

## **EJE IV.- AMPLIACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL CONOCIMIENTO FORESTAL.**

### **IV.3.- MEJORA de la COMUNICACIÓN y la DIVULGACIÓN de la CULTURA FORESTAL**



*Julio 2024*

**JUNTA DE EXTREMADURA**

Consejería de Gestión Forestal y Mundo Rural



**UNIÓN EUROPEA**

Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural:  
Europa invierte en las zonas rurales

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.- Marco legal, competencial e instrumental sobre comunicación y divulgación de la cultura forestal.....	1
2.- Objetivos operativos para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal. ....	1
3.- Directrices y criterios orientadores para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal.....	2
4.- Medidas para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal. ....	6

## 1.- Marco legal, competencial e instrumental sobre comunicación y divulgación de la cultura forestal.

Desde 1995, Naciones Unidas (FAO-NU) destaca la necesidad de que los países miembro proporcionen una **información forestal** precisa para la toma de decisiones sobre políticas forestales, actividades forestales, bosques y resto de tierras forestales, y de **promover su conocimiento, intercambio y difusión en la sociedad**.

En este contexto internacional, en España se desarrolla la Ley estatal 43/2003 de Montes, modificada por Ley 10/2006, cuyo artículo 57 contempla en su apartado 2 que “*la Administración General del Estado cooperará con las comunidades autónomas y los agentes sociales representativos en el establecimiento de programas de divulgación que traten de dar a conocer la trascendencia que tiene para la sociedad la existencia de los montes y su gestión sostenible, y la importancia de sus productos como recursos naturales renovables*”, y en el 3, que “*las Administraciones públicas fomentarán el conocimiento de los principios básicos de la silvicultura entre los propietarios privados de los montes y los trabajadores forestales*”, extensible a toda la sociedad.

A nivel regional, la Ley 6/2015 Agraria de Extremadura, que regula en su título VII lo relativo al ámbito forestal, no dispone ningún precepto relativo a la **difusión de la información, el conocimiento y la cultura forestal** por parte de la administración forestal. Por tanto, este cometido actualmente le correspondería a la **Dirección General de Sostenibilidad** de la *Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Sostenible*, como parte integrante, estas materias, de la **educación e información ambiental en la región**.

Sí determina esta ley, en su artículo 281, apartado i, que uno de los componentes de la Estadística Forestal Extremeña, en cumplimiento de lo recogido también en la Ley de Montes nacional, es la **percepción social de los montes y la realidad forestal extremeña**, que debe ser evaluada mediante prospecciones periódicas. En este sentido, en 2009 se realizó en Extremadura un *análisis sociológico* mediante una encuesta a la población extremeña, diferenciada entre urbana y rural, que permite extraer conclusiones interesantes sobre la percepción social de los montes y de la realidad forestal que tienen los extremeños.

## 2.- Objetivos operativos para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal.

Con el fin de **mejorar la comunicación** desde la administración forestal y de **divulgar** con mayor alcance **el conocimiento y la cultura forestal**, se plantea esta **Línea de Acción IV.3** en el marco del Plan Forestal de Extremadura con los siguientes **objetivos operativos**:

- ☒ Procurar que **la administración y el sector forestal** extremeño en su conjunto, a través de sus técnicos, propietarios o gestores, profesionales y trabajadores, empresas e industrias de *productos forestales*, sean **fuentes de información en redes sociales y para los medios de comunicación**, con el objetivo de tener **mayor protagonismo informativo** y conseguir que el conocimiento y la cultura forestal de la sociedad se aproximen a la realidad regional.
- ☒ Disponer de una **plataforma digital propia de difusión** y de un **fondo documental accesible** para usuarios y público interesado, con **bibliografía, publicaciones, material divulgativo y documentos históricos** a cerca de los montes extremeños, temáticas forestales actuales, así como sobre *actuaciones forestales emblemáticas o relevantes* y otras cuestiones o sucesos del ámbito forestal.

