

PLAN DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Proyecto Life “Conservación y Reintroducción del Lince ibérico en Andalucía **PLAN DE COMUNICACIÓN - Proyecto Life-Lince**

1. QUÉ ES UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Es el documento encargado de gestionar la imagen que desde una institución se quiere proyectar sobre la sociedad. Trata de definir un objetivo general sobre qué comunicación queremos para nuestra institución/organismo y qué identidad del proyecto se espera quede en la sociedad cuando concluya.

Este tipo de documentos se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) durante un periodo mediano-largo de tiempo (por ejemplo, cuatro años) pero también con carácter anual. Estos hitos pueden ser fijados de otra forma, pero si se tiene en cuenta que la vida de un país depende de los procesos electorales y que la vida económica está sujeta a los años fiscales, parece que una iniciativa de estudio, articulación e impulso de la identidad corporativa de una institución, empresa o entidad, dependerá de manera natural de estos ciclos.

Un Plan de Comunicación (PC) se apoya en dos líneas de actuación básicas: un Plan de Comunicación Externa y otro de Comunicación Interna, ambos cuentan con la ventaja de la incorporación de aplicaciones tecnológicas que fundamentalmente aceleran el proceso comunicativo, reduciendo al máximo la probabilidad de generar mensajes contradictorios (ruido comunicativo). Es el caso de los sistemas de correo electrónico, videoconferencia, chats profesionales, foros y otros canales similares (NTIC).

Finalmente se recurre al marketing tradicional para mediante la publicidad mejorar resultados y cubrir aspectos a los que no se puede llegar con los sistemas anteriormente descritos.

Objetivos del Plan de Comunicación.-

Se pueden concretar los siguientes:

1. Presentación y presencia en la opinión pública.
2. Obtener un espacio estable y definido en los canales de comunicación conforme a un plan.
3. Contribuir al logro de los objetivos del proyecto Life, dando a conocer a la sociedad la situación delicada por la que atraviesa el felino más amenazado del planeta y sensibilizando a determinado tipo de público.
4. Promover acciones concretas de las personas interesadas en conservar al lince.

5. Generar una imagen del proyecto, una identidad propia, reconocible fácilmente, que despierte una actitud positiva.
6. Ser conscientes de la necesidad de tener que afrontar situaciones de crisis.

2. POR QUÉ ES NECESARIO UN PLAN DE COMUNICACIÓN

Como ya se ha indicado, el marco de referencia en el que se instala este plan específico de comunicación es el Proyecto Life “Conservación y Reintroducción del Lince ibérico en Andalucía”, por lo que parece lógico hablar más bien de un Plan de Comunicación Ambiental.

Genéricamente este tipo de comunicación desempeña un papel crucial en mostrar los efectos ambientales de la acción humana y en enseñar cómo pueden ser incorporados estos cambios en la vida cotidiana de cada persona, mediante el aporte de una información clara comprensible y de argumentos asumibles y poderosos.

La envergadura del Proyecto Life en cuanto a número de socios, personal involucrado (directa e indirectamente), presupuesto, intereses y la observancia de la Comisión Europea, exige una gran responsabilidad, entre otros, de conocer el desarrollo del proyecto, en primera instancia por parte de los agentes implicados, pero también del resto de la sociedad.

El lince es, además, desde un punto de vista informativo un animal mediático que fácilmente despierta interés, tal vez por su belleza, por las campañas permanentes que se llevan desarrollando en nuestro país desde hace muchos años desde diversas asociaciones y organismos, por ser un felino y por lo tanto familiar, por ser exclusivo de la Península Ibérica, o posiblemente por todas las razones (y más), el caso es que se ha generado una situación muy particular con esta especie. Ello se asume y hay que interiorizarlo en la estrategia comunicativa a plantear.

La ventaja más inmediata de tal circunstancia es la facilidad de acceso a medios de comunicación, y lo inmediato que puede ser calar en la sociedad con todo lo relativo al lince. Por el contrario, cualquier situación delicada (o de crisis) por nimia que pueda ser, va a tener una repercusión que va a ir en detrimento de los objetivos de los proyectos de conservación.

El presente PC pretende dotar a la Consejería de Medio Ambiente (CMA) de una herramienta que sea capaz de afrontar el reto comunicativo de un proyecto de conservación de gran envergadura, tanto a nivel interno como externo, ofreciendo una respuesta eficaz a la permanente demanda de información que se exige desde diversos sectores de la sociedad.

3. ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

3.1. Estructura

Este PC se va a articular del siguiente modo:

- Creación de una **identidad del proyecto** que permita identificarlo claramente.
- Partir de los **problemas** detectados que dificultan el correcto funcionamiento del Proyecto Life y su repercusión en la sociedad.
- Determinando el **mensaje** o mensajes adecuados.
- Realizando un **diagnóstico** de la situación de partida.

- Teniendo en cuenta la **estructura organizativa** de partida de las entidades implicadas: internas y externas.
- Desarrollando una serie de **programas** para paliar los problemas detectados a los que pretende hacerse frente.
- Determinando el **público diana** y grupos de interés sobre los que aplicar los programas.
- Fijando los **objetivos** específicos de cada programa.
- Estructurando **acciones** concretas para cada programa.
- Seleccionando unos **indicadores** que permitan una correcta evaluación.

3.2. Identidad del proyecto

Se ha diseñado una imagen que dará unidad al proyecto y permitirá a la sociedad vincular dicha imagen a cualquier actuación que se realice desde el Life, tanto de gestión como de comunicación.

Es importante tener en cuenta que esta imagen es específica del Life, pero que también podría extenderse para todos los programas existentes y futuros de conservación del lince en Andalucía, y no es incompatible con la propia imagen corporativa de la Junta de Andalucía. Al contrario, debe completarla y, manteniendo aquélla, ser capaces de lanzar un logo fácilmente reconocible por todo el mundo, e identificarlo con la conservación del lince.

3.3. Problemas

En los últimos años la problemática ambiental ha adquirido una mayor relevancia social y política, lo que provoca que cada vez mayor número de personas estén atentas a lo que pasa en nuestro medio ambiente y se preocupen de su evolución. La gran importancia de este hecho implica, por otro lado, una gran responsabilidad por parte de todas las instituciones que informan sobre la situación ambiental. La forma en la que esta comunicación se lleva a cabo, es decisiva a la hora de que la ciudadanía establezca sus criterios, opiniones y percepciones con respecto a la problemática ambiental.

El caso que aquí ocupa presenta un particular interés ya que la especie a conservar, el lince ibérico, posee un gran poder mediático, convirtiéndose en uno de los animales con más repercusión en los medios y como consecuencia en la opinión pública. El tratamiento que de ella se haga en los grandes medios de comunicación será, por tanto, decisivo.

Hay que considerar asimismo que este animal es especialmente importante a nivel biológico al tratarse de una especie paraguas, es decir, su conservación implica la de otras muchas especies ligadas al entorno donde vive, el monte mediterráneo.

Por otra parte, se tiene muy presente la Ley 27/2006, de 18 de julio, por la que se regulan los derechos de acceso a la información, de participación pública y de acceso a la justicia en materia de medio ambiente (incorpora las Directivas 2003/4/CE y 2003/35/CE). Todo ciudadano tiene derecho a este tipo de información y hay que estar preparados.

En este sentido, desde el equipo técnico del Proyecto Life se han detectado carencias subsanables en diversos ámbitos que afectan a la eficiente y correcta ejecución de este proyecto y a su imagen exterior.

1/ A nivel interno:

- Es necesario promover una comunicación más fluida entre distintos departamentos/áreas.
- Mejorar las vías y/o espacios de comunicación interna.

