

1.3 Análisis Benchmarking referencias



**DRAP
ART
'21**

Festival Internacional
d'Art Sostenible de Catalunya
→ DRAP-ART AL GÒTIC!

www.drapart.org

Del 18 de novembre
al 21 de desembre de 2021
Barcelona, Barri Gòtic

25
ANYS



1.3 Análisis Benchmarking referencias

Existen a nivel estatal e internacional experiencias cuyo análisis puede resultar de interés para este proyecto por presentar similitudes en sus antecedentes y responder a cuestiones que han sido identificadas como claves tanto en el análisis elaborado como entre los agentes de este proyecto.

El establecimiento de modelos de referencia supone un proceso de análisis documental en el que, a partir de una hipótesis de partida, se definen una serie de proyectos, **en base a una serie de criterios de selección**, que pueden ser modelos de buenas prácticas para este caso.

El estudio de los antecedentes de estos ejemplos, su contenido, su modelo de participación dirigido a la ciudadanía, su vocación de futuro, y los resultados que han alcanzado hasta el momento, aportarán un importante factor de **inspiración y contraste** para este proyecto con la premisa básica de proyectos dedicados a la **construcción del ecobarómetro y al proceso de participación ciudadana**.

Lógicamente, no todos los modelos seleccionados responden a todos los criterios que se nombran, y que quedan reflejados en el **esquema** de la página siguiente.



1.3 Análisis Benchmarking referencias



1.3 Análisis Benchmarking referencias

Procesos de participación ciudadana

- **Asamblea Ciudadana para el Clima**
- **Con R de Rivas. Ayuntamiento de Rivas Vaciamadrid**
- **Estrategia de Gobernanza para los espacios de la Red Natura 2000 marina del proyecto LIFE INTEMARES. Demarcación marina Estrecho y Alborán y Suratlántico**
- **El futuro es ahora**

Instrumentos para medir la conciencia ambiental

- **Ecobarometro de Andalucía**
- **Web de residuos. Consorcio Valencia Interior.**
- **Observatorio sobre la huella de carbono**
- **Círculos de comparación intermunicipales. Diputación de Barcelona**
- **PLASTICOPYR Switch. Universidad de Girona.**
- **Sondeo sobre la gestión de residuos municipales. Conama**

Campañas de información y sensibilización

- **Campaña Libera. SEO/BirdLife y Ecoembes**
- **Plastikería. Pamplona.**
- **El Mundo, reciclando haces que los residuos se conviertan en nuevos recursos. Cantabria circular**
- **Navarra se apunta a la orgánica**



1.3 Análisis Benchmarking referencias

**Proyectos
artísticos
relacionados con la
concienciación
medioambiental**

- **Ice watch. Olafur Eliasson**
- **Festival Drap-art. Barcelona**
- **Laberinto de residuos. Madrid**

**Nuevas
tecnologías
para informar sobre
medioambiente**

- **App The planet**
- **App sobre la gestión de los residuos en el hogar. Consorci Mare.**
- **#EA26 educación ambiental**
- **eLitter**
- **Reciclaje 5.0**



1.3 Análisis Benchmarking referencias

Aspectos y transferencias a tener en cuenta



**Procesos de
participación
ciudadana**

1. Compartir conocimiento e identificar y debatir propuestas (deliberar) para avanzar en la respuesta urgente a los retos planteados.
2. Monitorizar la participación para que la representatividad sea adecuada. Personas que reflejan la diversidad de la sociedad actual.
3. Asegurar la aleatoriedad, permitir garantizar la calidad y representatividad de la muestra basada en criterios como la edad, género, nivel educativo, procedencia geográfica, y residencia en área urbana o rural, entre otros.
4. Poner el foco en las soluciones: Informe de recomendaciones y propuestas.
5. Generar Modelos de gobernanza con diferentes órganos independientes y transparentes.
6. Implicar a todos los agentes tanto a nivel interno (propia organización) como externo.
7. Acompañamientos de expertos y facilitadores.
8. Analizar dos grandes desafíos presentes como son: participación (incentivos) y coordinación (comunicación).
9. Búsqueda de datos, ordenación y explotación para toma de decisiones a nivel técnico y político.
10. Fomento del uso de la tecnología para incentivar la participación.