- ✚ Elaborar **estudios periódicos de opinión pública** que proporcionen un *análisis sociológico* de la **percepción social** del monte y de la realidad forestal en Extremadura
- ✚ Establecer **acuerdos de colaboración con la televisión pública regional** para la difusión de **noticias, programas divulgativos y campañas publicitarias** de temática forestal de interés estratégico para su divulgación social.
- ✚ Diseñar e impulsar **campañas de información, promoción y sensibilización**, tanto desde la administración como desde el sector forestal extremeño, sobre la necesidad, idoneidad y utilidad de las actividades, servicios y productos forestales de todo tipo, para su difusión en medios de comunicación, internet y redes sociales según destinatarios y usuarios, e insistiendo en los *beneficios ambientales y socioeconómicos* (empleo y rentas) que la actividad forestal proporciona.

### 3.- Directrices y criterios orientadores para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal.

Esta línea de acción está dirigida a mejorar la **divulgación social del conocimiento y la cultura forestal en medios de comunicación y redes sociales**. Es la tercera de las líneas que se articulan en el *Eje estratégico IV* del Plan Forestal de Extremadura, para la *ampliación y divulgación del conocimiento y la cultura forestal*.

✚ **Es necesario mejorar la fiabilidad de la información y las noticias forestales.**

La encuesta realizada a la población extremeña en 2008 sobre el monte y el sector forestal muestra que **una gran mayoría de los entrevistados** desconocen la situación de los montes extremeños, **se sienten poco informados** y muestran un escaso interés por noticias del ámbito forestal comparado con su atención al medio ambiente, sobre todo en los núcleos urbanos. Mientras, propietarios, gestores, profesionales y empresarios forestales requieren **más y mejor información** del ámbito y el sector forestal y más **fácilmente accesible**, incluso para agilizar tramitaciones administrativas.

Los **insuficientes flujos de información** en materia forestal entre la administración, el sector forestal, las organizaciones conservacionistas y, sobre todo, los medios de comunicación, se extienden a **la sociedad** en general, que muestra un **profundo desconocimiento** sobre el estado y evolución de la superficie forestal, las necesidades del sector, las actuaciones que hace la administración forestal regional en los montes a su cargo, o los beneficios ambientales y socioeconómicos (rentas económicas y empleos verdes) de la actividad forestal.

La aparición de **noticias forestales en los medios de comunicación es poco frecuente**, salvo las de incendios forestales en verano; el resto del tiempo y acciones en el ámbito forestal son prácticamente desconocidas para la opinión pública en general. Esta falta de información (**cuando no desinformación**), ayuda a la proliferación de protestas, repulsas o manifestaciones negativas basadas en *tópicos, bulos y prejuicios* contra determinadas actuaciones y actividades forestales, que se suelen relacionar equivocadamente con procesos regresivos como la deforestación, desertización o la pérdida de biodiversidad aunque estén previstas en un plan de ordenación de montes o en cualquier otro instrumento de gestión forestal sostenible aprobado por la administración competente.

Excepto las labores de extinción de los incendios forestales, **apenas se transmite información** en los medios de comunicación **de actuaciones positivas** por parte de la administración forestal, los técnicos forestales de escuelas universitarias especializadas, los propietarios o gestores forestales, o de las empresas e industrias de los distintos ámbitos del sector forestal.

La **información forestal no se difunde correctamente**, no llega bien a los medios de comunicación ni a los poderes públicos, ni mucho menos alcanza a la opinión pública.

La **administración y el sector forestal deben procurar ser fuentes de información directa de los medios de comunicación** en el ámbito forestal, para **lograr mayor presencia mediática y relevancia social** aportando argumentos técnicos y de profesionales forestales cualificados al mismo nivel que los de otros colectivos sociales o ambientales. Puede ser interesante, como ya se ha procedido en otras comunidades autónomas, incorporar **portavoces técnicos forestales ante los medios de comunicación** para una **labor divulgativa y didáctica** de las actuaciones y prácticas forestales de relevancia y, en particular, de incendios o repoblaciones, intervenciones selvícolas y trabajos forestales.