2/ Respecto a la opinión pública:

- Hay una falta de comprensión del término *biodiversidad* entre la sociedad y como consecuencia de la importancia que tiene la conservación de las especies.
- Una percepción no totalmente positiva respecto a la conservación del lince en algunos sectores de la sociedad.
- La predisposición a colaborar en la conservación del lince ibérico es mejorable.
- En algunos casos, sentimientos de impotencia frente a la conservación del felino.
- Falta de canales y vías de participación en la conservación del lince.
- Necesidad de información sobre la evolución del proyecto y la conservación del lince.
- Exige más información más actualizada y fácilmente accesible.

Hacer frente a todas estas problemáticas es lo que se pretende con el diseño de este Plan de Comunicación Ambiental.

3.4. Mensajes

Se han buscado varios mensajes, sencillos y comprensibles para todos los públicos objetivo de este PC.

1. *El lince es un animal exclusivo de la Península ibérica que enriquece la gran variedad de fauna silvestre que habita nuestro país.*
2. *Este Patrimonio natural único estamos obligados a legarlo a nuestros hijos.*
3. *Con la conservación del lince ibérico se está contribuyendo a conservar uno de los ecosistemas más ricos en fauna: el monte mediterráneo que da cobijo a otras especies en peligro de extinción (concepto de especie paraguas)*
4. *El Proyecto Life Lince está trabajando en Sierra Morena y Doñana, mejorando la calidad del monte mediterráneo, aumentando las poblaciones de conejo, realizando un seguimiento continuado de los lince y llevando a cabo campañas de sensibilización y divulgación con las personas que comparten territorio con el lince.*
5. *El Proyecto Life Lince está buscando la mejor área en Andalucía para poder liberar lince y crear una nueva población intentando así evitar su desaparición.*

3.5. Estructura

La arquitectura general del PC se sustenta sobre la base de tres programas específicos:

- 1/ Programa de Comunicación [Interna y Externa]**
- 2/ Programa de Sensibilización y Divulgación**
- 3/ Programa de Participación**

De este modo se pueden cubrir todos los campos en los que se han detectado deficiencias, y para las que se proponen las siguientes estrategias:

- Intensificar la comunicación en los momentos en los que el lince ibérico pase al primer plano de la actualidad, aproximándolo lo máximo posible a la sociedad, para evitar percibir el problema como algo ajeno.
- Hacer uso de mediadores y de estrategias de aprendizaje social, por ejemplo es más fácil que el mensaje llegue a los cazadores a través de sus líderes (presidentes de sociedades, por ejemplo).
- Ser creativos en relación a los recursos comunicativos y rigurosos en cuanto a los argumentos y las informaciones ofrecidas.
- Trabajar de forma simultánea con diversos recursos, posibilitando la interacción de elementos de comunicación social, marketing, comunicación interpersonal, nuevas tecnologías, medios alternativos, etc.
- Utilizar un lenguaje comprensible adaptado a los diferentes públicos diana de modo que se facilite el entendimiento de los mensajes que se transmitan y al mismo tiempo tratar de aproximarlos a su modo de vida de forma que los vean interesantes.

“Nunca hablamos con ellos, cuando lo hacemos utilizamos un lenguaje que no entienden y cuando nos esforzamos en que nos entiendan, les contamos cosas que no les importa”. (Hesselink, 2006).

“Toda aquella comunicación que no tenga en cuenta los intereses y la experiencia de los receptores será totalmente inútil” (Tilden, 1957).

- Potenciar desde este Plan, y por tanto desde el Proyecto Life en su conjunto, una comunicación fluida y transparente tanto interna como externa, que favorezca un clima de confianza entre el emisor y el receptor.
- Fomentar una comunicación que no sea exclusivamente unidireccional, facilitando mecanismos y herramientas para la participación y la opinión, manteniendo siempre canales abiertos en ambos sentidos (emisor-receptor, receptor-emisor).
- Buscar instrumentos y estrategias sociales y combinarlos con los instrumentos tradicionales de la conservación para lograr el cambio. Hay que descubrir cómo lograr la atención (que escuchen), cómo motivar (que deseen colaborar) y cómo producir acciones (que se cambien las prácticas).

3.5.1. Programa de Comunicación [interna + externa]

Los antecedentes mostrados en este documento sugieren la necesidad de unas directrices a seguir en cuanto a comunicación interna y externa.

Hay que partir de la importancia mediática de este proyecto y las expectativas creadas tanto a nivel interno (beneficiario, socios y colaboradores del Life-lince) como a nivel externo (opinión pública), y a nivel internacional: el lince ibérico es el felino más amenazado del planeta, el Proyecto Life tiene un presupuesto que ha generado muchas expectativas.

Con la finalidad de satisfacer la demanda de todos los colectivos que de un modo u otro “necesitan” una información inmediata, coherente y veraz de los acontecimientos que en este proyecto tienen lugar, se propone el siguiente Programa de Comunicación interno y externo.

Programa de Comunicación Interna (dentro del propio proyecto) -PCInt-

La necesidad de comunicarse con todos los miembros del proyecto y gestionar la información que circula de manera interna es imprescindible, especialmente en aquellas instituciones donde trabajan numerosas personas. Desajustes en esta comunicación pueden ocasionar la reducción notable del contacto directo entre unidades y personas pertenecientes a la organización, con el consiguiente riesgo.

En este sentido, un PCInt puede aportar las siguientes ventajas:

- Permite a la organización mantener la coordinación entre sus partes.
- Constituye un instrumento de cambio, en tanto que permite el desarrollo, la aceptación y compartición de nuevos valores y objetivos.
- Estimula la creatividad y la colaboración.
- Reduce el nivel de tensiones y conflictos.
- Constituye el origen de la práctica de la calidad.
- Contribuye notablemente al incremento en la satisfacción en el trabajo, del compromiso personal y del clima laboral.
- Incide en el aumento de la productividad y reducción de los costes.

Entendiendo que todas estas ventajas pueden agilizar y beneficiar el funcionamiento del Proyecto, se exponen a continuación los objetivos que persigue un PCInt .

> Diagnóstico

Con el comienzo del Proyecto Life “Conservación y Reintroducción del Lince ibérico en Andalucía”, se reforzaron los equipos técnicos que habían trabajado hasta ese momento en el anterior Proyecto Life (“Recuperación de las poblaciones de Lince ibérico en Andalucía”) y también aumentó el número de socios y colaboradores, por lo que se plantea un reto: incrementar el flujo de comunicación entre todos ellos.

Aunque no se han utilizado técnicas de evaluación previa objetivas para determinar la situación actual en términos de comunicación entre los miembros del Proyecto Life Lince, del análisis de unas encuestas informales realizadas, se puede concluir que:

- La comunicación entre los diferentes implicados en el proyecto no es lo suficientemente fluida.
- La información o no llega con suficiente antelación y/o rapidez o incluso, no fluye.
- El equipo de divulgación no tiene relación directa con los comunicadores.
- No existe una clara uniformidad y homogeneidad a la hora de trabajar y lanzar los mensajes para la conservación del lince entre todos los implicados.

En este sentido, la comunicación interna es una vía para que las personas, mediante la transparencia en el conocimiento de los temas que les afectan, puedan sentirse más involucradas en sus actuaciones cada día y aumentar su motivación personal (Somoza, 1995).

> **Objetivos**

Este PCInt plantea subsanar las deficiencias comunicativas detectadas logrando alcanzar los siguientes objetivos:

- Incrementar de forma significativa el flujo de información en diferentes niveles.
- Inducir un clima satisfactorio positivo en la comunicación general, creando dispositivos de escucha y participación.
- Promover más y mejores canales para el desarrollo de un adecuado flujo informativo.
- Fomentar la interconexión entre las diferentes partes que integran el total de personas implicadas en el Proyecto Life (socios y beneficiario), potenciando la iniciativa y creatividad.
- Contar con la participación de los socios del proyecto en todas aquellas actividades divulgativas, educativas y participativas incluidas en este plan de comunicación.

