

# EL PROCESO DE ADAPTACION EN EL PERU COMUNICACIÓN Y PARTICIPACION CIUDADANA

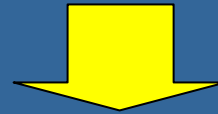
---

Leopoldo Macera Mesones  
CONAM



# HACIA UN ENFOQUE INTEGRAL DE ADAPTACION

COOP. INTERNACIONAL



GOBIERNO NACIONAL



GOBIERNO REGIONAL



POBLACION/ COMUNIDAD

M  
E  
D  
I  
O  
S

INFORMACION  
CIENTIFICA Y  
TECNICA

PCN

PROCLIM

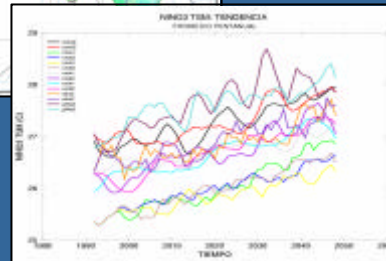
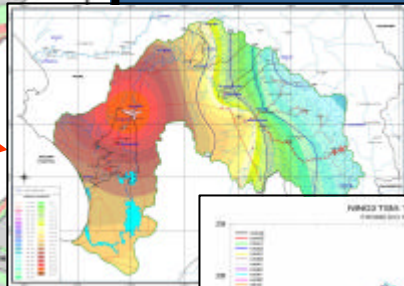
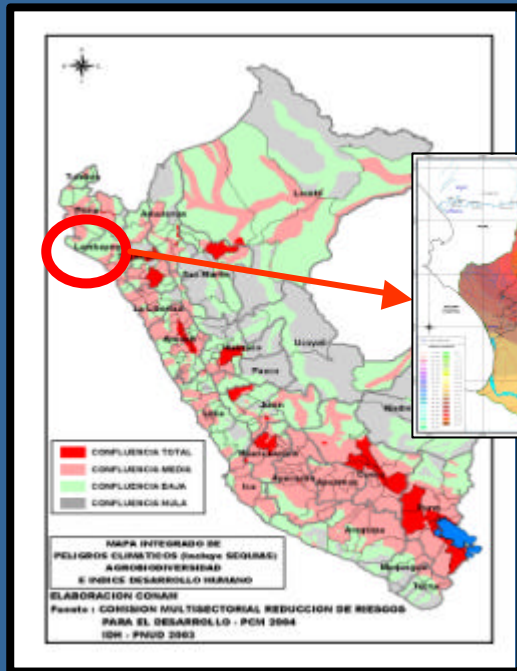
SCN/BM Andino

# LA TRANSVERSALIDAD DEL PROCESO DE ADAPTACION

El caso de Piura

# UN TRABAJO CONJUNTO

## Evaluación Local Integrada en Piura



### Escenarios climáticos regionales :

- Fenómeno El Niño
- Desequilibrios entre sequía e inundación

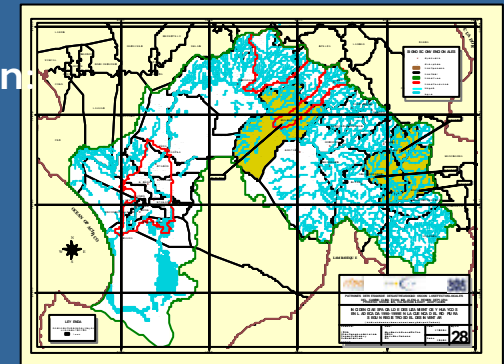
### Impactos en mar y pesca

- Incremento del nivel del mar.
- Especies afectadas

- Vulnerabilidad físico natural
- Análisis de 5 productos principales ante el Cambio Climático :  
Mango, Anchoveta, Plátano

### Impactos en población

- Análisis de desastres
- Cambio de uso de la tierra
  - Extremos eventos climáticos



### Cuenca baja :

Incremento de inundaciones (Piura, Catacaos)