➤ **Conocer la percepción social de la realidad forestal en Extremadura debe ayudar para orientar los mensajes y las estrategias de comunicación social.**

Una encuesta de opinión pública realizada en países de la Unión Europea (proceso paneuropeo *Forest Europe* MCPFE, 2007) refleja entre otras cuestiones que casi el 60% de los ciudadanos europeos considera que la superficie forestal en sus países respectivos está decreciendo, cuando los inventarios forestales vienen mostrando lo contrario desde hace décadas.

De la misma manera, el estudio sociológico realizado en 2008-2009 en la región sobre *“La percepción social del monte y el medio natural extremeño”* reveló que **tres de cada cuatro extremeños piensan que la superficie forestal regional disminuye** o se mantiene, cuando en realidad viene aumentando considerablemente desde hace más de 50 años por el abandono de cultivos y pastos marginales, como ocurre también en las demás comunidades autónomas españolas y en casi todos los países de Europa. Además, **la mitad pensaba que los montes se encuentran en mal o muy mal estado de conservación**, a pesar de su constante mejoría desde hace décadas, incluso en salud, y de los efectos del cambio climático y los reiterados incendios forestales.

Esto ejemplifica la **percepción tan alejada que tiene la opinión pública extremeña de la realidad forestal**, debida al *desconocimiento y a la desinformación*, más aún entre la población urbana que en la rural. En efecto, se observan diferentes percepciones, al margen de la edad o el nivel de formación de los encuestados (público en general) o entrevistados (representantes sectoriales, agentes sociales y ambientales implicados y otras personas interesadas), cuando las respuestas se daban desde zonas urbanas, o se hacían desde pueblos cercanos a áreas forestales, por su mayor proximidad y mejor conocimiento del monte.

En realidad, **se percibe un desconocimiento generalizado sobre la realidad forestal** en casi todos los ámbitos de la sociedad extremeña, desde los medios de comunicación a la opinión pública, a los partidos políticos, incluso en la educación formal y más aún en la educación ambiental. **La mayoría de entrevistados piensan que la función ambiental y social del monte es más importante** para la sociedad actual **que su tradicional función productiva** como proverbial proveedor de materias primas útiles. Se ha pasado así en unas décadas del antiguo bosque productivo al meramente contemplativo o recreativo actual donde priman los servicios terciarios sobre su contribución al sector primario.

Después de casi 15 años, resulta conveniente **actualizar la percepción** de la sociedad extremeña **sobre la realidad forestal** de la región, para poder así orientar los *mensajes divulgativos*, las *estrategias de comunicación social*, e incluso la toma de *decisiones de política forestal*. Se deben realizar **sondeos o prospecciones de la opinión pública** quinquenales o, al menos, cada 10 años (con motivo de cada Revisión del Plan Forestal), a cerca de los montes y el sector forestal extremeño, mediante un *cuestionario selectivo* adecuado sobre una *muestra estratificada*

*significativa* de la población extremeña que, entre otras características (edad, sexo, nivel de formación y de vida, etc.), distinga entre población urbana, rural y próxima a áreas forestales.

Además, conviene realizar **entrevistas personalizadas** con representantes de los *propietarios, gestores de montes, empresarios del sector forestal, colegios profesionales, profesores de distintas disciplinas relacionadas con la gestión del medio natural y forestal, organizaciones ecologistas* y otros *grupos de opinión* interesados o implicados en la política forestal y la conservación de la naturaleza en Extremadura, así como con los *líderes de los grupos políticos* de la región, para conocer específicamente la percepción que tienen de los montes extremeños y de la realidad forestal de la región.

