

DESENVOLVIMENTO DE UM CENTRO WETLAND

1: Centros Públicos e CEPA



Manual de Introdução da
WLI (Wetland Link International)
a rede global de centros wetland
(Centro de Zonas úmidas)



Índice

- 1. Introdução** – Objetivos e escopo do manual
- 2. O mundo dos centros wetland** – Sua diversidade e alcance global
- 3. Contexto** – CEPA (Communication, education and public awareness – Comunicação, educação e conscientização pública)
- 4. Por que você quer um centro wetland** – Visão, missão e planejamento
- 5. Desenvolvimento** – Criando o centro
- 6. O que dizer** – Mensagens, temas e histórias
- 7. Público alvo** – Audiências, acesso e inclusão
- 8. Interpretação** – Abordagem interpretativa
- 9. Hardware** – Exibições, gráficos, exposições, interativos, meios.
- 10. Software** – Interpretação, eventos e atividades.
- 11. Operações** – Administrando o centro
- 11. Corações e mentes** – Sócios, apoiantes, voluntários. Recorrência. Conscientização/experiência para a ação.
- 12. Estudos de caso**
- 13. Glossário**
- 14. Referências e links**
- 15. Agradecimentos**

Capítulo 1 - Introdução

“Você pode me ajudar? Estou interessado em criar um centro wetland”

“Este lugar é sensacional, temos de ter um em nosso país”

“O que é um centro wetland, onde posso obter mais informações?”

O conceito de um centro wetland não é familiar a muitas pessoas. Entendemos as palavras “reserva natural”, “parque nacional”, “jardim botânico”, “museu” e “zoológico”. Elas remetem a imagens distintas. Mas o que é um centro wetland?

Este manual on-line tenta responder à pergunta. Mais adiante, encontram-se delineados o pensamento, a filosofia e as perguntas a serem considerados ao desenvolver e administrar um centro wetland. A ênfase está no CEPA (Communications, Education and Public Awareness), os aspectos das “pessoas” para criar e administrar um centro wetland.

Esperamos que este manual seja o primeiro de uma série e que edições posteriores complementem o “processo de pensamento” com detalhes práticos ou considerem outros aspectos do CEPA e wetlands (como CEPA e redução da pobreza, modos de vida sustentáveis e trabalho com as comunidades ao redor das wetlands). Talvez outras organizações façam a compilação de manuais relacionados sobre outros aspectos do desenvolvimento de um centro wetland (como as espécies e o gerenciamento do *habitat*, hidrologia, etc.). O CEPA não é a história inteira. Seu desenvolvimento pode envolver combinação de arquitetos, arquitetos paisagísticos, hidrólogos, cientistas do solo, ecologistas wetland, criadores e restauradores de *habitat*, monitores de biodiversidade, biólogos da vida selvagem, planejadores, colaboradores, pessoal de desenvolvimento, gerentes de projeto, comunidades locais, profissionais de marketing, conselheiros jurídicos, contadores, designers, artistas, contratantes e muitos outros além do pessoal do CEPA e a equipe inteira do desenvolvimento do núcleo.

Este manual foi criado pela WWT (The Wildfowl & Wetlands Trust, a única organização do Reino Unido voltada para a conservação de wetlands, com uma rede nacional de centros wetland para visitantes (visite www.wwt.org.uk). Como parte de seus programas de conservação, a WWT coordena uma rede global de centros wetland, a WLI (Wetland Link International) (visite www.wli.org.uk). A WLI tem um Memorando de Cooperação com a Convenção de Ramsar, convenção internacional e intergovernamental sobre a conservação de wetlands (visite www.ramsar.org).

A WLI, a WWT e a Ramsar recebem muitos inquéritos sobre o desenvolvimento de centros wetland do mundo inteiro. Os inquéritos são provenientes de ministérios e departamentos governamentais, organizações não governamentais e indivíduos particulares. Desejam criar um centro wetland ou melhorar a administração eficaz de um centro existente. Esperamos que este manual atenda suas necessidades de alguma forma.

A WLI agradece o apoio do Governo do Reino Unido por meio do Defra (Department of Food, Environment and Rural Affairs - Departamento de Alimentação, Ambiente e Assuntos Rurais) por apoiar financeiramente a criação deste manual. Também agradecemos ao Banco HSBC por apoiar o desenvolvimento contínuo da WLI.

Este manual é um começo. Inevitavelmente nossos exemplos são tirados da Wildfowl & Wetlands Trust. Esperamos que este manual aumente para incluir a melhor prática de uma faixa mais ampla de centros wetland a nível mundial. Além disso, esperamos que forneça material de suporte para aprendizagem a longa distância e treinamento local sobre esta área.

Capítulo 2 – O mundo dos centros wetland

A Wetland Link International (WLI – a rede global de centros wetland) define um centro wetland ou centro educacional wetland ou centro de aprendizagem wetland como *“qualquer local onde existe interação entre as pessoas e a vida selvagem, e a atividade do CEPA ocorre para dar suporte à conservação da wetland”* (visite www.wli.org.uk).

Tradicionalmente, os centros wetland tiveram a tendência para abranger wetlands com sinais interpretativos associados, trilhas, exposições (possivelmente mais amplas) e um edifício do centro de visitantes para contarem histórias sobre wetlands (incluindo a wetland específica em questão), sua biodiversidade e conservação.

Mas o mundo dos centros wetland está crescendo rapidamente, na verdade, está superando de alguma forma o crescimento da definição clássica da WLI. Os centros wetland podem enfatizar questões da vida selvagem, mas também podem igualmente concentrarem-se em questões do uso inteligente da wetland conforme exposto na Convenção de Ramsar. Os centros desenvolvem freqüentemente a narrativa que inclui a importância da(s) wetland(s) para a população circundante: relações culturais, modos de vida sustentáveis como meios de reduzir a pobreza e assim por diante. Alguns centros wetland concentram-se na herança arqueológica.

Às vezes o centro wetland nem mesmo está situado numa wetland real. Quem pode dizer que exposições como aquelas que fornecem detalhes do Rio Hudson no Aquário de Nova Iorque ou a exposição Swamp no zoológico Brookfield de Chicago não são um tipo de wetland? Na outra extremidade do espectro está o projeto de uma comunidade com base em torno de questões de pescas sustentáveis num centro wetland? É certamente um local onde as pessoas e as wetlands interagem e o CEPA tem lugar para conservação e uso inteligente da wetland.

Os centros wetland são uma mistura de reserva natural, área selvagem, jardim botânico, recolha de animais em cativeiro, museu, centro científico e local de herança cultural ou qualquer combinação acima. Variam desde centros ligados a locais particulares a edifícios que contam histórias sobre captações completas de água urbana, bacias de rios ou abordagens apropriadas de paisagens/ecossistemas inteiros para conservação da wetland.

Os centros wetland podem ser gerenciados por governos, organizações não governamentais, indivíduos particulares e empresas ou combinações e parcerias acima. Podem ser pequenos negócios locais ou projetos de milhões de libras esterlinas. Uma rápida visita ao diretório global dos centros wetland no mundo WLI (www.wli.org.uk) mostra a sua diversidade e fornece contatos para aqueles que desejam obter mais informações sobre centros wetland específicos.

Existem centenas de centros wetland no mundo. Oferecem:

- Refúgios naturais e culturais espetaculares como espetáculos da vida selvagem e herança, características da paisagem, centros de uso inteligente para conservação/sustentabilidade, atrações para visitantes e ecoturismo, funcionando como locais para aprendizagem pública, acesso a espaços verdes e à conservação da biodiversidade/herança.
- Um sentido de local e a conexão que resulta com a natureza. Esses poderosos laços emocionais são particularmente importantes à medida que as pessoas tornam-se mais urbanizadas e “alienadas” da natureza. O acesso à natureza alivia o estresse e fortalece espiritualmente. Experiências de vida significativas acontecem frequentemente após o contato e podem catalisar o interesse ao longo da vida pelas questões ambientais.
- Oportunidades para aprendizagem fora da sala de aula das escolas. Em muitas partes do mundo, as visitas escolares diminuíram visto que as culturas dependem mais dos meios virtuais, desenvolvem currículos escolares mais prescritos e fomentam o nascimento da cultura do “medo” da legislação excessiva da Saúde e Segurança e litígio. Os centros wetland oferecem uma experiência segura da natureza em primeira mão.
- Os benefícios dos centros wetland juntamente com exemplos a nível mundial encontram-se em “*Making a Splash – the potential and practice of wetland centres*” cujo *download* é gratuito em www.wli.org.uk.

Capítulo 3 – Contexto

Peter Scott, fundador da Wildfowl & Wetlands Trust, considerou que os centros wetland (e a WWT em geral) são importantes para "juntar as pessoas e a vida selvagem para benefício de ambos".

Os centros wetland são ótimos ambientes de aprendizagem: locais onde acontece o CEPA. É pertinente definir o que entendemos por “aprendizagem” nesta altura e enfatizar algumas diretrizes da política de aprendizagem adotada pela WWT. Em seguida, é importante definir o significado separado de cada letra do acrônimo CEPA.

Aprender é o processo de “tornar-se”, tornar-se um ser humano bem constituído, tornar-se um indivíduo, tornar-se um cidadão. As pessoas não podem evitar a aprendizagem. Como primatas dotados de cérebro, nossas vidas envolvem várias aprendizagens: a educação que engrandece e cria a nossa natureza. A aprendizagem é um processo ativo. Envolve conhecimentos, capacidades, atitudes e valores. A teoria da aprendizagem tem mudado nos últimos anos de uma “paradigma de conhecimento” para um processo vitalício de encontrar o significado que inspira todos os aspectos de nossa vida diariamente. A aprendizagem também está ligada à mudança comportamental. Uma aspiração de aprendizagem da WWT é dar às pessoas as ferramentas intelectuais e conceituais para tomarem decisões pertinentes a respeito de seu meio ambiente local. A “competência da ação” é o ponto onde as pessoas têm as ferramentas e capacidades para essa realização.

Na essência, a aprendizagem é o processo de engajamento ativo com a experiência. Embora a “educação” seja abrangida no acrônimo CEPA, a WWT acredita que a “aprendizagem” é uma palavra menos emocional que resume melhor a complexidade de interações e níveis de engajamento nos quais nossas audiências estão envolvidas. Muitas pessoas ainda vêem a “educação” como uma processo puramente formal das escolas e universidades em vez de um processo ao longo da vida.

Alguns dos princípios das diretrizes de aprendizagem (tirados da WWT) são:

- A aprendizagem é um processo individual. As pessoas aprendem à sua custa e de diferentes maneiras. A aprendizagem inclui fundamentar o conhecimento existente e a experiência. Ocorre tanto em contextos solitários como sociais.
- Os programas de aprendizagem devem estar centralizados na aprendizagem (em vez de centralizados no educador). Devemos começar por onde o aprendiz está e adotar a sua perspectiva.
- A aprendizagem deve incluir todas as pessoas.

- A aprendizagem é uma atividade ao longo da vida, desde o berço até ao túmulo.
- A aprendizagem possui currículos e setores cruzados. As wetlands inspiraram a aprendizagem de todas as disciplinas, desde artes até zoologia. Tradicionalmente, esses locais oferecem programas de currículos escolares de ciência e geografia, porém existe mais escopo para a imaginação em outras áreas (por exemplo, línguas, história, arte, design e tecnologia, ecoturismo, etc.).
- A aprendizagem deve ser ativa e experimental. Uma pesquisa recente sobre como as pessoas aprendem indica que temos “várias inteligências” e aprendemos de várias maneiras diferentes. Algumas pessoas preferem “ouvir”, algumas preferem tocar, aprender por meio do movimento, números, “fazendo”, lendo ou mesmo através da música. Os indivíduos freqüentemente têm preferência por estilos e contextos de aprendizagem. Alguns aprendem melhor por meio do trabalho em equipe, outros por meio da atividade solitária. Alguns preferem sessões de aprendizagem “formais”, outros aprendem melhor por meio da descoberta autodidata. Nem todos estão presos a um estilo ou contexto de aprendizagem. Os centros wetland devem considerar e projetar programas de aprendizagem, experiências e interpretação que utilizam uma diversidade de abordagens e meios para oferecer à variedade de audiências e necessidades de aprendizagem.
- A aprendizagem envolve elementos de conhecimentos, capacidades, valores, atitudes e competências de ação que antecedem a mudança comportamental. Existem elementos cognitivos (conhecimentos) e afetivos (emocionais).

