del proceso de participación ciudadana.

A fin de conocer las necesidades de información de los pueblos indígenas u originarios, es relevante conocer sus hábitos de intercambio de información, nivel educativo, lengua predominante y aspectos socio-culturales. Esta información se encuentra como parte de la Línea Base Social (LBS) del proyecto y es también producto del proceso de interacción y observación que el equipo de Relaciones Comunitarias ha tenido durante la etapa de pre-construcción del proyecto. Estos aspectos son claves para poder adecuar, dirigir y comunicar los contenidos presentados en el RE de manera eficaz

También es recomendable acudir a las conclusiones surgidas de los talleres y demás mecanismos de participación ciudadana implementados para estar al tanto de las expectativas y temas sensibles de la población local.

¹ Reglamento de la Ley N° 27446, Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental, aprobado por Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM. Anexo IV: Términos de Referencia básicos para Estudios de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d), Categoría III.

“Dependiendo del ámbito de influencia del proyecto y sus grupos de interés, el enfoque de difusión del RE sobre la base de un público objetivo “lector” puede quedar fuera de la realidad. Tenemos que enfocar el esfuerzo no solo en la visión del público objetivo como un lector pasivo de un documento físico, sino también en un interlocutor activo que requiere de espacios de discusión y absolución directa de dudas.”

Conocer al público destinatario es importante, pues condiciona los canales a utilizar y el mensaje a ser transmitido. Tenemos así algunas consideraciones a tener presentes como la competencia intercultural. Para nuestros fines, la interculturalidad busca que la comunicación entre personas de diferentes orígenes culturales se dé en base a relaciones equitativas, superando las barreras culturales para tener una comunicación eficaz. La interpretación de un mensaje dado varía de una cultura a otra, por lo que el discurso del interlocutor puede ser interpretado por la audiencia a partir de criterios diferentes creando distorsiones. Ante ello se resalta la importancia de aplicar la competencia intercultural durante el proceso de comunicación a un público objetivo, definiéndola como la “(...) habilidad para negociar los significados culturales y de actuar comunicativamente de una forma eficaz de acuerdo a las múltiples identidades de los participantes”².

De acuerdo al artículo “Las comunidades indígenas como usuarios de información”³, en las comunidades indígenas el uso de la información tiene como punto de referencia sus propias formas y medios informativos. Las primeras surgen de la oralidad, como las pláticas familiares, las asambleas, los comités y las reuniones de los grupos comunitarios. Es decir, las fuentes de información son las mismas personas que transmiten los mensajes como medio de socialización de las ideas. Es por ello, que el uso del RE como instrumento de comunicación no debiera restringirse a un documento escrito, sino ser complementado con herramientas e instrumentos que le permitan aplicar estos conceptos y transmitir un mensaje claro hacia la población.

Junto a la especificidad de la comunicación con los pueblos indígenas u originarios, existen otros grupos que requieren atención especial en las formas de comunicación que usa el titular para informar de forma efectiva, en este caso, el EIA-d a través del RE. Nos referimos a grupos vulnerables, que por su condición de edad, sexo, discapacidad o estado civil se encuentran en condición de riesgo que les impide el acceso a mejores condiciones de vida, incluyendo la información. Así, por ejemplo, en algunas zonas del país, las mujeres no participan en las asambleas de sus organizaciones o se mantienen alejadas de los cargos de autoridad,

lo que les impide participar en los espacios de diálogo e información. A ello se suma el acceso desigual de hombres y mujeres a los servicios educativos.

Idioma

El RE debe estar redactado en idioma castellano. Sin embargo, es necesario considerar que la Autoridad Competente podrá requerir que este sea también redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planea ejecutar el proyecto de inversión. Cuando el idioma o lengua predominante en la zona de ejecución no permita o haga difícil una traducción escrita del estudio, la Autoridad Competente puede solicitar la presentación de una versión magnetofónica, en audio digital o cualquier otro medio apropiado para su difusión⁴.

Esta disposición está orientada a facilitar el acceso a la información contenida en el EIA-d, de manera que las diferencias culturales y lingüísticas no sean un impedimento para su comprensión.

Así, al momento de redactar el RE, se recomienda considerar el idioma o lengua originaria de la población a la que se dirige, sea quechua, aymara o lengua amazónica:

o El uso de diccionarios: los diccionarios históricos de Ludovico Bertonio y Diego Gonzalez Holguín son dominio

público y pueden ser utilizados sin restricciones. Asimismo, la página web del Instituto de Lenguas y Literaturas Andinas-Amazónicas⁵ ofrece la descarga pública de 9 diccionarios de quechua y 6 diccionarios de aymara. Gran parte de ellos está disponible en formato PDF y DOC con el fin de poder ser impresos o utilizarse sin tener acceso a internet⁶.

o El uso de intérpretes calificados: estos se pueden ver en el Registro Nacional de Traductores e Intérpretes de Lenguas Indígenas⁷.

o Recursos para lenguas orales: las lenguas indígenas (andinas y amazónicas) son principalmente orales. La escritura de estas es fundamentalmente académica. Por lo tanto, si se va a utilizar la lengua originaria para la redacción del RE, es recomendable que esta se realice de manera muy didáctica y concisa, acompañada de elementos gráficos que faciliten su comprensión; siendo de preferencia una versión magnetofónica o en audio digital, e incluso audiovisual, para su difusión.

Difusión

Es importante considerar que el RE será un documento con carácter de difusión. Es por ello que debe estar elaborado por el titular en un formato simple y fácilmente comprensible, considerando ilustraciones, lenguas locales, y niveles de alfabetización.

² RODRIGO ALSINA, Miguel. Elementos para una comunicación intercultural. En: Afers Internationals, N° 36, Fundación CIDOB, 1997. pp 11-21.

³ RAMÍREZ VELÁSQUEZ, César. Las comunidades indígenas como usuarios de información. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas-UNAM, 2007.

⁵ <http://www.illa-a.org/index.html/?q=cd>

⁶ Institutos de Lenguas y Literaturas Andinas-Amazónicas. Difusión de Lenguas Originarias en Medios Digitales. Consulta: 11 de febrero de 2017. <http://www.illa-a.org/amos/ProyectoDifusionLenguas1.8.pdf>

⁷ MINISTERIO DE CULTURA. Lista de traductores certificados por el Ministerio de Cultura del Perú. Consulta: 11 de febrero de 2017. <http://www.cultura.gob.pe/es/interculturalidad/registro-de-traductores-e-inteprtes>

La difusión del RE es la oportunidad para que el proyecto comunique claramente sobre los cambios que el proyecto generará y las medidas establecidas para minimizar los impactos negativos y potenciar los aspectos positivos que redundarán en beneficios para la población. Asimismo, es una oportunidad para demostrar que las acciones previas dentro del marco del proceso de participación ciudadana, han sido incorporadas al diseño del proyecto. La estrategia de difusión del RE debe ser guiada por la necesidad de informar de manera eficiente incluyendo a todos los grupos de interés, superando brechas culturales con el objetivo de construir relaciones adecuadas y sostenibles en el tiempo.

Son estrategias de difusión:

o La distribución del RE a través de representantes de los grupos de interés y/o informantes claves⁸.

o Que el RE no esté escrito en lenguaje técnico.

o Que el RE esté disponible para consulta en ciertos lugares, como instituciones del Estado, en las oficinas de la empresa en la zona, instituciones, bibliotecas y centros comunitarios.

o Sujeto de difusión: ocurre frecuentemente que los habitantes de comunidades nativas que pueden leer en su lengua materna, también

lo hacen en castellano, de modo que la traducción respondería más al respeto de las tradiciones e identidad locales. Ahora bien, sirve, de la misma manera, para que una persona que lee en lengua nativa, pueda comunicarles (o leerles) a los demás (no lectores) lo que el RE expone.

o El uso de material audiovisual como pequeños cortometrajes o radionovelas que presenten de manera didáctica las acciones que realizará el titular en el área de influencia del proyecto y las soluciones a las preocupaciones de la población.

o El uso de material impreso que resuma el RE como trípticos o folletos. Estos pueden presentar la información más relevante en formatos didácticos del tipo “preguntas y respuestas” o formatos más creativos como historietas.

Consideraciones a tomar en cuenta antes de redactar el Resumen Ejecutivo

Plasmar en el RE los puntos principales desarrollados en el EIA-d puede ser una tarea complicada, debido a la presencia de un sinnúmero de términos técnicos complejos. Ello es aún más relevante si se tiene en cuenta que en muchas ocasiones el RE es el único documento disponible para el público objetivo.

A diferencia del desarrollo de cada sección del EIA-d, que es suscrita y elaborada por un especialista en la materia, el RE es un documento con fines comunicacionales. En esa línea, se recomienda que este sea elaborado por un equipo multidisciplinario integrado por profesionales de ingeniería, de las ciencias sociales y ambientales, y posteriormente planificar estrategias de difusión y comunicación efectiva del mismo.

Por lo tanto, antes de redactar el RE, se debe definir la estrategia del RE, plateándonos las preguntas: ¿a quiénes, ¿qué y cómo?; ¿a quiénes va dirigido?, ¿qué informa-

ción voy a resaltar?, y ¿cómo haré para que este sea conocido y entendido por la población del área de influencia?

El principal insumo para la definición de esta estrategia está en el mismo proceso del EIA-d: tanto a través del proceso de participación ciudadana como durante la elaboración de la línea base social y ambiental, se realizan extensas investigaciones en campo y de relacionamiento con la población local y los grupos de interés a fin de identificar percepciones, expectativas y conocer las características socioeconómicas y ambientales del área de influencia.

Consideraciones previas:

- Identificar y conocer al público objetivo.
- Identificar y priorizar los temas de mayor preocupación para la población local. De acuerdo a la experiencia del Senace, estos temas suelen ser:

⁸ INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION. Stakeholder Engagement: A Good Practice Handbook for Companies Doing Business in Emerging Markets (Compromiso con los grupos de interés: Un manual de buenas prácticas para compañías haciendo negocios en mercados emergentes), IFC, Washington, 2007.

o Información suficiente sobre las alternativas al proyecto.

o Definición del área de influencia directa e indirecta.

o Impactos ambientales y sociales sobre los recursos naturales.

o Medidas de manejo y mitigación de impactos, así como el plan de cierre.

- Definir y precisar la afectación de los recursos hídricos y terrenos superficiales, la existencia o no de pueblos indígenas como parte del área de influencia.

- Disponer de tiempo y recursos para elaborar recursos gráficos ad hoc al RE tales como mapas, cuadros, flujogramas, fotografías que ilustren las zonas o condiciones a las que se hacen referencia, etc., con su debida explicación, de manera que aporten al discurso y no se presenten como elementos aislados que resulten confusos, y ayuden a la comprensión de los aspectos técnicos.

- Identificar las estrategias de comunicación adecuadas culturalmente para difundir la información del RE entre la población del área de influencia. Este tema es objetivo de la guía de orientación para la elaboración del RE en versión audiovisual, la misma que se presenta en un documento aparte.

- Identificar y exponer los beneficios que recibirá la población local al implementarse el proyecto.

¿Qué información debe contemplar el Resumen Ejecutivo?

Como ya se ha señalado, el RE es una síntesis de los aspectos relevantes del EIA-d y deberá ser redactado en un lenguaje sencillo en idioma español y en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planea ejecutar el proyecto de inversión (de ser diferente al español), en un lenguaje, claro y conciso. Todo ello con la finalidad de brindar una idea clara del proyecto, de sus potenciales impactos positivos y negativos y de las medidas de prevención, control, mitigación y otras que pudieran corresponder.

“Es importante resaltar que el titular debe redactar el RE bajo el supuesto de que algunos lectores no revisarán todo el documento (debido a la falta de tiempo, interés o necesidad de conocer a detalle el contenido)⁹.”

- Breve descripción del proyecto, indicando su ubicación geográfica y política, tipo de recurso a explotar/manejar, cantidad de los recursos a emplear (p.ej. volumen de agua,

mano de obra, equipos y maquinarias, materiales, etc.), componentes del proyecto incluyendo infraestructura, accesos y tiempo de ejecución del proyecto. Dentro de esta descripción se debe contemplar también las diferentes etapas del proyecto: construcción, operación, cierre o abandono, y post cierre. Se recomienda hacer uso de infografías, línea de tiempo u otro gráfico para favorecer su comprensión.

- El marco legal que sustenta el EIA-d y el proceso de evaluación de impacto ambiental. En este punto se debe realizar una referencia concisa y puntual del marco legal vigente de carácter administrativo, ambiental y social que tiene relación directa con el proyecto, teniendo especial consideración con las áreas naturales protegidas y sus zonas de amortiguamiento. No es una sumilla de las normas vigentes y deberá priorizarse aquellas normas sectoriales o de aplicación específica.

⁹ Resolución Ministerial N° 304-2008-MEM-DM.

- Delimitación del área de influencia directa e indirecta, ambiental y social, presentando los respectivos mapas a escala adecuada, y describiendo los criterios tomados en cuenta para tal fin.
- Características geográficas del área donde se desarrollará el proyecto. Es decir, una descripción suficiente y confiable del entorno existente que refleje las condiciones reales del área de influencia del proyecto.
- Resumen de la Línea Base Ambiental y Social, que comprenda los principales resultados del estudio de los factores o componentes ambientales físicos, biológicos y socio-económicos y culturales, así como una descripción de las comunidades campesinas y/o nativas comprendidas en el área de influencia; con el fin de determinar la calidad ambiental del área del proyecto antes de su implementación. Asimismo, la presencia de restos arqueológicos, históricos y culturales en el área de influencia del proyecto.
- Identificación y análisis de los posibles impactos ambientales y sociales, tanto directos como indirectos; positivos y negativos; sinérgicos y acumulativos. Para ello se deberá considerar los Estándares de Calidad Ambiental (ECA) y los Límites Máximo Permisibles (LMP) vigentes. Finalmente, se debe presentar de forma clara y concreta la

metodología aplicada en la evaluación de impactos.

- Planes de manejo ambiental con las respectivas medidas de prevención, control y mitigación; planes de vigilancia ambiental con los correspondientes programas de monitoreo, y otras que pudieran corresponder para los impactos identificados, incluyendo cronograma y presupuesto estimado para su implementación.
- Planes de gestión social y relaciones comunitarias, incluyendo protocolo de relacionamiento social, código de conducta para los trabajadores y el detalle de cada uno de los programas que hagan factible el manejo y mitigación de los impactos sociales, incluyendo cronograma y presupuesto estimado para su implementación. Breve descripción del Plan de Cierre/Abandono, teniendo en cuenta la descripción de las medidas de cierre temporal, progresivo, final y post cierre.
- Valoración económica del impacto ambiental incluyendo criterios técnicos para la valoración, y la metodología empleada.
- Datos de la empresa consultora, incluyendo copia de la Resolución Directoral de inscripción o renovación. De igual modo, incluir una relación de profesionales y técnicos que intervinieron en la elaboración del EIA- d describiendo su expe-

riencia en años en la elaboración de instrumentos para este tipo de proyectos, y de ser posible adjuntar sus datos de contacto.

- Las sedes en las que se podrá revisar el texto completo del EIA-d y presentar las observaciones y sugerencias que se consideren pertinentes.

Sobre los pesos que debe tener cada sección, estos pueden variar de acuerdo a las necesidades específicas de información de cada proyecto en particular, debiendo

garantizar el entendimiento de las secciones desarrolladas en el RE para lo cual lo más recomendable es que el Titular se apoye de material audiovisual, principalmente para aquellos temas que por su complejidad lo requieran.

Adicionalmente, se plantea como una buena práctica incluir una tabla de consistencia entre las acciones del proyecto, medio relacionado, los impactos, plan de manejo aplicable y las medidas de manejo ambiental y social. A manera de ejemplo se muestra la siguiente tabla:

Impacto	Etapas	Actividad	Importancia	Plan de manejo	Medidas de mitigación
F1: Afectación de la cobertura vegetal	Construcción	Desbroce y desbosque	Moderado	Programa de Desbosque y/o Desbroce	<ul style="list-style-type: none"> • Demarcación del área estrictamente necesaria. • Señalización y preservación de árboles semilleros cerca de los bordes de las áreas a desboscar. • Supervisión por un especialista forestal • Inventario y caracterización de especies forestales, arbóreas, arbustivas y otras. • Programa de Manejo de Flora y Fauna. • Personal capacitado y con experiencia en desbosque y desbroce. • Mantener la mayor superficie posible con cubierta vegetal existente para evitar erosión. • Tala dirigida. • Evitar en lo posible, tala/remoción de especies comerciales, medicinales, usadas por las comunidades, o en alguna categoría de conservación. • Maleza y vegetación trasladadas a depósitos de material orgánico, evitando la obstrucción de escorrentía de agua superficial y pluvial; usadas para estabilización y revegetación. • El material excedente se colocará en depósitos de material excedente.
		Movimiento y nivelación de suelos	Compatible		
		Habilitación de Facilidades Auxiliares	Compatible		
		Generación de emisiones	Compatible		
		Uso de Vehículos, Equipos y Maquinaria Pesada	Compatible		
		Actividades de Inspección y Mantenimiento del DdV y Ducto	Compatible		

Pautas de Redacción

La redacción es una actividad comunicativa de primer orden y por lo tanto no se practica de manera mecánica, sino que es el resultado de un proceso de construcción que demanda un proceso cuidadoso de elaboración del pensamiento y de su forma de expresión o presentación a través de medios escritos¹⁰. Es así que, a la hora de redactar el RE, no solo se deben tener en consideración la “forma de presentación”, que constituye los aspectos formales del documento, sino también “el fondo”, lo que se representa la materia prima o el pensamiento a expresar.

Aspectos de forma

La gramática:

Los errores en puntuación, ortografía y sintaxis alteran el mensaje que se quiere transmitir en el RE. Para evitar tales errores, se puede recurrir a una guía básica¹¹, o simplemente introducir “errores gramaticales más frecuentes” en su buscador de Internet para obtener un listado que sirva para la

revisión gramatical. Además, para el caso de dudas gramaticales se recomienda consultar la página del Fundeu¹². Para agilizar la búsqueda se puede colocar en el buscador de Google la palabra sobre la cual se tiene duda seguida de la palabra Fundeu y el resultado aparecerá de inmediato (ej. haya fundeu) o se puede realizar la consulta de manera directa en la página web antes señalada.

Extensión:

Con respecto a su extensión, como se mencionó anteriormente, esta puede variar, pero se recomienda que se mantenga en un rango entre 50 a 70 páginas incluyendo anexos.

Fuentes o tipografía:

Se recomienda utilizar una fuente que no genere una distracción ni comprometa la seriedad del documento. Existen programas informáticos que ofrecen buenas opciones como Arial, Cambria, Calibri o Times New Roman. Trate que el formato no sea excesivamente lúdico bajo la premisa de que “todo entra por los ojos”.

La idea es que presente un material didáctico sin perder seriedad con elementos distractores como fuentes demasiado informales.

Uso de fuentes:

Usar fuentes de información confiables y evitar el uso de fuentes que no posean autoría, no cuenten con rigor académico o datos bibliográficos completos para el adecuado citado.