# ¿CÓMO SE HIZO?

CONOCIMIENTO DEL  
CAMBIO CLIMATICO A  
NIVEL REGIONAL Y  
LOCAL

(Escenarios Climáticos)

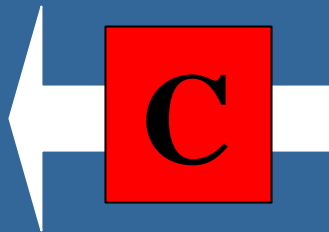


DIAGNÓSTICO DE LA  
VULNERABILIDAD ACTUAL Y  
FUTURA

**C**



INCORPORAR  
PROPUESTAS A  
LOS  
PROCESOS DE  
PLANIFICACION  
Y GESTION DEL  
DESARROLLO  
LOCAL Y  
REGIONAL



PROPUESTAS DE ADAPTACION

- \* FISICO - AGRICOLA
- \* BIOLOGICO - PESQUERO
- \* SOCIAL E INFRAESTRUCTURA

**C**

# Piura: La Problemática

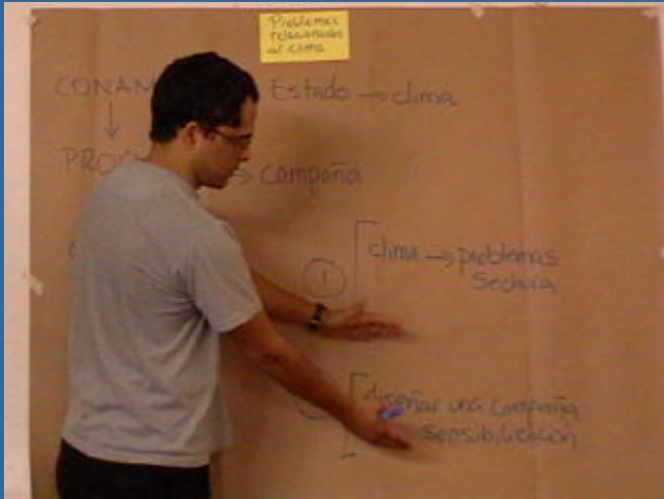
- Pobreza y bajo nivel de educación
- 40% de la población trabaja en actividades vulnerables:
  - **Agricultura**
  - **Pesca**
- Fracturas en procesos, nuevos gobiernos no continúan lo avanzado por sus predecesores.
- Pocas provisiones pese a las condiciones naturales
- Población ha genera asistencialismo ante el FEN

**OBJETIVO:** Incorporar resultados de la ELI en la planificación del Gobierno Regional, con respaldo de la población para su sostenibilidad.

# Piura: Generando alianzas sociales para acuerdos políticos



Un objetivo, 4 zonas, 4 problemas diferentes.

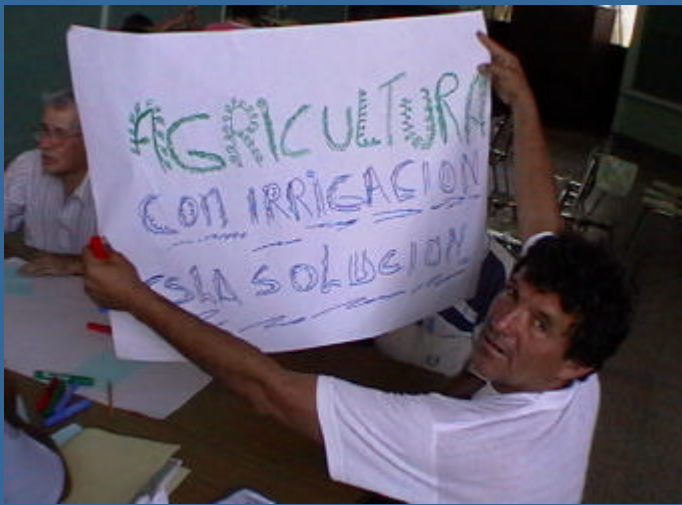


Identificando cada problematica



Líderes de base relacionan con su realidad

Juntas de usuarios, vaso de leche, municipios



Inventiva popular - ACCION

# Piura: La campaña de sensibilización

Diseñada colectivamente para “acercar” el Cambio Climático a la vida cotidiana de la gente, generando interés y respaldo de medios de comunicación y líderes de base para respaldar normas políticas

