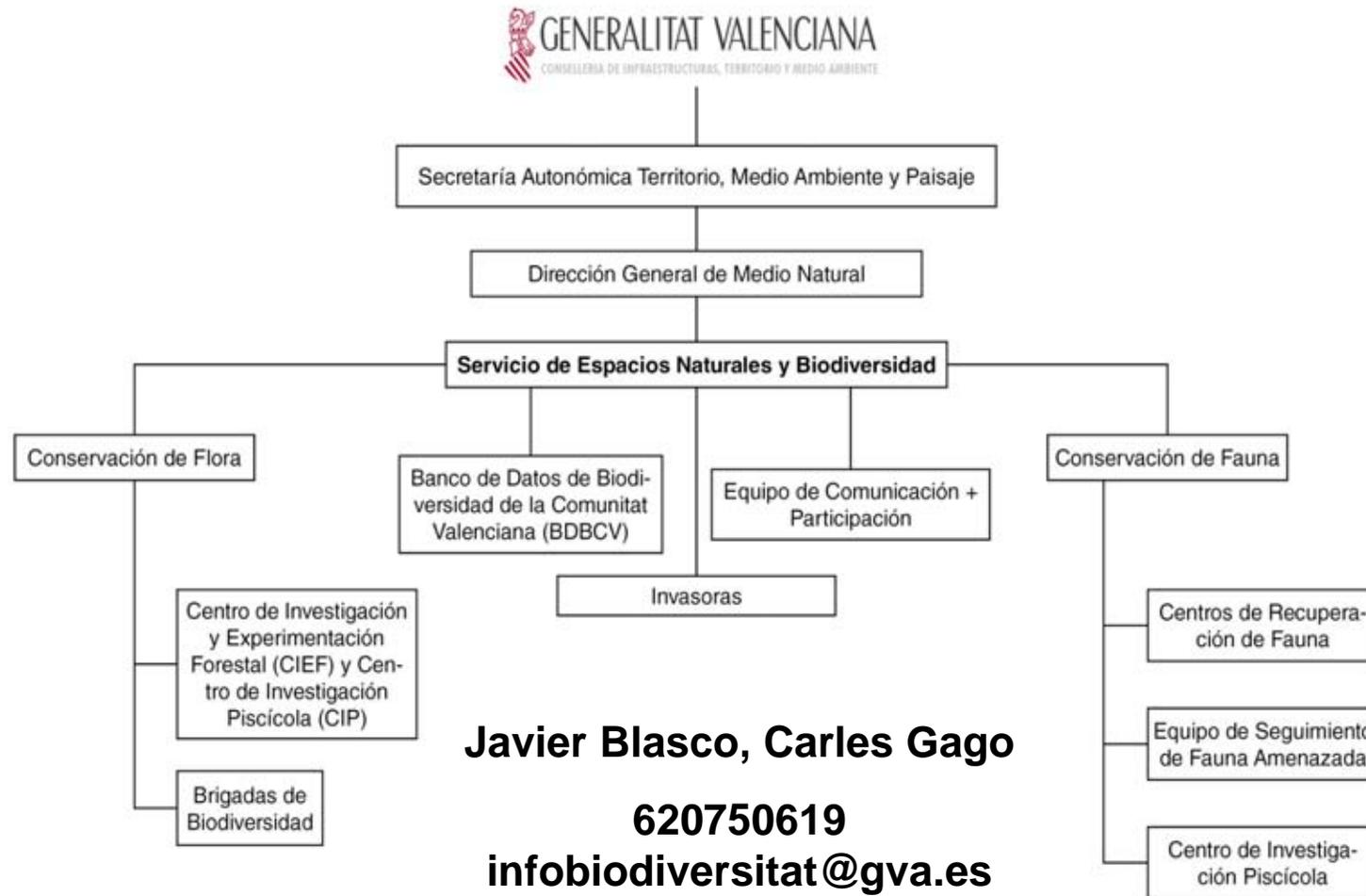


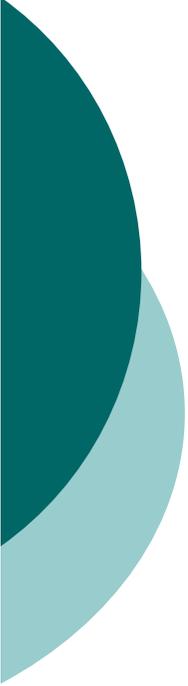
# Estrategias de **comunicación** y **participación social**