Uso de notas a pie de página:

Incluir como pie de página datos o argumentos que se consideren importantes pero que no se vinculan directamente al cuerpo principal del documento.

Uso de citas y bibliografía:

Un adecuado citado de fuentes es esencial, en particular para reconocer los aportes efectuados por otras investigaciones o estudios anteriores, evitándose con ello el plagio que resta rigurosidad y objetividad al estudio técnico. Para esta labor se recomienda revisar el “Manual de Fuentes de Estudios Ambientales cuya evaluación está a cargo del Senace”¹³ o la “Guía para el registro y el citado de fuentes” de la Pontificia Universidad Católica del Perú¹⁴.

Tamaño de la fuente:

Se recomienda un tamaño de fuente que no sea ni muy pequeña que genere dificultades al leer ni muy grande que distraiga la atención. Lo ideal es un rango entre 10 (como mínimo) y 12 (como máximo), dependiendo del programa informático que se utilice.

Márgenes:

Se recomienda manejar márgenes de por lo menos una pulgada a cada lado de la página como máximo.

Uso de titulares y subtítulos:

Son los elementos en los que se apoya la división del texto en secciones. Son ideales para cerrar una idea. Si el tema se torna demasiado grande es ideal acudir a este recurso para poder empezar la argumentación de una idea a tratar desde el inicio. Asimismo, todo subtítulo debe contener un texto.

Uso de viñetas y guiones:

Son ideales para capturar la atención del lector. Lo ideal es hacerlo con frases cortas para resaltar los puntos importantes.

¹⁰ SALAZAR, Alfredo. La redacción: concepto, características, sus fases. Universidad Autónoma Metropolitana, 1999.

¹¹ Existen muchas guías de redacción. Se recomienda principalmente el Manual de la Nueva Gramática Española de la Real

¹² Academia Española. Asimismo, se puede hacer consultas de gramática y ortografía en la página web de la misma institución: www.rae.es. <http://www.fundeu.es/>

¹³ SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL PARA LAS INVERSIONES SOSTENIBLES. Aprueban Manual de Fuentes de Estudios Ambientales cuya evaluación está a cargo del Senace, 2016. Consulta: 11 de febrero de 2017. <http://www.senace.gob.pe/download/senacenormativa/N-1-21-RJ-055-2016-SENACE-J.pdf>

¹⁴ PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ. Guía para el registro y el citado de fuentes, PUCP, Lima, 2015 Consulta: 11 de febrero de 2017. <http://departamento.pucp.edu.pe/derecho/wp-content/uploads/2014/05/GuiaPUCPRegistroycitadodefuentes-2015.pdf>

Por lo general se dice	Se debe decir
<p>En el proceso de análisis de alternativas, se tuvieron en cuenta distintos criterios que parten de aplicar los principios y valores, estándares de la Compañía y buenas prácticas de la minería.</p> <p>Entre esos criterios se cuentan los siguientes: optimización en el uso de los recursos naturales, particularmente el recurso agua; minimización del área de afectación; coexistencia con las actividades que se realizan dentro del título minero actualmente; minimización, reducción y control de impactos ambientales con uso de tecnología de punta e innovación; y mejoramiento del capital ambiental de la región.</p>	<p>En el proceso de análisis de alternativas, se tuvieron en cuenta distintos criterios que parten de aplicar los principios y valores, estándares de la Compañía y buenas prácticas de la minería. Entre esos criterios se cuentan los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Optimización en el uso de los recursos naturales, particularmente el recurso agua. o Minimización del área de afectación. o Coexistencia con las actividades que se realizan dentro del título minero actualmente. o Minimización, reducción y control de impactos ambientales con uso de tecnología de punta e innovación. o Mejoramiento del capital ambiental de la región.

Párrafos:

Iniciar nuevos párrafos con frecuencia para que la lectura no resulte demasiado densa.

Uso de siglas, acrónimos y abreviaturas:

Debido a la vasta cantidad de instituciones, normas legales, entre otros, involucrados en el desarrollo del EIA-d, ocasionalmente los expertos asumen que el lector se encuentra familiarizado con las siglas y abreviaturas, sin tomar en cuenta que esto puede generar confusiones. Así, se propone

evitar el empleo de abreviaturas. Luego, las siglas y acrónimos se escriben en mayúsculas y sin puntos entre sus letras, y los acrónimos que tengan más de cuatro letras, se escriben con mayúscula sólo en la letra inicial.

Se recomienda al titular elaborar un glosario con las siglas y abreviaturas contenidas a lo largo del RE. Este glosario debe ser incluido en el índice del documento, para que así se facilite el acceso al significado de cada una de las siglas y/o abreviaturas utilizadas.

Seguidamente, un ejemplo:

Lista de Siglas y Abreviaturas

ACR	Áreas de Conservación Regional
ACP	Áreas de Conservación Privada
ANA	Autoridad Nacional del Agua
ANP	Áreas Naturales Protegidas
CAM	Comisión Ambiental Municipal
CAR	Comisión Ambiental Regional
CNULD	Convención de las Naciones Unidas de Lucha contra la Desertificación y Mitigación de la Sequía
CMNUCC	Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático
DICAPI	Dirección General de Capitanías y Guardacostas
DIGESA	Dirección General de Salud Ambiental
DIA	Declaración de Impacto Ambiental
ECA	Estándar de Calidad Ambiental
EAE	Evaluación Ambiental Estratégica
EIA-d	Estudio de Impacto Ambiental detallado
EIA-sd	Estudio de Impacto Ambiental semidetallado
GIZ	Cooperación Técnica Alemana
GORE	Gobierno Regional
IGAC	Instrumento de Gestión Ambiental Correctivo
IntegrAmbiente	Certificación Ambiental Global
LOGR	Ley Orgánica de Gobiernos y Riego
LMP	Límite Máximo Permisible
MINAGRI	Ministerio de Agricultura y Riego
MINAM	Ministerio del Ambiente
MINCETUR	Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
MINEM	Ministerio de Energía y Minas
MIZMC	Manejo Integrado de las Zonas Marino-Costeras
MVCS	Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
OEFA	Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental

Fuente: Ministerio del Ambiente. Evaluación de Impacto Ambiental (2011-2016). Lima, julio 2016.

Transmitir el fondo

El principal reto y ventaja del RE es que, si bien este se ubica al inicio del Informe Final del EIA-d, el titular debe desarrollarlo después de haber analizado todos los aspectos del mismo y desarrollarlo como un documento único e independiente. En tal sentido, los aspectos que se tienen que tener en consideración para transmitir el “fondo” del EIA-d en el RE son:

Autosuficiencia:

Como se mencionó líneas arriba, el RE es una sección del EIA-d que tiene una lectura independiente. Es decir, que tiene autonomía y se presenta por separado. En tal sentido, no debe darse por entendido que el lector recurrirá al documento original para un mejor entendimiento, por lo que se recomienda evitar las referencias a este.

Hilo narrativo:

Se recomienda seguir la estructura del EIA-d al momento de acopiar la información que se utilizará en el RE para presentarla de manera didáctica y ordenada. Aquello resulta beneficioso para el público al que va dirigido el RE y también para quien lo redacta. Por ejemplo, al presentar las actividades de un proyecto se mostrará con el apoyo de material audiovisual y gráfico, los pasos rea-

lizados para iniciar las actividades constructivas, operativas y de cierre o abandono. La secuencia deberá respetar el hilo narrativo permitiendo a los espectadores seguir con claridad el proceso.

La presentación de la información de cada sección constituye el principal reto. Dado que el RE es un documento de carácter comunicacional, una estrategia para generar interés es empezar con el problema o premisa más importante del tema a desarrollarse, siguiendo con la argumentación y tratamiento, y culminando con la conclusión. Por ejemplo, al describir la metodología para realizar la Línea Base Ambiental o Social, se podrá iniciar la explicación utilizando metáforas como “En esta parte del estudio lo que haremos será como tomar una fotografía de cómo viven y cómo están las plantas y animales del bosque antes que empiece el proyecto.”

Otra buena práctica comunicacional es partir de los resultados, explicando al lector a lo largo del desarrollo del texto de qué manera se ha llegado a dicho resultado.

Como se verá más adelante, todo RE debe estar acompañado de elementos gráficos que complementen y favorezcan la presentación de la información de la manera más didáctica posible. Asimismo, se recomienda incluir ejemplos que resalten en un párrafo un pequeño extracto de las conclusiones relevantes de acuerdo a cada sección.

Ejemplo destacado de ayuda lectora:

1.2 Reglamento de participación ciudadana en el subsector minero

Como se describe en la sección anterior, muchos de los esfuerzos que se han desarrollado a lo largo de los años para promover la participación ciudadana han ido paulatinamente ganando en calidad de contenidos, ya que la necesidad de su promoción es clara en el sector, sin embargo faltaba una precisión en la forma de implementarla.

Para superar esta situación, el MEM, ha promulgado el **D.S. N° 028-2008-EM** “Reglamento de Participación Ciudadana en el Sub Sector Minero ” y la R.M 304-2008-MEM/DM, “Normas que Regulan el Proceso de Participación Ciudadana en el Sub Sector Minero”, en el cual se proponen los mecanismos de participación ciudadana para el ámbito minero”

De acuerdo a la norma vigente en el subsector, se entiende la participación ciudadana como un proceso público, dinámico y flexible, el que a través de la aplicación de diversos mecanismos, tiene como objetivo:

- Poner a disposición de la población involucrada información oportuna y adecuada respecto de las actividades mineras proyectadas o en ejecución.
- Conocer y canalizar las opiniones, posiciones, puntos de vista, observaciones y aportes respecto de las actividades mineras; y
- Promover el diálogo, la prevención de conflictos y la construcción de consensos.

Actualmente, los esfuerzos del Estado por promover la actividad minera se han visto afectadas por la percepción negativa que una parte de la población tiene de la minería.

Dicha percepción ha sido influenciada entre otros factores por: la mala calidad de los procesos de difusión de información y participación desarrollados; el incumplimiento de los acuerdos establecidos y la poca responsabilidad que han demostrado algunos titulares mineros para prevenir y mitigar los efectos negativos producidos por el desarrollo de su actividad. De ahí la importancia de la promulgación del Reglamento de Participación Ciudadana y de su eficaz implementación, ya que ofrece la oportunidad de enriquecer y favorecer, a través del diálogo, un adecuado proceso de relacionamiento con la población desde el inicio de la actividad minera.

La participación ciudadana es una herramienta de prevención de conflictos, en tanto propicia espacios de diálogo y permite conocer los reales intereses de los diferentes actores involucrados. Su eficaz implementación permite no solo el desarrollo y empoderamiento de una ciudadanía responsable, sino que además favorece la sostenibilidad de la inversión en aspectos sociales y ambientales que beneficia a todos los involucrados.

No desviarse de los puntos principales:

En una buena comunicación, siempre debe haber un punto principal con el que el lector se sienta identificado. Se debe poder extraer la idea principal en una o dos oraciones al principio del documento, y luego el resto de su contenido debe construir una plataforma para este mensaje o proveer evidencia que lo apoye.

Uso de tecnicismos

El EIA-d es un documento elaborado por expertos y contiene información técnica que es de difícil comprensión para el público objetivo. Por lo tanto, el RE debe redactarse en un lenguaje sencillo con textos articulados entre sí, que presenten la información del EIA-d de forma integral. Un estilo de redacción simple y eficaz que posibilite un fácil entendimiento de parte de los lectores.

“ Cuando los ingenieros ambientales, biólogos, sociólogos, o economistas redactan el RE, se imaginan entre colegas y emplean sin recato las jergas de su profesión. Suelen mezclar estas con un lenguaje rebuscado y erudito que vuelve aún más incomprensible muchas de sus explicaciones. Al final el RE queda redactado de manera que es entendido sólo por técnicos. ”

La jerga técnica, acrónimos y abstracciones elaboradas son barreras para la comprensión. Las oraciones directas con palabras concretas y las frases explícitas favorecen al entendimiento.

Por ello, es necesario hacer la conversión de las premisas técnicas a un lenguaje sencillo y de fácil comprensión, evitando formalidades o jerga muy rebuscada. Adaptar el texto al grado de conocimiento y preparación del destinatario es vital en este punto. Para ello, el titular puede recurrir a la Línea de Base Social del EIA-d, y constatar el nivel de alfabetismo de la población e idioma predominante en el área de influencia del proyecto.

Por lo tanto, use siempre:

- Un lenguaje claro que permita a lectores con conocimientos básicos entender a la primera lectura.
- Expresiones concisas y claras.
- Palabras sencillas, que se entiendan sin necesidad de un diccionario.
- En la medida de lo posible, evitar emplear términos técnicos. Pero de ser necesario, se deberá incluir una definición concisa.

Lenguaje técnico: por lo general se dice	Se debe decir
Para la evaluación de los diferentes grupos biológicos se establecieron dos épocas de evaluación, la primera durante la estación seca y la segunda que correspondió a la estación húmeda.	El estudio biológico se realizó en la temporada de vaciante y en la temporada de lluvias.
Según la información del estado fenológico de las especies, recopilada en la fase de campo; se encontraron 3 especies en estado de floración, 24 especies en estado de fructificación y 1 especie en estado de floración y fructificación.	Durante el trabajo de campo, se encontraron tres (3) especies de plantas con flores, 24 especies con frutos y una (1) especie con flores y frutos.
Las condiciones meteorológicas de invierno en el área de influencia del Proyecto, se caracteriza por su baja pluviosidad.	En el área de influencia del proyecto llueve poco durante invierno.
Los controladores climáticos están influenciados por los factores geográficos como la topografía y la altitud, que en la zona de interés son poco significativos debido a la homogeneidad del terreno (altitud entre los 350 y 520 msnm), donde predominan zonas colinosas bajas y altas, además del denso bosque tropical, así mismo los cuerpos de agua especialmente el río Urubamba y Camisea.	El clima depende de la forma de la tierra y la altura. En la zona evaluada hay poca diferencia de altura en el terreno, encontrándose colinas, bosques y ríos como el Urubamba y Camisea.
El resultado de los puntos de muestreo no supera los LMP y se encuentran dentro de los ECA.	El resultado de los estudios de los ríos y quebradas de la zona muestran que están conforme a lo que indican las leyes y tienen las condiciones para que sobrevivan las plantas y animales.

Evitar afirmaciones vagas o ambiguas:

Es importante utilizar términos directos, claros e indiscutibles para permitirle a la población entender cuáles son los potenciales impactos ambientales y sociales del proyecto propuesto. Por ello se debe evitar la ambigüedad o anfibología (uso de palabras que puedan originar más de una interpretación).

Un ejemplo de descripción deficiente de un proyecto es el siguiente: "Se construirá una represa para relaves húmedos para el proyecto minero". Esta afirmación vaga no incluye detalles esenciales para predecir potenciales impactos ambientales y sociales de la represa de relaves.

Una buena descripción debe especificar y responder a cuestiones fundamentales como:

- ¿Dónde se ubicará la represa y con qué aguas se conectará?
- ¿Cuáles serán sus dimensiones?
- ¿Qué materiales se usarán para construir esta represa?
- ¿La empresa minera tratará los efluentes de la represa de relaves antes de descargarla al agua superficial y si así fuera, de qué manera lo hará?

Cada una de estas cuestiones debe responderse de manera detallada y

debe acompañarse de mapas y diagramas a escala en la descripción del proyecto.

Uso de frases efectivas:

Se recomienda el uso de oraciones activas en vez de pasivas. Esta forma de escribir es más efectiva para conseguir la atención del lector.

Ejemplo lenguaje pasivo: por lo general se dice	Se debe decir
Una medida de mitigación de impacto ambiental fue realizada por la empresa minera.	La empresa minera realizó una medida de mitigación de impacto ambiental.

Asimismo, use un tono informal y palabras "reales". No es necesario utilizar frases complejas o lenguaje formal. Esto distrae la atención del lector.

Ejemplo lenguaje pasivo: por lo general se dice	Se debe decir
La acción que desencadenó el impacto fue mitigado	La construcción de la represa que generó el bloqueo del camino, fue corregida y el camino opera sin problemas en la actualidad.

Ejemplo lenguaje pasivo: por lo general se dice	Se debe decir
Para desviar el caudal del río Bío Bío se ha diseñado un túnel de desvío de unos 15 m. de diámetro y 300 m. de longitud, cuyo eje se desarrolla dentro del macizo de la ribera derecha del Bío Bío. El encauzamiento de las aguas hacia dicho túnel, se logrará mediante sendas ataguías ubicadas aguas arriba y aguas abajo de la presa proyectada.	Para desviar las aguas del río Bío Bío, se ha diseñado un túnel de 15 m de ancho y 300 m de largo, cuyo eje se ubica al lado derecho del río. El cambio de la dirección de las aguas del río hacia dicho túnel se conseguirá mediante un grupo de desvíos aguas arriba y debajo de la presa.

En el marco de la revisión del RE, se recomienda responder a las siguientes preguntas para verificar si el contenido está completo.

- ¿Se ha incluido todo lo que era necesario para hacer una representación justa y certera del contenido del EIA-d completo?
- En base a los intereses, sesgos e inquietudes del lector, ¿hay algún otro aspecto que se deba abordar?
- ¿Hay oraciones que se pueden acortar o simplificar, manteniendo el mismo significado?
- ¿Se está usando jerga, acrónimos o lenguaje técnico que el lector pueda desconocer?
- ¿Se ha repetido algo innecesariamente?
- ¿Se ha(n) expresado claramente la(s) idea(s) principal(es) al inicio y al final del documento?

Asimismo, se recomienda la validación de una versión borrador de parte de algún representante de la población local o de los encargados del área de Relaciones Comunitarias de la empresa que llevará a cabo el proyecto, debido al vínculo más estrecho que mantienen con la población del área de influencia del proyecto.

Verificación de estilo y redacción del RE

En aras de comprobar el cumplimiento de los objetivos del RE, en términos de contenido y estilo, se recomienda leer el documento en voz alta para identificar cualquier lenguaje inadecuado o confuso.

Pautas de Formato

Aunque también se trata de los aspectos formales de la redacción, en esta sección se trabajará el formato entendido como los recursos gráficos que deben complementar la parte escrita del RE para hacerlo más claro y didáctico para los lectores. Muchos de estos elementos pueden ser aprovechados o aprovecharse de los materiales comunicacionales que se desarrollan de forma complementaria en el proceso de comunicación del EIA-d.

La función de los recursos gráficos es complementaria a la información. Es un recurso visual, ilustrativo, que permite captar con mayor facilidad lo expresado. Operan como resúmenes de la información y facilitan la comprensión del texto. Los hay de diferentes tipos.