> **Público Diana**

- Beneficiario
- Socios Proyecto Life
- Colaboradores Proyecto Life

> **Acciones**

- Reuniones periódicas de la Comisión de seguimiento del Life Lince.
- Reuniones específicas de la dirección del proyecto con los socios que ejecutan acciones E de divulgación y concienciación.
- Reuniones periódicas entre los técnicos del equipo Life Lince y los socios que ejecutan acciones E de divulgación y concienciación.
- Reuniones específicas de la dirección del proyecto con los socios que ejecutan acciones de gestión.
- Reuniones periódicas entre los técnicos del equipo Life Lince y los socios que ejecutan acciones de gestión.
- Comunicación permanente vía e-mail y telefónica entre todos miembros del Proyecto Life Lince.
- Los socios serán conocedores de los materiales de divulgación y difusión diseñados y editados por el beneficiario, antes de ser difundidos.



COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS DEL LIFE Lince en Andalucía



- Relaciones comunicativas con los socios. Desde el comienzo del Proyecto Life los socios están demandando información rápida y veraz de todo aquello que ocurre en su desarrollo, y aún más todo aquello que pueda tener trascendencia social. Desde este PC se propone una forma de comunicación con socios y colaboradores que se espera satisfaga esta demanda.
- La información de repercusión mediática y social, una vez decidida su publicación por el Gabinete de Prensa, será transferida a los socios y colaboradores a través del ECA.

Plan de comunicación externa -PCExt-

Implica las relaciones de comunicación que se van a mantener entre el Equipo de Comunicación Ambiental (ECA) y el Gabinete de Prensa con el exterior. Asimismo se producirá un feedback de dicha información entre éstos y la dirección facultativa y otros directivos implicados.

El ECA será un equipo de personas encargadas de sacar la información conveniente hacia el exterior. Estará compuesto por personal del Beneficiario. Este equipo, mantendrá una comunicación fluida con todos los socios y colaboradores del Proyecto Life Lince.

> Diagnóstico

Intuitivamente, pues no existe un análisis previo objetivo, no se detecta una situación óptima con respecto a la opinión pública provocada principalmente por la falta de información y calidad de la misma referente a este proyecto de conservación. En los últimos años que la CMA lleva trabajando con el lince ibérico, de lo que más se oye hablar en los medios es de la mala situación del lince, atropellos, muertes y como nota positiva de los nacimientos de cachorros en el Centro de Cría El Acebuche.

> Objetivos

- Solventar la demanda de información que desde ciertos colectivos de la sociedad se está produciendo con respecto al lince ibérico y su conservación.
- Dar a conocer el esfuerzo que desde la Administración y otras entidades públicas y privadas se está haciendo por conservar la biodiversidad y al lince ibérico.
- Mostrar las actuaciones que desde el Proyecto se llevan a cabo: adecuación del hábitat, mantenimiento de las poblaciones de conejos, actuaciones en carreteras, actividades divulgativas, etc.
- Transmitir una imagen de profesionalidad y transparencia, creando una sensación de confianza por parte de la opinión pública.
- Mantener una identidad del proyecto, consiguiendo altos índices de difusión.
- Potenciar ciertos cambios de hábitos y comportamientos para favorecer la conservación de nuestra biodiversidad y garantizar la viabilidad de la especie tanto desde el punto de vista social como desde las acciones de conservación.
- Destacar y hacer entender la importancia de salvar una especie (*monumento natural único de la Península Ibérica*) equivalente a la de salvar un monumento histórico- cultural.
- Demostrar una coherencia entre lo que se predica y lo que se realiza para la conservación de una especie, es decir que los mensajes internos, considerados como objetivos a alcanzar, se transforman en las razones externas que sirven para convencer a la sociedad y, a su vez, lograr los resultados previstos. Las mismas ideas que sirven para movilizar dentro, adaptadas adecuadamente, son las que valen para convencer fuera.

> Público Diana

- Población local/provincial
- Población regional.
- Población nacional.
- Población internacional.

> Acciones

Algunas de las acciones propuestas se corresponden directamente con las establecidas en el Proyecto Life dentro de su apartado E “Divulgación y Sensibilización”.

- Contactos mensuales (presenciales o vía e-mail) entre el Equipo de Comunicación Ambiental (ECA) y el Gabinete de prensa de la CMA para programar la publicación de noticias y analizar la percepción exterior del Proyecto.

- E.1 Campaña dirigida a los medios de comunicación: prensa, radio, televisión. Se presenta aquí un listado de distintas actuaciones que se realizarán a lo largo de los próximos años con el Proyecto Life, indicando el tipo de medio de comunicación que se cree más adecuado para que cubra el evento, así como el ámbito de difusión. Se indica primero una tabla con actuaciones de tipo divulgativo (Acciones E) y otra de gestión (Acciones C y D).

Información de las actuaciones divulgativas del Proyecto a través de los medios de comunicación:

ACTUACIÓN	COBERTURA	DIFUSIÓN	EVENTO	FECHA
E.5: Exposición Itinerante	PRENSA	Local/provincial/regional Socios y colaboradores del Proyecto	Siempre que esté colocada.	Todo el año
E.6 y E.7: Seminarios Internacionales sobre la conservación del lince ibérico y el conejo silvestre.	PRENSA RADIO TELEVISIÓN	Local/Provincial/regional- nacional e internacional Socios y colaboradores del Proyecto	Antes y durante la celebración.	Dos de cada a lo largo de todo el proyecto
E.10: Concursos para escolares.	PRENSA RADIO	Local/Provincial/regional Socios y colaboradores del Proyecto	Convocatoria y ganadores.	Febrero y Mayo
E.12: Distinción/Reconocimiento a la conservación del Lince.	PRENSA RADIO TELEVISIÓN	Local/Provincial/regional y nacional Socios y colaboradores del Proyecto	Antes y durante la celebración.	Anual
E.16: Voluntariados Ambientales.	PRENSA RADIO	Local/Provincial/regional y nacional Socios y colaboradores del Proyecto	Convocatoria y desarrollo del programa.	Dos cada año (Julio y Septiembre)

Información de actuaciones de gestión del Proyecto a través de los medios de comunicación:

ACTUACIÓN	COBERTURA	DIFUSIÓN	EVENTO	FECHA
Recuperación del hábitat	PRENSA RADIO	Local/Provincial/regional y nacional	Desbroces, podas, siembras, etc.	Nota de Prensa: mensual
	TELEVISIÓN	Socios y colaboradores del Proyecto		Radio y TV anual
Reforzamiento	PRENSA RADIO	Local/Provincial/regional-nacional	Tras locación de ejemplares.	Antes, durante y después de la actuación
	TELEVISIÓN	Socios y colaboradores del Proyecto		
Reintroducción	PRENSA RADIO	Local/Provincial/regional-nacional e internacional	Preparación y suelta de ejemplares	Antes, durante y después de la actuación
	TELEVISIÓN	Socios y colaboradores del Proyecto		
Seguimiento de las poblaciones de Lince ibérico en Andalucía	TELEVISIÓN (documental)	Local/Provincial/regional-nacional e internacional Socios y colaboradores del Proyecto	Cámaras trampa, censos, radiotracking.	Primavera de 2009

- E.2.: Edición de un boletín de difusión del proyecto: El Gato Clavo. Se editará mensualmente en formato Pdf . Informará de los últimos acontecimientos realizados en el Proyecto y todo aquello que acontezca a todos los niveles (de lo local a lo internacional).
- E.3: Puntos de información Lince. Colocados en lugares estratégicos de máxima difusión.
- E.4: Web del proyecto Life Lince. Mantenimiento de una web accesible, atrayente, actualizada y resolutoria donde se puedan descargar documentos, imágenes, etc. Además existirá un buzón para poderse comunicar vía email con la Dirección del Proyecto.
- E.5.: Exposición Itinerante, que versa sobre la problemática de esta especie y las acciones que se están realizando para su conservación.
- Diseño de una imagen corporativa atractiva, que esté incluida en todos los materiales divulgativos editados.
- La información referente al desarrollo del proyecto estará a disposición de quien la solicite en la página web y boletín mensual.