Os centros wetland devem adotar a melhor prática em todos os aspectos do desenvolvimento e funcionamento dos programas de aprendizagem. Isto inclui:

- Engajar no diálogo e fazer perguntas.
- Usar uma variedade de sentidos.
- Permitir que os aprendizes desenvolvam suas próprias experiências de aprendizagem, significados e conclusões.
- Relacionar a nova aprendizagem com conhecimento e experiência prévios.
- Dar prioridade as experiências “reais” com base na sala de aula.

- Utilizar o centro/local inteiro.
- Utilizar biofatos (por exemplo, espécies de plantas e animais) e artefatos (objetos culturais) conforme apropriado.
- Considerar a agenda do aprendiz como ponto de partida.
- Utilizar uma diversidade de abordagens e meios para considerar diferentes estilos e contextos de aprendizagem.
- “Divertir-se” seriamente: espanto e descoberta com base em princípios, estilos e contextos de aprendizagem sonoros.
- Praticar o que falamos, podemos falar sobre conservação e sustentabilidade, estamos fazendo isso nos nossos edifícios, lojas, restaurantes e andares?
- Envolver toda a equipe e voluntários do centro wetland na aprendizagem.
- Aprender é melhor quando as pessoas se sentem confortáveis em relação ao seu meio circundante.
- Planejar todos os programas de aprendizagem com objetivos de aprender, sentir e fazer como também ser SMART (Specific (específico), Measurable (mensurável), Achievable (alcançável), Realistic (realista), Timebound (limitado pelo tempo)).
- Conduzir a avaliação com base nos principais indicadores de desempenho identificados para cada programa.
- A equipe de aprendizagem trabalha com padrões de aprendizagem acordados e é elogiada pelo mesmo.
- É realizada uma abordagem interpretativa (veja o capítulo 8)
- Programas diferenciados de acordo com as necessidades, idade, capacidades, requisitos do currículo do aprendiz, etc.
- Incentivar os aspectos sociais da aprendizagem.
- Incentivar o desenvolvimento de parcerias e redes

O que significa o acrônimo CEPA? As informações abaixo estão modificadas no site da Ramsar (www.ramsar.org/key_cepa_programme_e.htm)

Comunicação – troca bidirecional de informações que leva à compreensão mútua e melhorada

Educação – processo de informação, motivação e capacitação de pessoas para dar apoio à conservação de wetlands por meio do seu estilo de vida e pela maneira como os indivíduos, instituições, negócios e governos funcionam.

Conscientização – processo de trazer as questões (wetland) para a atenção dos grupos chave que têm o poder de influenciar os resultados

O CEPA de wetlands não é destinado apenas para crianças. Afeta todas as pessoas desde o governo ao povo. A questão das audiências é delineada no capítulo 7.

Convenção de Ramsar e o CEPA

A Convenção de Ramsar sobre Wetlands é um tratado intergovernamental que fornece a estrutura para os países adotarem ações locais, regionais e nacionais, e a cooperação internacional para a conservação e uso inteligente das wetlands e seus recursos. A Convenção foi iniciada na cidade iraquiana de Ramsar, em 1971. Hoje em dia, cerca de 150 países juntaram-se à Ramsar como partes contratadas, com mais de 1.550 locais de wetlands no mundo, perfazendo o total de 130.500 milhões de hectares.

A Convenção de Ramsar tem um Programa do CEPA (2003-2008). A Resolução do Ramsar V111.31 esboça o programa que identifica centros wetland como os principais locais para promover os princípios da conservação e uso inteligente das wetlands por meio das atividades do CEPA. Visite www.ramsar.org/key_res_viii_31_e.htm e também o mini-site Ramsar CEPA relacionado, www.ramsar.org/outreach_index.htm

A Convenção de Ramsar também identifica a WLI (Wetland Link International) como a principal organização para ajudar as partes contratantes da Ramsar nesta área de trabalho. A WLI e a Convenção de Ramsar assinaram o Memorando de Cooperação em novembro de 2005. Tornar-se sócio da WLI é gratuito em todos os centros mundiais wetland.

É possível que haja um plano de ação CEPA para wetland regional, nacional ou subnacional em seu país ou local. Visite www.ramsar.org/outreach_nationalactionplants.htm

WLI (Wetland Link International)

A WLI é uma rede global de centros wetland. Os objetivos são:

- Incentivar e dar apoio à troca de informações e aos especialistas internacionais envolvidos nos programas wetland do CEPA, particularmente aqueles que funcionam a partir de centros wetland, estudos de campo e centros educacionais ambientais, zoológicos, jardins botânicos, museus, centros científicos, reservas naturais e aquários.
- Defender e ajudar o desenvolvimento de novos centros wetland e seus programas associados no mundo inteiro.
- Melhorar a eficácia das operações dos centros wetland, partilhando conhecimentos por meio de programas de treinamento e intercâmbio.
- Agir em favor de um lobby para maior inclusão de programas do CEPA dentro das wetlands, instrumentos e iniciativas de conservação relacionados e dar suporte ao desenvolvimento de estruturas para a subsequente implementação a nível nacional, regional e global.

Para obter mais detalhes, incluindo os benefícios de tornar-se sócio, visite www.wli.org.uk. A WLI é atualmente apoiada pelo HSBC e Defra. Tornar-se sócio da WLI é gratuito em todos os centros wetland. Entre em contato com o coordenador da WLI, **Error! Reference source not found.** wli@wwt.org.uk.

Capítulo 4 – Por que você quer um centro wetland?

Parece uma pergunta óbvia, mas por que você quer desenvolver um centro wetland? É para promover a conscientização de uma determinado wetland? É para engajar as pessoas na conservação de uma wetland local? É para levar a pensar e motivar a ação para ação pessoal em nome das wetlands? É para realçar a importância das wetlands tanto localmente como globalmente? É para conectar as pessoas com a natureza? É para criar a opinião pública e/ou vontade política para conservação de wetlands? É para angariar fundos para a conservação de wetlands? É para desenvolver uma atração turística local? Talvez seja uma combinação de algumas ou todas as perguntas.

É importante pensar nisso. Muitas pessoas têm visitado o London Wetland Centre, por exemplo, e manifestam um interesse em criar um centro wetland. Pode parecer uma boa idéia no momento, mas sem propósito e visão claros, a intenção provavelmente falhará. Você planeja resolver um determinado problema ou preencher uma necessidade específica? Qual é a necessidade e como foi identificada? A resposta é a criação de um centro wetland?

A pergunta “por que” deve ser completamente respondida antes de você tratar de “como”. Sem clareza de pensamento, o centro pode terminar como um grupo misturado e desordenado de parque de diversões, reserva natural ou desenvolvimento de alojamento, e assim por diante, sem objetivos claros. Também é ruim quando o dinheiro do desenvolvimento acaba antes da conclusão. Você realmente precisa de um centro de milhões de dólares ou um edifício menor também engloba o trabalho?

Você tem de pensar no motivo do seu centro, seu local, mensagens e audiências. Qual o plano financeiro de seu centro? Se você não pode desenvolver tudo de uma vez, você faz o desenvolvimento em fases, criando uma exposição ou exposições de vez em quando? Como conseguirá dinheiro para administrar o centro após a abertura? Será a equipe a manter o centro em boas condições de funcionamento (como pessoas disponíveis, eletricitas, bombeiros hidráulicos), ou você sabe como encontrar tais pessoas em caso de emergência? Estas perguntas são desenvolvidas nos capítulos seguintes, mas um exame exaustivo das perguntas no início economizam dinheiro mais tarde e outras dores de cabeça.

Qualquer desenvolvimento de um centro wetland deve ter uma visão no início. Qual a aspiração do centro? Quais os ganhos, em termos de sustentabilidade e conservação, que deseja do centro? Quais são os objetivos comerciais? Pode expressar isso concisamente em uma ou duas frases? Esta é a visão do seu centro. É o grande propósito do seu projeto e deve ser mencionado no topo de qualquer plano relevante.

Em seguida, existe a declaração da missão do centro. Se a visão indica onde você vai, a declaração da missão resume, em uma ou duas frases, como você pretende alcançar a visão. Dessa forma, por exemplo, se uma visão destina-se a perpetuar a biodiversidade

de uma determinada wetland, a missão deve declarar como pretende fazer isso por meio da conservação de uma determinada wetland e sua biodiversidade. Qualifica-se isto com advertências como “por meio da conservação ativa de espécies e *habitats*” e/ou “o despertar da conscientização pública através de programas do CEPA”.

Qualquer plano de desenvolvimento e/ou mestre deve abranger as mensagens que pretende comunicar e as audiências que pretende alcançar. Isto é considerado nos capítulos 6 (O que dizer?) e 7 (A quem?).

O plano de desenvolvimento global está no plano mestre do centro wetland. Abrange o que a instalação já construída pretende fazer, a quem se destina, qual o conteúdo abrangido, como será financiada, e se continuará a ser financiada ou se será autônoma em termos financeiros. Esta última questão é abrangida no capítulo seguinte.

Capítulo 5 – Desenvolvimento

O plano mestre orienta o desenvolvimento do centro wetland. Os desenvolvedores enfrentam o desafio de pensar adiante quando o centro wetland é aberto, antecipar as necessidades detalhadas dos acionistas e usuários e assegurar que sejam cobertos totalmente no briefing no início do projeto. Dessa forma, é essencial que o centro wetland defina claramente seu objetivo e ao fazer isso coloque em primeiro lugar as pessoas no seu planejamento.

O exercício do plano mestre depende da consideração total e holística de fatores chave que dão forma ao processo de planejamento. Tais fatores incluem:

- Mercado atual (e futuro projetado)
- Fatores da exposição
- Fatores institucionais/organizacionais
- Fatores ecológicos