Tablas:

Son representaciones de datos con un orden sucesivo, están relacionados entre sí, generalmente acomodados en filas y columnas con recuadros (datos estadísticos, jerarquía de ideas, etc.). Seguidamente, un ejemplo de tabla:

Pobreza Población en situación de pobreza monetaria, según ámbito geográfico, 2004 - 2014

(Porcentaje respecto del total de población de cada año y ámbito geográfico)

Ámbito Geográfico	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Estimación	2014		CV%
												confianza al 95% Inferior	Superior	
Total	58.7	55.6	48.2	42.4	37.3	33.5	30.8	27.8	25.8	23.9	22.7	21.9	23.6	1.9
Lima Metropolitana	44.6	42.4	32.7	25.1	21.7	16.1	15.8	15.6	14.5	12.8	11.8	10.3	13.4	6.8
Resto país	64.7	61.2	56.3	50.0	44.2	41.2	37.4	33.3	30.9	29.0	27.8	26.7	28.8	1.9
Área de resistencia														
Urbana	48.2	44.5	37.0	30.1	25.4	21.3	20.00	18.0	16.6	16.1	15.3	14.4	16.3	3.1
Rural	83.4	82.5	79.3	74.0	68.8	66.7	61.0	56.1	53.0	48.0	46.0	44.2	47.8	2.0
Región Natural														
Costa	48.6	44.4	36.4	29.3	25.3	20.7	19.8	17.8	16.5	15.7	14.3	13.3	15.5	4.0
Sierra	70.0	67.7	63.0	58.1	53.0	48.9	45.2	41.5	38.5	34.7	33.8	32.2	35.5	2.5
Selva	70.4	70.1	65.5	55.8	46.4	47.1	39.8	35.2	32.5	31.2	30.4	28.1	32.8	4.0
Dominio geográfico														
Costa urbana	50.8	43.2	37.7	31.7	27.4	23.7	23.0	18.2	17.5	18.4	16.3	14.8	18.0	4.9
Costa rural	69.3	66.9	62.3	53.8	46.6	46.5	38.3	37.1	31.6	29.0	29.2	23.9	35.2	9.8
Sierra urbana	46.9	44.0	37.1	31.8	26.7	23.2	21.0	18.7	17.0	16.2	17.5	15.6	19.6	5.8
Sierra rural	86.7	85.4	83.1	79.2	74.9	71.0	66.7	62.3	58.8	52.9	50.4	48.2	52.5	2.2
Selva urbana	59.4	58.4	54.6	44.0	32.7	32.7	27.2	26.0	22.4	22.9	22.6	19.7	25.8	6.8
Selva rural	81.5	82.4	77.3	69.2	62.5	64.4	55.5	47.0	46.1	42.6	41.5	38.0	45.1	4.4

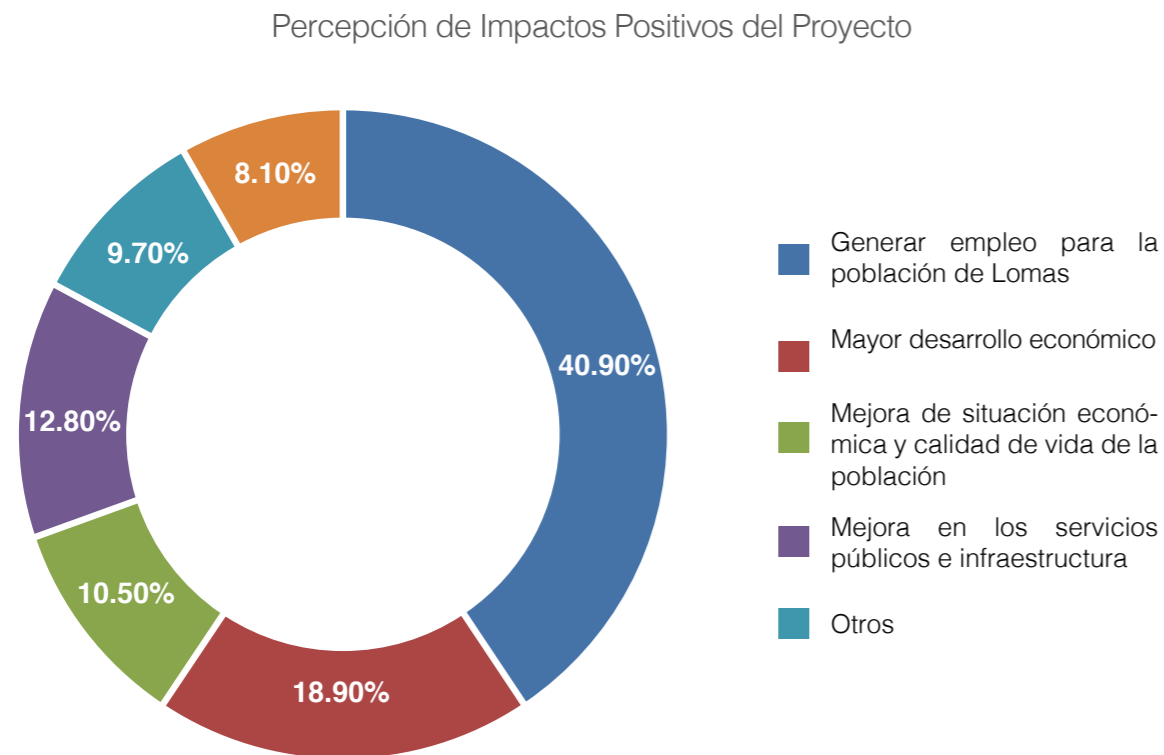
Nota técnica: Las estimaciones de los indicadores provenientes de la Encuesta Nacional de Hogares - ENAHO - han sido actualizadas teniendo en cuenta los factores de ponderación estimados en base a los resultados del Censo de Población del 2007, las cuales muestran las actuales estructuras de la población urbana y rural del país.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares

Gráficos:

Son datos numéricos organizados en forma de figuras (barras, líneas, puntos y circunferencias), de manera que se puedan identificar las tendencias o patrones de la información presentada. Los principales tipos de gráfico son el gráfico de barras y el gráfico tipo circular.

A continuación, un ejemplo de gráfico:



Fuente: ERM Perú S.A. Estudio de Impacto Ambiental del Proyecto de Terminal Portuario de Concentrado de Mineral de Hierro. Mayo, 2014.

Infografías

Son representaciones visuales que operan como descripciones, secuencias expositivas, argumentativas o narrativas e incluso interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa. Un ejemplo de infografía que describe el proceso del cobre a continuación.











Fuente: Ministerio de Minería de Chile. Proceso de Cobre. Disponible en línea (25/11/16): <http://www.minmineria.gob.cl/>

Flujogramas:

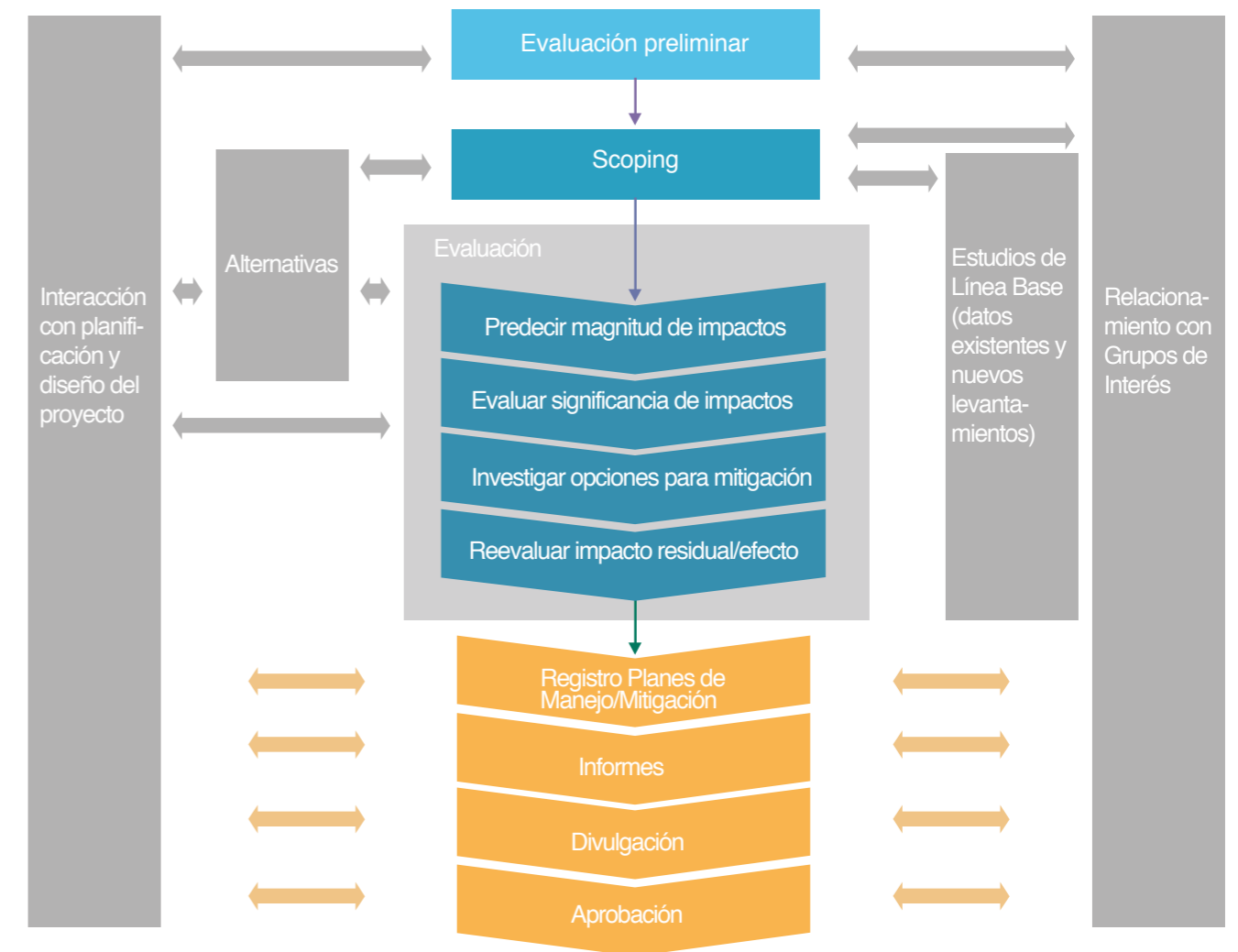
Son ilustraciones empleadas para detallar procedimientos que deben seguirse en un proceso, tarea, resolución de problemas, síntesis de un tema o de cualquier presentación. De acuerdo al ISO9000, existen figuras que cumplen determinados roles dentro de un diagrama de flujo con el fin de que la información contenida se presente de manera estándar.

Símbolos de la Norma ISO 9000 para elaborar diagramas de flujo

Símbolo	Representa
	Operaciones. Fases del proceso, método o procedimiento.
	Inspección y medición. Representa el hecho de verificar la naturaleza, calidad y cantidad de los insumos y producto.
	Operaciones e inspección. Indica la verificación o supervisión durante las fases del proceso, metodo o procedimiento de sus componentes.
	Transportación. Indica el movimienyo de personas, material o equipo.
	Demora. Indica retraso en el desarrollo del proceso, método o procedimiento.
	Decisión. Representa el hecho de efectuar una selección o decidir una alternativa específica de acción.
	Entrada de bienes. Productos o material que ingresen al proceso.
	Almacenamiento. Depósito y/oresguardo de información o productos.

Fuente: Fundación SIIGO de Administración de documentos. Flujogramas o Flujogramas. Bogotá, 2012.

A continuación, un ejemplo de flujograma sobre el proceso de evaluación de un EIA-d:



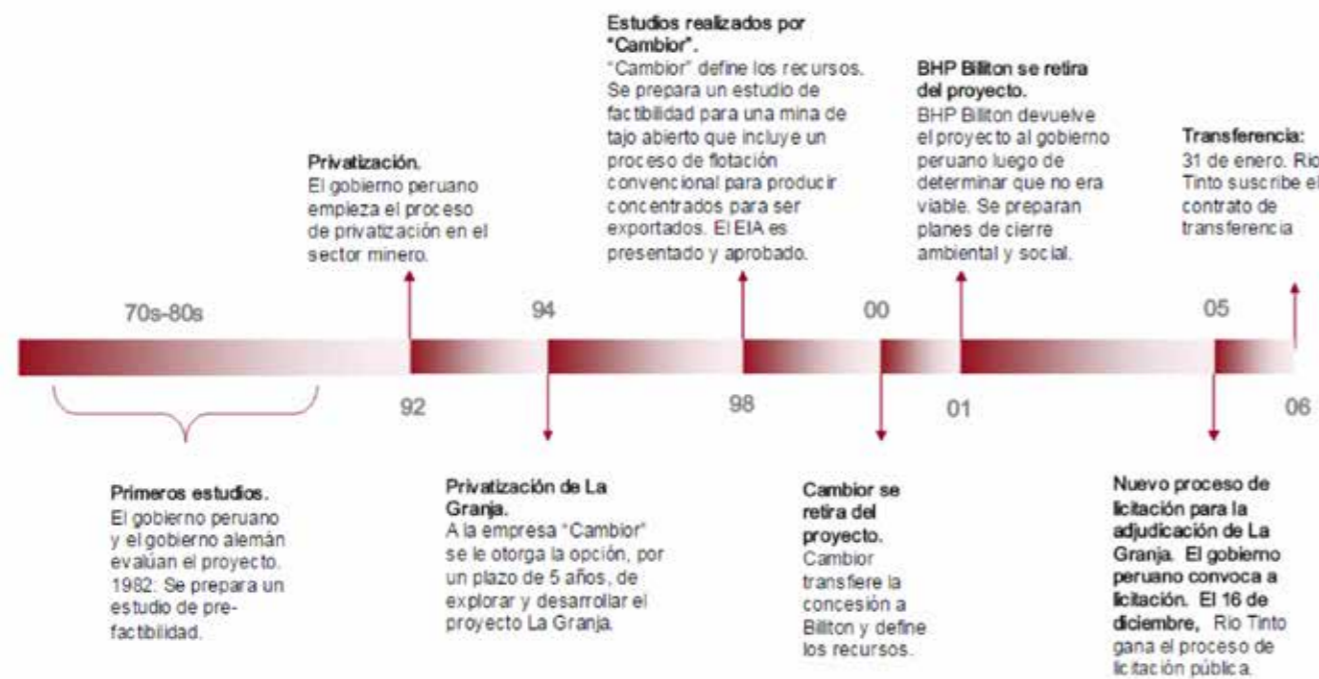
Fuente: Environmental Resources Management, The ERM Impact Assessment Standard, Agosto 2012.

Líneas de tiempo:

Es una herramienta empleada para el registro y ordenamiento de datos cronológicos como fechas y períodos de tiempo de forma clara y sencilla; como por ejemplo las diferentes etapas de un proyecto. Además, permite relacionar acontecimientos importantes y personajes intervinientes.



Antecedentes



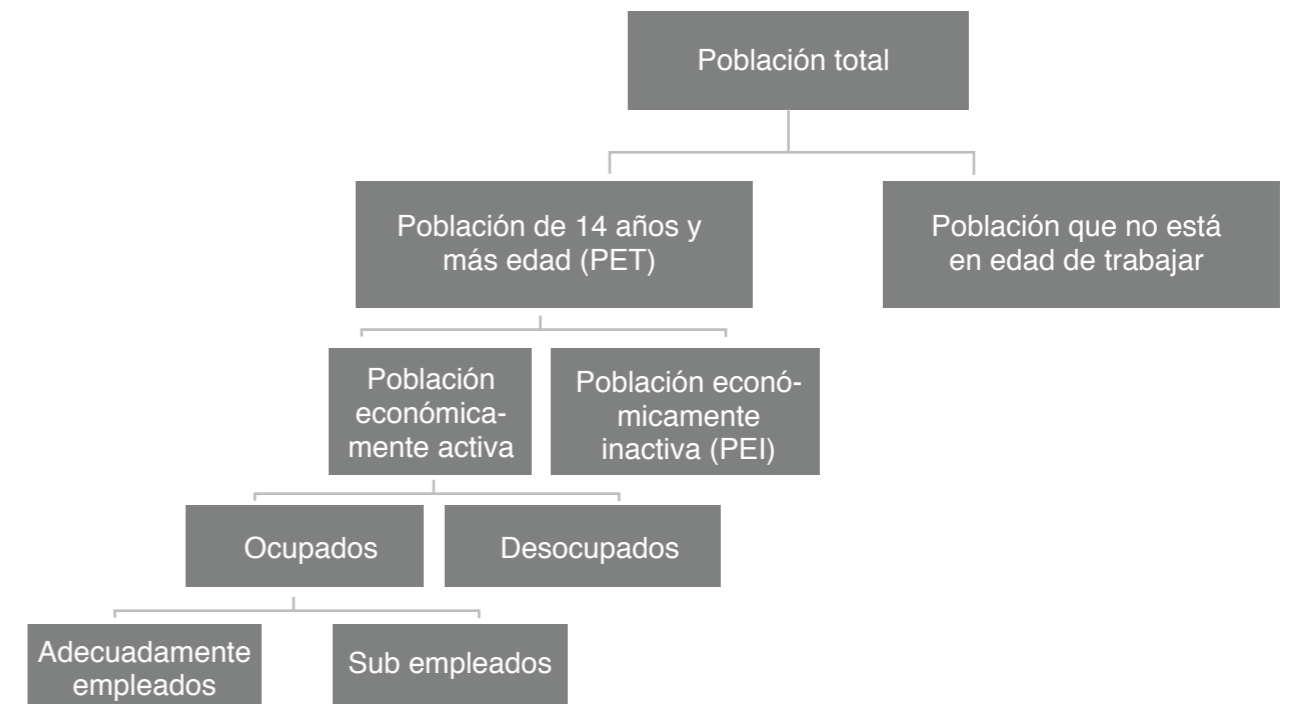
Fuente: Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. Proyecto La Granja. Estableciendo Nuevos Estándares en el desarrollo de proyectos. Julio 2007.

Mapas conceptuales

Este recurso permite ordenar y determinar relación y jerarquía entre ideas. Se utiliza una simbología para organizar la información con círculos o rectángulos, donde se encierran las ideas o conceptos. La conexión entre ideas se establece mediante flechas o líneas.

Un ejemplo:

¿Qué es el PEA?



Fuente: ERM Perú SA. Mayo 2016

Mapas geográficos:

Determina la ubicación de lugares, permitiendo una aproximación visual de una determinada área. Todo mapa cuenta con cinco elementos centrales, que son la base para su identificación e interpretación.

1. **El título:** Es el nombre del mapa que nos indica su contenido, aparece en el membrete.

2. **La localización:** Se expresa a través de las coordenadas geográficas que son ángulos o arcos imaginarios que determinan con exactitud un lugar dentro de un sistema geográfico. Esta división cumple la función de ubicarnos y orientarnos en cualquier parte de la superficie terrestre (grilla de coordenadas y gráfico de localización general).

3. **La orientación:** El instrumento esencial para orientarnos es la brújula que siempre señala al norte magnético; además con la brújula podemos trazar rumbos en el campo además de hacer levantamiento de información puntual, espacial y sus combinaciones.