➤ **Es necesaria una mayor *divulgación de noticias, contenidos y actuaciones forestales en los medios de comunicación y las redes sociales.***

Apoyándose en la creciente **concienciación y sensibilidad** de la sociedad actual ante los acuciantes problemas ambientales y climáticos, hay que resaltar el **papel esencial de los ecosistemas y el sector forestal** para la *transición ecológica* hacia la *descarbonización* y la *neutralidad climática* en el marco de la *bioeconomía* emergente, y la **necesidad y bonanza de las actuaciones y actividades forestales**, por los *beneficios ambientales y socioeconómicos* que proporcionan, reconociendo a la vez al sector forestal extremeño el debido *protagonismo* que debería tener en las políticas emergentes de *medio ambiente, de energía y clima, o de desarrollo rural sostenible y reto demográfico.*

Se debe **analizar la presencia y relevancia** de las temáticas y actuaciones **de la administración y el sector forestal extremeño en los medios de comunicación** de ámbito regional o nacional, para identificar el tipo de noticias y opiniones que se publican sobre los montes, la política forestal y de conservación la naturaleza, y promover una mayor diversidad en las fuentes habituales de información (representantes de la administración y el sector forestal, grupos ecologistas, centros universitarios o de investigación...).

Es necesario que los profesionales cualificados de la administración y el sector forestal tengan mayor presencia mediática y que se creen mejores mecanismos de divulgación, para poder transmitir una información forestal ajustada a la realidad que **palie la desinformación y falta de cultura forestal de la sociedad**, e incluso el desprestigio y mala *imagen social* de muchos de los trabajos forestales cuando se analizan cayendo en tópicos y errores o inexactitudes que han calado en casi todos los ámbitos políticos y sociales de la Unión Europa y España, y que suelen llevar a la crítica y al alarmismo. Frente a ello, es necesario, destacar la utilidad, idoneidad y necesidad de las actividades forestales, entre otras causas, por los *beneficios ambientales, económicos y sociales* que proporcionan al conjunto de la sociedad.

Además de las denostadas repoblaciones forestales monoespecíficas o las repudiadas cortas de arbolado, se suele imponer la idea de evitar usar o consumir productos forestales para supuestamente no perjudicar al medio ambiente, cuando son *productos* de origen biológico procedentes de recursos naturales renovables que pueden y deben ser gestionados de modo sostenible y ordenado, y que, además, pueden sustituir a otros materiales con mayor huella de carbono y más nocivos para el medio ambiente, y son 100% reciclables o reutilizables como *biomateriales* en el marco de una **economía verde y circular.**

Para transmitir el conocimiento, la cultura y la realidad forestal a la opinión pública extremeña habrá que **procurar convergencias y sinergias** entre diferentes disciplinas y profesiones que tengan por objeto el estudio, la conservación, ordenación o gestión del medio natural y forestal, para proporcionar una **visión compartida** de una misma realidad forestal que dé



forma a una **estrategia de información y divulgación social** en los medios de comunicación tradicionales, internet y redes sociales a través de una adecuada **programación anual**.

Son necesarios **programas divulgativos, documentales y campañas de publicidad** que muestren el papel de los ecosistemas forestales en la conservación de la *biodiversidad*, la lucha contra la *crisis climática* o la *desertificación*, su importancia en la *transición ecológica y energética* hacia la *neutralidad climática* o la *descarbonización*, así como la relevancia del sector forestal en la *bioeconomía* emergente y en el *desarrollo socioeconómico* del medio rural, haciendo frente al *reto demográfico* de su despoblamiento.

Igualmente, **conviene que la administración forestal regional se dé a conocer a la sociedad mostrando públicamente** sus actividades, servicios y trabajos forestales para su conocimiento general. Algunas repoblaciones, intervenciones selvícolas, de conservación de flora y fauna silvestres, de mejora de hábitats forestales y su conectividad, de prevención fitosanitaria o frente a incendios, de corrección de procesos erosivos, avenidas e inundaciones, o de adaptación de masas forestales al cambio climático, pueden ejecutarse y ser visitadas durante su ejecución incorporando un enfoque divulgativo y didáctico, a modo de **experiencias demostrativas, en montes emblemáticos de la región** (montes de utilidad pública o en espacios protegidos) o en empresas e industrias del sector forestal relacionadas con dichas actuaciones.