> Indicadores

- Índices de entrada en la web.
- Reconocimiento de la identidad del proyecto por parte de la población (encuesta).
- Nivel de información de la población respecto a las actuaciones del proyecto (con breve cuestionario cerrado o a través del ecobarómetro o convenio con el IESA).
- Registros de todo tipo de comunicación (actas, reuniones, etc.).
- Satisfacción de los socios (mediante evaluación semestral)

3.5.2. Programa de Sensibilización y Divulgación

No hay que olvidar que quienes participan en procesos educativos son, a la vez, sujetos receptores y emisores de mensajes. En consecuencia, se debe, por una parte, trabajar en la interpretación crítica de lo que se recibe, y por otro lado, desarrollar actitudes y capacidades de comunicación a través de diferentes formas de expresión. Asimismo, como grupo de personas que trabajan juntas, no se debe olvidar la comunicación interna, que permite una mayor cooperación y una labor más eficaz.

> **Diagnóstico**

Es fundamental conocer en profundidad la población objetivo, detectando, caracterizando y analizando los diferentes subgrupos de la población-objetivo y la presencia de mediadores, actores-clave o grupos de interés que pueden usarse para difundir los mensajes. Es interesante conocer sus características cuantitativas (distribución, indicadores sociodemográficos, sexo, edad....) y cualitativas (percepción y valoración ambiental, hábitos de frecuentación de medios, indicadores socioculturales...). Es útil determinar si existen subgrupos o sectores diferenciados que demanden un tratamiento específico (una estrategia puede servir a algún grupo y ser contraproducente para otro).

> **Público Diana y problemáticas específicas**

Se han seleccionado como público prioritario para este Programa aquellos actores que están más directamente implicados en la conservación del lince ibérico: Sector escolar, Sector del Medio Rural, Sector Administración, Sector Turístico, Sector Medios de Comunicación y algunos colectivos específicos: rocieros-romeros, fotógrafos, fans del lince...

Tras los trabajos realizados con el anterior proyecto Life Lince "Recuperación de las poblaciones de Lince ibérico en Andalucía" (2002-2006) y tras una puesta en común de todo el equipo del proyecto Life, se han determinado unas problemáticas específicas asociadas a los diferentes sectores implicados en la conservación del lince. Quedan aquí reflejadas algunas ideas que los ilustran:

Sector Escolar:

Problemática:

- Es un colectivo muy interesante a medio y largo plazo ya que en futuro próximo podrán ser los responsables y encargados de la conservación del medio natural. Trabajar con este colectivo es importante para hacerles entender la problemática ambiental y las herramientas que se pueden utilizar para su conservación.
- Es importante que estén bien informados y sean críticos con sus decisiones.
- En general, están desvinculados del medio natural en el que viven.
- Presentan un desinterés por lo que les rodea. Dificultando la transmisión de información y mensajes.
- Son vehículo fundamental para transmitir mensajes a sus mayores.

Nos aportan y/o facilitan:

- Son público cautivo y por tanto fácil de trabajar.

- Sirven como multiplicadores al transmitir en sus casas ciertos mensajes aprendidos en la escuela (socialización inversa).
- Son el reflejo de las nuevas metodologías en la enseñanza que puede permitir renovarnos en este terreno y aprender de las técnicas utilizadas pudiéndolas exportar a otros colectivos.

Sector Medio Rural:

Problemática:

- Es un colectivo en íntimo contacto con el medio natural, en el que desarrolla diversas actividades que directa o indirectamente pueden afectar a la conservación del mismo.
- Generalmente de edad media, superando los 50 años, tienen muy arraigadas sus maneras de trabajar y percibir el medio natural casi siempre-no siempre acordes con la conservación de la biodiversidad del medio natural.
- Observan unas limitaciones de ciertas actividades “tradicionales” que anteriormente no se controlaban desde la Administración.
- Presentan cierta desconfianza hacia la Administración.

Aportan:

- Conocen el medio natural.
- Tienen las posibilidades de realizar una correcta gestión.

Problemática específica SubSector cinegético:

- Limitación de la caza del conejo.
- Mayor supervisión desde la Administración de la actividad cinegética.
- Limitaciones de derechos de caza a los cazadores y propietarios de fincas.
- Uso de artes ilegales de caza.

Nos aportan y/o facilitan:

- Conocen el medio natural y de forma general su funcionamiento, pudiendo así entender más fácilmente las acciones que desde el proyecto se lleven a cabo.
- Es un colectivo bien definido.

Problemática específica SubSector agroganadero:

- Miedo ante posibles daños a ganado y otros animales domésticos (gallinas, ovejas...)
- Desinformación generalizada entre los gerentes y técnicos de cooperativas sobre la conservación del Lince ibérico.
- Daños en cultivos por exceso de conejos.

Nos aportan y/o facilitan:

- Conocen bien el territorio donde se mueve el lince.

Problemática específica SubSector guardas:

- Algunos siguen viendo al lince como un elemento negativo como competidor.
- Presentan ciertas “dificultades” en cuanto a la aportación de información verídica.

Nos aportan y/o facilitan:

- Son informadores natos.
- Son conocedores del entorno y la problemática.
- En general están implicados en hacer bien su trabajo.
- Controlan el furtivismo.

Sector Administración:

Problemática:

- Desinformación y datos poco actualizados.
- Sus acciones no siempre están adaptadas a facilitar las labores de conservación.
- Agendas apretadas que dificultan contar con ellos para la organización de eventos.
- Orden en la jerarquía de la cadena de información de noticias, a quién informamos, de qué y cómo se transmite la información.
- Mayor responsabilidad en colectivos como SEPRONA y Agentes de Medio Ambiente.
- Es mejorable la coordinación inter e intra administrativa.

Nos aportan y/o facilitan:

- Tienen las herramientas necesarias para una correcta gestión.

Sector Turístico (restauración y ocio):

Problemática:

- Su ámbito de actuación suele coincidir con la distribución del lince. Las acciones que realicen en el medio afectarán de forma directa al felino.
- Desconocimiento y falta de sensibilización.

Nos aportan y/o facilitan:

- Multiplicadores de la información.
- El proyecto Lince puede suponerles incentivos indirectos.

Sector Medios de Comunicación:

Problemática:

- En general proporcionan una información que es mejorable.
- No existe el periodismo de investigación.
- Existen muy pocos periodistas especializados en medio ambiente

Nos aportan y/o facilitan:

- Multiplicadores de la información.
- Muy interesados por el tema del lince.

Otros colectivos: rocieros-romeros, fotógrafos, fans del lince...

Problemática:

- Su ámbito de actuación suele coincidir con la distribución del lince. Las acciones que realicen en el medio afectarán de forma directa o indirecta al felino.
- En ocasiones interfieren con la propiedad privada, entrando en fincas de titularidad privada donde hay lince con el fin de verlo y/o fotografiarlo.
- No existe disponibilidad de lugares u oportunidades de obtener fotografías del felino de forma fácil y otro tipo de documentos que interesan al colectivo.
- Es complicado satisfacer sus necesidades de información.

Nos aportan y/o facilitan:

- Multiplicadores de la información.
- Facilitadores para realizar actividades con dichos colectivos.