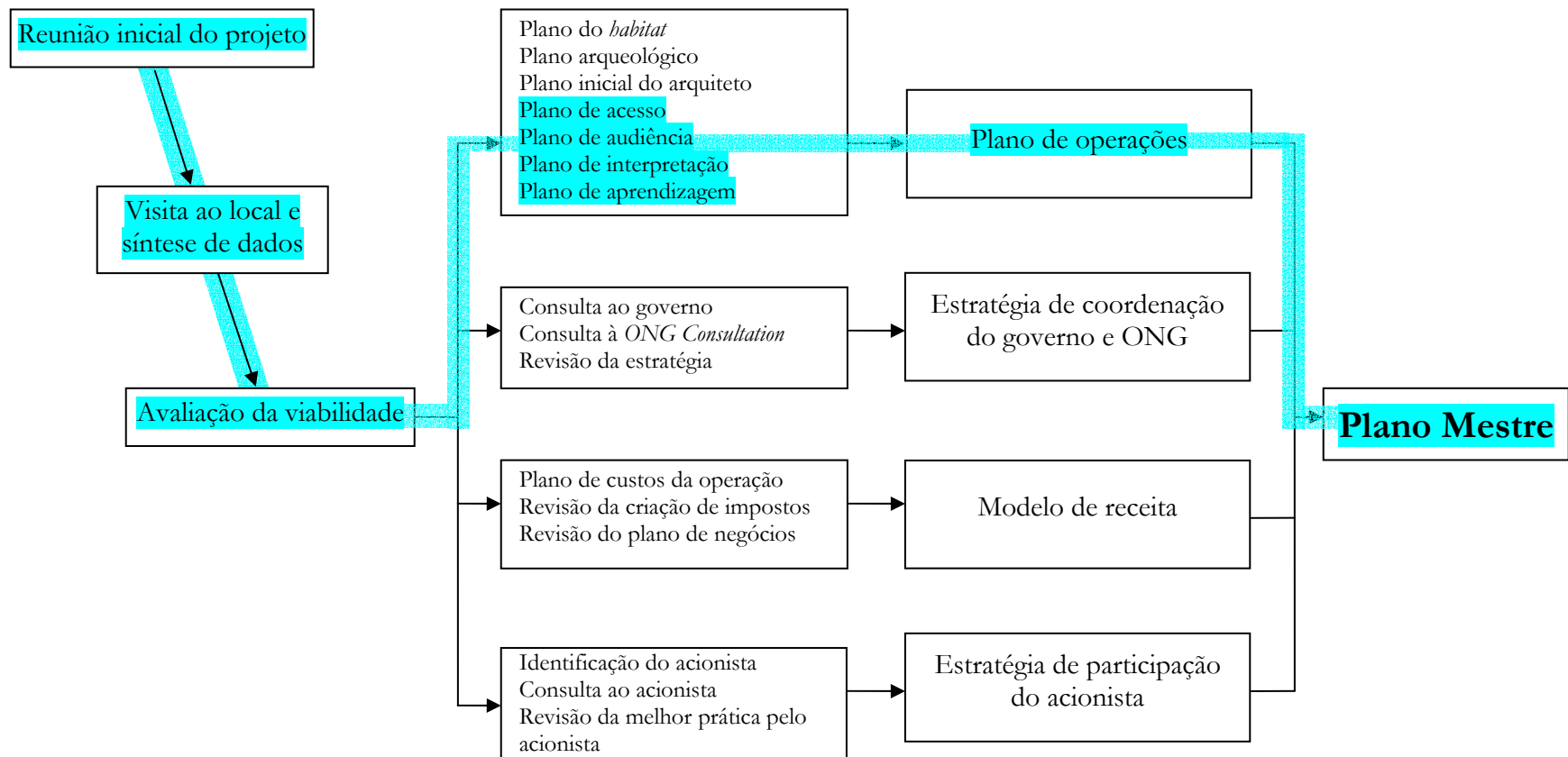
O exercício do plano mestre toma qualquer trabalho em andamento e o *briefing* do projeto e, em seguida, considerando o projeto em termos dos fatores acima mencionados funciona por meio de um processo que:

- Define os objetivos e parâmetros básicos do projeto
- Estabelece o contexto corporativo apropriado ao desenvolvimento
- Antecipa requisitos de espaço e instalações para futuros programas de exposições
- Faz o perfil dos potenciais usuários (audiências) do centro wetland
- Antecipa requisitos de espaço e instalações de centros wetland
- Resume a viabilidade do desenvolvimento e avança com uma estratégia de consecução (incluindo orçamento e programa).

No fim do processo, o documento Plano Mestre será uma definição formal e tangível do desenvolvimento proposto que pode ser usado para orientar o planejamento, implementação e financiamento. Um exemplo de processo de desenvolvimento é o seguinte:

- **Reunião inicial do projeto** – O escopo dos trabalhos e o horário são definidos. Os membros da equipe de trabalho se encontram. A solicitação de dados “lista de desejos” é submetida.
- **Visita ao local e síntese dos dados** – Os dados existentes (ecológicos, hidrológicos, ambientais, audiências, etc.) são revistos. Visita ao local para recolher dados adicionais. Definição de alvos (aprendizagens, visitas, ecológicos, etc.). Síntese de dados, identificação de restrições e obstáculos, avaliação do funcionamento do local.
- **Avaliação da viabilidade** – Avaliação do potencial edifício e custos de desenvolvimento, viabilidade do *habitat*, restrições logísticas e operacionais.
- **Desenvolvimento de aprendizagens, interpretações, acesso e políticas e planos para o desenvolvimento de audiências**

Figura 1 – Fluxograma ilustrando a seqüência de eventos que resultam no plano mestre.
O processo do CEPA está destacado em azul.



Políticas de aprendizagens – Provavelmente incluem o seguinte:

- **Resumo**
- **Introdução**
- **Descrição da organização relevante e sua visão/missão**
- **Princípios das diretrizes de aprendizagem dentro da organização** (veja o capítulo 3). Para recapitular: que a aprendizagem é um processo individual, que a preparação da aprendizagem do centro wetland é centrada no aprendiz, que todas as pessoas estão incluídas, que é um processo ao longo da vida (do berço ao túmulo), que possui currículos e setores cruzados, que deve ser ativa e experimental, que se destina a pessoas que aprendem de diferentes maneiras com preparações diferenciadas, que envolve emoções (aprendizagem afetiva) como também conhecimento (aprendizagem cognitiva), que dá prioridade aos tópicos e relevância; que envolve elementos de conhecimentos, capacidades, valores, atitudes e competência para passar por mudanças comportamentais, e que tem uma abordagem interpretativa (veja o capítulo 8 – Interpretação – a abordagem interpretativa).
- **Por que ter uma política de aprendizagem?** Talvez porque levanta o *status* de “educação” dentro da organização, que inspira e assegura os patrocinadores, potenciais patrocinadores e outros acionistas, que aumenta o potencial de aprendizagem do centro wetland, que ajuda a aumentar as visitas enfocando as audiências alvo e atendendo suas necessidades de aprendizagem, que contribui para o desenvolvimento da audiência (audiências atuais e potenciais), que fornece uma estrutura para a tomada de decisões e alocação de recursos, que fornece objetivos comuns e motivação para toda a equipe e voluntários.
- **Audiências e suas necessidades de aprendizagem**
- **Detalhe da preparação da educação formal** – programas para escolas e universidades
- **Detalhe da preparação de aprendizagem não formal** – programas, eventos e atividades para o público geral
- **Recursos e orçamento**
- **Redes externas**
- **Tendências atuais dentro do setor de aprendizagem**

- **Marketing**
- **Avaliação**

Um plano de aprendizagem fornece detalhes de como as políticas e os programas são anunciados. Terá objetivos SMART (específicos, mensuráveis, atingíveis, realísticos e limitados pelo tempo) e especifica quem é responsável pelo anúncio.

Subjacente à política de aprendizagem, o plano de interpretação fornece detalhes dos objetivos SMART para o desenvolvimento e anúncio da interpretação do centro wetland, considerando adequadamente os objetivos e a preparação da aprendizagem (veja o capítulo 8 – Interpretação – a abordagem interpretativa).

Um plano de acesso considera como o centro wetland irá tornar-se acessível a todos, particularmente, removendo ou diminuindo barreiras físicas, sensoriais, intelectuais, culturais, comportamentais e financeiras.

Um plano de desenvolvimento de audiências enumera as audiências existentes e potenciais e considera como promover o centro para audiências em desvantagem e “difíceis de atingir”. Também revê as necessidades de preparação de tais audiências.

Plano de interpretação e design conceptual – são realizados *workshops* de “*brainstorm*” para rever as descobertas da viabilidade, aprendizagem e outros planos para informar a direção da linha da história/pesquisa. Produção dos planos do projeto para exposições, na forma de *sketches* de nível inferior, com diretrizes e um plano para abranger a linha da história, tipos de exposição, mensagens de aprendizagem, audiências alvo, etc.

Reunião de conclusão – assinar o plano de interpretação e projeto relacionado. Define-se o horário para a próxima fase.

Desenvolvimento detalhado do conteúdo e projeto da exposição – pesquisa detalhada e produção de briefings da exposição, delineando o conteúdo da exposição para criação do projeto e *script*. Produção de *layout* detalhado, design, arte visual e **script** para exposições gráficas e em 3D.

Reunião de conclusão – assinar todos os projetos detalhados. Anunciar o conteúdo da exposição, arte final gráfica e design em 3D aos contratantes escolhidos.

Produção e revisão geral – rever todos os projetos para assegurar a exatidão. Visita ao local.

Planejamento do gerenciamento e marketing – quais são as considerações operacionais e de manutenção?

Observe que a seqüência acima destina-se aos processos do CEPA inerentes ao desenvolvimento do centro wetland. O processo é administrado em simultâneo com outros processos de desenvolvimento (como gerenciamento e criação de wetlands) que estão além do escopo deste manual (veja a figura 1, fluxograma ilustrando o processo do CEPA no processo geral).

Cada projeto de desenvolvimento é diferente, mas aqui estão algumas dicas:

- Desenvolva o projeto com os designers e os contratantes. Não aceite uma solução de design que não esteja “pronta” ou não atenda suas necessidades.
- Seu centro wetland é único e sua equipe provavelmente conhece mais as especificidades que os designers. Envolve a equipe, voluntários e consulte outros grupos de usuários. Isto também incentiva uma “propriedade” mais ampla e orgulho do desenvolvimento.
- Não se deixe seduzir por projetos aparatosos e meios, mas coloque o estilo acima do conteúdo. O projeto deve ser conduzido por seus objetivos e conteúdo.
- Verifique se há contratantes para a manutenção de qualquer exposição de informática e interativa. Estabeleça quem é o responsável por etiquetas de limpeza e outras interpretações. Não há desculpas para aparência de qualidade inferior e exposições que não estejam organizadas.
- A equipe de desenvolvimento tem diferentes capacidades e atributos necessários ao funcionamento do centro. Há alguma sobreposição, e é importante que os desenvolvedores consultem os operadores sobre possíveis necessidades para abrir durante a hora do almoço e num horário noturno.

Capítulo 6 – O que dizer?

Os centros wetland desenvolvem programas de aprendizagem formal (escola e universidade) e informal (visita geral) que transmitem mensagens sobre a importância da água, wetlands e biodiversidade das wetlands. Além disso, enfatizam as ameaças a wetlands e também soluções para a conservação. As pessoas ligadas aos locais Ramsar e/ou conscientes dos objetivos da Convenção de Ramsar promovem o conceito de uso inteligente das wetlands.

Os centros wetland desenvolvem uma hierarquia de mensagens da seguinte maneira:

- **Mensagens principais** – Abrangem a base do conhecimento, atitudes/valores e capacidades que os indivíduos e as sociedades devem possuir para informar e tomar medidas em nome da futura sustentabilidade das wetlands e sua biodiversidade (ou diversidade cultural/arqueológica).
- **Mensagens corporativas** – Abrangem a administração do centro wetland. Qual a sua visão e missão, metas e objetivos, origens, história e realizações? Qual a sua crença? O que faz? Como o visitante pode se envolver?
- **Mensagens específicas do centro wetland** – Destinam-se apenas aos indivíduos do centro wetland. Abrangem histórias sobre o lugar que englobam:

Mensagens principais – Ao nível mais simples, as mensagens principais expressam-se como:

- As wetlands e sua vida animal são maravilhosas.
- As wetlands e sua vida animal são parte integrante da sobrevivência e prosperidade humana
- As wetlands estão com problemas e precisam de nossa ajuda
- Podemos fazer algo para ajudar.

Os diferentes centros wetland diferenciam posteriormente essas mensagens do seu próprio modo. A seguir está um exemplo de um currículo wetland desenvolvido pela WWT. Este currículo não é ensinado *per se* nas escolas, em vez disso, os conceitos do currículo são colocados nas áreas apropriadas do Currículo Nacional Inglês. Fornece informações sobre o pensamento da WWT ao desenvolver programas interpretativos e exposições tanto formais como informais.