en programas de **conservación** de la **biodiversidad amenazada**



# ¿Quiénes somos?





# ¿Qué vamos a hacer?

---

- Peculiaridades del trabajo con especies amenazadas
  - Un poco de legislación
  - Pros y contra de la comunicación con especies amenazadas
- Comunicación ambiental:
  - Acciones de seducción ambiental
    - Estudio de casos reales
- Participación social
  - Entramado social valenciano
  - Porqué y para qué de la participación social
  - Biodiversidad y Sociedad
    - Estudio de casos reales
- Labor del CEA
- Taller práctico



# Un poco de legislación

---

## **Normativa Internacional**

- Convenio de Berna (Instrumento 13/05/86 –BOE 10/01)
- Reglamento CITES (3626/82/CE, instrumento 16/05/86 – BOE 30/07)

## **Normativa Unión Europea**

- Directiva Hábitats (92/43/CEE)

## **Normativa Española**

- Ley del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad (42/2007, de 13 de diciembre)

## **Normativa Comunidad Autónoma**

- Catálogo valenciano de especies de fauna amenazadas (Decreto 218/1994)
- Catálogo valenciano de especies de flora amenazadas (Decreto 32/2004)

# Un poco de legislación

---

## FLORA

- 3.200 especies de vegetales pueblan el territorio valenciano
  - 370 endemismos
    - 64 exclusivos
    - 71 iberolevantinos
    - 233 ibéricos
- Catálogo de especies de flora amenazada
  - Especies en peligro de extinción: 42
  - Especies vulnerables: 83
  - Especies protegidas no catalogadas: 109
  - Especies vigiladas: 164



# Un poco de legislación

---

## FAUNA

- 431 especies de animales vertebrados pueblan el territorio valenciano
  - 37 peces
  - 8 anfibios
  - 29 reptiles
  - 291 aves
  - 66 mamíferos
- Catálogo de especies de fauna amenazada
  - Especies en peligro de extinción: 21
  - Especies vulnerables: 43
  - Especies protegidas: 28



# Un poco de legislación

---

## ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS

*DECRETO 213/2009, de 20 de noviembre, del Consell, por el que se aprueban medidas para el control de especies exóticas invasoras en la Comunitat Valenciana.*

### ANEXO I

- Prohibida su comercio, liberación y transporte
- 12 vegetales
- 22 animales

### ANEXO II

- Prohibida su uso en cualquier tipo de plantación



# Pros y contras de la comunicación de especies amenazadas

---

## Contras

- Rechazo a la legislación ambiental
- Rechazo a la especie
- Dificultad para su observación
  - Pocos ejemplares
  - Visita desaconsejable
- El síndrome del “plantujo”

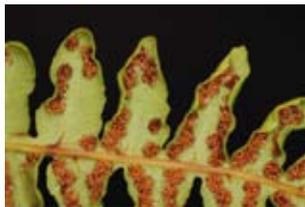


# Pros y contras de la comunicación de especies amenazadas

---

## Pros

- El “hechizo” de estar en peligro de extinción
- Apoyo generalizado a su conservación
- Exclusividad
- Rareza
- A la búsqueda de lo interesante, espectacular y diferente



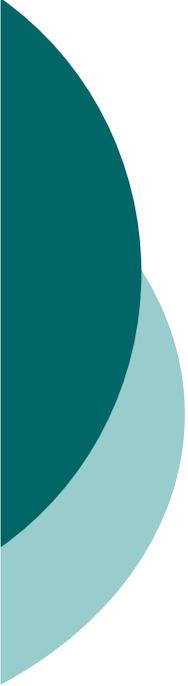


# ¿A quién nos dirigimos?

---

¿Cómo se definiría Ud. en política según la siguiente clasificación?

