

Campaña de sensibilización
para la prevención de
la contaminación y del
cambio climático

LA CAMPAÑA DE COAG: BIOPIO 3R

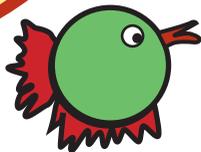
REPORTAJE

Texto e ilustraciones:
Servicios Técnicos de COAG

El Ministerio de Medio Ambiente convocó en el mes de abril la concesión de ayudas a entidades y Organizaciones no Gubernamentales para la realización de campañas de sensibilización para la prevención de la contaminación y del cambio climático. A la convocatoria de ayudas concurren 94 entidades que presentaron 108 campañas o proyectos por un coste total de casi nueve millones de euros. Finalmente tras la evaluación y estudio de todos los proyectos presentados, el Ministerio ha concedido, hasta cubrir el monto total de las ayudas que ascendía a 1.750.000 euros en la convocatoria de 2005, quince subvenciones a otros tantos proyectos de diversas entidades.

De todas ellas, la que ha recibido la mayor subvención es el proyecto de la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos COAG por su campaña Cambia de hábitos. No de clima, que se detalla a continuación.





Está calentándose la Tierra? ¿Este calentamiento está producido por la contaminación? ¿El cambio en el clima trae consigo violentos fenómenos meteorológicos: tormentas, lluvias torrenciales, deshielo de glaciares, subida del nivel del mar, desertización de grandes extensiones, etc.? ¿Quién no ha oído hablar en múltiples ocasiones acerca del cambio climático? Todas estas cuestiones son motivo de noticias y polémicas apasionantes. Es lógico que así sea, porque estamos hablando de un problema con graves repercusiones para la vida de millones de personas.

La otra gran pregunta es ¿Cómo convencernos de que necesitamos un desarrollo sostenible y que, por tanto, debemos actuar teniendo en cuenta el interés común?

Pues, en buena parte, esto depende del desarrollo de programas desde las instituciones, del cumplimiento de la ley y de compromisos de Gobiernos, pero sobre todo de la educación y la información que recibimos. Lo que es evidente es que si no somos conscientes del problema nunca vamos a hacer nada para paliarlo. En este sentido es fundamental el canal de información que hemos puesto a

disposición del Ministerio de Medio Ambiente, al que desde aquí agradecemos la confianza depositada en COAG, con su ayuda y nuestro esfuerzo hemos realizado las herramientas adecuadas de información y divulgación para llegar al mayor número de personas posibles, contando con las nuevas tecnologías que multiplican el efecto de los canales empleados en la divulgación de información.

Es muy importante, por tanto, que los jóvenes, los mayores, la sociedad en general, tanto del medio urbano como del rural, se sientan involucrados en el ahorro de energía, concienciados de las posibilidades que cada uno puede aportar como granito de arena que forme una gran montaña, la montaña que frene esta transformación del clima. Esperamos que el esfuerzo de COAG tenga un impacto que llegue a todos los estratos sociales, y en especial a los de nuestra sociedad rural, los que viven de, por y para la Tierra.

La creación de este personaje de ficción no es gratuita. Sus colores tampoco. Verde naturaleza. Rojo vida. Biopío ha conseguido entrar en muchos hogares y convertirse en una imagen amiga que nos aconseja y nos re-





cuerda que debemos cuidar el planeta. ¿Cómo? Él insiste, “erre que erre”, que la mejor forma de cuidarle es poniendo en marcha las 3R: Reducir, Reutilizar, Reciclar. No importa la edad. Todos y todas debemos responsabilizarnos de nuestros actos con respecto al medio ambiente.

Elegimos a conciencia un personaje que no se pudiera identificar con la realidad: sus tres alas han despistado a más de uno: ¿Es un pájaro? ¿Es un pez? En realidad es un híbrido, que en vez de piar: “bía”, que puede volar y puede nadar, que tanto desde el cielo como desde el mar es testigo de todo lo que ocurre en nuestro planeta, su casa y la nuestra.