1.3 Análisis Benchmarking referencias

Aspectos y transferencias a tener en cuenta

**Instrumentos
para medir
la conciencia
ambiental**

1. Analizar la percepción, el comportamiento y la actitud de la ciudadanía.
2. Adecuar los instrumentos de gestión relacionados con la gobernanza ambiental a partir de los cambios detectados en la conciencia ambiental.
3. Reorientar las políticas ambientales hacia aquellos aspectos que más preocupan a la ciudadanía. Herramienta de mejora continua en la prestación y gestión de servicios públicos.
4. La elección de las personas que forman parte de la muestra se realiza mediante recorridos aleatorios dentro de cada sección.
5. Herramienta digital para ofrecer la máxima transparencia a la ciudadanía sobre todos los aspectos relacionados con la gestión de residuos en los municipios de manera fácil, rápida y directa.
6. Aumentar la calidad de la comunicación tanto interna como externa, ya que cualquier persona o institución tiene al alcance de su mano todos los datos.
7. Poner en valor y difundir el sistema informático de registro y control de los residuos recibidos y materiales recuperados.
8. Facilitar información en sectores de actividad y consumo cotidiano para incidir en los hábitos.
9. Medir, comparar y evaluar sus resultados mediante unos indicadores comunes, formar un grupo de trabajo para intercambiar experiencias e impulsar la mejora de la prestación y optimizar los servicios públicos.
10. Metodología de aplicación propia basada en herramientas que fomentan la participación y la transferencia de conocimiento.
11. Incorporar ciencia ciudadana: se quiere concienciar a la ciudadanía del problema haciéndola partícipe del proceso científico que lo analiza.

1.3 Análisis Benchmarking referencias



**Campañas de
información
y sensibilización**

1. Abordar el problema en tres dimensiones: conocimiento, prevención y movilización.
2. Despertar la conciencia ciudadana a través de la ciencia ciudadana.
3. Promover otro tipo de economías, por ejemplo, la circular.
4. Trabajar con aspectos lúdicos, divertidos y de gamificación para orientar y sensibilizar sobre cuestiones graves y trascendentes.
5. Utilizar diferentes canales de comunicación con la idea de impactar a públicos de todas las edades residentes en el territorio: televisión, radio, prensa, papel, prensa digital, soportes de exterior y redes sociales.
6. Plantear escenarios con los que sus habitantes se pueden sentir identificados.
7. Llegar a la mayoría de los núcleos de población del Territorio a través de iniciativas de información y sensibilización.
8. Dar a conocer una región con un alto valor ambiental de paisajes y ecosistemas, y también por el creciente compromiso de los ciudadanos de esta región con la conservación y protección del medio natural.
9. Canalizar la comunicación a través de prescriptores de ámbitos como la cultura, el deporte, la ciencia o la política para lanzar un mensaje común a la ciudadanía sobre la necesidad.
10. Reconocer a los negocios, entidades, personas... que realicen la gestión de residuos de forma adecuada con el distintivo de la campaña.



1.3 Análisis Benchmarking referencias

**Proyectos
artísticos
relacionados con la
concienciación
medioambiental**

1. Educar y concienciar al público sobre la sostenibilidad, de una forma original y en espacios públicos, tanto urbanos como naturales, donde se puede llegar a más población.
2. Romper fronteras geográficas y políticas con un hilo conductor que es el planeta y el medio ambiente.
3. Pensar de manera crítica sobre nuestro propio rol ante el cambio climático y un futuro sostenible.
4. Vincular múltiples actividades y talleres en el espacio público como conferencias, conciertos, talleres de grafiti, teatro infantil, performances y otras expresiones alternativas para dar voz a la reivindicación principal: actuar es más importante que nunca.
5. Generar conciencia de un modo diferente, atractivo e impactante.
6. Implicar a personas y vecinos en la creación artística generando implicación, corresponsabilidad y complementariedad entre las diferentes miradas (a un problema común necesitamos una respuesta común)



1.3 Análisis Benchmarking referencias



1. Permitir llegar a otro tipo de públicos que utilizan las tecnologías de forma cotidiana.
2. Comprender el impacto que generan actividades cotidianas y ayudar a minimizarlo.
3. Reducir residuos de forma divertida, con retos, competiciones y regalos.
4. Reconocer el esfuerzo de las personas participantes en el reto y entregar premios a las personas participantes que obtengan más puntos en la aplicación.
5. Comunicar mejor con la ciudadanía y cómo incidir en que, para que los residuos se conviertan en recursos, cada uno debe acabar en su contenedor correspondiente.
6. Generar educación ambiental de una manera lúdica y sencilla.
7. El uso de las redes sociales, principalmente para el público joven, permite dar a conocer las ideas, transmitir conocimiento y establecer debates relacionados con el medioambiente.
8. Conseguir un proceso colectivo de generación de conocimiento, una colaboración más estrecha entre ciencia y ciudadanía, y una mayor implicación de la sociedad ante el problema de la basuralidad.
9. Convertir en hábito el reciclar a través de dispositivos digitales y además que conlleve una recompensa (canjearlas luego por incentivos sostenibles).