Socialista	17.4 %
Liberal	15.9 %
Conservador/a	11.3 %
Socialdemócrata	9.9 %
Demócrata-cristiano/a	5,6 %
<b>Ecologista</b>	<b>5.0 %</b>
Nacionalista	4.2 %
Comunista	1.8 %
Feminista	1.6 %
Otra respuesta	3.7 %
Apolítico/a	4.5 %
N.S.	14.6 %
N.C.	6.1 %



# ¿A quién nos dirigimos?

---

¿Cuál es, a su juicio, el principal problema que existe actualmente en España? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero? (*Respuesta espontánea*) (*Multirrespuesta: máximo tres respuestas*)

- El paro 81 %
- Problemas económicos 47 %
- La clase política 18 %
- La inmigración 14 %
- El terrorismo de ETA 6,9 %
- El gobierno, los políticos y los partidos 6,1%
- **Los problemas medioambientales 0,2 %**
  
- **A una sola respuesta el medio ambiente desaparece**



# ¿A quién nos dirigimos?

---

- ¿Y cuál es el problema que a Ud., personalmente, le afecta más? ¿Y el segundo? ¿Y el tercero? (*Respuesta espontánea*)  
(*Multirrespuesta: máximo tres respuestas*)
- El paro 41,4 %
- Problemas económicos 38,1 %
- Las pensiones 8,6 %
- La calidad del empleo 6,5%
- La clase política 5,4 %
- La vivienda 5,1 %
- **Los problemas medioambientales 0,2 %**
- Por partidos políticos: PSOE, PP, IU-ICV, CIU



# ¿A quién nos dirigimos?

---

## Encuesta a los diputados del Congreso

- Contaminación y planificación hídrica
- Erosión y desertificación
- Problemas urbanos
- Ausencia de planificación territorial
- Problemas industriales
- Contaminación atmosférica
- Conservación de la biodiversidad
- Suelos contaminados
- Gestión de los espacios naturales
- Problemas radiactivos

## Según la ONU

- Efecto invernadero
- Cambio climático
- Deforestación
- Pérdida de biodiversidad
- Contaminación del aire y del agua
- Acumulación de residuos
- Disminución de recursos naturales
- Pobreza
- Explotación infantil
- Guerras
- Desigualdades sociales



# Comunicación ambiental

---



Nuestra audiencia es **emocional** no racional

**Somos animales!**

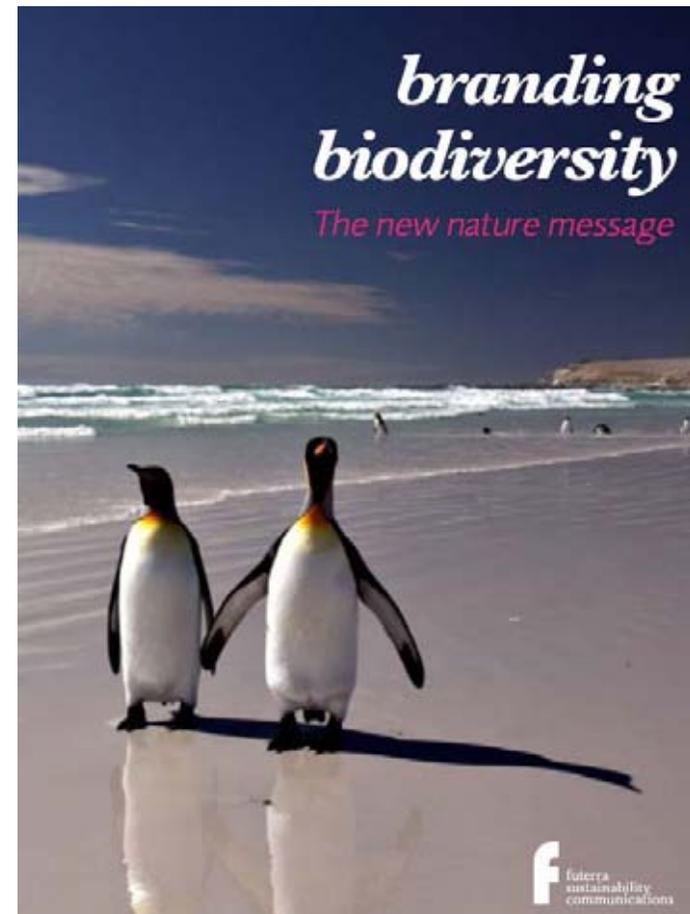
... se produce persuasión cuando hay cambios en las valoraciones, opiniones o conductas de las personas como consecuencia de su exposición a un mensaje