Aunque sus aventuras sólo acaban de empezar, su misión divulgadora ya ha comenzado y lo que es mejor, en sólo dos meses de vida ha obtenido resultados inmediatos, tal y como hemos podido comprobar en los análisis de resultado de la campaña.

PARA EL COLECTIVO AGRARIO Y RURAL

Con esta campaña, COAG, como primera Organización Agraria del estado español, quiere divulgar entre su colectivo agrario y rural, especialmente jóvenes, mayores y discapacitados, información acerca de la contaminación y el cambio climático y sensibilizar sobre como paliar este fenómeno, en la medida de las posibilidades de cada uno. Haciendo al colectivo al que va dirigido partícipes directos de las distintas actividades que hemos realizado.

La campaña divulgativa bajo el lema *Cambia de hábitos. No de clima* pretende informar, concienciar y sensibilizar a la población del medio rural acerca de un fenómeno en el que todos, sin excepción, podemos aportar algo, cuantos más aquellos y aquellas que viven y trabajan en pleno contacto con la naturaleza como son los hijos, jóvenes y mayores del medio rural.

Para la consecución de estos objetivos COAG ha desarrollado una serie de activida-

des que detallamos a continuación, siendo el eje principal de las mismas el itinerario estatal de encuentros intergeneracionales: un jornada de información, sensibilización y diversión entre dos grupos aparentemente muy distantes, como son las personas de la tercera edad y los jóvenes. Encuentros que han sido coordinados y dirigidos por un dinamizador rural, un monitor medioambiental, técnicos de las Uniones de COAG y responsables sindicales que han asistido a los mismos.

Se han repartido 2000 carteles, como el de la imagen, que han conseguido el objetivo que esperábamos: el de crear cierta expectación e intriga acerca del tema y de las 3R, la suficiente para lanzar después el resto de materiales. Los colores llamativos del cartel no han pasado desapercibidos. Con ellos queda patente la importancia del agua (azules), de la tierra (naranjas) y el sol (amarillo). Elementos de la naturaleza sin los que no existiría la vida. El resultado ha sido un cartel alegre, positivo, como el mensaje medioambiental que hemos querido transmitir. Un cartel en el que nuestra mascota Biopío ocupa un primer plano y su pico, de grandes dimensiones, nos indica ya que este personaje tiene mucho que transmitir.



Se diseñaron, imprimieron y distribuyeron 70.000 trípticos, junto a 70.000 imanes y 2.000 expositores que han sido repartidos por todo el territorio nacional.

Este material se ha confeccionado de tal manera que en su conjunto tuviera una triple funcionalidad:

- El tríptico, que presenta a nuestra mascota Biopío 3R en su parte interior, e incluye contenidos sencillos acerca de nuestros hábitos en relación con el agua, los bosques, la energía y los residuos. Aprovechamos la parte exterior para divulgar las bases del I Certamen de Cuentos Medioambientales y el plazo de recepción de los mismos. La parte trasera fue reservada para hacer una referencia al consumo sostenible y ofrecer pequeños consejos para poner en marcha las 3R.
- El imán cuyo soporte es el tríptico ha cumplido su función, la de divulgar nuestro mensaje de manera cotidiana, y desde la nevera ser el recordatorio diario de las 3R para miles de familias.
- El expositor, además de llamar la atención sobre el receptor y resolver una cuestión de orden en los folletos, cumple también su función divulgadora. Al quedarse vacío, el mensaje de nuestra campaña sigue latiendo

Se han repartido también 5.500 películas en formato DVD, un divertido cortometraje de animación en formato VHS, DVD y BETACAM sobre el cambio climático. Con una duración de 26 minutos, en los que se intercalan comentarios de nuestra mascota con las voces de dos narradores que, mediante gráficos e imágenes, nos explican en qué consiste exactamente este fenómeno.