A este respecto, **internet y las redes sociales son una herramienta muy útil de divulgación y comunicación** donde el sector forestal es actualmente casi invisible para la sociedad, y que debe ser potenciada desde las principales instituciones, organismos y entidades públicas y privadas relacionadas con el sector forestal extremeño para divulgar y promocionar tanto sus actividades como sus producciones y servicios.

☛ **La colaboración y la participación, piezas clave en la difusión y mejora del conocimiento y la cultura forestal en la sociedad extremeña.**

Es necesario procurar **acuerdos y mecanismos de colaboración** entre la administración y los representantes de propietarios o gestores, empresas e industrias del **sector forestal** extremeño para la **difusión de la información, el conocimiento y las prácticas y experiencias forestales demostrativas** en medios de comunicación y redes sociales, incorporando también a *expertos de reconocido prestigio*, y especialistas en disciplinas de la ciencia y la técnica forestal que aborden temáticas y contenidos forestales, o puedan responder a noticias, cuestiones y debates de actualidad en los medios de comunicación de amplia difusión en la región.

En estos acuerdos es necesario incluir a la *radiotelevisión pública regional*, sin perjuicio de la RTVE estatal, para **realizar, producir y emitir programas divulgativos y de temática forestal**, así como incluir **campañas divulgativas y promocionales** sobre el sector forestal en los *Planes Anuales de Publicidad y Comunicación Institucional* de la Junta de Extremadura.

Igualmente, la administración forestal regional debe **participar en los cursos y foros de encuentro** de entidades, organizaciones profesionales y demás agentes sociales, económicos y ambientales implicados o interesados en el sector forestal, para el intercambio de conocimientos y experiencias, detectar las necesidades del sector, y **mantener un flujo constante de información forestal actualizada** dirigido al entorno rural, organizaciones conservacionistas, profesores de educación formal y monitores de educación ambiental, etc.

☛ **Hay que procurar medias de fomento e incentivos a la producción de materiales y programas divulgativos, campañas publicitarias de información y promoción.**

Por último, en la línea de fomentar iniciativas *informativas, divulgativas y didácticas* por parte del sector forestal para una mayor *presencia social* y en medios de comunicación, internet y

redes sociales, es conveniente habilitar **subvenciones, incentivos económicos o beneficios fiscales al mecenazgo** para la producción y realización de materiales y programas divulgativos de temática forestal, así como **campañas publicitarias de información, promoción y difusión** que den a conocer actuaciones, actividades, empresas, industrias y productos forestales de **interés estratégico para su divulgación en medios de comunicación y redes sociales**.

En este sentido, también se recomienda realizar desde la administración forestal **promociones específicas de la sostenibilidad que implica el uso y consumo responsable de productos forestales**, procedentes de *recursos naturales renovables*, con ventajas para el clima, el medio ambiente, la *transición energética*, o con una repercusión socioeconómica muy importante en la *economía de proximidad* y el *desarrollo sostenible* del medio rural o el asentamiento de su población ante el *reto demográfico* de su progresivo despoblamiento, todas ellas políticas emergentes en donde los ecosistemas forestales deben ser protagonistas destacados. Son prioritarias también campañas sobre la **sensibilización, prevención y autoprotección ante incendios forestales**, sobre el uso público responsable del monte, sobre el valor de los montes, sus recursos y sus múltiples beneficios, servicios ecosistémicos y utilidades, y sobre la **responsabilidad ambiental y social de la administración y el sector forestal** en el ejercicio de una *gestión forestal sostenible*.