Conhecimento da Wetland	Compreensão básica da águas e ecossistemas/comunidades wetlands
Água e wetlands	<p>Água</p> <ul style="list-style-type: none"> • O que é a água? • Hidrologia • O ciclo da água
	<p>Wetlands</p> <ul style="list-style-type: none"> • O que são wetlands? (Ramsar e outras definições). • Tipos de wetlands e suas características
	<p>Funções das wetlands</p> <ul style="list-style-type: none"> • Armazenamento de água • Bacias de carbono • Limpador ou filtro • Protetor contra adversidades como inundações, tempestades e tsunamis • Fornecedor de produtos • Biodiversidade (variedade da vida – animais, plantas, microorganismos, etc.).
	<p>O que as wetlands significam para nós?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Civilizações históricas e culturais começaram ao redor de wetlands. Muitas cidades importantes estão construídas dentro e ao redor de wetlands • Economia – qual o valor das wetlands? Como wetlands sustentáveis podem dar apoio a modos de vida e reduzir a pobreza? • Artístico – as wetlands durante séculos foram a musa conforme a expressão através da arte, música, literatura, teatro, dança, TV, cinema, etc. • Espiritual – religioso ou secular. As wetlands também proporcionam um profundo sentido de lugar.
Wetlands como modelos de ecologia básica	<p>Fluxo de energia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energia solar • Fotossíntese • Cadeias alimentares • Pirâmide de alimentos • Energia ecológica
	<p>Ciclos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ar • Solo

	<ul style="list-style-type: none"> • Carbono • Nitrogênio
	<p>Condições</p> <ul style="list-style-type: none"> • A variação nos suprimentos de energia e matérias primas afeta o clima e outras condições da vida (<i>habitats</i>).
	<p>Comunidade</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidades distintas vivem em diferentes habitats • Os membros da comunidade interagem uns com os outros de formas diferentes
	<p>Mudança</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diariamente • Sazonal • Anual • Época histórica • Época geológica • Sucessão ecológica
Biodiversidade	<ul style="list-style-type: none"> • Variedade da vida na wetland ao nível genético, espécies e <i>habitat</i> • Adaptação • Evolução
Wetlands sustentáveis	<p>Recursos da terra</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeta Terra como sistema finito (Gaia) • Dependência dos seres humanos dos recursos ambientais • Como as principais questões como a mudança de clima, escassez de água, pobreza, consumo, desenvolvimento, saúde, educação e perda de espécies estão inter-relacionadas
	<p>Impacto humano nas wetlands</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impactos positivos – espécies de peixes sustentáveis, criação de <i>habitat</i>, etc. • Perda e degradação do habitat • Espécies invasoras • Poluição • População • Sobreexploração de recursos – uso não sustentável

	<p>Sustentabilidade</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceito e definições • Interconexão de questões políticas, econômicas, ambientais e sociais
	<p>Gerenciando a sustentabilidade por meio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conservação – ética, definições, necessidade de conservação. • Imperativos científicos, estéticos, econômicos e morais. • Uso inteligente das wetlands
	<p>Ferramentas de conservação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Política, legislação e planejamento • Gerenciamento de espécies e <i>habitat</i> • Conservação criativa • Ação e participação pessoal
Futuro	<ul style="list-style-type: none"> • Ética e valores (tendo a biodiversidade que escolhemos) • Negociando o “melhor”, por exemplo, futuro mais sustentável • Cidadania – responsabilidade ecológica e social, necessidades, direitos, justiça, intencionalidade, parceria e igualdade • Cooperação internacional, regional, nacional e esforços locais para encontrar soluções para questões globais comuns e implementar estratégias para um futuro mais sustentável. • Processos de planejamento, tomada de decisões e ações para a sustentabilidade por parte dos governos, negócios, organizações não governamentais e públicas • Necessidades e direitos das gerações futuras
Valores e sentimentos de wetlands	<p>Nossos resultados de aprendizagem destinam-se a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ajudar as pessoas a entenderem seus próprios valores, os valores da sociedade onde vivem, e os valores de outras pessoas ao redor do mundo, como parte central da educação para um futuro sustentável • Refletir criticamente seu próprio estilo de vida e escolhas • Avaliar que nós encontramos o significado e sentido do ambiente de várias maneiras que podem ser filosóficas, científicas ou artísticas. A compreensão também se deve

	<p>basear no envolvimento prático e uso do meio ambiente, como também fontes secundárias como a educação e a apresentação de meios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorizar e respeitar a diversidade de pessoas, culturas e ecossistemas no mundo • Criar um sentido de esperança e uma perspectiva pessoal e social positiva do futuro.
Sentimentos	<p>Nossos resultados de aprendizagem destinam-se a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criar sentimentos positivos em relação às wetlands por meio de atividade e expressão criativas • Criar um sentido de encantamento e alegria ao estar em contato com os elementos da vida na wetland • Desenvolver uma preocupação pelas wetlands e vida da wetland • Desenvolver uma ética ambiental e sentido de responsabilidade por uma ação pessoal em nome das wetlands
Capacidades da wetland	<p>Inquérito</p> <ul style="list-style-type: none"> • Questionar capacidades • Investigar • Fazer perguntas apropriadas para orientar o estudo e pesquisa relevantes • Desenvolver hipóteses com base em informações equilibradas, análise e síntese críticas, testá-las em relação a novas informações e experiência e crenças pessoais. • Método de pesquisa. Coleta, análise e interpretação de dados. Qualitativa e quantitativa • Encontrar significado nos recursos e na base de dados de informações • Identificar necessidades, realizar pesquisas e encontrar soluções, usando uma variedade de fontes, estratégias e tecnologias • Capacidades de observação • Trabalho de pesquisa • Monitorar técnicas • Soluções • Modelagem

Comunicação	<p>Comunicação</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar informações e pontos de vista eficazmente • Trabalhar em cooperação com outras pessoas • Capacidade de ouvir • Negociação e resolução de conflitos
	<p>Capacidades de pensamento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidade de pensar em sistemas naturais e criados pelo homem • Capacidade de prever, pensar adiante e planejar • Capacidade de pensar criticamente sobre questão de valores • Capacidade de separar números, quantidade, qualidade e valores • Capacidade de desenvolver uma resposta estética ao meio ambiente • Desenvolver pensamento flexível, criativo e imaginativo
	<p>Tomada de decisões</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estar receptivo a novas idéias e aplicar abordagens inovadoras à resolução de problemas • Considerar diferentes pontos de vista antes de tomar decisões • Avaliar a natureza das tendências e avaliar diferentes pontos de vista • Desenvolver estratégias cooperativas para a ação apropriada para mudar as relações atuais entre conservação ecológica e desenvolvimento econômico • Avaliar e aplicar as descobertas para tomar decisões e ações responsáveis • Desenvolver um sentido de equilíbrio ao dar prioridade a questões e ações • Aceitação pessoal de estilo de vida sustentável e aspiração para trabalhar em direção a ele • Aplicar o princípio da precaução, tomando medidas para evitar danos ambientais

A tabela acima mostra que as wetlands são uma grande fonte de aprendizagem sobre tudo desde arte até zoologia. Diferentes aspectos do currículo são adequados a diferentes audiências em diferentes épocas.

Mensagens corporativas – Abrangem a administração do centro wetland. Qual a sua visão e missão, metas e objetivos, origens, história e realizações? Qual a sua crença? O que faz? Como o visitante pode se envolver?

Mensagens específicas do centro wetland – Destinam-se apenas aos indivíduos do centro wetland. Abrangem histórias sobre o lugar que englobam:

- Sua biodiversidade
- Sua geologia e paisagem
- Sua história cultural (incluindo o passado arqueológico, industrial/agrícola)
- Relação com a comunidade local e regional
- Além disso, é necessário identificar e incluir no plano de interpretação uma série de mensagens chave sobre o "comportamento do local". Frequentemente estão ligadas aos sinais e incluem elementos tais como:
 - Aonde ir/onde estou? – sinais e mapas direcionais
 - Códigos de conduta – por exemplo, ficar quieto, não correr, não jogar lixo, etc.
 - O que faz com as "coisas" – por exemplo, lixo, cães, perda de objetos (ou pessoas), etc.
 - Onde encontrar informações
 - Como se juntar a qualquer organização apropriada

Capítulo 7 – E a quem?

Quem visitará o centro wetland? Pessoas locais ou turistas? Vêm de fora ou simplesmente estão ali perto? Têm necessidades específicas (por exemplo, observadores de pássaros)? Foram visitar para fugir do estresse da vida na cidade?

É importante uma análise detalhada dos potenciais visitantes antes de projetar o centro wetland. Quem eles são e donde vêm. É útil conhecer seu *background* cultural e educacional (atitudes, experiências anteriores e conhecimento prévio). Questionários, pesquisas, entrevistas, visitas guiadas antes da abertura, convidando os residentes locais para um bate-papo e lanches, grupos em foco, consulta à comunidade local, revisões de dados históricos são sempre formas de aprender sobre as pessoas que irão visitá-lo e apoiá-lo.

Não é muito útil referir “público geral”. Existe várias pessoas, cada uma é um indivíduo, embora você possa classificá-las em determinados grupos. As pessoas que trabalham na área de marketing são adeptas disso, dividem a audiência em vários grupos pequenos, um exercício conhecido como segmentação. Seus segmentos de audiência, por exemplo, podem incluir grupos de famílias, escolas, pessoas idosas, grupos com algum interesse especial e assim por diante.

Definir prioridades para desenvolver audiências existentes e incentivar novas audiências. Ter alvos qualitativos e quantitativos para cada audiência dentro de um, três, cinco ou dez anos. A chave é conhecer os vários mercados do visitante e o que os empolga. Em seguida, trabalhar em direção ao aprimoramento de suas visitas, proporcionando programas e atividades com objetivos e superando suas expectativas.

É irônico que muitos de nós dos centros wetland temos mais conhecimentos sobre peixes, sapos e espécies de aves que vivem lá que as audiências que visitam e apoiam o lugar. Os centros wetland maiores conseguem ter uma equipe de marketing e consultores. Seria bom que os centros menores desenvolvessem relações com a ciência social, marketing, escolas de comércio e de turismo das mais altas instituições educacionais locais. Há sempre alunos, da graduação ao mestrado, à procura de projetos. O WWT London Wetlands Centre e o centro wetland da Austrália em Shortlands, New South Wales, já compartilharam um doutorado que avaliou a eficácia de sua interpretação.

Mas os centros wetland estão ligados a influências e lobbies como também à educação e ao entretenimento de audiências em geral. O Programa CEPA de Ramsar identifica alguns dos mais proeminentes (visite www.ramsar.org/key_cep_a_programme_e.htm). Incluem:

- Proprietários de terras e fazendeiros, especialmente, aqueles que possuem/arrendam wetlands
- Comunidades indígenas e comunidades locais
- Mulheres e grupos de mulheres
- Crianças em ambientes escolares tanto formais como informais
- ONGs (organizações não governamentais nacionais e internacionais)
- Meios
- Líderes de comunidades e pessoas importantes (celebridades, líderes religiosos, professores, realeza, pessoas ligadas ao esporte/meios de comunicação e etc.)
- Governo em todos os níveis desde políticos a civis e agências governamentais. Diplomatas, gerentes do local da wetland
- Organizações globais, regionais, nacionais e locais, incluindo o Banco Mundial, UNDP (United Nations Development) e UNEP (Environment Programmes), Global Water Partnership, etc.)
- Setores de negócios importantes e associações profissionais
- Educação e setores de aprendizagem

Um aspecto importante da compreensão de sua audiência é avaliar a acessibilidade do centro. O acesso não é apenas limitado à sua proximidade à estação de trens (embora isso seja ainda importante), mas engloba uma faixa mais ampla de obstáculos que impedem as pessoas de visitarem o centro ou tirarem melhor proveito enquanto estão lá. As áreas a seguir devem ser consideradas

- Sensorial – considere a experiência de um visitante ao centro que tem deficiência visual ou auditiva
- Física – considere a experiência de um visitante ao centro que está numa cadeira de rodas, tem uma perna partida ou tem artrite
- Intelectual – considere o nível acadêmico do visitante
- Social e cultural – a língua usada para interpretar seu centro é a língua

materna do visitante, você sente que o centro inclui sua comunidade ou pertence a eles?

- Financeiro – o visitante pode pagar o custo da viagem, a taxa de entrada ou o lanche no local ou isto os afasta da visita?
- Organizacional – como as informações estão disponíveis, sua equipe está ciente e treinada para lidar com as necessidades dos visitantes? O horário de funcionamento se adapta aos horários que os visitantes desejam?

Capítulo 8 – Interpretação

A interpretação é um processo por meio do qual os centros wetland empolgam e “conectam” seus visitantes à natureza. Não é o mesmo que informação, embora o fornecimento de informações faça parte de qualquer plano de interpretação.

Existem muitas definições de interpretação. Uma clássica é “a interpretação é revelação com base em informações” (Tilden, 1957). Outra, da Interpret Canada (1976), afirma que a interpretação é “o processo de comunicação desenvolvido para revelar significados e relações de nossa herança cultural e natural aos visitantes por meio de experiências em primeira mão com objetos, coisas vivas, paisagens e locais”.