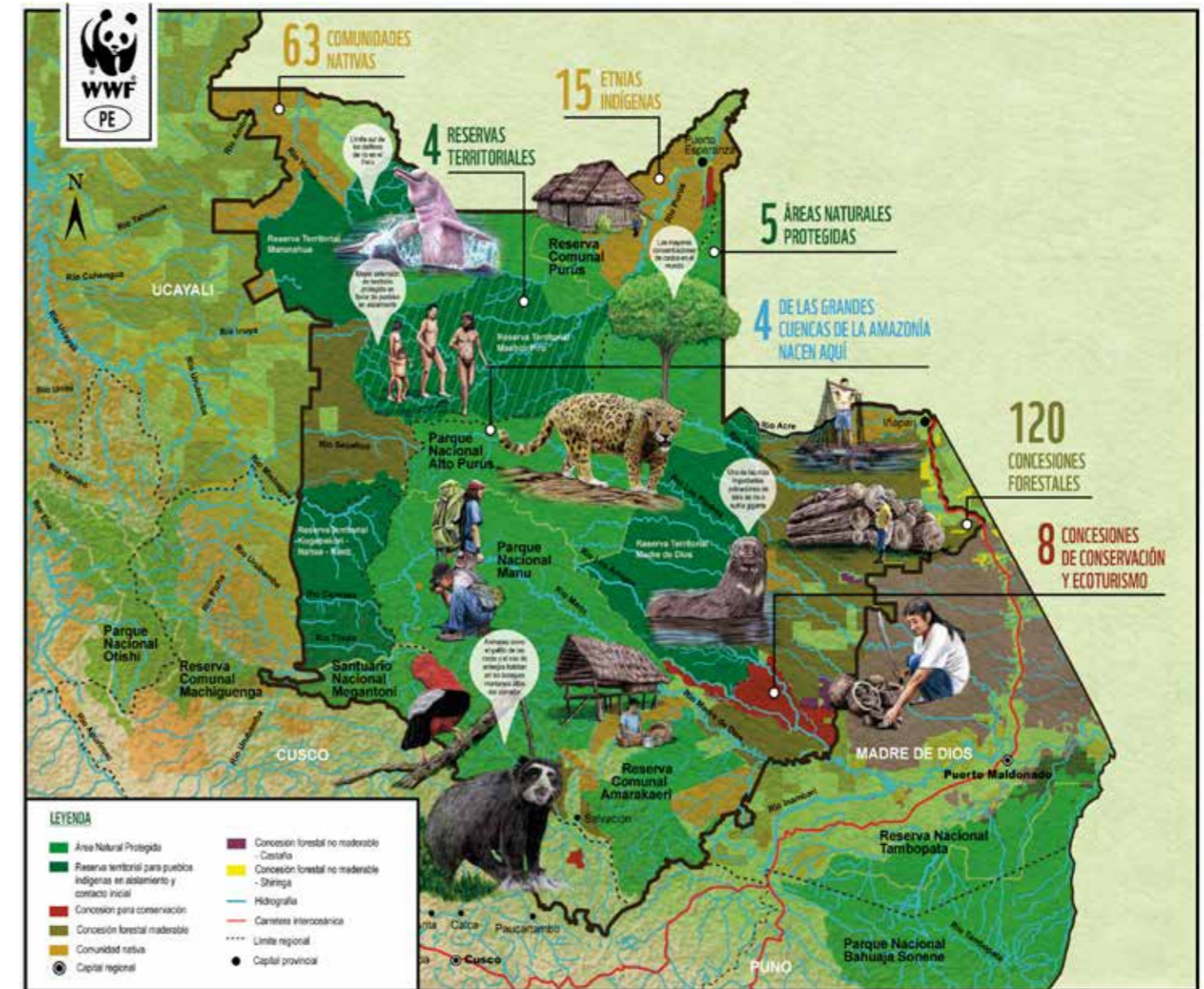
4. **La escala:** Es la relación de medida entre el mapa y el terreno. Cada mapa tiene su respectiva escala, la cual puede expresarse, numérica o gráficamente. Un mapa adecuado incluye ambas

escalas: escala gráfica y escala numérica.

5. **La leyenda:** Es un elemento muy importante. Todo símbolo contenido en el mapa debe aparecer en la leyenda, que puede ser expresada a través de un color o de un signo. La leyenda es el traductor de cada símbolo. Los símbolos son los agentes comunicadores entre el mapa y la persona. La expresión de cada símbolo debe ser muy clara, sin dejar ningún vacío o ambigüedad en la interpretación.

Cabe indicar la importancia de la visibilidad y la armonía (composición, contraste de colores) del mapa.

Un ejemplo de mapa de sensibilidad social:



Fuente: http://www.amazonia-andina.org/sites/default/files/infografia_purus_manu.jpg

Para mayor información acerca de la elaboración de mapas geográficos, consultar el documento “Guía de Normas, segunda edición en español. Comité ISO/TC 211 Información Geográfica/ Geomática”.

Se recomienda incluir en el RE al menos un mapa para cada uno de los siguientes aspectos:

- Mapa de Ubicación del Proyecto: ubicación general (política), la presencia de comunidades campesinas y nativas, Áreas Naturales Protegidas, y otras áreas de relevancia cultural o ambiental.

- Mapa de componentes principales del proyecto e infraestructura existente, enfatizando aquellos con un impacto relevante (p.ej. puntos de descarga, la red hidrográfica, cobertura vegetal/forestal, etc.).

- Mapa de Áreas de Influencia.

- Para una mejor comprensión de los impactos de los proyectos de inversión sobre las actividades cotidianas de la población se recomienda incluir mapas donde se identifiquen: áreas de pastoreo, zonas de caza, pesca, recolección, de uso cultural, religioso o recreativo, vías de acceso (caminos peatonales, trochas, etc.) entre otras que permitan identificar con claridad la interacción generada entre el proyecto de inversión y las actividades cotidianas

y de subsistencia de la población.

- Un mapa que muestre posibles superposiciones de los mapas de componentes principales y usos actuales/cobertura actual del territorio, a fin de tener un entendimiento integral de las implicancias de las futuras actividades sobre el entorno.

- Otros mapas que se consideren relevantes para que el lector tenga un mejor entendimiento del proyecto y sus impactos.

Normalmente, en el EIA-d se genera un mapa para cada tema, pero en el RE podría juntarse varios en uno solo a fin de aprovechar mejor el espacio, aunque sin saturar el mismo.

Otros recursos:

- Un apoyo muy útil para presentar la información de manera didáctica es el uso de destacados en el texto. Este recurso resalta alguna idea breve que se quiere subrayar al lector.

- Para complementar la información, se pueden utilizar formas editoriales como el “¿Sabías qué?”. Este método muy utilizado en el periodismo ayuda a destacar datos adicionales sobre la información contenida en el RE, sin que sea parte del mismo. Deben formar parte de un recuadro.

Conclusiones

La Guía de Orientación de Pautas de Redacción, Formato y Marco Legal del Resumen Ejecutivo, aprobada por la Dirección de Certificación Ambiental del Senace, tiene como principal objetivo brindar a los titulares de proyectos de inversión lineamientos y recomendaciones para una adecuada elaboración del RE que forma parte de los EIA-d.

Es decir, su propósito es hacer del RE un documento autosuficiente, con enfoque intercultural, inclusivo, de fácil lectura y amplia difusión, especialmente entre la población del área de influencia del proyecto.

Las pautas sugeridas en la Guía, son tanto de redacción son de forma y de fondo:

- En el caso de las pautas de redacción en el aspecto de forma las principales pautas son: (i) el cuidado de la gramática, (ii) el uso adecuado de los pie de página, (iii) el correcto uso de citas y fuentes bibliográficas, (iv) el uso de fuente Arial, Calibri, Cambria o Times New Roman con un tamaño entre 10 y 12, (v) una extensión no mayor de 70 páginas del RE.

- En el caso de las pautas de redacción en el aspecto de fondo se sugiere considerar: (i) asegurar la autosuficiencia del RE, (ii) mantener un hilo narrativo, (iii) no desviarse de los puntos principales, (iv) convertir los tecnicismos en lenguaje sencillo, (v) evitar afirmaciones ambiguas o vagas, y (vi) procurar el uso de frases efectivas.

En el caso de las pautas de formato se recomienda el uso de tablas, gráficos, infografías, flujogramas, líneas de tiempo y mapas conceptuales y geográficos.

El lograr un Resumen Ejecutivo que en su diseño se piense desde el público que lo va revisar y que además considere las pautas de redacción y formato que se presentan en la Guía, permitirá un mayor y mejor entendimiento del proyecto y del EIA-d por parte de la población y por ende, favorecerá el que puedan presentar oportuna y adecuadamente sus observaciones y comentarios; todo lo cual contribuye finalmente a generar confianza en el proceso de certificación ambiental a cargo del Senace.

¹⁵ INSTITUTO PANAMERICANO DE GEOGRAFÍA E HISTORIA. Guía de Normas, Comité ISO/TC 211 Información Geográfica/ Geomática. Instituto Panamericano de Geografía e Historia, Segunda edición, México, D.F., 2014. <http://www.fundeu.es/>

Bibliografía

ANGLO GOLD ASHANTI. Resumen Ejecutivo. Estudio de Impacto Ambiental Proyecto Minero Gramalote TM 14292, 2015.

CLAYTON, John. Crafting a Powerful Executive Summary. Boston: Harvard Management Communication Letter. Agosto 2003. En: <http://hbswk.hbs.edu/archive/3660.html>

Dirección General de Asuntos Socio-Ambientales Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 28 de diciembre del 2007. Lineamientos para la elaboración de los Términos de Referencia de los Estudios de Impacto Ambiental para proyectos de infraestructura vial. En: <https://www.mtc.gob.pe/transportes/socioambientales/documentos%20normas%20legales/TdREIAPV.pdf>

ENGIE ENERGÍA PERÚ S.A. Evaluación Preliminar del Proyecto Intipampa, 2016.

Environmental Resources Management, The ERM Impact Assessment Standard, Agosto 2012.

Fundación SIIGO de Administración de documentos. Flujogramas o Flujogramas. Bogotá, 2012.

Instituto de Ingenieros de Minas del Perú. Proyecto La Granja. Estableciendo Nuevos Estándares en el desarrollo de proyectos. Julio 2007.

Instituto de Lenguas y Literaturas Andinas-Amazónicas. “Difusión de Lenguas Originarias en Medios Digitales”. En: <http://www.illa-a.org/index.html/?q=cd>

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). “Población en situación de pobreza monetaria según ámbito geográfico, 2004-2014”. Encuesta Nacional de Hogares (ENAHOG).

Instituto Panamericano de Geografía e Historia, 2013. Guía de Normas, segunda edición en español. Comité ISO/TC 211 Información Geográfica/ Geomática. México, D.F.

International Finance Corporation (IFC). Compromiso con los grupos de interés: Un manual de buenas prácticas para compañías haciendo negocios en mercados emergentes (Stakeholder Engagement: A Good Practice Handbook for Companies Doing Business in Emerging Markets). Washington: mayo, 2007.

IPIECA/ IMO/ OGP. Sensitivity mapping for oil spill response. 2011.

JINZHAO MINING PERÚ S.A. Estudio de Impacto Ambiental del Proyecto de Terminal Portuario de Concentrado de Mineral de Hierro. Mayo, 2014.

MASÓ, Eva. Elementos de un gráfico. Barcelona, 2013. En: <http://es.slideshare.net/EVAMASO/2241m-elementos-de-un-grafico>

MINERA CHINALCO PERÚ S.A. Estudio de Impacto Ambiental de Proyecto Toromocho. Lima, noviembre 2009.

MINISTERIO DEL AMBIENTE (MINAM). Ley N° 27446 Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental – SEIA- y el D.S. N°019-2009 MINAM Reglamento de la Ley del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental. Términos de Referencia básicos para Estudios de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d), Categoría III.

MINISTERIO DE CULTURA DEL PERÚ. Lista de traductores certificados. En: <http://www.cultura.gob.pe/es/interculturalidad/registro-de-traductores-e-interpretas>

MINISTERIO DE ENERGÍA Y MINAS DEL PERÚ. Reglamento de

Participación Ciudadana. 2008. Proyecto de Reforma del Sector de Recursos Minerales del Perú, 2011.

MINISTERIO DE MINERÍA DE CHILE. Proceso de Cobre. En: <http://www.minmineria.gob.cl/>

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES DEL PERÚ- DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS SOCIO-AMBIENTALES. Lineamientos para la elaboración de los Términos de Referencia de los Estudios de Impacto Ambiental para proyectos de infraestructura vial. Lima, octubre 2016. En: <https://www.mtc.gob.pe/transportes/socioambientales/documentos%20normas%20legales/TdREIAPV.pdf>

PLUSPETROL PERÚ CORPORATION. Estudio de Impacto Ambiental Semidetallado del Proyecto de la Línea de Conducción de Gas desde la Locación Pagoreni B a Malvinas en el Lote 56. Setiembre, 2016.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ (PUCP) “Guía para el registro y el citado de fuentes”. Lima: PUCP, 2015. En: <http://departamento.pucp.edu.pe/derecho/wp-content/uploads/2014/05/GuiaPUCPregistrocitadodefuentes-2015.pdf>

RAMÍREZ VELÁSQUEZ, César. Las comunidades indígenas como usuarios de información. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas-UNAM, 2007.

Real Academia de la Lengua Española. Manual de la Nueva Gramática Española de la Real Academia de la Lengua Española.

Reglamento de la Ley N° 27446, Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental. Art. 67°: Idioma de la Información. Título IV: Del Acceso a la Información y la Participación Ciudadana.

RODRIGO ALSINA, Miguel. Elementos para una comunicación intercultural. En: Afers Internationals, N° 36, Fundación CIDOB, 1997, pp 11-21.

Resolución Ministerial N° 304-2008-MEM-DM. Aprueban normas que regulan el Proceso de Participación Ciudadana en el Subsector Minero.

SALAZAR, Alfredo. "La redacción: concepto, características, sus fases". Universidad Autónoma Metropolitana, 1999.

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL PARA LAS

INVERSIONES SOSTENIBLES. Aprueban Manual de Fuentes de Estudios Ambientales cuya evaluación está a cargo del SENACE, 2016. En: <http://www.senace.gob.pe/download/senacenormativa/N-1-21-RJ-055-2016-SENACE-J.pdf>

Anexo N° 01

Resumen de las Pautas de Redacción y de Formato para los RE

1. Principales Pautas de Redacción – De forma:

Cuidar la gramática	Uso adecuado notas de pie de página	Correcto uso de citas y fuentes bibliográficas
Tipos de fuente (recomendado) Arial, Calibrí, Cambria, Times New Roman	Tamaños de fuente (recomendado) 10-12	Correcto uso de citas y fuentes bibliográficas

2. Principales Pautas de Redacción – De fondo

Autosuficiencia del documento (RE)	Mantener un hilo narrativo	No desviarse de los puntos principales
Convertir los tecnicismos en lenguaje sencillo	Evitar afirmaciones vagas o ambiguas	Uso de frases efectivas

Anexo N° 02

Normas legales aplicables a los resúmenes ejecutivos

3. Principales Pautas de Formato, se debe procurar el uso de:



Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
Ley N° 27446: Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental	El numeral 10.1, literal g del artículo 10 de la Ley N° 27446 hace una indicación general, relativa a que "El EIA-d-debe contener un RE de fácil comprensión".
Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM que aprueba el Reglamento de la Ley N° 27446, Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental	El Anexo IV del Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM que contiene los Términos de Referencia básicos para Estudios de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d), CATEGORÍA III señala las siguientes consideraciones relativas a la elaboración de los mencionados RE: "1. Resumen Ejecutivo. Debe ser un instrumento que permita a los interesados formarse una idea clara, integral y exacta del proyecto de inversión que se va a ejecutar, de los impactos ambientales que generaría y de la estrategia de manejo ambiental respectiva. La información incluida en el citado resumen debe ser comprensible por personas no expertas en materias técnicas. Asimismo, incluirá la tabla de contenido o índice completo del EIA-d."
Decreto Supremo N° 002-2009-MINAM que aprueba el Reglamento sobre Transparencia, Acceso a la Información Pública Ambiental y Participación y Consulta Ciudadana en Asuntos Ambientales.	Asimismo, en su artículo 67° el DS N° 019-2009-MINAM tiene especial consideración en que el RE no solo sea comprensible para cualquier lector, sino que cualquier persona independientemente de su idioma de origen o nivel de instrucción, pueda acceder al documento. El artículo 34 del DS N° 002-2009-MINAM, establece algunas disposiciones sobre el modo en el que se debe elaborar el RE del EIA, para los fines del proceso de información y participación ciudadana. Con respecto a la ejecución de audiencias públicas, indica: "Artículo 34.- Audiencias Públicas vinculadas a los Estudios de Impacto Ambiental. (...) 34.5 El EIA y su respectivo resumen ejecutivo deberán estar a disposición de los interesados desde la fecha en que se publique el aviso de convocatoria hasta la fecha o fechas de la audiencia, inclusive. El resumen ejecutivo deberá estar redactado en un lenguaje sencillo, en idioma castellano y el dialecto de la población donde se ejecutaría el proyecto."

Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
<p>Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE, Resolución que Aprueba medidas complementarias para la elaboración de estudios ambientales a cargo de Senace.</p>	<p>El artículo 5° de la Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE, recoge Pautas de Redacción y Formato para el RE de los EIA-d que se presenten ante el Senace:</p> <p>Autosuficiencia: El Resumen Ejecutivo sintetiza los principales aspectos comprendidos en el Estudio de Impacto Ambiental, de acuerdo a los contenidos señalados en los Términos de Referencia aplicables, de forma tal que permita al lector comprender el documento sin necesidad de recurrir al texto principal del Estudio de Impacto Ambiental; Lenguaje claro y sencillo: El Resumen Ejecutivo debe ser redactado utilizando un lenguaje claro y sencillo, que sea comprensible para personas no especialistas. En caso se utilicen términos científicos y/o legales, deben acompañarse con precisiones y ejemplos que permitan su fácil comprensión por las poblaciones locales; Extensión: La extensión del Resumen Ejecutivo, incluyendo carátula, índice y anexos, debe permitir una lectura fácil del documento; su redacción debe considerar el uso de un tamaño y tipo de letra que contribuya a dicho fin. El SENACE aprueba un manual de redacción para tales efectos; Sede para la revisión: El Resumen Ejecutivo debe incluir, en la carátula o página siguiente, la indicación respecto a la posibilidad de acceso al contenido completo del Estudio de Impacto Ambiental Detallado y la presentación de observaciones y sugerencias a su contenido, en las sedes establecidas conforme la normativa aplicable, señalando claramente la dirección y horario de atención de dichas sedes.</p>
<p>Resolución Ministerial N° 116-2015-MEM/DM. Aprueban Términos de Referencia Comunes para la elaboración de Estudios de Impacto Ambiental Detallados y Semidetallados de las Actividades de Exploración, Beneficio, Labor General, Transporte y Almacenamiento Minero y otros, en cumplimiento del DS N° 040-2014-EM:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Términos de Referencia (TdR) comunes para los estudios de impacto ambiental detallados (Categoría III) de proyectos de Explotación, beneficio, y labor general mineros metálicos a nivel de Factibilidad; de proyectos de aprovechamiento de materiales de construcción, industriales u otros mineros no metálicos a nivel de factibilidad; de proyectos de almacenamiento de minerales y/o concentrados de minerales a nivel de factibilidad; de proyectos de transporte minero no convencional a nivel de factibilidad; de proyectos 	<p>Los Términos de Referencia solicitan información mínima para la elaboración de los RE de los EIA-d en el Subsector Minero, en ese sentido el resumen ejecutivo es una síntesis de los aspectos relevantes del estudio de impacto ambiental del proyecto minero. El RE debe ser redactado en idioma español y en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planea ejecutar el proyecto de inversión (de ser diferente al español), cuando se estime conveniente, en un lenguaje, claro y conciso. También debe brindar una información secuencial de acuerdo al contenido del EIA-d:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información de las características del área ocupada por el proyecto y su entorno, precisando los cuerpos de agua circundantes, indicando los que servirán para la captación y disposición final de aguas residuales tratadas; • Comunidades campesinas, indígenas o nativas de existir en el proyecto; • Potenciales impactos positivos y negativos a todos los factores ambientales (agua, suelo, flora, fauna, y sus bienes asociados tanto naturales como artificiales) y sociales; • Medidas de prevención, mitigación, contingencias, acciones de monitoreo, seguimiento, cierre, compensación ambiental cuando corresponda y otras que pudieran corresponder; • Referencia a las partes del EIA-d en las que se puede acceder a mayor detalle de los ítems incluidos en el resumen ejecutivo; • Se debe adjuntar un plano de ubicación del proyecto y de componentes principales del proyecto; • Incluir un resumen del presupuesto destinado para la Estrategia de Manejo Ambiental e indicar también la inversión total del proyecto; Adjuntar cronograma del proyecto.

Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
<p>de línea de transmisión eléctrica para operación minera a nivel de factibilidad; y, de proyectos de acueducto y planta desalinizadora para operación minera a nivel de factibilidad.</p>	
<p>Resolución Ministerial N° 304-2008-MEM-DM. Aprueban Normas que regulan el Proceso de Participación Ciudadana en el Subsector Minero.</p>	<p>El artículo 16° de la Resolución Ministerial N° 304-2008-MEM-DM alude principalmente al contenido del RE de los EIA-d: "El Resumen Ejecutivo es una síntesis de los aspectos relevantes del EIA o EIA-sd, que deberá ser redactado en un lenguaje sencillo, con la finalidad de brindar una idea clara del proyecto minero, de sus potenciales impactos positivos y negativos y las medidas de prevención, control, mitigación y otras que pudieran corresponder. El Resumen Ejecutivo deberá contener referencias específicas a los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 16.1. El marco legal que sustenta el EIA o EIA-sd. 16.2. Breve descripción del proyecto, indicando su ubicación, tipo de recurso a explotar o a manejar y cantidad del mismo y tiempo de ejecución del proyecto. 16.3. Delimitación del área de influencia directa e indirecta, ambiental y social. 16.4. Características geográficas del área donde se desarrollará el proyecto. 16.5. Los componentes del proyecto, incluyendo infraestructura, accesos, requerimiento de mano de obra en la etapa de construcción y operación. 16.6. Posibles impactos ambientales y sociales, tanto directos como indirectos; positivos, como negativos. 16.7. Medidas de prevención, control y mitigación y otras que pudieran corresponder para los impactos identificados. 16.8. Resumen de Línea Base Social. 16.9. Resumen del Plan de Relaciones Comunitarias. 16.10. Breve descripción del Plan de Cierre. <p>El Resumen Ejecutivo indicará las sedes en las que se podrá revisar el texto completo del EIA, EIA-sd y en las que se podrán presentar las observaciones y sugerencias que se consideren pertinentes."</p>

Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
<p>Resolución Ministerial N° 546-2012-MEM/DM. Aprueban Términos de Referencia para Estudios de Impacto Ambiental de Proyectos de Inversión con características comunes o similares en el Subsector Hidrocarburos.</p> <p>Los tipos de proyecto que comprende la norma son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TdR - HC - 01: Proyectos de Exploración Sísmica (2D/3D) • TdR - HC - 02: Proyectos de Exploración de Hidrocarburos (Perforación de pozos exploratorios). • TdR - HC - 03: Proyectos de Explotación de Hidrocarburos (Perforación de pozos de Desarrollo y Facilidades de Producción). • TdR - HC - 04: Proyectos de Transporte de Hidrocarburos (Ductos). • TdR - HC - 05: Proyectos de Refinación, Unidades de procesamiento y Almacenamiento. 	<p>La Resolución Ministerial N° 546-2012-MEM/DM, establece en todos los TDR la misma referencia en relación al RE: "[Se] debe presentar como documento independiente al EIA, un Resumen Ejecutivo del mismo, donde incluirá una tabla de contenido o índice completo del EIA". El documento debe ser redactado en un lenguaje claro y sencillo o ilustrado con imágenes para su mejor entendimiento y de ser necesario en el idioma, lengua o dialecto de mayor predominancia del área de influencia del proyecto; para facilitar que las personas interesadas no expertas en materias técnicas tengan una idea clara del proyecto. El Resumen ejecutivo debe contener como mínimo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ubicación (Geográfica y Política) • Descripción del proyecto a desarrollarse • Requerimiento de mano de obra • Tiempo de ejecución del proyecto (Cronograma) • Área de influencia del proyecto y sus características socio-ambientales, descripción de los impactos, tanto directos e indirectos, acumulativos y sinérgicos • Las medidas previstas para prevenir, mitigar, compensar o eliminar dichos impactos • El plan de abandono. <p>Adicionalmente presentar mapas de ubicación (geográfica y política) del proyecto, áreas de influencia del proyecto con sus respectivos componentes, la red hidrográfica, de ser el caso ANP o ZA), Comunidades Nativas, Reservas (Indígenas o territoriales). En coordenadas UTM, Datum WGS84 a una escala adecuada, que se pueda visualizar su contenido para su revisión</p>

Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
<p>Resolución Vice Ministerial N° 1079-2007-MTC/02. Lineamientos para la elaboración de los Términos de Referencia de los Estudios de Impacto Ambiental para proyectos de infraestructura vial.</p>	<p>En el Cap. VI.1 de los Lineamientos para la elaboración de los TDR de los EIA para proyectos de infraestructura vial se indica que: "Este acápite desarrollará una síntesis de los aspectos más importantes del estudio incluyendo la descripción de la obra, el análisis de impactos y el plan de manejo ambiental, de tal manera que facilite la comprensión de la información proporcionada, por lo que se debe cuidar la redacción y presentación. El Resumen Ejecutivo si bien se ubica al comienzo del Informe Final del EIA, es conveniente realizarlo después de haber analizado todos los aspectos del mismo. Su extensión no debe exceder el 10% del total de páginas del Estudio de Impacto Ambiental."</p>
<p>Resolución Directoral N° 006-2004-MTC/16. Reglamento de consulta y participación ciudadana en el proceso de evaluación ambiental y social en el Subsector Transportes - MTC.</p>	<p>El artículo 6° de la Resolución Directoral N° 006-2004-MTC/16 que regula el contenido del RE del EIA-d o EIA-sd indica: "El resumen ejecutivo deberá ser redactado en un lenguaje sencillo y deberá hacer referencia específica del marco legal que sustenta los EIA. El documento deberá permitir a los interesados tener una idea clara del proyecto en lo relativo a ubicación, tipo de recurso a explotar o a manejar, y cantidad del mismo. Del mismo modo, permitirá a los interesados conocer cuestiones referidas a infraestructura, tiempo de ejecución del proyecto, área del proyecto, requerimiento de mano de obra, características de la zona donde éste se desarrollará y de los posibles impactos, tanto directos como indirectos, además de las medidas previstas para mitigar o eliminar dichos impactos, entre otros aspectos."</p>
<p>Resolución Jefatural N° 021-95-INRENA. Aprueba la Guía para la formulación de términos de referencia para los Estudios de Impacto Ambiental en el Sector Agrario.</p>	<p>El numeral 7.0 del Ítem II, Descripción del contenido del estudio de impacto ambiental establece, entre otros aspectos, el contenido mínimo que debía presentar el Estudio de Impacto Ambiental Detallado y Semi-Detallado. En éste se encontraba considerado el Resumen Ejecutivo, el cual debe: "Describir en forma sucinta lo más significativo del estudio de impacto ambiental, orientándolo a ser un documento ágil y conciso para la toma de un rápido conocimiento del mismo."</p>
<p>Decreto Supremo N° 019-2012-AG. Aprueba el Reglamento de Gestión Ambiental del Sector Agrario.</p>	<p>En esta norma se mantiene una referencia general, en tono de recomendación, solicitándose que dentro del Contenido del EIA-d, se debía considerar: "Un resumen ejecutivo que contenga en forma clara y sencilla, los aspectos centrales del EIA-sd o EIA-d, según corresponda" [Artículo 25.- Contenido Básico del Estudio de Impacto Ambiental Semidetallado (EIASd) y el Estudio de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d)]. "Los documentos que los titulares del proyecto presente ante la DGAAA deben estar redactados en idioma castellano. Adicionalmente, la DGAAA podrá requerir que el Resumen Ejecutivo del estudio ambiental sea también redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planee ejecutar el proyecto y/o actividad. Cuando el idioma o lengua predominante en la localidad en la zona de ejecución del proyecto y/o actividad de competencia del Sector Agrario no tenga escritura de uso mayoritario, la DGAAA podrá solicitar una presentación en versión magnetofónica, en audio digital u otro medio idóneo del referido resumen".</p>

Norma	Indicaciones sobre los Resúmenes Ejecutivos señalados en la Norma
<p>Decreto Supremo N° 018-2012-AG. Reglamento de Participación Ciudadana para la Evaluación, Aprobación y Seguimiento de Instrumentos de Gestión Ambiental del Sector Agrario</p>	<p>En este Decreto Supremo establece que el RE debe tener las siguientes características: "El texto del resumen ejecutivo del instrumento de gestión ambiental, deberá ser redactado en lenguaje sencillo y en idioma español, el cual deberá estar a disposición de los interesados desde la fecha en que se publique el primer aviso de convocatoria hasta la fecha en que se realice la audiencia pública. Adicionalmente, la DGAAA podrá requerir que el mencionado resumen sea también redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planea ejecutar el proyecto y/o actividad. Cuando el idioma o lengua predominante en la localidad en la zona de ejecución del proyecto y/o actividad de competencia del Sector Agrario no tenga escritura de uso mayoritario, la DGAAA podrá solicitar una presentación en versión magnetofónica, en audio digital u otro medio idóneo del referido resumen." [Ítem 15.3].</p>
<p>Decreto Supremo N° 017-2015-PRODUCE. Aprueban el Reglamento de Gestión Ambiental para la Industria Manufacturera y Comercio Interno.</p>	<p>El artículo 20° del Decreto Supremo N° 017-2015-PRODUCE establece disposiciones relativas al "Idioma de la información": "Todos los documentos e información que el titular presente ante la autoridad competente deben estar en idioma castellano. La autoridad competente podrá requerir que el resumen ejecutivo sea redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se proponga ejecutar el proyecto o se realice la actividad de la industria manufacturera o de comercio interno." Asimismo, en el artículo 34° establece "Requisitos de la solicitud de clasificación": "La solicitud de clasificación debe cumplir con los siguientes requisitos: 1. Un (01) ejemplar impreso del formulario de la solicitud de clasificación, aprobado por el PRODUCE, que contenga los requisitos del artículo 113° de la Ley del Procedimiento Administrativo General y los datos generales de la Consultora Ambiental. 2. Un (01) ejemplar impreso y uno (01) en formato digital de la Evaluación Preliminar (EVAP) y su resumen ejecutivo, de acuerdo al Anexo VI del Reglamento de la Ley del SEIA, adjuntando la metodología desarrollada, debidamente foliado y suscrito por el titular, el representante de la Consultora Ambiental que lo elaboró y los profesionales que participaron en su elaboración. En los casos que se requiera opinión técnica de otras autoridades, el titular debe presentar tantas copias de la Evaluación Preliminar (EVAP) como opiniones se requieran".</p>

2.

Pautas para la elaboración de materiales de comunicación para la presentación de Resumen Ejecutivo (RE) del EIA-d

Tabla de contenido

57	Acrónimos y abreviaturas
58	Introducción
59	Objetivo
60	Pautas para la elaboración de materiales de comunicación para la presentación de Resumen Ejecutivo (RE) del EIA-d
61	Consideraciones previas
68	Materiales de comunicación del RE
68	Las presentaciones animadas
71	El video
79	Las animaciones
82	El rotafolio
85	Comparación de los materiales de comunicación
86	Referencias Bibliográficas
88	Anexo: Consideraciones previas para la comunicación efectiva: Lecciones aprendidas

Acrónimos y abreviaturas

Senace	Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles
SEIA	Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental
RE	Resumen Ejecutivo
EIA-d	Estudio de Impacto Ambiental detallado
PPC	Plan de Participación Ciudadana
ECA	Estándares de Calidad Ambiental
TdR	Términos de Referencia
SCTR	Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo
2D	Dos dimensiones
3D	Tres dimensiones

Introducción

En el marco de la Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE/J, que aprueba el documento técnico normativo denominado “Medidas complementarias para la elaboración de estudios ambientales a cargo del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles - Senace”, orientado a la mejora de los procesos de evaluación de los Estudios de Impacto Ambiental (EIA-d), la Dirección de Certificación Ambiental del Senace ha preparado la siguiente guía que tiene por objetivo establecer pautas para la elaboración del material audiovisual que será utilizado para presentar el Re-

sumen Ejecutivo del EIA-d, en aras de mejorar el acceso a la información por parte de la población del área de influencia de los proyectos, en el marco de la promoción y fortalecimiento de la participación ciudadana efectiva.

Esta guía es complementaria a la Guía de orientación para titulares respecto a las pautas de redacción, formato y marco legal del resumen ejecutivo del Estudio de Impacto Ambiental detallado (EIA-d), aprobada a través de la Resolución Directoral N° 036-2017-SENACE-DCA.

Objetivo

La presente guía tiene por objetivo proponer pautas para la elaboración de materiales audiovisuales del Resumen Ejecutivo (RE) del EIA-d, para que los titulares puedan utilizarlos en sus presentaciones ante la población del área de influencia de sus proyectos de inversión, a fin de mejorar el alcance de la información desarrollada en el EIA-d y su comprensión por parte de un público no especializado.

En el marco de la Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental – SEIA, Ley N° 27446, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM, se requiere que el RE sea comprensible por cualquier persona independientemente de su idioma materno o nivel de instrucción. Para ello, además de mejorar la forma de redacción y formato del RE, que se incluye dentro del EIA-d y se distribuye entre la población del área de influencia del proyecto de inversión, se insta a los titulares a considerar la elaboración de materiales comunicacionales complementarios para difundir la información contenida en el EIA-d, a través del RE.

“Los documentos que el titular o proponente presente ante la Autoridad Competente deben estar redactados en idioma castellano. Adicionalmente, la Autoridad Competente podrá requerir que el Resumen Ejecutivo del Estudio de Impacto Ambiental sea también redactado en el idioma o lengua predominante en la localidad donde se planea ejecutar el proyecto de inversión. Cuando el idioma o lengua predominante en la zona de ejecución no permita o haga difícil una traducción escrita del estudio, la Autoridad Competente podrá solicitar la presentación de una versión magnetofónica, en audio digital o cualquier otro medio apropiado del referido resumen ejecutivo para su difusión.”¹

Teniendo en cuenta las dificultades que se presentan en la elaboración de mensajes o información para un auditorio o público objetivo diverso, la elaboración de la presente guía se basa en cuatro pilares fundamentales que garantizan el proceso comunicativo:

- El desconocimiento del público hacia quien va dirigido el mensaje induce o lleva al fracaso el proceso comunicativo.
- El material o soporte didáctico sin estrategia de comunicación no es efectivo.
- El material o soporte didáctico no reemplaza el desempeño del facilitador/presentador.
- Si el lenguaje del titular del proyecto no incorpora enfoques de comunicación para el desarrollo, la estrategia será insuficiente.

Pautas para la elaboración de materiales de comunicación para la presentación de Resumen Ejecutivo (RE) del EIA-d

Partiendo del objetivo de consolidar una relación de confianza entre empresas y grupos de interés, los mensajes deben siempre abonar a la transparencia del proyecto.

“Para conseguir atención al mensaje es fundamental tener un mensaje claro y correctamente dirigido, transmitido con las herramientas correctas.

“Si presentamos un video mal grabado, una locución deficiente o un folleto no adecuado para el público, los resultados no serán favorables”

El contenido de los materiales de comunicación, discursos de voceros y cualquier punto de contacto de comunicación, tienen que estar alineados. Es decir, aquello que se dice en la presentación del RE, tiene que estar descrito en el EIA-d y todos los otros documentos de gestión de la empresa que son públicos.

El Resumen Ejecutivo se convierte en una oportunidad para los comunicadores porque sintetiza muchos de los procesos y documentos de las empresas. Es un documento oficial y está respaldado por la aprobación de la autoridad competente. Son un excelente punto de partida.

“Todo material debe ser elaborado con miras a aportar a la comunicación del proyecto”

Consideraciones previas

Antes de definir los materiales para la socialización de un RE, se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

o Con la estrategia de comunicación definida y las herramientas adecuadas será posible identificar cuáles son las preguntas o preocupaciones principales de los grupos de interés (tanto funcionarios del Estado, como comunidades y autoridades).

o El EIA-d y su RE permitirán contar con la información necesaria para elaborar una respuesta a una demanda principal, expectativa o preocupación.

EJEMPLO 1

Las investigaciones previas permitieron identificar que la mayor expectativa de la población de la zona de influencia de un proyecto agroindustrial, dedicado a la producción de palma, estaba relacionada a la posibilidad de obtener trabajo en la empresa (demanda común debido a las condiciones nacionales de desempleo y subempleo).

En la presentación del RE, la empresa decidió empezar abordando directamente esta expectativa y en la presentación animada utilizada apareció el siguiente mensaje: “No podremos cubrir toda la demanda laboral”, seguido de la diapositiva siguiente: “Sí podremos compartir nuestros conocimientos para mejorar sus cultivos”. Acto seguido, se procedió a la descripción del plan de transferencia de conocimientos a implementarse para que los productores visiten las plantas, las plantaciones y participen de talleres de producción de palma.

Al responder directamente esta preocupación, la empresa les decía a los asistentes que los había

¹ Reglamento de la Ley N° 27446, Ley del Sistema Nacional de Evaluación del Impacto Ambiental, aprobado por Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM. Anexo IV: Términos de Referencia básicos para Estudios de Impacto Ambiental Detallado (EIA-d), Categoría III.

escuchado, que conocía su expectativa; pero dejaba claro que no la podía cumplir, y les proponía algo que generaría mejoras no sólo en el corto plazo, sino les daba la oportunidad de mejorar a mediano y largo plazo.

EJEMPLO 2

En la elaboración del EIA-d, una empresa minera identificó el temor de la población por la disponibilidad del recurso hídrico debido a la presencia de la operación en la zona.

Como parte del plan de manejo, la empresa decidió invertir en la construcción de una represa en uno de los brazos del río principal, lo cual les permitiría satisfacer su demanda, así como aumentar la disponibilidad del recurso en la zona durante la época seca, mejorando la regulación hídrica y generando con ello la oportunidad de otro ciclo de producción agrícola.