Teniendo en cuenta las características del colectivo al que nos dirigimos y sus necesidades de formación, el vídeo ha resultado ser un poderoso medio para el aprendizaje. Su fin ha sido el de ser utilizado como elemento formativo añadido y a la vez como instrumento dinamizador, primero en los encuentros realizados a propósito de esta campaña, después remitiendo una copia a 2.000 colegios del territorio nacional, eligiendo por orden de listado una media de cincuenta colegios

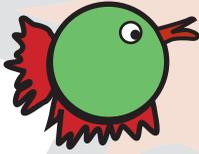


por provincia, a los que mediante una carta al director/a y un ejemplar para el profesor de la *Guía para poner en marcha las 3R*, se les ha animado a divulgar este material entre sus alumnos y alumnas.

Se han repartido 1.000 kit Biopío completos. Hemos denominado Kit medioambiental Biopío al conjunto de materiales elaborados para esta campaña y que han sido distribuidos principalmente entre los participantes de los encuentros y nuestras delegaciones territoriales. Este kit consiste en:

- Un puzzle de 100 piezas del cartel que divulga la campaña, con el objetivo de entretener a los más jóvenes y que con ayuda de los mayores puedan componerlo.
- Un ejemplar de la publicación *Guía para poner en marcha las 3R*.
- Un vídeo en formato DVD con la película *Biopío 3R y el cambio climático*
- Una gorra color beige fabricada en 100% algodón.
- Una camiseta sin teñir y 100% algodón.
- Y una bolsa, tipo mochila (100% algodón) que contiene todos estos materiales. Serigrafiada con el cartel de la campaña.

El hecho de incluir en la campaña un concurso de cuentos cuyo tema principal sea el cambio climático tiene como objetivo motivar la participación de la sociedad, jóvenes y adultos, y despertarles un interés por un fenómeno que está aconteciendo en nuestro Planeta y del que debemos ser conscientes todos los ciudadanos, pero especialmente los más jóvenes que tienen más tiempo por delante para subsanar los errores que han tenido generaciones pasadas, a la par que inculcar a las generaciones futuras, que derivarán de ellos, hábitos saludables para la conservación del medio ambiente.



El concurso ha tenido una gran participación y acogida gracias a que el tema ha motivado en gran medida a los participantes y a que se ha hecho una amplia difusión del mismo, tanto por medio de los trípticos, como de prensa o Internet.

De la categoría A (hasta 18 años) se han recibido un total de 120 cuentos. De la categoría B, para adultos a partir de 18 años, la participación ha sumado un total de 143 cuentos.

De mí para ti. De nosotros para el medio ambiente. Este es el título que hemos elegido para la publicación de los cinco cuentos de cada categoría que han sido seleccionados como finalistas del concurso. Ilustran los textos distintos dibujos que hemos recibido en el desarrollo de este certamen, especialmente dibujos realizados por los más pequeños y pequeñas.

LOS OBJETIVOS GENERALES DE LA CAMPANA HAN SIDO:

- Informar a la sociedad en general, y en especial al ámbito rural, sobre el fenómeno de la contaminación y el cambio climático que está amenazando a la Tierra.
- Dar a conocer las causas y efectos del problema relativo al cambio climático.
- Acercar el cambio climático especialmente a los jóvenes y personas de la tercera edad, a su vida cotidiana, motivándoles a participar en un encuentro en el que ambos grupos intercambian opiniones y experiencias y realizan juntos distintas dinámicas relacionadas con la contaminación y el cambio climático.
- Promover aptitudes y actitudes de ahorro en los jóvenes y mayores, en la sociedad en general incul-

cando a través de distintas herramientas, como la publicación y el audiovisual, una serie de hábitos que todos podemos llevar a cabo para frenar el cambio climático.

- Fomentar la capacidad de compromiso de los participantes.
- Sensibilizar a la opinión pública acerca de la importancia de sentirse partícipes e imprescindibles para frenar el cambio climático, a través de los mecanismos de difusión empleados (comunicados de prensa, revistas, Internet, espacios televisivos, radio...) la opinión pública recibirá información directa sobre lo que es y significa este fenómeno y en qué medida puede paliarlo cada uno de nosotros.
- Impulsar el desarrollo de la creación literaria dirigido a fomentar la participación de todos en la lucha frente al cambio climático.
- Fomentar el desarrollo sostenible.
- Transmitir conocimientos y pautas de comportamiento en relación con el cambio climático.
- Propiciar el uso de tecnologías y hábitos de consumo menos contaminantes.
- Concienciar a la sociedad y hacerle partícipe de los métodos para mitigar el cambio climático.