# Comunicación ambiental

---

## *Manual para Campañas de Biodiversidad*

[http://www.futerra.co.uk/downloads/Branding\\_Biodiversity.pdf](http://www.futerra.co.uk/downloads/Branding_Biodiversity.pdf)





### **pérdida**

Mensajes basados en la extinción "Biodiversidad" y "extinción" se comunican casi de forma automática juntos. De la Lista Roja a la difícil situación de la selva tropical, el mensaje de la "biodiversidad" está en todas partes. Son raras las menciones de activistas, políticos o medios de comunicación sobre plantas, animales o ecosistemas sin un "amenazado".



### **afecto**

Mensajes basados en respeto y en "cuestionarse". Desde los documentales de naturaleza hasta los carteles de delfines en posters para adolescentes, la permanente fascinación y asombro y por la naturaleza es de gran alcance. El mensaje de afecto se usado por los anunciantes, terapeutas, artistas y activistas por igual; el respeto por la naturaleza llama nuestra atención y despierta la imaginación"



### **necesidad**

Mensajes basados en la economía. Este más mensaje es más reciente, apela al valor económico tangible de la la diversidad biológica: servicios de los ecosistemas indispensables (fertilidad del suelo, o ingresos por turismo), o los miles de millones de € que la biodiversidad 'regala' a la agricultura, a la industria farmacéutica y otras industrias cada año. Nuestra sociedad y la economía tienen necesidad de la biodiversidad.



### **acción**

Mensajes pidiendo acción. La conservación de la biodiversidad requiere que la gente haga cosas. Estos mensajes piden a la gente que hagan algo, ya sea plantar un árbol, construir una colmena de abejas, firmar una solicitud o donar dinero a una causa / entidad de conservación

## *the formula*

---

$$\begin{array}{c} \text{♥} \\ \textit{love} \end{array} + \begin{array}{c} \text{A} \\ \textit{action} \end{array} = \begin{array}{c} \text{public} \\ \text{change} \end{array}$$

$$\begin{array}{c} \$ \\ \textit{need} \end{array} + \begin{array}{c} \text{A} \\ \textit{action} \end{array} = \begin{array}{c} \text{policy} \\ \text{change} \end{array}$$

## *what to say*



### *less loss*

Kill the extinction message. Loss generates apathy, not action.



### *more love*

Celebrate our love of nature. It is the most powerful driver of public behaviour.



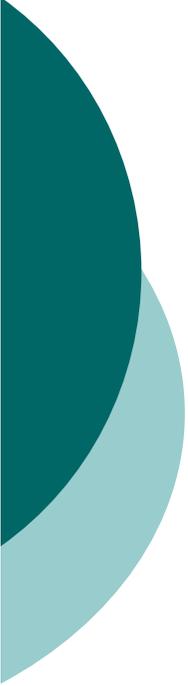
### *target need*

Use the Need message wisely. It's often not right for public consumption, but it's the cornerstone of policy and business decisions.



### *add action*

Always partner Love and Need messages with Action. Once your audience is inspired, they will want to know what to do.