Esta era una gran oportunidad porque en la línea de base social del EIA-d se identificó que una proporción considerable de la población dedicada a actividades agrícolas, dentro de la zona de influencia de la empresa, estaba desempleada durante la época seca.

Durante la presentación del RE, la empresa decidió empezar con este tema. Más agua, más cultivos, más ingresos; fue el mensaje principal que se acompañó de la ilustración de un mapa hidrográfico que iba mostrando poco a poco el plan de manejo del recurso hídrico, la ubicación de la presa, la ingeniería y las medidas de seguridad que se implementarían e hizo énfasis en la idea: Nos olvidamos de la época seca.

Aunque esta propuesta fue bien aceptada, no terminó de calmar del todo los temores de la población respecto de la cantidad y calidad del agua. Sin embargo, ofreció un elemento alrededor del cual podía articularse el diálogo con la comunidad de modo más empático y sinérgico. Tal vez, pudieron empezar mostrando la línea de base social identificando la problemática de desempleo durante la época seca y cómo esta represa, al mejorar la regulación hídrica, les permitiría implementar nuevos negocios.

Es indispensable conocer al interlocutor, de allí que se debe conocer al público objetivo:

- **Nivel educativo**

El conocer el nivel educativo del público objetivo permitirá identificar la forma más apropiada de transmitir el mensaje que se quiere dar sobre el proyecto a ejecutar.

Si por ejemplo, la línea base indica que el público objetivo tiene un alto porcentaje de población joven que no terminó la secundaria, se debe utilizar un lenguaje comprensible y útil para la explicación, como situaciones o imágenes de la vida cotidiana, analogías y, comparaciones con la vida cotidiana.

“Lo dicen los buenos comunicadores: si no se entiende solo, no sirve”

Considerar que el ser didáctico no implica que se deba infantilizar al público objetivo

EJEMPLO 3

Una empresa elaboró historietas dirigidas a los adultos de una población, que representaban una situación en la que el ingeniero de una empresa le explicaba a una persona en qué consistía el manejo de una cuenca.

La historieta estaba muy bien dibujada y coloreada; los diálogos recogían muy bien el argot local, sus modos lingüísticos, asimismo, la caracterización de los personajes recogía mucho de la cotidianidad de esta población.

Cuando las historietas fueron repartidas en una reunión a los padres de familia de una escuela, estos agradecieron mucho el material, pero se preguntaban qué material había para ellos, porque “esto es para niños”. Lo que podemos interpretar de esta apreciación es que ellos esperaban un material que les proponga un diálogo entre iguales y no que los funcionarios de una empresa los consideren como niños.

Este material para niños hubiera funcionado muy bien en el contexto de en una escuela y hasta se podría haber elaborado toda una línea coleccionable.

En este punto es fundamental determinar no solo el nivel de alfabetismo en la zona, sino de comprensión lectora. A veces se invierte mucho en materiales impresos que contienen los mensajes clave en claras y sesudas explicaciones que nadie lee y comprende.

El material textual debe ser siempre complementario a los materiales gráficos, audiovisuales y a la comunicación interpersonal. Es decir, en una estrategia de comunicación ningún material es suficiente en sí mismo, aun cuando debe ser autónomo en su entendimiento.

“¿Confuso? es muy simple: para una reunión de presentación del EIA-d y su RE, lo importante es la presentación en sí misma. Esa presentación la hace alguien, ese alguien debe ser entrenado en habilidades de comunicación y en el dominio de los mensajes clave, así como debe ser solvente en la explicación técnica por si se necesita profundizar en algún punto.

Todos los materiales que se producen giran en torno a esta persona y a esta presentación. En ese contexto, los materiales impresos que se pueden repartir deben reforzar las ideas principales presentadas de manera muy sintética y casi como slogans*.

(* El término slogan hace referencia a una frase síntesis a manera

de refrán con la que se identifica a una marca o una idea a transmitir.)”

• Procedencia cultural

Con la expresión procedencia cultural se hace referencia a las características culturales básicas de una población. La procedencia y ubicación geográfica determina un tipo de idiosincrasia, prácticas culturales y sociales características y específicas; pues no es lo mismo ser de la sierra norte que de la sierra sur, asimismo, ser de la costa norte o de la costa central.

Además de registrar la procedencia, se debe tener la capacidad de identificar y entender el significado de estas diferencias, las mismas que pueden verse expresadas en las cosmovisiones, las mitologías, chistes, referencias distintas y hasta ser antagónicas entre poblaciones a 5 km de distancia.

EJEMPLO 4

En la sierra de Cajamarca existen comunidades procedentes de las poblaciones precolombinas Cuye que comparten tradiciones culturales con el sur de Ecuador, excepto algunas pocas comunidades que son de procedencia quechua.

Por ejemplo, gran parte de la población en la costa de Ica, proviene de zonas como Juliaca o Ayacucho y mantienen fuertes lazos de comunicación con sus lugares de nacimiento; ello debido a una ola migratoria por la presencia de agroindustria que no se daba abasto con la mano de obra local. Esta situación ha generado en la cotidianidad algunos problemas, estereotipos, chistes, bromas, prejuicios, mezclas en las costumbres, entre otros, que se deben entender para ser rigurosos y creativos en la comunicación.

• Lengua, habla y modos lingüísticos

Otro elemento clave que provee el EIA-d es la lengua predominante en la zona de intervención de una empresa. A las cuatro variantes más populares del quechua y al aimara se suman las lenguas habladas en la zona de la selva peruana como asháninka, awajún, nomatsigenga, matchiguenga, en total alcanzan un número de cuarenta y siete (cuatro en los Andes y 43 en la Amazonía) según el Ministerio de Cultura².

El habla es la apropiación que hace cada grupo humano de esa lengua. Contiene giros lingüísticos determinados por su realidad específica que se tienen que conocer para no cometer errores de comunicación. El quechua cuzqueño, por ejemplo, difiere entre el que se habla en las zonas aledañas del Valle Sagrado y el de las comunidades más cercanas a Apurímac. Del mismo modo, el castellano de Lima difiere del hablado en Cañete, Piura o Arequipa. Los timbres, los ritmos de voz, las particularidades de las poblaciones son fundamentales para la producción de materiales efectivos y eficientes.

Incluso los modos del habla que caracterizan a comunidades y poblaciones específicas, barrios, distritos, son importantes de conocer.

Este punto es importante para definir el formato de material a utilizar. Por ejemplo, aunque el quechua ha sido

² Fuente: Documento "10 cosas que debes saber sobre lenguas indígenas". Ministerio de Cultura. Perú. Última revisión 17 de abril de 2017 en el siguiente link: <http://cultura.gob.pe/sites/default/files/pagininternas/tablaarchivos/2013/05/10cosasquedebe-sabersobrelenguasindigenas.pdf>

castellanizado la mayoría de las personas mayores (involucradas directamente en la toma de decisiones) no lee el quechua. Por supuesto, la información contenida en el EIA-d será la mejor guía para saber si el material debe tener texto o será mejor usar un formato audiovisual (soporte sonoro o de imagen).

• Consumo y análisis de medios

Este punto está enumerado como parte de la Línea Base Social de un EIA-d, pero pocas veces es detallado. Los Planes de Participación Ciudadana que emplean las áreas de relacionamiento comunitario pueden complementar esa información, pero muchas veces es necesario hacer un estudio independiente, previo a la elaboración de cualquier material.

Esta información consiste en conocer cuáles son los medios de comunicación más consumidos por el público objetivo, y el alcance de los mismos. La experiencia demuestra que los públicos consumen medios con diferentes propósitos en distintos momentos del día. Este consumo está íntimamente relacionado a sus costumbres, organización social, entre otros.

Además de identificar este consumo, es necesario analizar otros aspectos como la credibilidad del medio en cuestión, su relación con los diferentes actores sociales y su

postura respecto al proyecto de inversión.

EJEMPLO: EL PODER DE LA RADIO

En muchas zonas del país, los usuarios de medios escuchan radios informativas nacionales durante un momento, luego se conectan a las radios locales o comunitarias, y en muchos casos son las emisoras musicales las más escuchadas.

La radio es un poderoso medio de comunicación y suele incrementar su popularidad en las zonas donde el acceso a otros medios es menor, sea porque portan un modo discursivo más elaborado o por factores tecnológicos.

Las radios locales suelen ser percibidas como más confiables porque proveen de un espacio al periodismo de opinión, en el que el personaje del periodista inquisidor busca siempre la verdad, manteniendo posiciones firmes respecto de los temas tratados.

Es por ello que, en muchos mapas de actores, estos periodistas aparecen como altamente influyentes. Lo mismo sucede con la prensa escrita local, la figura del periodista suele ser un importante líder de opinión.

Del mismo modo, el análisis de los medios de comunicación nos permite obtener información respecto de estéticas, modos lingüísticos y formas que toma el diálogo en esa zona de intervención.

• Espacios de comunicación

Aquellos espacios de encuentro social que se identifican en la Línea de Base Social de los EIA-d. Son espacios de comunicación privilegiados para socializar la información y distribuir, presentar o difundir el material que se prepara.

Respecto de los materiales para la presentación del RE del EIA-d a los vecinos de las zonas de influencia, tenemos que recordar que ninguna herramienta de presentación reemplaza el rol y desempeño del representante del titular o el de la consultora que se presentan en reuniones. Es esta persona la encargada de transmitir los resultados del EIA-d, sus ideas centrales y los mensajes clave de la empresa a la audiencia.

Una vez seleccionada la persona según los criterios establecidos por los reglamentos de cada sector, el mayor esfuerzo de comunicación debe darse en una adecuada preparación de la misma, en términos de habilidades de comunicación, conocimiento de la información, capacidad de síntesis. La persona seleccionada deberá, además,

producir un alto grado de empatía con la audiencia. A este proceso se le denomina entrenamiento de voceros.

“Ferias comunales, mercados, locales comunales, plazas públicas, clubes deportivos, iglesias, entre otros, son entendidos desde la comunicación como los lugares donde los sujetos se encuentran para intercambiar información y dialogar. Lo mismo ocurre con las reuniones de consejo y sesiones de asamblea que son asumidos como espacios más institucionalizados. La intervención de estos últimos dependerá de si es pertinente o no para la estrategia”

Materiales de comunicación del Resumen Ejecutivo

Con ayuda de esta información, se tendrá la capacidad de definir cuál es el formato y contenido más adecuado para el público objetivo.

Dicho esto, se revisarán algunos materiales que pueden ser de mayor utilidad por su versatilidad, capacidad de representación gráfica y síntesis informativa: presentaciones animadas, el video, las animaciones y el rotafolio.

Las presentaciones animadas

Las presentaciones animadas a través de programas informáticos, por ejemplo, las diapositivas, son las herramientas más utilizadas para la exposición de RE del EIA-d. Se trata de una presentación animada que puede ser muy efectiva porque permite sintetizar las ideas principales de un discurso e incorporar elementos gráficos más didácticos. Estos programas constituyen herramientas muy versátiles porque permiten incluir varios elementos como textos, videos, infografías, etc.

“Estos programas son para elaborar

presentaciones, no así para trabajar cuadros gráficos a nivel profesional pese a que ofrecen cada vez más recursos. Se sugiere contratar a un diseñador profesional en el uso de estas herramientas”

Asimismo, dichas presentaciones ofrecen una gran cantidad de transiciones y animaciones que pueden revestir de dinamismo a la presentación. Es importante recordar que se debe conocer previamente las condiciones del lugar donde se realizará la proyección de la presentación animada:

- o Si tiene electricidad;
- o Si dispones de una computadora que soporte el programa;
- o Si dispones de un proyector con suficiente potencia en caso de mucha luz o proyección en un espacio abierto;
- o Es probable que los asistentes (población o autoridades presentes) soliciten la presentación; asegurarse de tener algunos USB, discos o impresiones a la mano.

Recomendaciones para hacer una buena presentación animada:

a. Hacer un guión primero. Es importante organizar la información que se desea presentar. Como se viene señalando, lo más importante es detectar cuál es la demanda o expectativa más importante del público objetivo. También se debe considerar el tiempo previsto para la exposición, para así asegurarse de transmitir todos los mensajes de forma adecuada.

b. El guion debe indicar el formato a utilizar para las diferentes secciones de información:

- Las ideas fuerza, deben ir en texto (si la audiencia puede leer con fluidez) y no deben tener más de una línea de extensión.

- Los datos de la Línea Base Social suelen quedar mucho más claros cuando se usan recursos infográficos.

- Los datos de Línea Base Ambiental suelen requerir gráficos o tablas. Es importante usarlos porque dan el sustento técnico a la conclusión. Es ideal que sean trabajados por un especialista que los presentes de manera adecuada.

- Los videos animados se suelen utilizar para la descripción del proyecto. Se profundizará en este

punto más adelante.

c. La plantilla de una presentación animada, así como el trabajo de diseño de la partes gráficas (gráficos, mapas ilustrados, ilustraciones, tablas) deben ser desarrolladas por un diseñador gráfico especializado, de preferencia, en el uso de recursos infográficos. Será de gran ayuda en el proceso de pensar cómo presentar determinada información.

d. No deben contener más de una idea por diapositiva o pantallazo.

e. Las animaciones o transiciones deben ser ensayadas junto a la presentación que desarrollará el facilitador para que no ocurran equivocaciones o desfases.

¿Qué no se debe hacer en una presentación animada?

a. Copiar y pegar textos o atiborrar de texto una diapositiva. Las ideas o conceptos en formato de texto, para ser utilizados en una presentación animada, deben ser resumidos en su idea central.

b. Utilizar imágenes decorativas. Las imágenes en una presentación deben resumir una idea central o aportar algún dato importante de la información que se presenta. En el caso de los EIA-d, tanto en el ámbito social como el ambiental, pueden usarse imágenes alusivas

a lo mencionado, pero con el cuidado suficiente de que sean reconocibles por el público. Las imágenes decorativas sólo distraen.

c. Utilizar las plantillas de diseño preestablecidas en el programa. El diseño de la presentación debe corresponder al manual de marca de la empresa y los elementos culturales identificados en los documentos de investigación social descritos anteriormente.

d. Abusar de las animaciones o transiciones que ofrece el programa.

¿Qué se necesita considerar para realizar una presentación animada?

a. El guion de la presentación, para que el proveedor se haga una idea de la cantidad de diapositivas a desarrollar.

b. Definir el estilo gráfico junto con el proveedor para que se haga una idea del tiempo que demandará. En este punto debe quedar claro si se hará cargo de desarrollar ilustraciones, gráficos o fotografías.

c. Tiempo de elaboración y disponibilidad del material y los costos que la empresa está dispuesta a invertir en este recurso.

Materiales audiovisuales

Los materiales audiovisuales tienen

tres grandes ventajas:

a. El extendido valor cultural de la imagen.

No es cierto que una imagen valga más que mil palabras; una sola palabra mal dicha puede generar un gran impase, lo mismo que una imagen inadecuada. Sin embargo, vivimos bajo una gran influencia de lo visual, tratándose de la principal forma de consumir información y entretenimiento. Este último aspecto debe ser verificado en los resultados de Línea Base Social y otros documentos

Aquello visto en una pantalla cobra un gran valor de “objetividad” (ninguna imagen es objetiva), credibilidad (que no es absoluta) y encanto afectivo, principalmente en públicos jóvenes; siempre que genere identificación con lo mostrado

b. Concreción.

Permite mostrar cosas que son difíciles de imaginar, o que cuando se imaginan pueden generar confusiones, temores o equivocaciones.

c. La seducción de mostrar las cosas.

La curiosidad humana es innata. Cuando se muestra el funcionamiento de los aparatos, de la na-

turalidad, sus componentes y su interacción, siempre se estará captando la atención de la audiencia. Es siempre interesante cómo funciona el riego por goteo, una máquina de 16 m. de alto, una represa, etc.

El video

Los videos son piezas narrativas que cuentan algo: una historia, un proceso, el desarrollo de una idea a través de la relación entre personajes a través de una puesta en escena. En ese sentido, el enfoque documental es el que mejor se adapta para contar desde una perspectiva periodística, todo el proceso de investigación llevado a cabo para la construcción del EIA-d.

Esto implica que el proceso de investigación para el EIA-d es registrado, por lo menos en sus momentos clave, para luego ser construido en un video que explique de manera audiovisual los principales alcances del EIA-d: descripción del proyecto, línea base y sobre todo impactos y medidas a considerar.

Si bien no hay un tiempo definido de duración del video, se sugiere considerar una extensión de entre 15 y 25 minutos, aunque este tiempo puede variar según los alcances del proyecto del EIA-d y de la información a presentar.

La producción y realización de este tipo de videos implica aspectos que en el momento de la presentación de

los EIA-d pueden ser difíciles de cubrir. Por ejemplo, el presupuesto y el tiempo de preproducción y producción.

¿Qué se necesita considerar para co-tizar un video?

• **El uso que se le dará al video**

Además de la presentación en el contexto de un taller, una asamblea o una reunión con el gobierno local o autoridades, el video puede ser colocado en el ambiente virtual con el que cuente la empresa, o en algunos casos poder ser distribuido conjuntamente con las versiones escritas del RE y el EIA-d.

En ese sentido, vale la pena que los equipos que se utilice para el registro de las imágenes (el tipo de cámara y la calidad de imagen) sean de la mejor calidad, porque cuando se colocan las imágenes o videos digitales en otros soportes como las presentaciones y las páginas web, tienen a comprimirse (reducir de tamaño con lo cual pierden considerable calidad visual).

Si el video sólo será utilizado para las presentaciones, se debe tener claro con qué equipos (tecnología) se cuenta para la proyección. Por ejemplo, la calidad que se necesita para proyectar imagen o video en un ecran en una plaza pública es distinta para hacerlo en una oficina moderna y equipada.

• La distancia del proyecto

En la mayoría de los casos, el área de influencia de los proyectos de inversión se ubica alejada de las oficinas administrativas de la empresa; en tanto las áreas encargadas de la comunicación suelen estar en Lima o la capital de alguna provincia. En este caso, el traslado de equipos desde Lima suele encarecer el presupuesto no sólo por el transporte, sino por el pago de seguros, entre otros.

Una alternativa importante es la existencia de proveedores locales de estos servicios. Suelen ser menos costosas porque eliminan los costos de traslado y además, al ser locales, suelen ser una fuente de información privilegiada. Por ejemplo, aportan mucho en la intervención en el guion en cuanto a los giros lingüísticos de la zona.

Es preciso asegurarse que la persona encargada de dirigir el video y quien escribe el guion tengan la misma experiencia y versatilidad en estilo para adaptarse a las necesidades de la empresa o proyecto. Si este no es el caso, es mejor contar con un director experimentado que tenga a su disposición estos equipos locales. Esta será una sugerencia que deberá hacerse al proveedor del servicio, en caso proceda de Lima.

o Contexto social del proyecto

Se debe tener presente a las zonas de influencia indirecta o los anillos externos del proyecto, poblaciones que generalmente esperan ser consideradas como parte del proyecto para compartir los beneficios del mismo. Las poblaciones de las áreas de influencia indirecta suelen tener relaciones culturales, comerciales y hasta familiares con las personas de la zona de influencia directa y en algunos casos, estas relaciones se perturban por las expectativas no satisfechas en relación al Proyecto.