> Objetivos

El objetivo central de contribuir a la sensibilización de la sociedad con una especie tan emblemática como el lince ibérico se concreta en los siguientes objetivos específicos:

- Informar a las poblaciones locales donde se ubique el ámbito de la reintroducción de la oportunidad y necesidad de llevarla a cabo.
- Informar periódicamente a la sociedad en general y también a los sectores más estrechamente relacionados con la especie del desarrollo del proyecto, bien con medios propios (publicaciones, web, puntos de información, etc.) o a través de los diferentes medios de comunicación existentes, generalistas y especializados en temas de medio ambiente.
- Proveer de información necesaria a departamentos de las propias administraciones que tienen alguna responsabilidad en la conservación de la naturaleza al objeto de tener en consideración la existencia del lince ibérico y su situación en sus respectivas acciones cotidianas (ayuntamientos, delegaciones provinciales, etc.), incluyendo de forma prioritaria a los agentes de la autoridad y de la justicia.
- Promover actitudes respetuosas con el medio natural y específicamente con el lince ibérico, en todos los ámbitos, personal y colectivo.
- Promover comportamientos responsables en sectores que afectan directamente a la supervivencia del lince ibérico.
- Facilitar encuentros entre especialistas sobre la especie a fin de profundizar en los conocimientos de la misma, revisión de trabajos, seguimiento de los mismos, diseño de estrategias, etc.

- Trabajar permanentemente con el sector educativo de zonas linceras y potencialmente linceras así como de aquellos lugares donde tendrá lugar la reintroducción, favoreciendo comportamientos proambientales.
- Coordinar las actuaciones de los socios que han adquirido compromisos en el Proyecto Life para ejecutar actuaciones de divulgación: ATECA, APROCA, FAC, EEAA Y SECEM.

> **Acciones:**

Son igualmente válidas las acciones “E” previstas en el Proyecto Life.

- E.2: Edición de un boletín de difusión del proyecto: El Gato Clavo.
- E.3: Puntos de información Lince.
- E.4: Web del proyecto Life Lince.
- E.5: Exposición Itinerante Nuestro Gran Gato.
- E.6 y E.7: Seminarios Internacionales sobre la conservación del lince ibérico y el conejo silvestre.
- E.8: Edición y distribución de materiales.
- E.9: Edición de un informe final divulgativo.
- E.10: Concursos para escolares.
- E.11: Dossier para los cursos de obtención de la habilitación para caza/pesca y examen de guarda de caza. “Las especies amenazadas. El lince ibérico.”
- E.12: Distinción/Reconocimiento a la conservación del Lince.
- E.13: Manual de Legislación.
- E.14: Campaña de divulgación en el área de reintroducción.
- E.15: Campaña de divulgación en el área de distribución actual.
- E.16: Voluntariados Ambientales.
- E.17: Divulgación y difusión entre los agricultores y ganaderos de las áreas linceras y sus potenciales áreas de distribución.

Los socios que participan, organizan o colaboran en estas actuaciones, han de seguir el cronograma de trabajo que se anexa en este documento (anexo I: cronograma de los socios responsables de la ejecución de acciones de divulgación). Además tendrán que comunicar al ECA la evolución del desarrollo de las mismas por correo e- (lo ideal es mensualmente).

> **Indicadores**

- Nº de participantes en las actividades propuestas: exposición, escolares...
- Grado de satisfacción tras la actividad (a través de una encuesta cerrada).
- Participación respecto a años anteriores (evolución del nº de participantes).
- Grado de cumplimiento de las actuaciones programadas por parte de los socios y el beneficiario

3.5.3. Programa de Participación

La participación ciudadana/pública está presente hoy por hoy en prácticamente todas las políticas que implican de alguna forma una gestión del medio (natural o urbano). Se responde así a una demanda creciente por parte de la sociedad que quiere implicarse y hacerse partícipe de la toma de decisiones que afectan normalmente a lo cotidiano.

En el caso de los programas de conservación de especies de fauna – y sobre todo cuando se trata de las más emblemáticas- hay un interés manifiesto y creciente por poder participar de la gestión. Esto se pone de manifiesto en muchos eventos y encuentros concretos o en los órganos de participación que ya existen y están implantados en el territorio andaluz. Los foros de Internet sobre este tipo de temas también revelan esta necesidad que tienen muchas personas por contribuir a hacer algo por salvar de la extinción al lince ibérico, en este caso. El lince no escapa a esta tendencia, mas al contrario, se detecta cómo son muchas las personas que quieren colaborar de alguna u otra forma, máxime al tratarse de una de las denominadas “especie estrella” en las políticas de conservación de la naturaleza.

> Diagnóstico

Un claro indicador de esta demanda ciudadana por contribuir a recuperar al lince ibérico lo constituye el número de solicitudes que se recogen cuando se organiza un campo de voluntariado.

Pero la participación no hay que circunscribirla sólo a satisfacer las ganas de desarrollar trabajos de campo, siempre atractivos, sino que existe toda una batería de instrumentos bien definidos y desarrollados en otros ámbitos, que bien pueden aplicarse a la gestión que se está llevando a cabo sobre el lince-monte mediterráneo, y que necesariamente deben tener su referente en este PC.

Se considera fundamental en cualquier línea de trabajo sobre conservación de la biodiversidad incorporar estrategias de participación ciudadana dados los beneficios que puede conllevar, si bien es un tema sobre el que todavía queda mucho por profundizar. Se pueden destacar algunas de las bondades que tiene la participación para la gestión del territorio o de una especie, como es este caso:

1. Contribuye a resolver más eficazmente los problemas.
2. Proporciona oportunidades para el aprendizaje y al mismo tiempo para ejercer la responsabilidad ambiental, es decir, consensuar entre distintos sectores una determinada decisión que puede ser polémica, significa que todas las personas/representantes están asumiendo su corresponsabilidad.
3. Facilita que los intereses de las personas sean tenidos en cuenta, de manera que nadie siente frustradas sus buenas intenciones, y con ello también se evitan situaciones no deseadas como críticas destructivas, conflictos mediáticos... en definitiva se optimizan los esfuerzos.
4. Permite comprender mejor las decisiones adoptadas.
5. Proporciona una mayor legitimidad a las decisiones.

> **Objetivos**

- Habilitar espacios concretos para la participación y también aprovechar los ya existentes para incorporar la cuestión del lince en la dinámica de los mismos.
- Fomentar la participación ciudadana y favorecer su implicación en los trabajos de conservación del lince.
- Hacer partícipes a los habitantes del medio rural -donde sobrevive el lince y donde se reintroducirá- de los trabajos de conservación, y específicamente guardas de fincas, ganaderos, agricultores y cazadores.

> **Público Diana**

Todas las personas que tienen un alto grado de motivación por implicarse directamente en la conservación del lince ibérico.

> **Acciones**

Teniendo en cuenta la existencia de diferentes instrumentos de participación, algunos de los cuales pueden aplicarse directamente a la gestión del lince ibérico, se concretan las siguientes acciones/fórmulas:

1. Estudio de opinión. Actualmente el IESA (Instituto de Estudios Avanzados Sociales de Andalucía) está llevando a cabo un estudio de este tipo en las tres posibles áreas de reintroducción del lince, con la idea de conocer el grado de aceptación que tiene la reintroducción entre la población local. Los resultados aún no se conocen, pero seguramente serán muy útiles para redefinir o confirmar la estrategia a seguir para este caso concreto.

Este tipo de trabajo, aunque son más costosos en tiempo, esfuerzo y presupuesto, son muy útiles cuando se quieren conocer cuestiones muy concretas, como podría ser la valoración del propio PC (saber si ha tenido eco social, si están funcionando las iniciativas de divulgación y sensibilización, grado de satisfacción de las demandas de información... o simplemente saber cómo ve el público general al lince). A nivel local un trabajo de este tipo se puede hacer con un campo de voluntariado, optimizando así esfuerzos y al mismo tiempo dando respuesta a las personas que quieren trabajar por el lince; sería una iniciativa que satisface un doble objetivo.