# Comunicación ambiental

---

## Ejemplos de comunicación

<http://www.youtube.com/watch?v=aMfSGt6rHos>

<http://www.youtube.com/watch?v=TnDDQnlUCvs>

[http://www.youtube.com/watch?v=2mTLO2F\\_ERY](http://www.youtube.com/watch?v=2mTLO2F_ERY)

<http://www.youtube.com/watch?v=EmnbzOGG0FI>

# Comunicación ambiental

---

## Estrategias de comunicación

- Diseño gráfico
- Redes sociales
- Publicaciones, juegos, videos..
- Charlas, campañas de información...
- Seducción ambiental
  - Suelta de animales
  - Salida de murciélagos



# Comunicación ambiental





# Comunicación ambiental

---

## **TE DIGO QUE NO VALE**

Te digo que no vale  
meter el sueño azul bajo las sábanas,  
pasar de largo, no saber nada,  
hacer la vista gorda a lo que pasa,  
guardar la sed de estrellas bajo llave.

Te digo que no vale  
que el amor pierda el habla,  
que la razón se calle,  
que la alegría rompa sus palabras,  
que la pasión confiese: aquí no hay sangre.

Te digo que no vale  
que el gris siempre se salga con la suya,  
que el negro se desmande  
y diga "cruz y raya" al júbilo del aire.

Vuelvo a la carga y te digo:  
aquí no cabe esconder la cabeza bajo el ala,  
decir "no sabía", "estoy al margen",  
"vivo en mi torre, solo y no sé nada".

Te digo y te repito que no vale.

*Agustín Millares Sall*

**No et limites a contemplar aquestes  
hores que ara venen.**

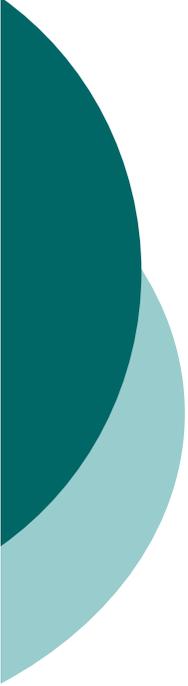
**Baixa al carrer i participa.**

**No podran res davant un poble unit,  
alegre i combatiu.**

*Vicent Andrés estellés*

**¿Vamos a seguir respondiendo a la  
provocación permanente del modelo  
economicista, haciendo  
muñequitos de material de desecho,  
tirando con arco y paseando por el  
bosque?**

*Agustín Cuello Gijón*



# Comunicación ambiental

---

## Evaluación vuestra

- Diseño
  - Estética
  - Atractivo
  - Favorece la comprensión del contenido
  
- Texto
  - Fácil de comprender
  - Extensión
  
- Idoneidad del método
- Enfoque social

# Participación social

---

Porqué y para que de la participación activa

- Acción es cambio personal y social

Peculiaridades del entramado social valenciano:

- Fiestas (fallas, moros y cristianos...), música y deporte
- ONG de ayuda social o medioambientales



# Biodiversidad y sociedad

Valencia  
26. 27. 28  
OCTUBRE

Jornadas  
Biodiversidad y Sociedad



Valencia  
26, 27, 28  
OCTUBRE

# Jornadas Biodiversidad y Sociedad



- 1. Puntos/espacios de encuentro...** pero hablamos tanto de eventos como de plataformas/redes en las que deben participar todos los sectores (y en el todos los sectores participen por igual)
- 2.** La administración como **facilitadora y promotora de un escenario de trabajo** para la corresponsabilidad social: formación, mayor visibilización de los agentes/responsables, comunicación fluida, documentos técnicos, conocimiento mutuo, respeto, transparencia, mediación fondos RSC
- 3.** Crear una **cartera/bolsa de proyectos** derivando posibilidades gestión del territorio
- 4.** Incorporar la **pequeña empresa como canalizadora de proyectos locales**
- 5.** Trabajar conjuntamente para incorporar a la **propiedad privada**: escenarios de trabajo donde estén representados todos los sectores (custodia del territorio)
- 6. Planificación conjunta**, coordinación desde el principio, **garantía mutua**
- 7. Canalización y diversificación de recursos. Eficacia y eficiencia en la gestión. Además de fondos podemos aportar capacitación técnica, etc.**
- 8. Comunicación e incorporación a agentes no activos**