• El tiempo

La producción de un video suele tomar un tiempo importante porque requiere de varios pasos y el proceso es, en algunos aspectos, complejo. Lo ideal es que la decisión de hacer el video se tome desde el inicio del proyecto.

“La toma de esta decisión sobrepasa las funciones del área de comunicaciones, pero es importante que se plantee la opción desde el comienzo, así como un presupuesto aproximado. Para estimar el presupuesto, el comunicador necesita saber el plan de investigación y así armar Términos de Referencia claros para el proveedor.

El proveedor del servicio necesita saber el tipo de video que será realizado para determinar el tipo idóneo de equipos, teniendo en cuenta las

condiciones de proyección (el contexto de la grabación), número de salidas de campo, días requeridos para registrar las imágenes, tiempo de edición requerido para el video, y el tiempo que tomara el proceso de aprobación del producto final.”

La solución alternativa es contratar a un proveedor del servicio de registro de imágenes que acompañe toda la investigación y luego se pueda utilizar este material con un proveedor del servicio de postproducción. Esta solución requiere que el profesional de comunicaciones de la empresa tenga experiencia en la producción de videos y haga las veces de director que guíe al camarógrafo indicando el tipo de imágenes requerirá.

Una vez aprobada la realización del video, el proveedor y el profesional de comunicaciones implementarán las siguientes etapas. Considerar que no es posible hacer un video de estas características en poco tiempo.

• Guionización

Esta parte del proceso es la más importante y se inicia en la idea que está plasmada en una sinopsis, que es la síntesis de todo el video. Por ejemplo:

EMPEZANDO EL SUEÑO

Sinopsis

Una voz en off cuenta cómo es que nace la idea del negocio agroindustrial al ver una enorme extensión de tierra árida, algunos animales escarbando por comida, y cuenta el sueño de convertir esa zona en un verde campo de cultivo. Conocer implica investigar. Todos los equipos de investigación de la empresa se muestran en contacto con la naturaleza y los vecinos de la futura operación, convencidos que esos primeros pasos dados son para forjar el negocio solo los pueden dar con el apoyo de la población.

Se verá, a través de los testimonios de los equipos, así como los testimonios de los vecinos, el trabajo arduo y paciente que se realiza con seguridad y conocimiento científico, todo el proceso de investigación para elaborar el EIA y los resultados que serán contados por los representantes de los laboratorios y/o autoridades responsables.

Es importante notar, cómo desde la sinopsis ya están claros los enfoques de comunicación que le permitirán al video ser una pieza que representa a la empresa: testimonios (no lo dice la empresa), seguridad y ciencia (no lo inven-

ta la empresa), voces oficiales (la empresa no se valida a sí misma), el sueño (desarrollo compartido: trabajo, mejora económica, etc.).

Esta sinopsis es la que debe ser inicialmente socializada para las aprobaciones internas. El proveedor o el guionista interno deben estar presentes en estas reuniones para tener los comentarios de primera mano.

Una vez aprobada la sinopsis, se escribe el guion. Existen varias formas de escribir un guion, todas disponibles a través de Internet. Existe un consenso en cuanto a la importancia de una estructura bien definida, es decir, definir con mucha claridad cómo se quiere contar la historia.

El criterio para definir la estructura de un video debe ser la claridad. A veces, algunos proveedores o la empresa misma quieren que el video sea una obra de arte audiovisual, lo cual lleva a complejizar de tal modo el uso del lenguaje audiovisual que la audiencia puede llegar a no entender los mensajes clave.

Se recomienda usar la estructura clásica: inicio, nudo y desenlace. La estructura puede organizarse así, por ejemplo:

EMPEZANDO EL SUEÑO

Estructura

Inicio: ¿El futuro es posible?

Describir todas las conclusiones principales de la investigación, la foto del ahora, de un momento difícil por la aridez, por las condiciones sociales y económicas.

Nudo: ¿Cómo se siembran las semillas?

Describir los proyectos, sus oportunidades, sus efectos y las principales medidas para crear un proyecto sostenible y que comparta el desarrollo.

Desenlace: Un futuro para todos.

Se incide en los beneficios sociales y económicos para las zonas de influencias, y cómo todo este futuro es posible para todos solo si se trabaja desde el mutuo respeto y confianza

A partir de esa estructura, el guion se escribe por escenas. Por ejemplo:

EMPEZANDO EL SUEÑO

ESCENA 1

Inicio: ¿El futuro es posible?

Describir todas las conclusiones principales de la investigación, la foto del ahora, de un momento difícil por la aridez, por las condiciones sociales y económicas.

ESCENA 2

Nudo: ¿Cómo se siembran las semillas?

Describir los proyectos, sus oportunidades, sus efectos y las principales medidas para crear un proyecto sostenible y que comparta el desarrollo.

ESCENA 3

Desenlace: Un futuro para todos. Se incide en los beneficios sociales y económicos para las zonas de influencias, y cómo todo este futuro es posible para todos solo si se trabaja desde el mutuo respeto y confianza

Y así sucesivamente. Aunque es poco probable que la empresa o titular se encargue de las etapas de pre y posproducción, es importante que si estén pendientes del proceso, especialmente de los tiempos que implican. Para la empresa o titular debe quedar claro que pueden intervenir en cualquier parte del proceso, para asegurarse en todo momento que lo propuesto en la estrategia de comunicación se mantiene.

“El titular, y no el proveedor, es el responsable que el uso del lenguaje, la visión de género, los elementos culturales, entre otros, estén cuidadosamente plasmados en el video”

• Validación

Esta etapa es de mucho valor y

proviene del enfoque de comunicación participativa, pero además, forma parte del proceso normal de lanzamiento de productos de consumo. La idea es llevar un resumen del guion y sinopsis para validarlo con una muestra del público objetivo o audiencia; es decir, preguntarles qué les parece, qué opinan, saber si entienden los mensajes clave del video, etc.

A pesar que la decisión final sobre el producto y mensaje siempre será de la empresa, es preciso estar muy atento a los elementos culturales que pueden favorecer o entorpecer el entendimiento de los mensajes y la información. A veces suele llevarse un par de storyboards³ o guion gráfico, que son dibujos de algunas escenas que propone el guion.

• La preproducción

A partir del guion, se elabora un plan de trabajo con fechas, cronogramas y actividades detalladas, así como necesidades específicas. La experiencia muestra que son los trámites administrativos internos de las empresas los que suelen dificultar la coordinación pronta y adecuada. Por ello se debe informar al proveedor sobre las condiciones y requisitos necesarios para realizar el servicio en el área de influencia de los proyectos. Estos requisitos incluyen en la mayor parte de los casos la

³ Es el conjunto de ilustraciones que presentan una secuencia narrativa para presentar una historia permitiendo pre-visualizar una animación o película antes de realizarla.

obtención de seguros, por ejemplo, el Seguro Complementario de Trabajo de Riesgo SCTR, el cumplimiento de requisitos de salud y seguridad de las empresas (exámenes médicos, vacunación, etc.). En la elaboración del plan de trabajo y cronograma deberán estar considerados estos puntos. Se deberá designar a un responsable encargado de verificar que el proveedor cumpla a tiempo los requerimientos antes mencionados.

En este punto también es importante saber el detalle de las actividades que realizará el proveedor; si se requerirán testimonios de personas de la comunidad, de las autoridades, entre otros; si se necesitará contar con espacios de grabación o todo se hará al aire libre. Es decir, es el momento de verificar en detalle las actividades propuestas por el proveedor y dar seguimiento a sus requerimientos a fin de no descuidar ningún detalle que limite o dificulte la realización del servicio cuando el equipo ya se encuentre en campo. El producto de esta actividad es el plan de rodaje/producción.

• La producción

Es el desarrollo de las actividades detalladas y está referida a la grabación de las imágenes, el registro de sonido y desarrollo de las escenas tal como está previsto en

el guion y detallado en el plan de rodaje/producción. Es fundamental que todo en esta etapa funcione bien porque una imagen mal registrada no podrá ser corregida. Volver a tomar la imagen o video supondría volver a generar un presupuesto para tal fin.

• Posproducción

Esta etapa es tan importante como la anterior y tiene que ver con el armado del discurso, del video. Aquí se incorpora la música, los elementos de transición, etc., y una vez más tiene que estar reflejando los hallazgos de consumo de medios y del perfil del público. Se recomienda no olvidar la simpleza y la claridad. En esta etapa también se integran (si están previamente considerados) elementos de ilustraciones de mapas, por ejemplo, descripción infográfica del proyecto en 3D, y cualquier otro elemento que haya sido propuesto en la etapa de guionización. Todo ello depende de la creatividad del profesional de comunicación y el proveedor. El producto de esta etapa es el primer corte del video.

• Validación interna

Esta etapa en el caso del video es más interna que externa. Se trata de que los funcionarios que tienen capacidad de decisión sobre el material, y que ya conocen de su existencia porque son ellos

quienes lo han aprobado desde la sinopsis, aporten al material con comentarios desde su visión del proyecto.

En esta etapa no es posible decir: "Creo que deberíamos cambiar de mensaje", "No me gusta mucho cómo se ve esa escena", en este punto es muy tarde para eso y deben confiar en que los profesionales de la comunicación se ocupan de estos detalles.

• Producto final

El video editado en su versión final, con la aprobación del titular y en todas las versiones que se necesiten para ser proyectados, colgados en la página web de la empresa, enviados por correo, o lo que indique la estrategia de comunicación. El preciso recordar para la proyección del producto final llevar copias de respaldo del material en diferentes soportes (CD, USB, etc.) y en dispositivos como la computadora portátil que será utilizada para la proyección. Además, es necesario, probar el video el día anterior, y minutos antes de iniciar la reunión.

Al igual que en el caso de las presentaciones animadas, tener en cuenta los siguientes aspectos para la proyección:

1. El lugar elegido para la proyección deberá contar con energía

eléctrica. En caso contrario se deberá llevar un generador de energía (grupo electrógeno) capaz de dar energía al proyector y computador elegidos.

2. Disponer de una computadora que soporte el programa.

3. Disponer de un proyector con suficiente potencia en caso de mucha luz o proyección en un espacio abierto.

4. En caso se presente la necesidad de compartir la presentación con los asistentes o autoridades presentes se deberá llevar al lugar de la presentación copias en USB o CDs, así como impresiones de la presentación para los asistentes.

Este proceso descrito debe seguirse para el desarrollo de cualquier otra pieza audiovisual. Para los siguientes formatos, sólo indicaremos los puntos que se manejan de manera particular.

En resumen, los pasos a seguir para producir un video son:

<p>1. Definir la idea y el tipo de video</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recomendamos el formato documental - Debe elaborarse una sinopsis: la idea del video resumida en cinco párrafos. 	<p>2. Cotizar y aprobar</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar la descripción del video con ayuda de un profesional audiovisual - Definir el número necesario de incursiones a campo - Cotizar varias opciones 	<p>3. Guionización</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escribir el guion literario y técnico del video (proveedor con supervisión del cliente) - El guion consta de estructura y escenas
<p>4. Validación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seleccionar una muestra del público objetivo - Validar la sinopsis y algunas escenas para ajustar el guion. 	<p>5. Preproducción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar un listado de todo lo necesario para la grabación del video - Armar un cronograma detallado de producción 	<p>6. Producción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corresponde al registro de imágenes y audios requeridos según el guion tanto en campo como en estudio
<p>7. Posproducción</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es el momento en el que todo lo registrado se edita según lo establecido en el guion. - También se incorporan los textos necesarios, música, subtítulos, etc. 	<p>8. Validación interna</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se valida a nivel de los tomadores de decisión del titular para asegurarse de que el video está alineado a las políticas de la empresa, a la normativa vigente, y se aplican ajustes necesarios. 	<p>9. Producto final</p> <ul style="list-style-type: none"> - El video final debe entregarse en todas las versiones necesarias según se use en la web, en las presentaciones, etc.

Las animaciones

Los llamamos “videos animados”, son animaciones digitales que se presentan a modo de película; con movimientos y acciones que tanto personajes como cosas emprenden. Se sugiere considerar animaciones de 4 ó 5 minutos de duración.

Las animaciones se han vuelto muy populares para el desarrollo de formatos didácticos e informativos en las unidades de comunicación de las empresas. Su punto de partida fueron la evolución de las presentaciones animadas y la popularización de infografía como forma de presentar información compleja (o simplificarla).

Las posibilidades que ofrecen no tienen límite más que el presupuesto y la creatividad del profesional en comunicación y del proveedor. Hay muchos estilos de animación, desde la animación en 2D más al modo de dibujos vectoriales y viñetas, hasta las más elaboradas en 3D que se utilizan para, por ejemplo, el desarrollo de videojuegos o series animadas (dibujos animados).

Se sugiere utilizar animaciones en 2D para todos los elementos del video porque son más simples de ilustrar (lo cual incide en el presupuesto) y porque, a veces, construir personajes en 3D o animales

u otros, requiere de un gran cuidado en la técnica de elaboración de imágenes 3D lo cual se verá reflejado de manera positiva o negativa en la calidad de las imágenes presentadas en la pantalla.

El proceso de producción de una animación sea en 2D o 3D sigue los mismos pasos de la producción de un video, excepto que la etapa de producción se realiza en el estudio de animación lo que permite supervisar más de cerca el trabajo que se va realizando. No es necesario estar presente en el estudio de animación observando todo lo que hacen, se puede coordinar fechas de avance con mayor frecuencia que en el proceso del video.

Entonces, repasemos:

- Una idea.
- La sinopsis.
- Una estructura y un guion: en este caso es muy importante que el especialista en animaciones haya entendido los documentos que componen el EIA-d y se apropie de la información contenida. Se recomienda sostener reuniones técnicas con los proveedores donde se explique los resultados del EIA-d, la estrategia de comunicación y se describa el perfil del público objetivo.

⁴ El término brief hace referencia a un documento que busca, de forma simplificada, contar con la información necesaria para iniciar el proceso creativo de una campaña/actividad. Define con claridad las necesidades del cliente, sus objetivos y expectativas.

Muchos proveedores trabajan con “brief”, que es un documento que resume el pedido, el tipo de material y se harán preguntas necesarias para ellos. Se debe proponer trabajar con este formato lo cual implicará sumar las reuniones técnicas a sus horas de trabajo.

- La preproducción: en el caso de las animaciones será de mucha utilidad el storyboard o guion gráfico porque será poca la variación narrativa y visual que se haga después de él.

La producción: se realiza en el estudio de animación.

¿Qué es necesario considerar para cotizar una animación?

1. La idea y la estructura de la animación en texto (algunos proveedores trabajan con un modelo de brief o guion gráfico), para que el proveedor defina la duración y el uso que se le dará.
2. Definir el estilo gráfico junto con el proveedor para que se haga una idea del tiempo que invertirá en el desarrollo de la animación.
3. El tiempo para producir el material; cuanto menos tiempo para hacerlo será más costoso.

Algunos consejos para la animación en 2D:

1. Para la presentación de mapas, preferir la idea de croquis a la de mapa riguroso. Es decir, sin sacrificar la exactitud geográfica o política de la división territorial y sus características, utilizar elementos, lugares y referencias que la audiencia comprenda mejor para ubicarse. Se trata de simplificar los mapas cartográficos, orográficos, etc.

2. En lugar de hacer una descripción topográfica u orográfica, basta con representar la laguna que todos conocen con el nombre utilizado en la zona como punto referencial para describir los límites de la operación, las distancias a las comunidades o centros urbanos, etc.

3. El nivel de detalle. Muchas veces pensamos que cuanto más cercana a la realidad sea la representación gráfica, más identificada se sentirá la audiencia. Esta es un arma de doble filo que debe ser cuidadosamente revisada.

4. En algunas ocasiones puede ocurrir que algún ilustrador despistado y un profesional de comunicación descuidado pueden dejar pasar, por ejemplo, la ilustración de una vaca raza Holstein para representar una escena en la selva.

5. Por otro lado, las ilustraciones t mpoco se tienen que dibujar de

manera exacta, por ejemplo, cada hoja de todos los árboles de una variedad específica del lugar. Bastará con que se puedan distinguir las características generales de la especie. Por ejemplo, que quede claro que se trata de pinos y no de eucaliptos.

6. Es preciso no descuidar estas precisiones. Cuando las personas ven un sombrero que no los representa, pero representa a sus vecinos de otra zona con los cuales tienen una relación lejana, sentirán que no se les está prestando la suficiente atención.

En resumen, está bien representar las características propias del lugar, siendo necesario el proceso de validación con una muestra del público objetivo.

7. Utilizar motion graphics o grafismo en movimiento para la animación en 2D es muy útil. Esto no es más que elementos estáticos animados al modo de las animaciones a través de diapositivas. Es muy importante lo que se logra con ellos pues permite jugar con los primeros planos, las entradas y salidas, etc.

No hay que complicarse imaginando. Se debe revisar estos ejemplos de animaciones. No están relacionados directamente con presentaciones de RE del EIA-d pues no se han empleado como recurso

frecuente. ¡Así que hay una gran oportunidad por aprovechar!

[The girl effect. Una organización que trabaja para la protección de niñas y mujeres en situaciones de vulnerabilidad lanzó una campaña y como parte de ella, una animación en 2D que se difundió ampliamente en internet buscar “The girl effect. The clock is ticking”](https://www.youtube.com/watch?v=1e8xgF0JtVg)

<https://www.youtube.com/watch?v=1e8xgF0JtVg>

8. Otra de las opciones es combinar elementos en una producción audiovisual. Animaciones y la figura de un presentador de la información; o imágenes con ideas desarrolladas en texto.

EJEMPLO 1

Historia de las cosas, fue uno de los primeros audiovisuales informativos que tuvieron amplia difusión. Unos conjuntos de instituciones produjeron este material para generar conciencia respecto de la necesidad del cuidado ambiental y su relación con el consumo. Para acceder al material buscar "Story of stuff", y se podrá encontrar el original en inglés y las versiones subtituladas⁵.

EJEMPLO 2

Otra de las opciones es la figura, una animación que va ilustrando lo que una voz en off⁶ describe. Recientemente fue muy utilizado para entender el conflicto en Siria, pero también otros temas que son muy complejos. Uno de los que circuló mucho en Internet fue "This land is mine"⁷.

EJEMPLO 3 y 4

Este otro ejemplo es de una charla de la prestigiosa think tank TED. Buscar: "Changing education paradigms". Es un poco más atrevida en cuanto al estilo y aunque no sea utilizada para presentar todo el EIA-d, tal vez pueda utilizarse en algunos momentos⁸.

Aquí otro ejemplo del mismo estilo, pero para entender el conflicto en Siria. Buscar: "El conflicto en Siria en 5 minutos"⁹.

Como se dijo, las posibilidades de este tipo de formatos son muchísimas y el único límite es la creatividad y el presupuesto. Lo más recomendable es pensar con detenimiento para qué partes del proceso de presentación del EIA-d pueden ser más adecuados qué formatos. En caso de duda, volver a la estrategia y al perfil del público.

Este tipo de producciones audiovisuales son muy impactantes y efectivos si se cumplen los pasos propuestos para su realización.