2. Seminarios y encuentros varios. El propio proyecto Life prevé algunos eventos de este tipo dirigidos sobre todo a especialistas (seminarios sobre lince y sobre conejo), si bien habría que plantear la puesta en marcha de estas herramientas de participación para otras cuestiones no tan específicas en las que tengan cabida otro tipo de público que también interese de cara a la conservación del lince. Por ejemplo, encuentros de guardas privados, de propietarios de fincas (convenidas o no), etc.
3. Internet. La web lifeline.org debe ser muy operativa y cumplir con determinados criterios (atractiva, actualizada, dinámica, etc.). A través de la web se pueden y deben recoger

sugerencias y todo tipo de comentarios a los que habrá que dar oportuna e inmediata respuesta.

4. Órganos colegiados consultivos. Existen en Andalucía numerosos órganos de participación ya implantados que pueden aprovecharse en foros de discusión en los que tratar temas relacionados con la conservación del lince. La CMA tiene varios como el Consejo Andaluz de Biodiversidad, Consejo Provincial de Medio Ambiente y de la Biodiversidad o las Juntas Rectoras de los Parques Naturales. En todos ellos se puede aprovechar para presentar resultados, discutir determinadas cuestiones o recoger demandas de información. A nivel local y de competencia municipal también hay otro tipo de órganos que reciben diferentes nombres (Consejo Local de Participación Ciudadana, Consejo Local de Medio Ambiente, Foro Consultivo Global, Comisión 21, etc.), muchos de ellos tienen su razón de ser el medio ambiente y más en estos momentos cuando se está implantando las Agendas 21 Locales en los municipios andaluces. Todos ellos son espacios muy adecuados y oportunos para abordar la cuestión del lince.
5. Información pública. Esta forma de participación está bien regulada por la legislación, pero desde aquí se propone dar un paso más, de manera que cuando se redacte el Plan de Recuperación del lince, se haga una campaña de difusión que motive la participación de todas aquellas personas que quieran aportar su opinión.
6. Voluntariado ambiental. Ya está previsto y recogido en el proyecto Life y se está desarrollando de forma muy positiva.
7. Para el caso concreto de la reintroducción, hay que desarrollar una amplia batería de fórmulas de participación para trabajar la cuestión (siempre delicada) con las poblaciones locales. No hay que escatimar ningún esfuerzo porque la vertiente social de una iniciativa como ésta es muy importante, y si no está bien resuelta puede dar al traste con la misma. Consultas a interesados, talleres y grupos de discusión reducidos y por sectores, charlas, debates, exposiciones, etc...

> Indicadores

- Número de solicitudes en los campos de voluntariado.
- Número de consultas en la web.
- Número de consultas telefónicas.
- Número de participantes en las diferentes iniciativas que se organicen.
- Número de firmas en el Pacto Andaluz por el Lince.
- Resultado de las encuestas

3.6. Seguimiento general

Todo este plan va acompañado de una serie de indicadores que permitirán medir los éxitos/fracasos obtenidos, tanto al final de la ejecución del plan como durante el desarrollo del mismo, de modo que permita reconducir el programa para mejorar su eficacia.

Sólo utilizando herramientas de evaluación objetivas se podrá saber si se han cumplido los objetivos que este documento persigue. La *auditoría de comunicación* se propone como la herramienta (deseable) más fiable para conocer cuáles son las desviaciones del sistema, y

adoptar las medidas correctoras adecuadas para subsanarlas. Por supuesto, se deberá contar con un órgano independiente del proyecto para realizar esta evaluación. Se realizarán estas revisiones una vez al año, según recomiendan los expertos.

Evaluar el impacto del plan. Valorando tanto los posibles efectos de las acciones comunicativas y los cambios en la población-objetivo, como los procesos desarrollados. Evaluar significa desarrollar un proceso explícito y formal de valoración y reflexión sobre las acciones realizadas. Así debe evaluarse tanto el producto del plan: cobertura y resultados, como el proceso, funcionamiento y costes. Esta evaluación puede realizarse desde un enfoque interno o externo. Un paso crucial es la realización del informe de evaluación; por modesta que fuese la evaluación siempre habría que verter la información obtenida, las conclusiones y recomendaciones en un documento formalizado.

4. RECURSOS

El Proyecto Life-lince cuenta con la participación de un personal altamente cualificado que, aceptando las condiciones del presente plan (a todos los niveles), facilitarán el desarrollo del PC.

Recursos materiales internos

Todos los centros de trabajo (tres oficinas provinciales-Huelva, Córdoba y Jaén- y Servicios Centrales Sevilla) están dotados de las herramientas comunicativas adecuadas para establecer una red de comunicación telemática entre todos los técnicos que conforman el proyecto. Cada técnico tiene un ordenador portátil con conexión a la Intranet, con un usuario autorizado para poder utilizar todas las aplicaciones, así como el correo electrónico.

Los teléfonos móviles facilitan el contacto inmediato con cualquier miembro del equipo incluso con los auxiliares de biodiversidad.

Se dispone de los recursos tecnológicos adecuados para estar comunicados en cualquier momento.

MEDIO	CONTACTO	TIPO	PERIODICIDAD DEL MEDIO
Boletín electrónico RENPA	http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/contenidoExterno/Pub_renpa/boletin58/index.html	Digital	Mensual
Noticias Ambientales	http://www.cma.junta-andalucia.es/medioambiente/SNA/boletin05_1.3/boletin_principal.html	Digital	Mensual
Aula Verde	http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/contenidoExterno/Pub_aula_verde/home.html	Revista y Digital	Cuatrimestral

Recursos materiales externos

MEDIO	CONTACTO	TIPO	PERIODICIDAD DEL MEDIO
Quercus		Revista	Mensual
Revista Medio Ambiente	http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/contenidoExterno/Pub_revistama/indrevista.html	Revista	
Natura 2000	Comisión Europea	Revista	Cuatrimestral
Europarc	http://www.europarc-es.org/	Digital	
FAC	http://www.fac.es/	Web	
Medio Ambiente en Europa	http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/contenidoExterno/Pub_boletin_ma_europa/indice_boletin.html	Digital y Revista	
RTD info	http://europa.eu.int/comm/research/rtdinfo/index_en.html	Digital y Revista	
CSG	IUCN	Revista y web	
Ecologistas en Acción	http://ecologistasenaccion.org/andalucia	Revista y web	
APROCA	http://aprocandalucia.org	web	

5. EN CASO DE CRISIS

Es fundamental elaborar un protocolo para situaciones de crisis, preverlas y establecer quiénes deberán integrar el grupo que tome las decisiones en cada caso. También es conveniente establecer un dispositivo independiente que controle los daños durante y después de la crisis y ayude a superarla con el menor daño posible y generando al final del proceso sensación de confianza.

Pese a la dificultad de prever situaciones de crisis, es necesario establecer pautas de actuación para imprevistos o aquéllos caos críticos con más posibilidades de presentarse.

Es necesario tener en cuenta cuatro principios específicos.

Anticipación, que exige disponer de un plan anticrisis y una actitud por parte de la “empresa de prevención”.

Agilidad, una vez declarada la crisis, la respuesta a la misma debe ser inmediata. Las primeras veinticuatro horas suelen ser capitales.

Calidad informativa.

Veracidad.

La información deberá ser transmitida rápidamente, una vez decididas las soluciones, al Gabinete de Prensa de la CMA, que será el encargado de transmitir la información de manera veraz y rigurosa.

7. BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

enREDando. (2007). Herramientas para la comunicación y la participación social en la gestión de la red Natura 2000. Europarc-España. Ed. Fundación Fernando González Bernáldez. Madrid.

Estrategia Andaluza de Educación Ambiental. CMA 2003. ISBN 84-95785-74-9

European Research. A Guide to successful communications. European Commission. 2004. ISBN 92-894-7882-9.

Fernández, R. (2006). Comunicar los beneficios de los espacios protegidos a la sociedad. ESPARC 2005.