A WLI considera a interpretação como um processo amplo que se obtém das profissões relacionadas com aprendizagem (educação), design, ecologia e marketing. Envolve e utiliza o conhecimento de toda equipe e voluntários, cada pessoa interpreta.

A política de interpretação de um centro wetland aplica-se a todas as áreas de desenvolvimento e operações, incluindo desenvolvimento do centro/exposição, hardware de interpretação (veja o capítulo 9), software de interpretação (veja o capítulo 10), eventos e atividades especiais, marketing de visita, serviço ao cliente.

Princípios do planejamento interpretativo e anúncio

Os princípios a seguir fornecem diretrizes para o projeto e o anúncio de todos os elementos interpretativos dentro dos centros WWT. São de igual importância e formam a base dos padrões em relação aos quais a eficácia da interpretação é mensurada.

Pense no visitante – todo o desenvolvimento da interpretação e da exposição deve começar pela análise dos tipos de visitantes que irão visitar o centro. Comece pelo local onde o visitante está, não por onde você está. Exposições detalhadas sobre a biologia dos patos podem ser importantes para cientistas de patos. São importantes para seus visitantes? O que será importante para o visitante? Qual a sua agenda de aprendizagem? Os visitantes vêm de muitas formas e maneiras. Eles constituem suas audiências. Veja o capítulo 7 para obter mais informações sobre audiências.

Atenda a hierarquia de necessidades – Você quer falar ao visitante dos seus maravilhosos mangues. Eles querem um toalete. Você quer mostrar-lhes o mais recente pássaro migratório visitante. Eles precisam de uma bebida, ou o bebê quer comer. Os visitantes irão estar mais receptivos às suas mensagens se a sua hierarquia de necessidades for atendida. A hierarquia de necessidades com base na pirâmide de Maslow (Maslow, 1948) é a seguinte:

- Necessidades fisiológicas básicas – os visitantes estão alimentados, beberam, estão secos, não está nem muito quente nem muito frio, não há ruídos, não há tumultos nem problemas devido a uma bexiga cheia?
- Eles se sentem seguros? Não têm medo de cair, afogar-se, serem mordidos, etc.
- Eles se enquadram? Fazem parte de um grupo social? Sentem-se incluídos ou excluídos?
- Têm uma boa auto-estima? Sentem-se bem no ambiente?

Quais são os objetivos? Todas as atividades interpretativas e exposições devem apresentar três tipos de objetivos:

- Objetivos de aprendizagem – o que o visitante irá conhecer e entender após a atividade/experiência?
- Objetivos sentimentais (emocionais) – como o visitante irá se sentir enquanto passa pela atividade/experiência e depois?
- Objetivos de realização (ação) – como o comportamento mudará ou será desafiado pela realização da atividade?

Se procuramos mudar comportamentos em busca do uso inteligente e da conservação de wetlands, esses três objetivos igualam a estratégia de mudança simples da seguinte maneira:

- Identificação da questão e informação (aprendizagem).
- Conscientização da questão (aprendizagem).
- Motivação para mudança de comportamento (sentimento).
- Mudança de comportamento (realização).

Provocar, relacionar, revelar. A abordagem interpretativa emprega o processo acima, modelo projetado pelo intérprete americano John Veverka (Veverka, 1994). Tanto é exploratório como explanatórios da seguinte maneira:

- **Provocar** – inicia o processo com uma declaração ou proposta provocante ou que chama a atenção.
- **Relacionar** – ajuda o visitante a identificar-se com a mensagem, relacionando-a com a sua própria experiência. Por exemplo, o Observatório de Pássaros do London Wetland Centre da WWT está projetado como “um aeroporto de pássaros”. A analogia com pássaros migratórios é clara e o observatório está situado debaixo de uma pista de vôos utilizada para decolagem e aterrissagem de aviões do Aeroporto de Heathrow. As questões do aeroporto são um tópico político em Londres, portanto, a analogia tem muita ressonância nos visitantes.
- **Revelar** – revelação ou resposta à proposta por meio de um ponto de vista único e incomum.

Gerenciar fluxos e a hierarquia de necessidades – verifique se a experiência do visitante é gerenciada ao longo do dia. Tenha cuidado com a sobrecarga de mensagens. Crie luz e sombras na experiência. Fatores “OH!” devem ser alternados por áreas calmas para contemplação e descanso. Pense na experiência do visitante como imersa num romance ou produção de teatro. O dia é dinâmico com muitas variedades. Tenha cuidado com as áreas onde os visitantes podem se sentir apressados, tumultuados ou aborrecidos. Os centros WWT são áreas para facilitar o fluxo e a vitalidade do visitante. A área principal é intensa com o salão de entrada, estacionamento, centro do visitante, loja, restaurante e outras exposições. Uma área interna contém a principal área de exposições, possivelmente, uma coleção de espécie de aves em cativeiro, uma área com lago artificial e/ou museu de produtos da wetland. A área externa é uma reserva natural wetland mais “selvagem” e mais convencional.

O princípio do prazer – nunca se esqueça que as pessoas visitam os centros wetland em busca de lazer e prazer. Isto é completamente compatível com a aprendizagem. Na verdade, a maioria das pessoas aprendem mais se estiverem gostando da experiência. Se a experiência for divertida, as pessoas ficam (e retornam) para aprender.

Integrar instalações e programas dentro do local. Isto se realiza em dois níveis, ao nível do local e ao nível da exposição.

Ao nível do local

- **Integração ecológica** – as wetlands ao redor dos centros wetland são frequentemente importantes para as pessoas e a vida selvagem e são reconhecidas ao nível nacional, regional e/ internacional (por exemplo, sendo indicado um local Ramsar). De qualquer forma, deve-se respeitar sua integridade, quaisquer desenvolvimentos devem equilibrar as necessidades da conservação da biodiversidade e diminuir os distúrbios, sendo o acesso humano apropriado.
- **Integração educacional** – existe a necessidade de fazer uma abordagem íntegra do projeto e do anúncio das interpretações no local, tanto hardware como software, e todos os materiais de apoio à aprendizagem.
- **Integração da paisagem incorporada e natural** – as estruturas incorporadas não devem se impor às paisagens naturais, deve-se realizar uma abordagem orgânica para projetar todas as estruturas.

Ao nível da exposição

- O que é uma exposição? É o centro do visitante, o ambiente circundante, os componentes de ambos, tudo ou o quê?
- Uma exposição ideal gerencia as tensões que surgem das necessidades de diferentes departamentos com seus objetivos e preocupações específicos. Algumas dessas preocupações são:
- O foco é uma única espécie ou um grupo de espécies?
- Existe um foco para o *habitat*/ecossistema?
- A exposição é puramente funcional (isto é, boa para o bem-estar dos animais, mas talvez desagradável esteticamente)?
- A exposição é puramente estética (isto é, parece fantástica, mas os requisitos para os animais/plantas são fornecidos escassamente)?
- A exposição está centralizada totalmente na aprendizagem (é aborrecida ou um sermão? Aliena o visitante)?
- É empolgante e divertida?
- É eficiente em termos de custo e fácil de manter?
- Qual o potencial da exposição para atrair visitas recorrentes, publicidade, mais patrocínio e sócios?

Praticar o que falamos – podemos ter uma ótima interpretação, transmitindo mensagens fantásticas sobre conservação, mas se a organização funciona de maneira não amigável e não sustentável para o ambiente, então a impressão subjacente que cria desfaz o bom trabalho. Todos os edifícios de centros wetland, instalações interpretativas e exposições devem ser criados com os mais altos padrões ambientais que reduzem nosso impacto no planeta: nossa chamada “pegada ecológica”.

Devem-se obter os materiais de construção a partir de materiais sustentáveis, reciclados, e/ou reutilizados e renováveis. Deve-se dar atenção especial às características de conservação da água (como SUDS - sistemas de esgotos urbanos sustentáveis), consumo de energia, geração de desperdícios e bem-estar de animais em cativeiro, caso seja apropriado. Todas essas características “verdes” oferecem oportunidades para interpretação, especialmente, quando relacionadas com os estilos de vida dos visitantes, e realização de escolhas pessoais para uma vida sustentável.

Escolher e usar uma diversidade de meios e formatos para anunciar mensagens interpretativas – uma grande variedade de visitantes utiliza seu centro wetland. Eles aprendem de diferentes maneiras e têm diferentes interesses, conhecimento adquirido, tempo disponível, idade, mobilidade e outras necessidades. Proporcione uma ampla faixa de meios e formatos interpretativos para possibilitar essa variedade. São fornecidos exemplos nos capítulos 9 (Hardware) e 10 (Software).

Entretanto, lembre-se de que os meios não são tudo. O pensamento por detrás da interpretação é mais importante. A interpretação barata, feita à mão pode ser mais eficaz que interativos mais dispendiosos com base em computador, se este último for pensado de uma maneira ruim e inapropriada para a audiência. Não se deixe seduzir por projetos aparatosos e meios, mas coloque o estilo acima do contexto, conteúdo e processo.

Dividir a experiência interpretativa – ter uma diversidade de anúncios – um famoso intérprete uma vez disse que os visitantes são “andarilhos, pesquisadores ou estudantes”. Podem vaguear rapidamente ao redor do centro e parar momentaneamente para olhar o título de alguma etiqueta (andarilho); podem parar um pouco mais em locais escolhidos (pesquisador), ou podem demorar e absorver a interpretação em detalhes (estudante). A maioria das pessoas enquadra-se nos três comportamentos num momento ou noutro.

Devido à diversidade da experiência da audiência e necessidades de aprendizagem, deve-se incorporar o planejamento interpretativo num faixa de camadas de experiências, facilidades e níveis de interpretação da seguinte maneira:

- Experiências – desde calmas e contemplativas a estridentes e cheias de adrenalina.
- Facilidades – desde conforto simples a experiência sofisticada;

desde os mais capazes aos com várias incapacidades; desde recém-nascidos a pessoas idosas.

- Informação – assegurar a hierarquia das informações. Uma analogia com o jornal virá daqueles que apenas lêem os títulos (andarilho) e daqueles que lêem o artigo inteiro (aluno).

Desenvolver o “recurso de aprendizagem mais flexível” – ao desenvolver a interpretação que dá suporte a programas de aprendizagem formais (escola/universidade), o objetivo do projeto deve ser que a paisagem, exposições, gráficos, interativos e outras interpretações sejam o mais possível estimulantes e educacionalmente sólidas. A equipe educacional/de aprendizagem do centro wetland e professores/líderes de grupos podem utilizar este recurso flexível numa ampla variedade de níveis. Os programas de aprendizagem específicos desenvolvidos para uma ampla faixa de idade e capacidade sobrepõem com sucesso a estrutura básica de exposição da equipe. Ao adotar esta abordagem, o centro wetland inteiro torna-se uma sala de aula e a “aprendizagem” não está confinada a um gueto de uma sala ou complexo educacional específico.

Criar experiências satisfatórias para o visitante por meio do fator “OH!” – todos os centros wetland devem criar experiências com um alto fator “OH!” que envolve e cativa uma ampla variedade de audiências. São essas experiências que definem e diferenciam o centro wetland do mercado de atrações de visitantes. Essas experiências devem ser importantes para a audiência, significativas para a vida do dia a dia, estimulantes, empolgantes e divertidas.

A importância de um ambiente limpo e cuidado com sinais e orientação claros, com ajuda ao visitante para planejar o dia, e com infra-estrutura e serviço ao cliente de alta qualidade (por exemplo, toaletes, alimentação e vendas) são elementos cruciais para definir a experiência satisfatória e bem sucedida do visitante.

Explorar a natureza em primeira mão – não existe substituto para a experiência direta com a natureza, plantas vivas, animais, paisagens e elementos. A televisão e a informação podem dar suporte a isso, mas nunca irão substituir a coisa real. Existe uma evidência crescente que as pessoas “precisam” de ligação com a natureza e essa ligação influencia a saúde e o bem-estar social, visto que a humanidade torna-se altamente urbanizada. Peter Scott, fundador da WWT, teve a simples visão mas brilhante de *“juntar as pessoas e a vida selvagem para benefício de ambos”*.