Las animaciones en 3D son mucho más complicadas de lograr en términos de calidad y precio. En el país son pocos los proveedores de este servicio y para las instancias del proyecto en el momento de presentación del EIA-d, es una inversión innecesaria. Los softwares o programas informáticos que se utilizan para el desarrollo de maquetas en Ingeniería o Arquitectura, no son adecuados para la producción de animaciones para públicos más amplios.

El rotafolio

No siempre lo digital es mejor, dependiendo del acceso de energía eléctrica, se puede hacer uso del rotafolio

El rotafolio es una plataforma de comunicación a la que se puede adaptar cualquier otro formato impreso: gráficos, fotografías, textos, tablas; es decir casi todo lo que se pueda imaginar, recordando que deben ser trabajadas con anterioridad, en su propio proceso y por especialistas en el diseño gráfico y la infografía.

El rotafolio es la herramienta de comunicación popular de los años 80.

Se puede empezar la presentación con la ilustración del mapa de la zona de operación e ir colocando láminas adhesivas, con cada uno de los elementos de la operación a modo de la infografía o se puede poner la infografía completa e ir explicando poco a poco; se puede tener uno de los papelógrafos solo con una frase o un mensaje clave. Una vez más, la imaginación es el límite.

Lo importante del rotafolio, además, es que puede quedar como un material para la comunidad si están interesados en repasar los resultados de la Línea Base Social o Ambiental en algún curso de la escuela local.

Consideraciones para la cotización y producción del rotafolio:

1. Cantidad de asistentes a una reunión para definir el tamaño del rotafolio.

2. Se puede llevar más de un rotafolio a una reunión y contar con un asistente que va avanzando en la presentación en otra zona de la reunión si es muy grande el espacio.

3. El material de impresión dependerá del uso que se le dé. Si es un papel muy ligero, tendrá poca durabilidad, mientras que si son materiales acrílicos durará más pero el costo de producción aumentará.

4. El soporte o caballete tiene que ser lo suficientemente fuerte para soportar viajes largos y accidentados, pero lo suficientemente portátil para no representar un problema. En caso contrario, puede pegarse en las paredes como afiches con una secuencia de presentación.

5. Este material puede tener una versión más pequeña, tipo calendario para repartir al final de las reuniones informativas.

Comparación de los materiales de comunicación

Todos estos materiales son muy versátiles, pero el criterio para saber cuál de ellos utilizar, debe responder al perfil del público, a los recursos disponibles, pero sobre todo a la claridad y simpleza del discurso.

⁵ Este es el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=9GorqroiqgM>

⁶ La voz en off hace referencia a una narración donde el narrador permanece oculto y sólo se escucha su voz.

⁷ Este es el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=-evlyrrjTTY>

⁸ Este es el enlace: https://www.ted.com/talks/ken_robinson_changing_education_paradigms

⁹ Este es el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=0VVm-JpzP2o>

Aunque no es parte de esta guía, vale la pena tener en cuenta la existencia de otros materiales comunicacionales que podrían adaptarse a la presentación del RE del EIA-d: materiales informativos, dípticos o trípticos, u otros audiovisuales como las radionovelas y programas informativos que pueden ser difundir a través de la radio local. Como se mencionó, la radio tiene una gran importancia en muchas localidades del país, donde se constituye como el medio de comunicación de mayor cobertura. Su utilidad es de suma importancia en contextos de campañas informativas de largo alcance, donde dichos formatos - radionovelas o microprogramas-, pueden sostener los mensajes clave de una estrategia de comunicación que utiliza otros materiales.

El cuadro resumen abajo presentado puede servir de ayuda para a saber cuál de los materiales se adapta mejor a la presentación del RE del EIA-d del proyecto:

Material	Ventajas	Desventajas	Costo ¹⁰
Presentaciones animadas	<ul style="list-style-type: none"> - Multimedia (varios formatos se incorporan). - Efectividad comunicacional alta. - Tiempo de producción medio (depende de la producción de las piezas que incorporará). 	<ul style="list-style-type: none"> - Usa textos, para públicos que leen (considerar versiones en diversos idiomas). - No se contratan especialistas para producirse. - No funciona en lugares sin equipos de proyección. 	Bajo
Vídeo	<ul style="list-style-type: none"> - Multipúblicos (considerar traducción o subtítulos cuando sea necesario). - Alta efectividad comunicacional. - Posibilidades de uso (web, reuniones, redes sociales). 	<ul style="list-style-type: none"> - Largo tiempo de producción. - Alto costo de producción. - No funciona en lugares sin equipos para proyección. - Asegurarse que funciona bien en la computadora que se utilizará para proyectar. 	Alto
Animaciones 2D	<ul style="list-style-type: none"> - Multipúblicos (considerar traducciones o subtítulos cuando se requiera). - Alta efectividad comunicacional. - Riqueza visual por un costo medio de producción (dependerá de la complejidad de la idea). - Posibilidades de uso (web, reuniones, redes sociales). 	<ul style="list-style-type: none"> - Usa textos, para públicos que leen (considerar versiones en diversos idiomas) - No funciona en lugares sin equipos de proyección - Asegurarse que funciona bien en la computadora que se utilizará para proyectar. 	Regular
Rotafolio	<ul style="list-style-type: none"> - No requiere equipos para proyección. - Multipúblicos. - Alta efectividad comunicacional. - Bajo costo de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> - Restringidas posibilidades de uso (no es digital). - Útil para reuniones poco numerosas. 	Bajo

Considerar lo siguiente:

o Revisar la estrategia de comunicación y Plan de Participación Ciudadana para recordar si se ha considerado otros espacios, posteriores a la presentación formal del RE, para profundizar la comunicación.

- Como se ha mencionado, se reco-

mienda concentrar los esfuerzos en la presentación y en la capacitación del vocero oficial.

- Todos los actores involucrados en la preparación, aprobación y socialización de los EIA-d deben estar alineados respecto de la información que se difundirá y los mensajes clave que se propondrán.

¹⁰ Se debe tener presente que el costo varía en función de la complejidad del material por desarrollar, la calidad visual que se requiere y el material de impresión en el caso del rotafolio.

Bibliografía

CABRERA, Miryam. La comunicación y la administración de conflictos. Implicaciones para el sector extractivo. Consulta 29 de noviembre de 2016:
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/41C086F43703A0D-205257967005D8E87/\\$FILE/LA_COMUNICACI%C3%93N_Y_LA_ADMINISTRACI%C3%93N_DE_CONFLICTOS.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con3_uibd.nsf/41C086F43703A0D-205257967005D8E87/$FILE/LA_COMUNICACI%C3%93N_Y_LA_ADMINISTRACI%C3%93N_DE_CONFLICTOS.pdf)

TANAKA Martín y Ludwig HUBER – IEP, Bruno REVESZ y Alejandro DIEZ – CIPCA, Xavier RICARD y José De ECHAVE – CBC. Minería y conflicto social. Revista Economía y Sociedad. N° 65. CIES. Lima, 2007.

2001. Ley 27446. Ley del Sistema Nacional de Evaluación e Impacto Ambiental.

2004. Resolución Directoral N° 006-2004-MTC/16 Aprueba Reglamento de Consulta y Participación Ciudadana en el Proceso de Evaluación Ambiental y Social en el Subsector Transportes del Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Dirección General de Asuntos Socio Ambientales.

2005. Resolución Directoral 046-2005-MTC/16 Aprueba Guía para la Gestión de Proyectos Viales Departamentales en el Marco de las Propuestas de Desarrollo de Pueblos Indígenas Ministerio de Transportes y Comunicaciones. ProVias Departamental - Dirección General de Asuntos Socio Ambientales.

2006. Resolución Directoral N° 028-2006-MTC/16 Aprueba Manual de Relaciones Comunitarias para Proyectos de Infraestructura Vial. Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Dirección General de Asuntos Socio Ambientales.

2006. Resolución Directoral 028-2006-MTC/16 Aprueba Manual de Supervisión Social para la Ejecución de Obras de Infraestructura Vial. Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Dirección General de Asuntos Socio Ambientales.

2006. Resolución Directoral N° 030-2006-MTC/16 que aprueba la Guía Metodológica de los Procesos de Consulta y Participación Ciudadana en la Evaluación Ambiental y Social en el Subsector Transportes. Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Dirección General de Asuntos Socio Ambientales.

2008. Decreto Supremo N° 012-2008-EM.- Reglamento de Participación Ciudadana para la realización de Actividades de Hidrocarburos.

2008. Decreto Supremo N° 028-2008-EM. Reglamento de Participación Ciudadana en el Subsector Minero.

2008. Resolución Ministerial N° 304-2008-MEM/DM. Norma que regula el proceso de Participación Ciudadana en el Sub Sector Minero.

2008. Resolución Ministerial N° 571-2008-MEM/DM. Lineamientos para la Participación Ciudadana en las Actividades de Hidrocarburos.

2009. Decreto Supremo N° 019-2009-MINAM. Aprueba el Reglamento sobre Transparencia, Acceso a la Información Pública Ambiental y Participación y Consulta Ciudadana en Asuntos Ambientales.

2010. Resolución Ministerial N° 223-2010-MEM/DM. Aprueban Lineamientos para la Participación Ciudadana en las Actividades Eléctricas.

2013. Resolución Ministerial N° 429-2013-MEM-DM. Aprueban el Sistema Informático para el Ingreso de Planes de Participación Ciudadana y Términos de Referencia

para las Actividades de Hidrocarburos y Electricidad ante la Dirección General de Asuntos Ambientales Energéticos del Ministerio de Energía y Minas.

2016. Resolución Jefatural N° 058-2016-SENACE/J. Medidas complementarias para la elaboración de estudios ambientales a cargo del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles - Senace”.

Anexo

Consideraciones previas para la comunicación efectiva: Lecciones aprendidas

En este Anexo se presenta de manera extensa las lecciones aprendidas y resumidas en el apartado 2.1.1 Consideraciones previas para la comunicación efectiva sección iii) Lecciones aprendidas en la implementación de estrategias de comunicación.

1. El Perú es un país complejo

Conocer al público objetivo quiere decir comprenderlo, entender su historia como colectivo, sus tradiciones, sus particularidades, qué comen, qué escuchan, qué leen, qué piensan de su futuro, qué bailan, qué quieren para sus hijos, para ellos mismos. Sólo conociendo esta particularidad cultural podemos empezar a elaborar mensajes y materiales que puedan ser aceptados como parte de un lenguaje conocido, de una estética que los representa. Se trata de construir una relación de comunicación respetuosa y transparente.

Primera lección: Conocer al público objetivo

2. La comunicación refleja la identidad de una organización

En algún punto del desarrollo teórico y práctico de la comunicación empresarial, se la emparentó con el marketing de productos de consumo y el branding o construcción de la marca. De ahí la importancia del logotipo en la foto de una actividad o la cobertura mediática del accionar de la empresa.

Muchos de los malos entendidos entre la población y las empresas tenían que ver con la distancia entre lo que dicen éstas de sí mismas y cómo eran percibidas por los pobladores.

Si una empresa es “buena”, tiene buenas prácticas empresariales, es transparente, la política de la empresa es consecuente y trabaja internamente para que haya coherencia en todos los niveles de la misma. De ser el caso, la comunicación tendrá un buen punto de partida. Si una empresa es descuidada y no mantiene políticas de gobierno corporativo de cuidado ambiental y social; la comunicación no podrá ser eficiente.

Segunda lección: La comunicación expresa o refleja la identidad y valores de una empresa u organización

3. La comunicación debe estar presente desde la concepción del proyecto

Los esfuerzos comunicacionales de las empresas suelen fallar cuando la comunicación no ha sido incorporada como un eje transversal y estratégico que permita tomar decisiones empresariales al mismo nivel que un análisis financiero. El profesional en comunicaciones suele intervenir en la elaboración del material informativo cuando todo el proceso está culminado.

En el caso de un gran proyecto minero en etapa de exploración lo común es que el presupuesto sea muy austero durante esta etapa y que no considere la contratación de un especialista en comunicaciones. El geólogo ingresa al campo y se acerca a los representantes de la comunidad, en el mejor de los casos con un especialista en antropología o sociología, para solicitar los permisos necesarios para perforar. ¿Cuáles serán los mensajes claves del proyecto en ese momento? La comunicación, en tanto proceso de decodificación interpersonal, debe tener una orientación y preparación previa adecuada.

Se pierde mucho tiempo en la elaboración de las estrategias de comunicación y de los materiales cuando el especialista en comunicaciones no ha participado desde el inicio en el proyecto, no ha percibido las sutilezas del negocio ni ha tenido acceso a la metodología y la información técnica del proyecto para poder comunicarla apropiadamente.

Un comunicador o comunicadora entrenados pueden ayudar a identificar oportunidades de comunicación, adelantarse a las preguntas de la población, saber cómo dar respuestas apropiadas y gestionar las expectativas.

Tercera lección: La comunicación debe estar presente desde el comienzo

4. Planificar para evitar malentendidos y prevenir conflictos.

Los conflictos en las operaciones de los proyectos de inversión describen situaciones de crisis inesperadas que desvían la atención del regular funcionamiento del negocio y tienen que ser resueltas con prontitud. Sin embargo, atender las situaciones de conflicto de manera reactiva, es decir sólo cuando se presentan, es una forma de gestionar el proyecto o negocio y la comunicación, con poca capacidad de planificación.

Atender los problemas de manera reactiva, a manera de apagar incendios, desvía los recursos de comunicación (y otros importantes) para concentrarse en resolver lo inmediato. Esta situación reactiva, donde los comunicadores se concentran en explicar malos entendidos en lugar de adelantarse y planificar sus acciones en el marco de un plan y una estrategia de comunicación.

Cuarta lección: Planificar para evitar malentendidos y prevenir conflictos

5. La comunicación efectiva es un trabajo en equipo

Es importante que todos los equipos comprendan la importancia de trabajar multidisciplinariamente con los comunicadores, sobre todo los que recolectan información en campo y tienen relación con las poblaciones vecinas de las operaciones: equipos de gestión ambiental y de relacionamiento comunitario.

Si bien el especialista en comunicaciones es el que debe recopilar toda la información necesaria para comunicar una idea, elaborar un mensaje o material, cuando los demás equipos están alineados con ese esfuerzo, la comunicación de la empresa se potencia.

Por ejemplo, el personal de relaciones comunitarias tiene las capacidades de detectar sutilezas culturales, lingüísticas, estéticas y hasta personales de las poblaciones con las que trabajan y de algunas personas claves para la gestión de la comunicación. Esta información es indispensable para el especialista en comunicaciones porque le permitirá ser más preciso y eficiente.

En otro ejemplo, el hidrólogo que realiza una evaluación de determinado acuífero, debería saber que tiene entre manos información que tal vez sea de interés para la población; compartirla con el especialista en comunicaciones podría generar una oportunidad de estrechar la relación con los vecinos compartiendo dicha data.

En ese sentido, el especialista en comunicaciones necesitará trabajar muy de cerca con los especialistas técnicos para no cometer errores de malinterpretación u omisión.

Quinta lección: Entender en todos los niveles la importancia de compartir y comunicar

6. Derrumbar estereotipos

Como en muchos otros espacios de interacción social, las relaciones entre las empresas y sus grupos de interés están mediatizadas por estereotipos que se originan en el desconocimiento del otro y la necesidad de simplificarlo o reducirlo a una frase, imagen o lema. En el caso de las relaciones entre zonas de operaciones de empresas y poblaciones aledañas, los estereotipos provocan el descrédito de las demandas de unos y otros.

En este imaginario colectivo, las empresas se las percibe como poderosas y se espera de ellas una actitud paternalista que resuelva la situación de precariedad local. Del otro lado, las poblaciones vecinas son estereotipadas como sujetos pasivos con pedidos sobredimensionados, que se están quejando constantemente y buscan aprovecharse de la empresa.

Ambos estereotipos tienen el objetivo inconsciente de evitar el esfuerzo de conocer al otro y reconocerlo como un semejante, con demandas legítimas y expectativas

de mejora en su calidad de vida. Tanto los funcionarios de las empresas como los vecinos de una comunidad esperan que el negocio y su calidad de vida mejoren, pero encuentran una gran barrera de comunicación en los estereotipos que se han construido y que son alentados desde algunos sectores que creen innecesario este descubrimiento o acercamiento mutuo e intentan sabotear cualquier intento de comunicación de uno y otro lado.

Sexta lección: Conoce al otro

Retos de comunicación

El EIA-d es una fuente valiosa de información que da respuesta a muchas de las preguntas y necesidades de información que requiere el especialista en comunicación. La Línea Base Social, por ejemplo, es un punto de partida para conocer al público objetivo, sus rasgos socioeconómicos y socioculturales básicos, percepción, entre otros.

Ningún gesto es más potente que hacer todo el esfuerzo posible para transmitir de manera sencilla el contenido de los documentos técnicos.

Del mismo modo, la socialización de los documentos formales no es un mero trámite o cumplimiento legal. Es una oportunidad para generar una relación de respeto, confianza y transparencia con las poblaciones vecinas.

La experiencia en el país en relación a las grandes inversiones en industrias extractivas, hidroeléctricas y de construcción nos propone los siguientes retos de comunicación a los que nos podemos adelantar:

- Muchos de los proyectos se llevan a cabo en zonas de considerable precariedad institucional y económica. La presencia de empresas en las zonas, generan una gran expectativa de solución de problemáticas que tienen mucho tiempo sin resolver.

El gran reto de la comunicación en este sentido es explicar cuál es la función de la empresa, del Estado y de las autoridades locales sin que esto signifique un enfrentamiento, sino el inicio de una relación de cooperación mutua que desligue a la empresa del rol del Estado.

- Una de las expectativas más importantes de las poblaciones apunta a la oferta laboral. En zonas rurales, se complejiza la obtención de trabajo en las épocas en las que los productos agrícolas no producen ingresos económicos. Los bajos niveles de educación en algunas zonas dificultan también que los pobladores de zonas rurales

o periurbanas puedan ser empleados en los centros urbanos.

El reto de la comunicación parte al inicio de la operación. Debe priorizarse un proceso transparente de selección de personal local, gestionándose adecuadamente las expectativas asociadas, de modo que beneficie a la mayor cantidad de personas posible.

- Los recursos hídricos son un tema fundamental en muchas de las zonas del país que se organizan en torno a su disponibilidad periódica. La época de lluvias y la época seca, la cercanía a alguna fuente de agua, la existencia de un glaciar, son condiciones que organizan la vida productiva de una sociedad. Cualquier alteración en calidad o cantidad, sea positiva o negativa, genera una gran preocupación en las poblaciones.

El reto de comunicación es enfrentar este tema desde el inicio del proyecto con claridad y transparencia, haciendo énfasis en las oportunidades que genera una gestión hídrica eficiente.

- Del mismo modo, una estrategia de saneamiento legal o compra de tierras, en alianza con las autoridades pertinentes, requiere elaborar una estrategia de comunicación respectiva.

El reto de comunicación pasa por entender la concepción cultural de propiedad, pertenencia territorial y a partir de ello construir mensajes transparentes del accionar de la empresa con la autorización del Estado.



www.senace.gob.pe

Av. Ernesto Diez Canseco 351 Miraflores, Lima - Perú
(511) 500 0710