García, E (2006). Persona, Sociedad y Medio Ambiente. Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad. CMA. ISBN 84-96329-90-9

Gil García, E. (2004) Percepción social de los problemas ambientales de Andalucía. CMA. ISBN 84-95785-57-9

Hernández Rodríguez, A. J. (2002). Planificar la comunicación. Revista Latina de Comunicación Social. Marzo 2002, año 5º, nº 48. <http://www.ull.es/publicaciones/latina>.

Hesselink, F. (1999). Revista Ciclos. Comunicación ambiental. Nº 5, Junio 99.

Mehers, G.M. (1998) Environmental Communication Planning Handbook for the mediterranean region. Geneva: IAE.

Los andaluces y el medio ambiente. Ecobarómetro de Andalucía. 2004. CMA. ISBN 84-96329-47-x Autores: E. Moyano y M. Jiménez IESA-CSIC.

Martínez, J. (1999). Revista Ciclos. Comunicación ambiental. Nº 5, Junio 99.

Montaño Montaño, M. (2002) La comunicación ambiental en Andalucía. CMA. ISBN 84-95785-26-9

Ramos, F. (2006). Comunicar los beneficios de los espacios protegidos a la sociedad. ESPARC 2005.

Santiago, P. (2006) Persona, Sociedad y Medio Ambiente. Perspectivas de la investigación social de la sostenibilidad. CMA. ISBN 84-96329-90-9

SOMOZA, F. (1995): "La comunicación interna, instrumento de motivación de la empresa". Alta Dirección, 179.

Tilden, F. (1957). Interpreting Our Heritage. The University of North Carolina Press, Chapel Hill.

RESUMEN DE ACCIONES ESPECÍFICAS DEL PC

Programa de Comunicación

Programa de Comunicación Externa

- 1- Campaña dirigida a los medios de comunicación: prensa, radio, televisión. Se presenta aquí un listado de distintas actuaciones que se realizarán a lo largo de los próximos años con el Proyecto Life, indicando el tipo de medio de comunicación que se cree más adecuado para que cubra el evento, así como el ámbito de difusión. Indicamos primero una tabla con actuaciones de tipo divulgativo (Acciones E) y otro de gestión (Acciones C y D).
- 2- Edición de un boletín de difusión del proyecto: El Gato Clavo. Se editará mensualmente en formato pdf y papel. Informará de los últimos acontecimientos realizados en el Proyecto.
- 3- Puntos de información Lince. Colocados en lugares estratégicos de máxima difusión.
- 4- Web del proyecto Life Lince. Mantenimiento de una web accesible, atractiva, actualizada y resolutive donde se puedan descargar documentos, imágenes, etc. Además existirá un buzón para poderse comunicar vía e-mail con la Dirección del Proyecto.
- 5- Exposición Itinerante.
- 6- Diseño de una imagen corporativa atractiva, que esté incluida en todos los materiales divulgativos editados y perdure a lo largo del Proyecto.
- 7 - La información referente al desarrollo del proyecto estará a disposición de quien la solicite en la página web y boletín mensual.
- 8- Contactos mensuales entre el ECA y el Gabinete de prensa de la CMA para programar la publicación de noticias y analizar la percepción del Proyecto.

Programa de Sensibilización y Divulgación

Sector escolar:

- 9- Convocatoria de jornadas específicas para los CEPs de zonas linceras.
- 10- Participación del ECA en grupos de trabajo de los CEPs sobre temas de biodiversidad y conservación.
- 11- Realización de una Campaña de sensibilización con escolares (charlas, talleres, excursiones) a lo largo de la duración del Proyecto Life Lince.
- 12- Convocatoria anual de un Concurso escolar de dibujo con tres premios en cada categoría y por cada provincia Lincera.

Sector medio rural:

- 13- Convocatoria de jornadas específicas para el sector del medio rural a lo largo del 2008 en cada una de las provincias linceras.
- 14- Realización de breves seminarios de difusión del proyecto y de la problemática del lince entre las sociedades de cazadores. 20 sociedades/año con una media de 20 asistentes.
- 15- Presencia de una persona o equipo de personas del colectivo cinegético en las monterías y otras manifestaciones cinegéticas de las zonas linceras para informar de los problemas de conservación.
- 16- Publicación de notas, artículos, etc. referentes a la evolución del proyecto y la situación del lince en las web y revistas de los socios del Life de este sector.
- 17- Difusión en este colectivo, a través de los socios, de los materiales editados desde el Proyecto Life Lince.
- 18- Realización y difusión de material divulgativo específico para el colectivo agro-ganadero.

Sector Administración:

- 19- Convocatoria de jornadas específicas para el sector administración a lo largo del 2009 en cada una de las provincias linceras.
- 20- Creación de grupos de trabajo periódicos entre el ECA, técnicos del life y técnicos de la Administración para informar de la evolución del proyecto y la situación del lince.
- 21- Salidas al campo para ver in situ las actuaciones realizadas con el Lilfe.
- 22- Distribución entre el sector divulgativo del Manual de legislación realizado en el anterior Proyecto Life Lince.

Sector Turístico:

- 23- Convocatoria de 2 jornadas específicas para el sector turístico a lo largo del 2010, una en la zona de Doñana y otra en Sierra Morena.
- 24- Grupos de trabajo periódicos entre el ECA, técnicos del life y sector turístico para informar de la evolución del proyecto y la situación del lince a lo largo del 2010 y 2011.

Otros colectivos: rocieros-romeros, fotógrafos, fans del lince.

- 25- Difusión continuada y actualizada en Puntos InfoLince y Web de informaciones relevantes para este colectivo.

Programa de Participación

26- Estudio de opinión. Este tipo de trabajo, aunque son más costosos en tiempo, esfuerzo y presupuesto, son muy útiles cuando se quieren conocer cuestiones muy concretas, como podría ser la valoración del propio PC (saber si ha tenido eco social, si están funcionando las iniciativas de divulgación y sensibilización, grado de satisfacción de las demandas de información... o simplemente saber cómo ve el público general al lince). A nivel local un trabajo de este tipo se puede hacer con un campo de voluntariado, optimizando así esfuerzos y al mismo tiempo dando respuesta a las personas que quieren trabajar por el lince; sería una iniciativa que satisface un doble objetivo.

27- Seminarios y encuentros varios. El propio proyecto Life prevé algunos eventos de este tipo dirigidos sobre todo a especialistas (seminarios sobre lince y sobre conejo), si bien habría que plantear la puesta en marcha de estas herramientas de participación para otras cuestiones no tan específicas en las que tengan cabida otro tipo de público que también interese de cara a la conservación del lince. Por ejemplo, encuentros de guardas privados, de propietarios de fincas (convenidas o no), etc.

28- Atención permanente de consultas. Se puede plantear que el ECA habilite un teléfono para dar respuesta a consultas que se hacen sobre temas muy diversos relacionados con el lince, y que con regularidad se constatan (demandas sobre el boletín, citas de lince, dudas sobre uso público, sobre la actividad cinegética, etc.).

29- Internet. La web lifeline.org debe ser muy operativa y cumplir con determinados criterios (atractiva, actualizada, dinámica, etc.). A través de la web se pueden y deben recoger sugerencias y todo tipo de comentarios a los que habrá que dar oportuna e inmediata respuesta.

30- Órganos colegiados consultivos. Existen en Andalucía numerosos órganos de participación ya implantados que pueden aprovecharse en foros de discusión en los que tratar temas relacionados con la conservación del lince. La CMA tiene varios como el Consejo Andaluz de Biodiversidad, Consejo Provincial de Medio Ambiente y de la Biodiversidad o las Juntas Rectoras de los Parques Naturales. En todos ellos se puede aprovechar para presentar resultados, discutir determinadas cuestiones o recoger demandas de información. A nivel local y de competencia municipal también hay otro tipo de órganos que reciben diferentes nombres (Consejo Local de Participación Ciudadana, Consejo Local de Medio Ambiente, Foro Consultivo Global, Comisión 21, etc.), muchos de ellos tienen su razón de ser el medio ambiente y más en estos momentos cuando se está implantando las Agendas 21 Locales en los municipios andaluces. Todos ellos son espacios muy adecuados y oportunos para abordar la cuestión del lince.

