

COMUNIDAD BIOSFERA “Hacia una nueva conceptualización: nuclear, diversa, reconocible y más humana”

Resumen de la experiencia

La Reserva de la Biosfera de La Palma lleva muchos años de trabajo con la Marca “La Palma, Reserva Mundial de la Biosfera”, que ha sido experiencia pionera durante años. Sentadas las bases y tipologías que dan sentido a la misma, se da el siguiente paso, creando un concepto de “comunidad” en torno a la misma, con la finalidad de reconocerse, dar identidad y crear sinergias. Debido a que el valor material de la Marca ya se entiende, se trata de conquistar el valor humano e identitario.

Datos generales

INSCRITA EN: Estrategia Comunidad Biosfera 2020 y Plan de Gestión 2023-2032

PERIODO DE EJECUCIÓN: Desde el año 2020 en adelante.

ENTIDAD PROMOTORA: Reserva Mundial de la Biosfera La Palma

PARTICIPANTES: Todas las personas que de alguna manera se han vinculado a la Marca “La Palma Reserva Mundial de la Biosfera” y están autorizados al uso de la misma en alguna de sus tipologías: Producto, Artesanía, Turismo y Empresa Amiga.

ENTIDAD FINANCIADORA: Fondos propios de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma.

¿SE ENCUENTRA DISPONIBLE EN INTERNET? Breve información nivel usuario, como acceso a la Marca en el siguiente enlace:

<https://lapalmabiosfera.es/comunidad-biosfera/>

Justificación

Ser reserva de la biosfera refleja el compromiso ético, local e institucional en la gestión responsable de los recursos de forma que beneficie a la gente y su entorno. Las definiciones de "comunidad" más actuales hacen énfasis en dos elementos claves: los estructurales y los funcionales, aunque pueden combinarse ambos elementos.

- Los elementos estructurales se refieren a la consideración de la comunidad como un grupo geográficamente localizado regido por organizaciones o instituciones de carácter político, social o económico.
- Los elementos funcionales se refieren a la existencia de necesidades objetivas e intereses comunes, esos aspectos son importantes, aunque pueden ser aplicados a otras entidades, no solamente a la comunidad como concepto.

La Reserva Mundial de la Biosfera Palma aspira, por una parte, a ser esa entidad aglutinadora que establezca los marcos, los escenarios y las herramientas para la colaboración; y, por otro lado, a poner en el centro a las personas, dar protagonismo al individuo, y hacerlo sentirse acompañado. Hablar de Sociedad, nos puede relegar a un individuo alienado, hablar de comunidad necesariamente nos lleva al concepto de la individualidad compartida, personas que se identifican con algo, que tienen algo en común.

Objetivos

Desde la creación de la Marca en el 2004 y tras su actualización, la Marca se ha convertido en un elemento aglutinador de las actuaciones que se dan en la propia Reserva Mundial de la Biosfera La Palma en las tres áreas de intervención.

De este modo, se facilita el logro de los objetivos de notoriedad y racionalización de los esfuerzos de comunicación, al tiempo que se potencian la colaboración, las sinergias, el reconocimiento mutuo y la generación de prescriptores de Marca y fiabilidad en el marco de la sostenibilidad insular.

Por tanto, la Estrategia de conceptualización de la "Comunidad Biosfera" da respuesta a la cuestión de la identidad, que se ha desarrollado más ampliamente en el plan de Gestión 2023-2032.

Aspectos destacables de la experiencia

Dar nombre al conjunto, crear concepto de comunidad, porque "lo que no se nombra no existe y lo que se nombra construye realidades". Esta determinación hace que el concepto de grupo, con fines comunes, localizado geográficamente, con identidad propia, y con una relación de similar naturaleza con su Reserva de la Biosfera, sea un paso que parece pequeño, pero construye una nueva realidad para/con ellos/ellas.

Darle categoría de órgano de apoyo, dentro del propio Organigrama de la Fundación, porque nos interesa que se pronuncien, que entiendan su importancia, y el sitio que tienen. Su participación "reglada" supone que se acaba con la unilateralidad, ya que anteriormente se suponía que ellos obtenían el beneficio del valor inherente de la propia Marca. Ahora la comunicación y el beneficio es bidireccional.

Propiciar espacios de solidaridad y escucha entre los diferentes sectores, Normalmente las reuniones se celebraban con cada tipología: Turismo, Artesanía, Producto o Empresa Amiga. Compartir foro con los otros sectores enriquece el discurso. La oportunidad de que su voz sea escuchada, no solo es interesante para nosotros, sino para ellos mismos, y el foro se vuelve más consciente y solidario.

Resultados

Ver memorias de gestión en Portal de Transparencia, sede electrónica de la Reserva Mundial de la Biosfera La Palma. Apartado Economía verde (actualmente “Economía consciente”):

<https://lapalmabiosfera.sedelectronica.es/transparencia/a1b6062e-460f-495c-825a-2f801b185d1b/>

(2021 en adelante)

Evaluación

Cada año en las memorias sirven para hacer una valoración y autoevaluación que hace que se vaya corrigiendo el rumbo. Pero esta estrategia ha venido para quedarse, porque no se ha establecido con objetivos materiales, sino conceptuales que se verán a largo plazo.

Difusión

Web de la Reserva: <https://lapalmabiosfera.es/comunidad-biosfera/>

En nuestras redes sociales cuentan con una presencia constante, ya que tiene un apartado de “Bienvenida a la Comunidad” y “Conoce a...”

Además del perfil institucional en Instagram, se cuenta con un perfil (@comundiadbiosfera) que cumple el triple cometido de darles visibilidad a ellos, y al trabajo de la institución para ellos, además de información de interés que deben conocer.

Seguimiento

El seguimiento es llevado a cabo por la Unidad técnica de Trabajo del Área de “Economía consciente”, la Dirección Ejecutiva, la Secretaría, y en última instancia el Patronato de la Reserva.

Aspectos replicables en otras Reservas

Este proyecto es totalmente replicable en otros territorios reserva de la biosfera, sobre todo los que ya tengan una Marca, o la vayan a poner en marcha.

Durabilidad

Esta estrategia tiene compromiso de durabilidad, y la financiación puntual lo refuerza, pero no es determinante.



Algunos integrantes de la Comunidad Biosfera, tras asistir a un curso de Mejora de imagen.



Fragmento del folleto informativo de La Marca, con el concepto de Comunidad Biosfera como aglutinador de todas las tipologías.

**Reserva de la Biosfera
La Palma**

Datos de contacto

Blasco Martín Arrocha
Técnico Reserva de la Biosfera La Palma
blasco@lapalmabiosfera.es