**El clima está cambiando, nosotros también deberíamos.**

Infórmate en tu municipalidad [www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)



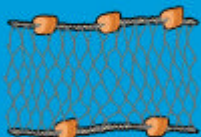
**¿Y si dejara de haber mango?**



EL CLIMA ESTA CAMBIANDO, NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.

Infórmate en tu municipalidad [www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)


**¿Qué trabajo tendrás si no hay anchoveta?**



EL CLIMA ESTA CAMBIANDO, NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.

Infórmate en tu municipalidad [www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)

**¿Y si ya no pudieramos comer chifles?**



EL CLIMA ESTA CAMBIANDO, NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.

Infórmate en tu municipalidad [www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)

**Presupuesto minimo:**  
Afiches, Spots radiales, notas de prensa, talleres

Intriga



Resolución



Mensajes priorizados por enfoque sociohumano

# POSTERS

Alto y medio Piura

¿Y si dejara  
de haber  
**mango?**



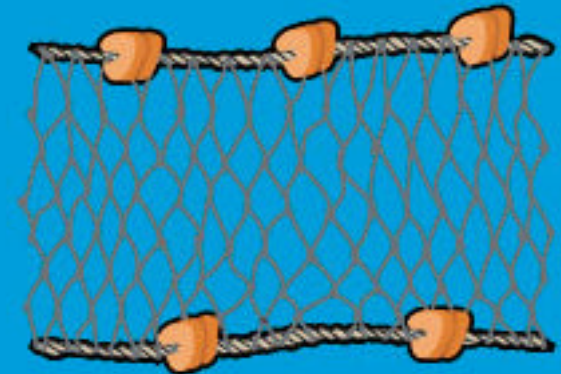
EL CLIMA ESTA CAMBIANDO,  
NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.

Infórmate en tu municipalidad  
[www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)



# POSTERS

**¿Qué trabajo  
tendrás si no hay  
anchoveta?**



**EL CLIMA ESTA CAMBIANDO,  
NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.**

Infórmate en tu municipalidad  
[www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)



**Litoral**

# POSTERS

Piura Ciudad

**¿Y si ya no  
pudieramos comer  
chifles?**



**EL CLIMA ESTA CAMBIANDO,  
NOSOTROS TAMBIEN DEBERIAMOS.**

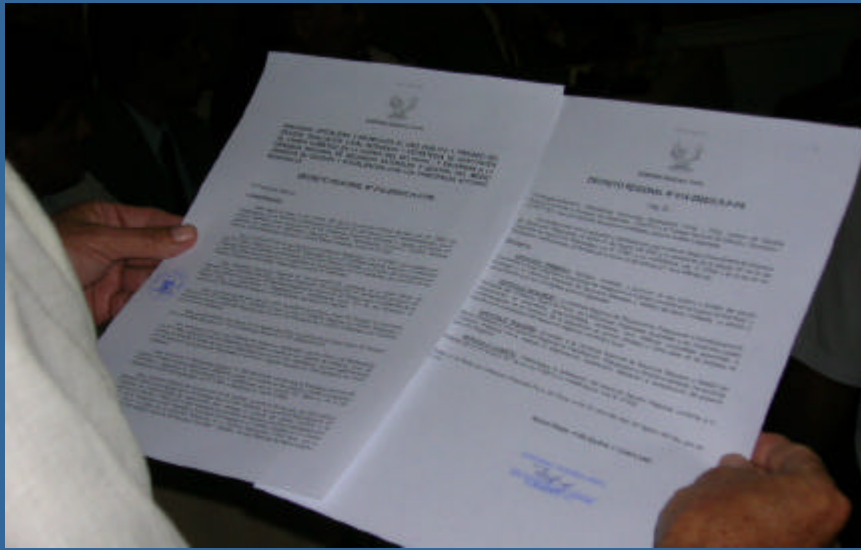
Infórmate en tu municipalidad  
[www.cambioclimatico.gob.pe](http://www.cambioclimatico.gob.pe)