Contato visitante- intérprete – Enquanto as exposições e as principais facilidades são projetadas como autônomas, as oportunidades para aprendizagens mais significativas e as que ganham a empatia do visitante aumentam por meio do contato com uma equipe e voluntários entusiasmados e comprometidos. Este pode ser o melhor meio interpretativo ou também o pior.

Participação do visitante – lembre-se de que os visitantes retêm 10% do que ouvem, 30% do que lêem, 50% do que vêem e 90% do que fazem. Deve-se incentivar uma abordagem participante (“prática”) no projeto e no desenvolvimento das facilidades interpretativas, exposições e programas.

Acesso – a palavra “acesso” é utilizada de várias maneiras no mundo moderno para a atração de visitantes. Significa alcançar e promover o local para audiências com condições desfavoráveis, difíceis de atingir e outras audiências que estão sub-representadas no seu perfil de visitante do centro wetland. Também é usada em conexão com a eliminação de obstáculos e fatores que restringem a acessibilidade do visitante ao local. Este último inclui:

- Língua – você fornece gráficos em uma ou mais línguas? Quais línguas? E os sinais visuais para as pessoas que não lêem?
- Compreensão – o nível da língua usada na interpretação encaixa-se na audiência apropriada? É muito longa ou técnica? É aborrecida? É clara ou ambígua?
- As exposições e a interpretação são acessíveis àqueles com incapacidades? Existem facilidades para os que têm deficiências visuais e/ou auditivas? Existem cadeiras de rodas ou acesso com rampa?
- Idade e tamanho – existem fatores limitadores devido à idade e ao tamanho do corpo. As crianças pequenas, por exemplo, não conseguem ver por cima de parapeitos ou guichês.

Colaborar. Não entre em competição – o seu centro trabalha em redes relacionadas com organizações e instituições? Você adotou uma política de parceria?

Qualidade – as atrações mais bem sucedidas estão a cargo do Gerenciamento de Qualidade Total direcionadas aos visitantes (potenciais e reais) e à equipe e voluntários (por meio de treinamento e desenvolvimento). Uma “cultura de aprendizagem” deve permear o centro wetland. Deve existir monitoração contínua do desempenho em termos de conservação e resultados de aprendizagem, satisfação do cliente e alvos comerciais. Deve-se prestar atenção aos detalhes. Uma pequena quantidade de tinta aqui, uma etiqueta sem excrementos de pássaros, lixo apanhado, tudo isso faz a diferença.

Planejamento realístico – o entusiasmo gerado na criação e implementação do plano de interpretação deve ser moderado pela percepção de que os orçamentos e recursos podem não coincidir com o ideal. Os custos devem ser realistas. Não termine no projeto, desenvolvimento e implementação de novas exposições e atividades. Planeje

também a manutenção, custos operacionais contínuos e renovação. Examine sempre os custos em relação a potenciais benefícios e resultados.

Modularidade – o projeto das facilidades do centro wetland deve ser informado pelo plano mestre total dentro do qual os módulos são facilmente identificados. A perda de qualquer módulo por meio orçamentário ou outras restrições não deve comprometer a capacidade total do centro de realizar seus objetivos de aprendizagem (isto é, deve-se incentivar uma certa repetição de conceitos no processo de design).

Em fases – se os orçamentos são limitados, realize o projeto em fases, começando por sinais simples, trilhas, seguidas de criação de habitats, centro do visitante. Dessa forma, cada fase atua como uma maneira de realizar a pesquisa de mercado para ver quantas pessoas visitam atualmente e como os potenciais visitantes respondem ao marketing do centro wetland. Para dar aos visitantes e à comunidade local a oportunidade de fazer sugestões sobre o que gostariam de ver e também dar-lhes o sentido de antecipação do que virá em seguida, o Parque Wetland Eden e Hong Kong, por exemplo, utilizaram esta forma de manter os potenciais visitantes interessados, abrindo o local para os visitantes verem o progresso e as mudanças no desenvolvimento.

A repetição não é indesejável – um antigo ditado na arte de falar em público incentiva os oradores a “dizer o que você vai dizer. Diga. Depois diga o que você disse”. Deve-se agarrar qualquer oportunidade para reforçar as mensagens de maneiras diferentes e imaginativas.

Avaliar e expandir – a interpretação deve sujeitar-se à avaliação formativa e sumativa. Ela funciona? As audiências alvo entendem e atuam de acordo com as mensagens? Como você sabe?

A avaliação formativa ocorre antes do processo do projeto e informa a necessidade de interpretação. A avaliação sumativa ocorre depois e informa a eficácia da interpretação ao atender seus objetivos de aprendizagem, sentimentos e realização. A monitoração deve ser contínua ao longo das fases de desenvolvimento e operação. Devem-se incorporar as lições aprendidas nas revisões e renovações do projeto.

Estrutura do plano de interpretação

O plano de interpretação total para o desenvolvimento do centro wetland inteiro ou novas exposições provavelmente inclui:

- **Descrição e visão/missão da organização do centro wetland**

- **Necessidade do desenvolvimento e como foi identificado**
- **Por que ter um plano de interpretação?** Faz o esboço do contexto e conteúdo do desenvolvimento, é usado para influenciar os criadores da política, patrocinadores, gerentes seniores e governo; orienta a alocação de recursos e informa o ritmo do desenvolvimento com referências de nível anexas, marcos e programas de pagamento.
- **Objetivos da interpretação** – aprender, sentir e fazer
- **A quem se destina?** Audiências – prioridades e perfis
- **Questões de acesso** – acesso aos incapacitados, de acordo com os padrões jurídicos, se apropriado
- **Consultas e pesquisa de mercado**
- **Como vamos conseguir?** Orientando os princípios de interpretação conforme acima especificado
- **Considerações sobre o projeto do desenvolvimento**
- **A necessidade da viabilidade do *habitat*** isto precisa ser insinuado visto que muitos centros wetland requerem isso e também ajuda a contar as histórias, conhecendo-se os *habitats*, as espécies, etc.
- **História** – uma técnica é descrever a experiência do visitante como uma narrativa escrita a um amigo em forma de carta (a carta “Querido José”).
- **A experiência** – identifica as áreas e os ritmos, em seguida, de cada área, lista os objetivos, temas, histórias e mensagens, e tratamentos/métodos (isto é, qual o meio utilizado)?
- **Recursos do plano** – em termos de custos de desenvolvimento e capital operacional, equipe, manutenção e possível renovação.
- **Marketing e promoção**
- **Estratégia para voluntários**
- **Monitoração e avaliação**
- **Qualquer material impresso ou internet**

- **Apêndices** para incluir planos e desenhos, cartas de suporte, avaliações de risco, período de tempo e responsabilidades, programas de relatórios e patrocínio, considerações jurídicas, etc.

Capítulo 9 – Hardware

Os capítulos 9 e 10 abordam os meios interpretativos. Usamos os termos “hardware” e “software” (nossos termos) para diferenciar os meios que não envolvem pessoas (à parte do usuário ou consumidor – o visitante) e aqueles que são conduzidos pela pessoa. O primeiro denominamos de “hardware”, por exemplo, plataforma de imersão do lago artificial, tela de toque, e o último de “software”, por exemplo, feira de pássaros, grupos escolares e competição artística.

O hardware principal é o local em si – wetlands naturais e criadas e a paisagem associada. Se o centro tem exposições de animais em cativeiro, talvez os *habitats* fabricados sejam projetados para lembrar os *habitats* apropriados – um lago num bosque norte-americano para castores, uma tundra siberiana para cisnes de Bewick (Tundra). Possivelmente existem semelhantes com habitações humanas – uma cabana de pescador, uma choupana árabe. A integridade de um *habitat* ou uma exposição transmite uma poderosa mensagem interpretativa. O efeito de excelentes gráficos e interativos pode ser inteiramente realizado por meio das mensagens subjacentes transmitidas por exposições de má qualidade – fraca qualidade da água, demasiado cimento ao redor dos lagos e empobrecimento do meio ambiente do animal.

Os edifícios são importantes oportunidades interpretativas. Não somente porque abrigam várias exposições, mas seu projeto inteiro pode transmitir mensagens interpretativas. As características sustentáveis são sempre boas de destacar e de relacionar com a própria experiência do visitante em casa, escola ou local de trabalho. Observe o uso da água, consumo de energia, materiais de construção e outras características de seu centro wetland. As características de sustentabilidade incorporadas podem incluir o uso de painéis de energia solar, tetos verdes, toaletes ecológicos, sistemas alimentados pela chuva, isolamento, uso de materiais reciclados e reutilizados, etc. Às vezes os edifícios são criados para comunicar determinadas mensagens. A Pond Zone em vários centros da WWT conduzem o visitante a uma exibição interativa de um lago artificial no Reino Unido onde o visitante está numa escala inferior e enormes modelos de animais em escala superior. No London Wetland Centre, o edifício é inspirado numa casa redonda da idade do ferro com telhado de colmo local, em si é um produto wetland. As áreas dos lagos também incluem áreas externas de imersão no lago onde as crianças usam redes para pegar e identificar criaturas do lago. Os lagos são criados no chão para permitir que as crianças pequenas e pessoas em cadeiras de rodas tenham acesso.

Os esconderijos (conhecidos como “tocaias” na América do Norte) são tradicionalmente edifícios semelhantes a cabinhas que dão vista para determinados habitats, possuem janelas com fendas para que as pessoas possam se aproximar e observar os pássaros e outra vida selvagem sem serem vistos por eles. Frequentemente baixos para se misturarem com os arredores, alguns esconderijos modernos, como o esconderijo de três andares no London Wetland Centre da WWT

ou o impressionante esconderijo de falcão no WWT Martin Mere, no noroeste da Inglaterra, são estruturas icônicas e substanciais. A interpretação dos esconderijos é principalmente identificar o que a pessoa pode ver a partir do esconderijo juntamente com os quadros de observações para os visitantes registrarem o que viram naquele dia em particular. Os esconderijos maiores oferecem mais escopo de interpretação. O observatório no London Wetland Centre é designado como aeroporto de pássaros (veja o capítulo 8).

Os passeios de tábuas são caminhos elevados acima do chão ou da água. Existe uma longa tradição de usar caminhos elevados para atravessar chão úmido. Na Inglaterra, os restos da “Sweet Track”, que atravessou 2km dos terrenos pantanosos em Somerset, têm 6.000 anos. Os passeios de tábuas permitem que os visitantes acessem áreas que seriam inacessíveis devido à fragilidade do habitat ou da dificuldade do terreno. Sua natureza elevada também significa que tem menos impacto na hidrologia do local em comparação com um caminho construído. Ao construir passeios de tábua é importante lembrar-se do acesso de cadeiras de rodas e de espaço suficiente para duas pessoas passarem (ou diversos espaços de passagem) e fornecer acesso a rampas com inclinação suficientemente suave para serem usadas.

A arte pública é uma forma interessante de interpretar esteticamente uma wetland. Os exemplos incluem esculturas gigantes na água e estruturas de salgueiros vivos junto com objetos feitos de colmo.

Os modelos em tamanho real são usados para transmitir detalhes e a escala, quando exemplos vivos não estão disponíveis ou demasiado longe. De forma semelhante, biofatos reais (taxidermia, conchas, penas, etc.) e artefatos (equipamento de pesca e produtos wetland) caracterizam as exposições.

As exposições internas ou externas utilizam qualquer ou todos os meios vistos normalmente em museus, centros científicos e instituições relacionadas. Alguns incluem:

Gráficos e sinais. Gráficos concisos são os melhores, freqüentemente com um slogan atraente e enérgico; um resumo do título, e mais texto se necessário. Cuidado para não falar demais e ser aborrecido, na verdade, não é muito natural ler coisas em paredes quando estamos de pé. A cor é boa mas não apenas ilustre o que as pessoas podem ver claramente à frente delas. Mostre algum contexto, comportamento a procurar ou mudanças sazonais. A imagem de pássaros é mais importante ao interpretar exposições de espécies mistas ou quando, digamos, os sexos parecem diferentes. A interpretação normalmente refere-se ao que o visitante pode ver/sentir à frente dele, e os convida a engajar intelectualmente ou emocionalmente. Exposições confusas e irrelevantes não funcionam. Os sinais podem ser permanentes ou temporários (como parte de trilhas sazonais). Os centros precisam de sinais de informação (por exemplo, direcionais) como também sinais interpretativos.