#### 4.- Medidas para mejorar la comunicación y la divulgación de la cultura forestal.

Como instrumento de ejecución del PFEEx, se articula en el **Eje estratégico IV** para la **mejora del conocimiento y divulgación de la cultura forestal**. En esta Línea de Acción se disponen un total de **11 medidas** para lograr los objetivos y retos propuestos para la mejora del acceso público a la información forestal, la divulgación y comunicación social, distribuidas así por tipo de medida:

##### **B. Administrativas: estructura y organización, procedimientos, coordinación, colaboración institucional y participación sectorial.**

**IV.3.B.01.- Creación de una portavocía técnica forestal** de referencia ante los medios de comunicación social, con *funciones explicativas, demostrativas y divulgativas* sobre actuaciones, servicios, trabajos forestales y noticias forestales.

**IV.3.B.02.-** Establecimiento de **mecanismos de colaboración** entre la administración y representantes de propietarios o gestores, empresas e industrias del sector forestal extremeño **para la difusión de la información, el conocimiento y las prácticas forestales demostrativas**.

**IV.3.B.03.-** Formalización de **acuerdos de colaboración con la radiotelevisión pública regional** para la realización, producción y difusión de programas y campañas divulgativas de temática y contenidos forestales de interés social en la región.

**IV.3.B.04.-** Acuerdos entre las administraciones competentes para la **inclusión de campañas divulgativas del sector forestal extremeño en los Planes Anuales de Publicidad y Comunicación Institucional de la Junta de Extremadura**, en especial programas sobre la campaña de incendios forestales y otras actuaciones relevantes de interés para la administración forestal regional y el sector forestal extremeño.

**IV.3.B.05.- Participación en cursos y foros de encuentro** de entidades, organizaciones profesionales y demás agentes sociales, económicos y ambientales implicados o



interesados en el sector forestal para el intercambio de conocimientos y experiencias, detectar las necesidades del sector, y mantener un flujo constante de información forestal actualizada.

### **C. Planes, programas, actuaciones sobre el territorio, análisis y estudios.**

**IV.3.C.01.- Programa de actividades divulgativas** en montes emblemáticos de la región con implicación de los medios de comunicación, grupos ecologistas, líderes de opinión y otros interesados, con visitas a trabajos y actuaciones forestales relevantes *de la administración forestal o de empresas e industrias del sector forestal*.

**IV.3.C.02.-** Generación de **materiales divulgativos** con temáticas y contenidos forestales seleccionados para su difusión a través de medios de comunicación, redes sociales y plataformas digitales en función de sus destinatarios y grupos de interés.

**IV.3.C.03.-** Realización de **prospecciones periódicas de la opinión pública extremeña** sobre los montes y el ámbito forestal extremeño **y entrevistas personalizadas** con representantes significativos del sector forestal y de la conservación de la naturaleza en Extremadura que permitan evaluar la percepción social de la opinión pública extremeña sobre la realidad forestal de la región y reflejar la opinión e impresión de los agentes sociales implicados o interesados en el mundo forestal, así como sus variaciones entre sucesivas prospecciones.

**IV.3.C.04.- Estudio sobre la presencia y relevancia de lo forestal en los medios de comunicación** para identificar la opinión que manifiestan sobre la actividad forestal, así como a sus fuentes habituales de información.

**IV.3.C.05.- Ayudas públicas para la producción y realización de materiales y programas divulgativos de temática forestal** en la región para procurar una mayor relevancia y presencia en *medios de comunicación, internet y redes sociales*.

**IV.3.C.06.- Campañas de información, promoción y sensibilización**, tanto desde la administración como desde el sector forestal extremeño, **sobre la necesidad, idoneidad y utilidad de las actividades, servicios y productos forestales**, y la **gestión sostenible** de los ecosistemas forestales, insistiendo en los *beneficios ambientales y socioeconómicos* (empleo y rentas) que la actividad forestal proporciona.