# Piura: La campaña de sensibilización



- Creada participativamente con 120 líderes de base de 4 zonas
- 36 municipalidades de la cuenca replicaron temática y se involucraron con el tema
- 40 medios hoy replican CC
- Medios regionales empleados llegan a 1 millón de personas, se conoce el tema.
- **Cambio de mentalidad:** actitud preventiva



## Decreto Regional Piura

- Incorpora resultados de la ELI en planificación estratégica regional
- Primer paso para generar estrategias regionales de adaptación en base a información generada

# Mantaro: La Problemática

Condiciones de pobreza y pobreza extrema, gran vulnerabilidad del sector agro.

- Medios y público muy reactivos, aguda vigilancia pública
- Baja credibilidad de autoridades, gran presión de demanda
- Enfoque orientado a problemas locales – CC no se comprende
- Fracturas en procesos, nuevos gobiernos no continúan lo avanzado por sus predecesores.

**OBJETIVO:** lograr que el Gobierno Regional, instituciones y autoridades inicien un proceso para incorporar Cambio Climático en la gestión de la Región en el mediano plazo.

# Mantaro: La Problemática

Con la información generada de V&A mas desarrollada, esta campaña fue diseñada para generar mucho interés en poco tiempo en población y medios de comunicación. Respaldada por agresiva campaña de prensa basada en informaciones generadas por ELI Mantaro. Orientada a generar demanda de accion para el Gobierno Regional.

## Comunicación Callejera



## Campaña Periodística de respaldo



Enfoque Sociohumano

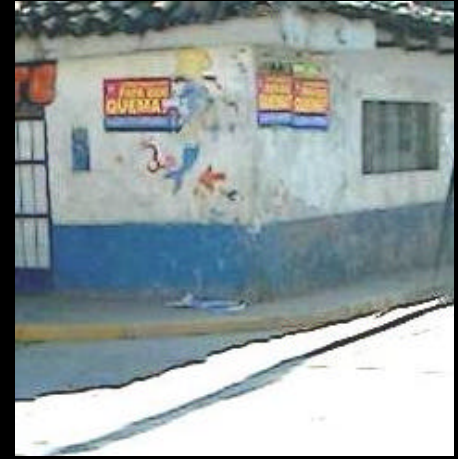
# Mantaro: Quien agarra esta papa que quema?



## ALCANCES NORMA TÉCNICA

- GR lidera Grupo Técnico para continuar proceso
- Temas prioritarios sobre CC considerados en acciones de adaptación.
- Se asegura difusión a regiones vecinas de la Cuenca
- Generación e implementación de Estrategia Regional de Adaptación