31- Información pública. Esta forma de participación está bien regulada por la legislación, pero desde aquí se propone dar un paso más, de manera que cuando se redacte el Plan de Recuperación del lince, se haga una campaña de difusión que motive la participación de todas aquellas personas que quieran aportar su opinión.

32- Voluntariado ambiental. Ya está previsto y recogido en el proyecto Life y se está desarrollando de forma muy positiva.

33- Para el caso concreto de la reintroducción, hay que desarrollar una amplia batería de fórmulas de participación para trabajar la cuestión (siempre delicada) con las poblaciones

locales. No hay que escatimar ningún esfuerzo porque la vertiente social de una iniciativa como ésta es muy importante, y si no está bien resuelta puede dar al traste con la misma. Consultas a interesados, talleres y grupos de discusión reducidos y por sectores, charlas, debates, exposiciones, etc...

ANEXO I: CRONOGRAMA DEL BENEFICIARIO Y LOS SOCIOS RESPONSABLES DE LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE DIVULGACIÓN (ACCIONES E)

CRONOGRAMA DE TRABAJO CMA

ACTIVIDADES	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011
E1 Campaña dirigida a los medios de comunicación de masas	Un artículo mensual	Un artículo mensual	Un artículo mensual	Un artículo mensual	Un artículo mensual	Un artículo mensual
E2 Boletín Gato Clavo	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel	Edición mensual en formato electrónico, cuatrimestral en papel
E3 Puntos de información Lince	Instalación de 5 puntos "Infoline"	Instalación de 5 puntos "Infoline"	Mantenimiento mensual de 10 puntos "Infoline"	Mantenimiento mensual de 10 puntos "Infoline"	Mantenimiento mensual de 10 puntos "Infoline"	Mantenimiento mensual de 10 puntos "Infoline"
E4 Web del proyecto	Diseño web	Finalización de la Web	Renovación trimestral	Renovación trimestral	Renovación trimestral	Renovación trimestral
E5 Exposición itinerante	Diseño de los nuevos paneles	Realización de los nuevos paneles. Instalación en 40 localidades al año	Instalación en 40 localidades al año	Instalación en 40 localidades al año	Instalación en 40 localidades al año	
E6 Seminario internacional Lince ibérico			x		x	
E7 Seminario internacional conejo de monte			x		x	
E8 Edición y distribución de materiales		x	x	x	x	

E9 Edición Informe final divulgativo						x
E10 Concurso para escolares	Nov./Marzo-Junio	Nov./Marzo-Junio	Nov./Marzo-Junio	Nov./Marzo-Junio	Nov./Marzo-Junio	
E11 Dossier para los cursos de cazador	Redacción del documento	Redacción del documento	Edición del documento			
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E13 Manual de legislación				Edición de 3000 ejemplares		
E14 Campaña Divulgación en el área de reintroducción			Sector Educativo y sector Administración	Sector Educativo y sector Administración	Sector Educativo y sector Administración	Sector Educativo y sector Administración
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual			Macro-Jornada en Sector Educativo Macro-Jornada en Sector Medio rural.	Macro-Jornada en Sector Administración. Continuación en Medio Rural y Educativo	Macro-Jornada en Sector turismo. Continuación en Administración, Medio Rural y Educativo	Continuación en Sector turismo, Administración, Medio Rural y Educativo
E16 Voluntariado		x	x	x	x	x
E17 Divulgación y difusión agricultores y ganaderos					x	x

CRONOGRAMA DE TRABAJO ATECA

ACTUACIONES	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Jurado, marzo	Jurado, marzo	Jurado, marzo	Jurado, marzo	
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual		Al menos 15 Intervenciones en monterías y otras manifestaciones cinegéticas	Al menos 15 Intervenciones en monterías y otras manifestaciones cinegéticas	Al menos 15 Intervenciones en monterías y otras manifestaciones cinegéticas	Al menos 15 Intervenciones en monterías y otras manifestaciones cinegéticas	Al menos 15 Intervenciones en monterías y otras manifestaciones cinegéticas
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria
Informe de actividad		Julio	Julio	Julio	Julio	Julio

CRONOGRAMA DE TRABAJO APROCA

ACTUACIONES	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Jurado, marzo	Jurado, marzo	Jurado, marzo	Jurado, marzo	
E11 Dossier para los cursos de cazador	Redacción del documento	Redacción del documento				
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E14 Campaña de divulgación en el área de reintroducción	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca Distribución Manual monte mediterráneo	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca)	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria

CRONOGRAMA DE TRABAJO FAC

ACCTUACIÓN	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Jurado, Marzo	Jurado, Marzo	Jurado, Marzo	Jurado, Marzo	
E11 Dossier para los cursos de cazador	Redacción del documento	Redacción del documento				
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E14 Campaña de divulgación en el área de reintroducción	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca	Al menos 10 Intervenciones en los cursos caza/pesca
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual	Intervenciones en 10 sociedades	Intervenciones en 20 sociedades Distribución Manual monte mediterráneo	Intervenciones en 20 sociedades	Intervenciones en 20 sociedades	Intervenciones en 20 sociedades	Intervenciones en 10 sociedades
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria
Informe de actividad		Julio	Julio	Julio	Julio	Julio

CRONOGRAMA DE TRABAJO SECEM

ACTUACIONES	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Jurado	Jurado	Jurado	Jurado	
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E13 Manual de Legislación			Realización y envío de ejemplares			
E14 Campaña de divulgación en el área de reintroducción			Jornadas Sector Administración			
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual				Jornadas Sector Administración		
E16 Voluntariado		Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo Ejecución en julio	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo Ejecución en julio	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo Ejecución en julio	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo Ejecución en julio	Propuesta voluntariado Febrero. Inicio convocatoria Abril. Ejecución en julio
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria
Informe de actividad		Julio	Julio	Julio	Julio	Julio

CRONOGRAMA DE TRABAJO EEAA

ACTUACIONES	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Jurado	Jurado	Jurado	Jurado	Jurado
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E15 Campaña de divulgación en área de distribución actual	Co- organización de actividades en Sector Educativo	Co- organización de actividades en Sector Educativo	Co- organización de actividades en Sector Educativo	Co- organización de actividades en Sector Educativo	Co- organización de actividades en Sector Educativo	Co- organización de actividades en Sector Educativo
E16 Voluntariado		Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo. Ejecución septiembre	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo. Ejecución septiembre	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo. Ejecución septiembre	Propuesta voluntariado Marzo. Inicio convocatoria Mayo. Ejecución septiembre	Propuesta voluntariado Febrero. Inicio convocatoria Abril. Ejecución Julio
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria
Informe de actividad		Julio	Julio	Julio	Julio	Julio

CRONOGRAMA DE TRABAJO Consejería de Agricultura y Pesca

ACTUACIONES	2006	2007	2008	2009	2010	2011
E10 Concursos para escolares		Recepción y preselección de dibujos- Jurado, Marzo	Recepción y preselección de dibujos- Jurado Marzo	Recepción y preselección de dibujos- Jurado Marzo	Recepción y preselección de dibujos- Jurado Marzo	Recepción y preselección de dibujos- Jurado Marzo
E12 Distinción Reconocimiento a la conservación del lince		Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	Propuesta candidatos y selección Febrero	
E17 Divulgación y difusión agricultores y ganaderos					x	x
F1 Dirección y coordinación del proyecto	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria	Según convocatoria
Informe de actividad		Julio	Julio	Julio	Julio	Julio