- Os sinais e exposições interativos ilustram conceitos, convidando os visitantes a puxar alavancas, abrir portas, jogar jogos e coisas do gênero. Podem ser muito eficazes para transmitir certas mensagens, mas são dispendiosos e devem ser mantidos, vão quebrar devido ao uso constante do visitante. Verifique o uso em excesso da técnica e veja se as pessoas atacam as partes móveis sem captar as mensagens subjacentes.

- As telas de toque são um exemplo de técnica interativa. Telas essencialmente de computador com camadas de informações são populares para os literatos em informática e permitem a transmissão de uma vasta quantidade de informações. Cuidado com os períodos de atenção breve e crianças que fazem “*hacks*” a partir das telas de toque para os computadores principais (tem acontecido). As telas de toque são caras e precisam de manutenção regular.
- Os sinais exteriores tais como as trilhas projetadas para uso externo são fáceis de recuperar do vandalismo e do tempo.
- Os sinais tácteis são úteis para visitantes com deficiência visual e crianças. Os sinais que usam peles de animais ou mapas de modelo em 3D podem ser populares.

Playgrounds com temas wetland ou áreas de diversão apresentam conceitos às crianças mais novas por meio de esculturas e outros materiais/estruturas que incentivam a brincadeira criativa. Os itens de diversão podem incluir casas de animais gigantes (por exemplo, ninhos de garça em fibra de vidro com molas para as crianças sentar e balançar, tocas de ratos-d’água), corridas aéreas em cordas para “ser um pássaro migratório”; modelos em molas de vários estágios do estilo de vida dos sapos para as crianças sentar, e a própria brincadeira com a água (por exemplo, usando bombas d’água, parafuso de Arquimedes, trampolins), etc.

Wetlands de demonstração, exposições em jardins sustentáveis ou jardins sensoriais, exposições de formas de ataque da vida selvagem (como pássaros e morcegos) exposições acompanhadas com oportunidade de comprar tais objetos na loja do centro, e “como construir seu próprio lago no jardim” podem incentivar a mudança comportamental.

Exposições permanentes e temporárias sobre questões atuais e trabalho do centro. As exposições de arte também são populares. As exposições móveis são levadas às escolas e às comunidades/visitantes difíceis de alcançar.

Quadros de promessas – é bom ter um quadro no qual os visitantes podem escrever suas promessas de conservação.

Materiais impressos – divulgam-se mais interpretações por meio de folhetos impressos, folhetos das trilhas sazonais e guias.



Fotografia 1 – Edifício do visitante no Hong Kong Wetland Park (© WWT with permission from AFCD, Hong Kong Government)

Fotografia 2 –
Hide projetado para
representar um falcão
(Martin Mere WWT
© WWT)



Fotografia 3 –
Passeio de táboa no Hong
Kong Wetland Park (©
WWT with permission from
AFCD, Hong Kong
Government)

Capítulo 10 – Software

Por “software” entendemos eventos e atividades que são conduzidos pelas pessoas, na prática pela equipe do centro wetland, voluntários, convidados e contratados. Os seres humanos são os melhores e os piores intérpretes. As pessoas bem treinadas, entusiasmadas são as melhores ferramentas para cativar o interesse e o desejo do visitante de “pertencer”. As senhoras mal-humoradas são um verdadeiro “corte” uma vez que são pessoas desembaraçadas com conhecimento e capacidades de apresentação, ou têm demasiada formação acadêmica, arrogantes ou falam demais.

Os maiores centros wetland às vezes têm grandes equipes de apresentadores pagos, sócios, equipe de “explicadores” e voluntários. Contratam atores pagos para apresentações de teatro. Os centros pequenos podem somente contar com uma ou duas pessoas que fazem tudo simultaneamente. Tais centros podem engajar as universidades locais onde os estudantes (desde faculdades de teatro a biologia estão sempre à procura de projetos e experiência de trabalho).

As pessoas são uma ferramenta de interpretação dispendiosa. Trabalham intensamente. Não pense que os voluntários estão livres do trabalho. Você receberá o que colocou em termos de treinamento, desenvolvimento e motivação.

Muitos centros wetland realizam um programa anual de eventos. Os eventos permitem a mudança dentro do centro mesmo se não ocorrem desenvolvimentos dispendiosos. Fazem parecer que o centro está ocupado e atarefado (está), e incentivam o visitante recorrente, especialmente, aquele que (de forma errada mas com frequência) pensa que já viu tudo antes.

Os eventos são realizados por vários motivos. São eles:

- Levantar o perfil da organização e as causas que apoia (por exemplo, eventos do dia mundial da Wetland)
- Relatar ao CEPA a respeito de determinada wetland e questões de sustentabilidade (por exemplo, a Green Living Fair no WWT Castle Espie, na Irlanda do Norte, o Mud Festival no WWT Llanelli, no País de Gales e Feiras de Pássaros em diversos centros WWT incluindo Slimbridge, Arundel e Martin Mere)
- Reunir membros de um determinado setor. Na verdade, são eventos de motivação e/ou agradecimento aos membros da organização, residentes locais, patrocinadores atuais e potenciais, políticos e autoridades locais, etc.

- Incentivar a visita ao centro, especialmente, visita recorrente.
- Levantar fundos para a causa ou um determinado projeto.
- Coletar dados da audiência. Você ficará surpreso com o que os visitantes contam à equipe e voluntários entusiasmados.
- Alguns eventos são puramente comerciais (como as noites de Halloween, ou jantares de São Valentim). Porém, existe sempre uma oportunidade sutil de deixar uma dica ou duas ...
- Os eventos incluem uma série de palestras, caminhadas guiadas “conhecer o especialista”, noites para armadilhar mariposas, exposições de arte, caminhadas para ver morcegos, contagem de patos nas épocas altas de migração, corridas para observar pássaros, cafés da manhã para observadores de pássaros durante a alvorada, visitas guiadas para identificação de plantas, festas de Natal e assim por diante.

Os “eventos” freqüentemente interpretativos, seu planejamento envolvem muitos princípios delineados no capítulo 8. As equipes de planejamento e anúncio são interdisciplinares envolvendo educadores, cientistas, profissionais de marketing, equipe no terreno, gerentes, etc.

O planejamento de eventos no WWT tem (idealmente) um ciclo de 12 a 18 meses. Isto nos permite desenvolver o conteúdo, recursos para o evento, promoção suficiente do plano e avaliar se o evento atende os objetivos de conservação e comerciais.

As “atividades” são eventos diários que ocorrem nos centros wetland como parte normal do dia de visita. Pode ser sazonal e é importante que os visitantes saibam o que acontece. Os centros podem anunciar os eventos colocando avisos nas principais áreas do local (como na entrada e restaurantes), distribuindo folhetos quando os visitantes chegam, por meio do sistema público de endereços e assim por diante.

Exemplos de atividades diárias incluem visitas guiadas “agitadas” em parte ou em todo o centro wetland, alimentação de pássaros (incluindo a alimentação dos cisnes migratórios do inverno em alguns centros WWT – por exemplo, Slimbridge e Welney. Também a alimentação pública de animais em cativeiro), mesas de toque (onde a equipe ou voluntários levam “espécies” relevantes para uma mesa, como penas, ovos e crânios, e os usa como suporte para engajar os visitantes na conversa sobre as wetlands), mergulho no lago para as famílias, atividades de arte e artesanato para crianças, observadores de pássaros “guiados num esconderijo” e supervisores para responder às perguntas e assim por diante. Os limites estão na sua imaginação.

Capítulo 11 – Operações

O funcionamento e a administração de um centro wetland varia de acordo com o tamanho e a escala do centro, sua relação com a organização principal como se encaixa na visão, missão e objetivos daquela organização; quem gerencia o centro (governo, organização não governamental, empresa comercial, indivíduo particular, parceria, etc), necessidade de manter a sustentabilidade financeira (por meio de fundos do governo, dotes, fundos civis, receita das visitas, taxas dos sócios, doações, concessões, legados ou combinações do acima mencionado), e ambientes (político, legislativo e sociocultural e ecológico) nos quais o centro funciona.

Provavelmente o gerente do centro wetland lida com uma situação complexa com elementos da conservação e comercialmente voltados para a atração do visitante. Pode ser uma pessoa capacitada para negócios e gerente financeiro, operador para atrair visitantes e/ou ecologicamente qualificado. Certamente essas qualidades têm de estar representadas na equipe de gerenciamento sênior como também no CEPA, marketing, recursos humanos, conservação da biodiversidade e gerenciamento do local. Não existe maneira certa para fazer isso e os centros diferenciam-se pelos detalhes à medida que encontram seu próprio *modus operandi*.

Visto que a WLI é uma organização do CEPA, vamos fazer aqui uma solicitação para que os especialistas do CEPA estejam representados no âmago da gerência sênior em vez de estarem na periferia. Se o CEPA for confinado a grupos escolares e tiver um baixo status no centro, então o centro nunca irá realizar seu potencial em termos de ganhar apoiantes para seu trabalho e para a conservação da wetland e seu uso inteligente em geral. Isto porque a faixa e o escopo completos do CEPA que emanam de um centro wetland são envolver todos os aspectos do gerenciamento (na verdade, toda a equipe), desde os comunicadores e pessoal de marketing a educadores, cientistas e profissionais dos recursos humanos.

Como em todas as organizações, os centros wetland devem ter objetivos claros e propósitos comuns acordados, compreendidos e “comprados” por toda a equipe e voluntários. Isto significa ter políticas e planos, por escrito, em linguagem clara e evitar o máximo possível termos técnicos. Lembre-se de que diferentes departamentos e disciplinas têm diferentes culturas com seu próprio jargão ou *linguas francas*. O que um profissional de marketing entende por “marketing” pode não ser o mesmo que um leigo, muitos dos quais igualam o termo exclusivamente a “publicidade”.

Vender o centro para a equipe e voluntários é tão importante como transmitir mensagens para audiências externas. Todos devem saber como sua função no centro se encaixa na conservação global e objetivos comerciais do centro. Vender café e souvenirs é uma importante contribuição para a conservação wetland. São essenciais reuniões regulares da equipe e briefings. Em qualquer operação ou evento, todos devem saber qual a sua função e responsabilidades.

Os gerentes do centro wetland podem considerar como briefing diário da sua equipe e voluntários um simples preenchimento de planilhas eletrônicas no computador feito pela equipe durante a noite anterior. As informações registradas incluem o número de visitantes no dia anterior, o tempo gasto por cada um nas lojas e restaurantes, sócios adquiridos, números de não sócios e visitas de sócios, grupos e visitantes importantes esperados no dia em questão, números e requisitos de escolas visitantes e grupos com interesse especial, qualquer pessoa que necessite de facilidades de função e refeição especiais, observações notáveis sobre a vida selvagem e quaisquer outras informações relevantes.

O centro wetland pode ter uma série de planos anuais. Alguns referem-se ao gerenciamento de espécies e habitats no local; outros são clássicos planos comerciais, prevendo visitas e potencial receita gerada pelas entradas e adquirida nas lojas e instalações de refeição. Devem-se começar os planos pela análise SWOT (observando os pontos fortes, os pontos fracos, as oportunidades e as ameaças de uma determinada área de trabalho) e continuar os objetivos SMART (específicos, mensuráveis, atingíveis, realistas e limitados pelo tempo). Existem muitas maneiras de realizar isto. Essencialmente deve-se relacionar um plano ou planos com os objetivos do centro e declarar as ações para consegui-los dentro de um período de tempo (digamos, o status atual, em um ano, em três ou cinco anos). Como será medido o sucesso dessas ações em relação aos objetivos e quem é responsável por sua realização e quando?