Y COMO METAS ESPECÍFICAS SE PLANTEARON:

- Coordinar 20 encuentros estatales intergeneracionales por el territorio nacional entre grupos compuestos por personas de la tercera edad y jóvenes, dirigidos por dos monitores especializados en dinamización rural y en medio ambiente y con el objetivo de que las dos generaciones juntas reflexionen acerca de la contaminación y el cambio climático.

- Realizar un audiovisual animado que lleve por título: ¿Qué es el cambio climático? Causas y consecuencias.
- Elaborar una publicación de información y sensibilización acerca del cambio climático: Guía para poner en marcha las 3R
- Concertar un concurso de cuentos cuyo tema principal sea el cambio climático.
- Crear un espacio en nuestra página Web específico del Cambio climático, multiplicando así el efecto comunicador de las actividades.
- Realizar actividades de difusión de los materiales resultantes y conclusiones de los encuentros.
- Evitar mediante la creación de materiales duraderos y mostrables (imanes, camisetas) que la reflexión sobre el cambio climático sea una moda pasajera. Hay que conseguir la constancia en los cambios de hábitos.
- El objetivo prioritario y que entendemos a largo plazo, es conseguir un medio rural moderno con alta capacidad de respuesta y de adaptación frente a los cambios que se están produciendo en el contexto mundial, en la sociedad y en el marco institucional. Para ello, todos los canales de difusión empleados resultan de valor incalculable para aproximar esa mentalidad a la base del sector. Este ambicioso objetivo supone un proceso lento de transformación de mentalidades y actitudes que no se pueden pretender solucionar de un día para otro con actividades como esta, pero si todos aportamos nuestro granito de arena al final el respeto al medio ambiente será un hecho, y un hecho conocido y asumido por todos los ciudadanos y ciudadanas. ☞

AYUDAS CONCEDIDAS A ENTIDADES Y ONG PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPANAS DE SENSIBILIZACIÓN PARA LA PREVENCIÓN DE LA CONTAMINACIÓN Y DEL CAMBIO CLIMÁTICO

Beneficiario	Programa	Ayuda concedida
Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG)	Cambio de hábitos. No de clima	334.743,45
Ecologistas en Acción (CODA)	Cambio Climático: qué es y qué se puede hacer	125.771,33
Asociación para la Defensa de la Naturaleza (WWF/Adena)	Campaña pública de cambio climático: salva el clima	107.018,16
Guelaya-Ecologistas en Acción Melilla	Melilla sostenible	13.690,00
Movimiento por la Paz, el Desarme y la Libertad	Ciudadanos contra el cambio climático	35.450,00
Asociación Agrupación de Desarrollo Los Molinos (A.D. Los Molinos)	Campaña prevención y minimización de los RSU. "El medio ambiente en tus manos"	61.331,36
Fundación para la Conservación del Quebrantahuesos (FCQ)	Nuestro clima es cosa de todos	19.272,00
Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES)	E-CO ₂	69.048,60
Asociación Nacional de Empresas Forestales (ASEMFO)	La importancia de los bosques como sumideros de carbono	252.827,00
Sociedad Española de Ornitología (SEO/Birdlife)	Las aves como indicadoras del cambio climático	63.885,00
Unión de Asociaciones Familiares (UNAF)	Prevención de residuos y ahorro energético	192.212,50
Confederación de Organizaciones de Selvicultores de España (COSE)	Los bosques como sumideros de carbono	65.000,00
Amigos de la Tierra	Propuesta de educación ambiental para pequeños negocios turísticos. Fase piloto de implantación	36.369,92
Fundación Vida Sostenible	Toma los mandos de la energía... Y llevalá hacia la sostenibilidad	65.100,00
Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud (ISTAS)	Clima y trabajadores	149.464,81