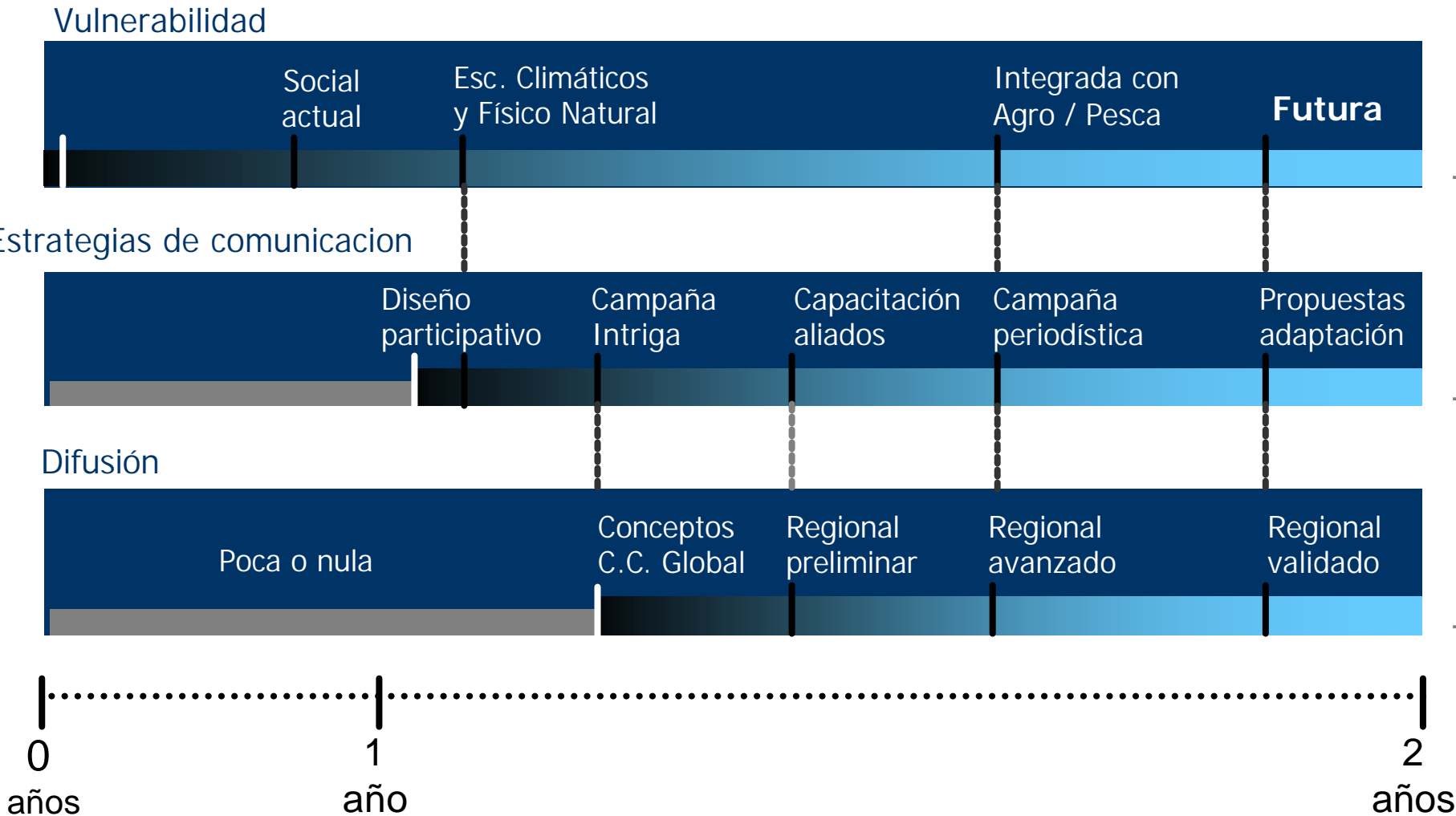
# Mantaro: Resultados



- Cerca de 60 medios urbanos y rurales cubrieron el tema
- La gente relaciono de inmediato la campaña con temas políticos
- Impacto de medios de comunicación:  
Radio 29%                      TV 22%                      Periódicos 16%
- La campaña no llego con fuerza al sector mas bajo que no tiene acceso a medios de comunicación.

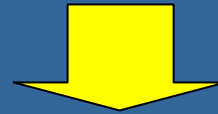
# Conocimientos

## Esquema integrado D&C + V&A **Learning by doing**



# V&A ES PRIORIDAD NACIONAL

COOP. INTERNACIONAL



GOBIERNO NACIONAL



GOBIERNO REGIONAL



POBLACION/ COMUNIDAD

M  
E  
D  
I  
O  
S

INFORMACION  
CIENTIFICA Y  
TECNICA

Instrumentos planificacion

Financiamiento

Recursos Nacionales

# GRACIAS!!



[www.conam.gob.pe/proclim](http://www.conam.gob.pe/proclim)