O exercício de planejamento gera um plano anual ou série de planos (o número, tipo e nome variam) que é uma ferramenta de gerenciamento que formata e informa o processo do orçamento.

É bom aspirar a gerência de qualidade. Os padrões devem ser altos. Ninguém gosta de sinais sujos com excrementos de pássaros, visores quebrados, terra maltratada, toaletes sujos, etc. Os gerentes devem andar pelo local com seus pares e suas equipes. Deve-se manter um registro dos requisitos de manutenção contínuos. O cuidado com o cliente também é importante. A equipe e os voluntários devem ser treinados com capacidades de assistência ao cliente. Um sorriso ou uma atitude ríspida pode, respectivamente, criar ou quebrar a experiência do visitante.

Os centros wetland oferecem várias oportunidades para a geração de receitas além das taxas de entrada, sócios, legados, concessões e doações. Uma instalação para refeições bem planejada pode satisfazer diversas necessidades daqueles que desejam desde um lanche rápido a ocasiões mais festivas como festas de aniversário, recepções de casamentos, convenções de empresas e assim por diante. As lojas vendem produtos amigos do ambiente e baratos, que são éticos, ecológicos e econômicos. Mais uma vez, isto varia de centro para centro. Locais como o London Wetland Centre aluga salas por um preço alto porque estão localizadas no mercado competitivo de Londres, uma das maiores cidades do mundo (o London Wetland Centre “compete” com mais de 400 atrações pagas na cidades e as incontáveis gratuitas).

Às vezes existem tensões na administração do centro. Se você tem x salas para alugar, existe uma política para alugá-las? Quem tem preferência, uma instituição de caridade local voltada para a vida selvagem ou uma grande corporação que paga as taxas do mercado? A primeira é boa para a conservação e deve ser incentivada. Mas a última também, especialmente, se a receita gerada aumenta o lucro do centro que será revertido para a conservação da wetland? Também proporciona ao centro a oportunidade de influenciar outros setores como o comercial.

Como reconciliar a tensão entre os observadores de pássaros que buscam tranquilidade num esconderijo e crianças barulhentas, o paradoxo de observadores e crianças? Existem sinais sobre comportamento adequado num esconderijo, existe a equipe e os voluntários, mas nem sempre é fácil.

E ainda assim existem coisas que dão errado. Prepare-se para o inesperado. Quando a sua base de manutenção pega fogo; uma proposta de patrocínio é rejeitada, um bêbado está gritando com os cisnes às sete horas da manhã; alguém quebrou a janela de um carro no estacionamento, os toaletes ficam entupidos num feriado e somente um bombeiro hidráulico, a quilômetros de distância, vem por uma enorme quantia em dinheiro; poucos pássaros migratórios chegam devido ao tempo fora de época, e as nuvens se rompem às 9 horas da manhã no dia em que seria o mais ocupado do ano, então você sabe que chegou. Mantenha o sentido de humor e boa sorte. Vale a pena.

Capítulo 12 – Corações e mentes

O CEPA é um processo de uma vida inteira, a idéia é transformar clientes (visitantes) em advogados da causa da conservação de wetlands. Como ganhamos apoio para o centro, sua organização e para a causa mais ampla?

Primeiro, obtenha o produto certo. É interessante e atraente para os visitantes, tanto os existentes como os potenciais? Isto não significa somente as wetlands, paisagens e exposições em si mas também a condição dessas características juntamente com as facilidades públicas.

A equipe e os voluntários parecem contentes com o seu trabalho? São amigáveis e prestativos? Cumprimentam os visitantes com um sorriso?

Crie a atenção. Se o centro parece convidativo, as pessoas serão atraídas a ele. Querem pertencer. Querem tornar-se envolvidas. E contam a outras. Sucesso chama sucesso e não há melhor publicidade do que de “boca em boca”. De maneira contrária, a conversa de “boca em boca” é muito boa para espalhar notícias de uma experiência pobre. Tenha como objetivo superar as expectativas.

Os centros devem ter como objetivo atrair visitantes recorrentes. O marketing das estações, novas exposições, eventos especiais e observações da vida selvagem ajuda. Incentivos econômicos (por exemplo, descontos para bilhetes especiais, bilhetes reduzidos de acordo com a estação, bilhetes sazonais).

O centro wetland e/ou sua organização tem um esquema de sociedade que oferece benefícios especiais, entrada grátis, revistas, eventos para sócios, etc.

Alguns visitantes regulares tornam-se voluntários, uma das melhores manifestações da experiência para a ação. Os grandes centros têm mais de 150 voluntários gerenciados por um coordenador de voluntários remunerado. Os voluntários realizam muitas atividades do CEPA desde visitas guiadas a reuniões e saudações, recrutamento de sócios e gerenciamento do local.

Os centros maiores e suas organizações gastam mais tempo e dinheiro na pesquisa de apoiantes existentes e potenciais.

Capítulo 13 Estudos de caso

Como este manual é on-line, este trabalho será atualizado constantemente. Esperamos que os centros wetland no mundo inteiro nos enviem estudos de casos relevantes para seu desenvolvimento e funcionamento.

Faça o upload aqui.

Para ver os estudos de casos existentes nos centros wetland mundiais, visite WLI World em

www.wli.org.uk

Capítulo 14 Glossário

- Acesso** – Facilidade com que as pessoas fazem uso de uma instalação. São considerados vários níveis tais como usuários em cadeiras de rodas, texto que apresenta problemas para pessoas com pouca literacia. Utiliza-se também para discutir a disponibilidade da instalação para as pessoas de diferentes grupos sociais (por exemplo, quais são os obstáculos à visita? O preço da entrada é muito caro? Falta transporte público? Percepção de que “isto não é para nós”, etc.)
- Audiência** – Pessoas que estão ou irão visitar um centro. Normalmente é útil para subdividir a audiência em grupos ou segmentos (por exemplo, socioeconômico) para melhor entendimento de sua composição.
- Biofatos** – Tipo específico de artefato natural, por exemplo, crânios, penas e taxidermia
- CEPA** – Comunicação, Educação, Conscientização Pública. Por exemplo, a Convenção de Ramsar sobre as Wetlands tem um programa do CEPA como forma de pronunciamento de sua Resolução VIII.31.
- Defra** – Departamento do Meio Ambiente e Assuntos Rurais. Departamento do governo do Reino Unido.
- Plano de educação** – Documento que destaca a faixa e o escopo da preparação educacional, filosofia, desenvolvimento, pronunciamento, etc, realizados pelo centro wetland. Também chamado de plano de aprendizagem.
- Estudo da viabilidade** – Investigação inicial realizada para avaliar se existe audiência suficiente, habitat e fundos disponíveis para criar uma organização financeiramente sustentável.
- Hardware** – Meio interpretativo que **não** envolve contato com a equipe do centro, por exemplo, telas de toque e visores
- Interativos** – Qualquer exibição ou visor que muda após a escolha ou ação efetuada pelo visitante.
- Interpretação** – Processo de comunicação no qual os visitantes são expostos às mensagens do centro wetland através dos meios apropriados que provocam, relacionam-se com a própria experiência do visitante e revelam.
- Política de interpretação** – Documento que identifica a filosofia, desenvolvimento e métodos (meios e tratamentos) usados ao pronunciar as mensagens de aprendizagem da organização
- Plano mestre** – Documento que descreve como todos os aspectos do centro são incorporados e administrados. O plano mestre forma a estrutura de todos os outros planos.
- Missão** – Declaração concisa que expressa como a organização almeja pronunciar sua visão.
- SMART** - Specific (específico), Measurable (mensurável), Achievable (alcançável), Realistic (realista), Timebound (limitado pelo tempo)). Qualidades que todos os bons planos, desde os planos mestre aos planos educacionais devem possuir.

- Software** – Meio interpretativo que envolve contato com a equipe do centro, por exemplo, visitas guiadas e sessões de grupos escolares.
- SUDS** - Sustainable Urban Drainage Systems – sistemas de esgotos urbanos sustentáveis
- SWOT** – Strengths (pontos fortes), Weaknesses (pontos fracos), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças). Processo de gerenciamento para avaliar a posição de uma organização/especulação e sugerir ações futuras.
- Observador de pássaros** – Pessoa que gosta particularmente de observar pássaros como um passatempo e faz listas dos mesmos.
- Centros wetland** – Qualquer local wetland onde as pessoas e as wetlands juntam-se e as atividades do CEPA sobre wetlands ocorrem.
- WLI** – Wetlands Link International. Organização em rede para os centros wetland mundiais
- WWT** – Wildfowl & Wetlands Trust. Instituição baseada no Reino Unido com preocupações relacionadas com a conservação das wetlands e sua biodiversidade ao nível mundial
- Visão** – Declaração concisa que expressa o que a organização deseja alcançar.

Capítulo 15 Referências e links

Maslow, AH (1948) *“Higher” and “Lower” Needs*, Journal of Psychology, 25
p 433-436

Tilden, F (1957) *Interpreting Our Heritage*, University of North Carolina Press

Veverka, JA (1994) *Interpretive Master Planning*, Acorn Naturalists, California

Capítulo 16 Agradecimentos

Elaborado com a ajuda prestativa do DEFRA e HSBC.

Campeão do projeto – Doug Hulyer , Ex-Diretor dos Programas de Conservação, WWT Slimbridge, Glos., Reino Unido

Compilação – Malcolm Whitehead, Coordenador da WLI e Chefe da Aprendizagem da WWT, London Wetland Centre, Londres, Reino Unido

Emma Alesworth e James Furse-Roberts, Desenvolvedores de Conteúdo da WWT Consulting, WWT Slimbridge, Gloucestershire, Reino Unido

Mais informações disponíveis em wli@wwt.org.uk

Para obter inquéritos detalhados sobre todas as áreas de planejamento /desenvolvimento do centro wetland, a WWT tem a consultoria – WWT Consulting

WWT Consulting

O centro de excelência de consulta sobre wetlands

WWT Consulting é a especialista líder no Reino Unido em wetlands relacionadas com consulta ambiental.

A WWT Consulting foi estabelecida em 1989, em Slimbridge, as sedes da WWT (Wildfowl & Wetlands Trust) em resposta à demanda de consultoria profissional sobre conservar, melhorar e gerenciar habitats wetland para a vida selvagem e para as pessoas.

A missão da WWT Consulting é

- dar consultoria imparcial e especialista relacionada com wetlands;
- garantir que qualquer aviso fornecido seja corroborado pela pesquisa atual e compreensão científica atualizada;
- oferecer uma ampla faixa de capacidades e serviços para satisfazer as necessidades de nosso cliente;
- respeitar a confidencialidade e sensibilidade do cliente; e
- assegurar que todo o trabalho seja abrangido pelas garantias de qualidade.

Nossa equipe

A WWT Consulting emprega uma equipe principal especialista e qualificada que fornece conhecimento e experiência nas seguintes áreas:

- pesquisa ecológica
- avaliação de questões sobre espécie de aves
- projeto do habitat da wetland
- planejamento da gerência da wetland
- criação e restauração da wetland
- avaliação da qualidade da água
- ecologia
- wetlands construídas
- planejamento do centro para o visitante
- interpretação do habitat
- educação ambiental
- criação de ligações entre a vida selvagem e as pessoas

Além da equipe principal, a WWT Consulting recruta equipes do Departamento de Pesquisa e dos centros regionais da WWT. O Departamento de Pesquisa tem mais de 50 anos de experiência nacional e internacional autênticas e pesquisa aplicada à conservação de wetlands e seus habitats e espécies associados. Isto proporciona à WWT Consulting tanto o recurso principal como a robustez científica de nosso trabalho.

Podemos ajudar?

Se a WWT Consulting pode ajudar você numa questão relacionada com a wetland, entre em contato conosco em:

WWT Consulting
The Wildfowl & Wetlands Trust
Slimbridge
Gloustershire
GL2 7BT
Reino Unido

T +44 (0)1453 891905 F +44 (0) 1453 890827
E was@wwt.org.uk www.wwt.org.uk

Este manual foi elaborado com o apoio das seguintes organizações

