

---

# Plan de comunicación para el proyecto LIFE + INDEMARES

---

Febrero de 2010

Este Plan de comunicación ha sido elaborado por Iternatura comunicación S.L. por encargo de la **Fundación Biodiversidad** en el marco del "Contrato de asistencia técnica para la elaboración de un plan de comunicación y desarrollo de una página web para el proyecto LIFE 07 NAT/E/000732 Inventario y designación de la Red Natura 2000 en áreas marinas del estado español "INDEMARES" iniciado en Junio de 2009.

**iternatura**  
E C O M U N I C A C I Ó N

# Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
1.1 INDEMARES .....	5
1.1.1 Descripción del proyecto.....	5
1.1.2 Antecedentes.....	6
1.1.3 Objetivos .....	7
1.1.4 Actuaciones generales del proyecto .....	8
1.2 Marco general y jurídico legal .....	8
1.3 Figuras de protección y terminología .....	12
1.4 Análisis de medios.....	13
1.5 Entorno próximo y macroentorno.....	15
<b>2. MAPA DE PÚBLICOS .....</b>	<b>16</b>
<b>3. DAFO.....</b>	<b>20</b>
<b>4. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>24</b>
4.1. Objetivos de comunicación.....	24
4.2. Ejes de identidad.....	25
4.3. Públicos clave .....	28
4.3.1.Público Interno .....	30
4.3.2 Instituciones.....	33
4.3.3.Sector .....	34
4.3.4.Sociedad.....	35
4.3.5 Medios de comunicación.....	36
4.4 Consideraciones complementarias.....	39
4.5 Plan de acción .....	40
4.6 Control y evaluación.....	50
<b>5. IDENTIDAD VISUAL .....</b>	<b>51</b>
<b>6. ANEXOS .....</b>	<b>53</b>

# 1. Introducción

El proyecto LIFE+ INDEMARES “Inventario y designación de la Red Natura 2000 en áreas marinas del Estado Español” tiene como objetivo contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad en los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la Red Natura 2000. El proyecto se ejecutará durante 5 años, desde el 1 de enero de 2009 hasta el 31 de diciembre de 2013, y el presupuesto total es de 15.405.727 euros, con una cofinanciación de la Comisión Europea del 50%.

En el proyecto LIFE + INDEMARES participan instituciones públicas y privadas con amplia experiencia en la investigación y la gestión marina. La Fundación Biodiversidad actúa como coordinador del proyecto, en el que participan 9 socios: el Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino, el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ALNITAK, Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad Española de Ornitología, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario y WWF/España.

Uno de los requisitos del proyecto es la elaboración de un plan de comunicación, un documento estratégico que ha de sentar las bases en materia de comunicación de INDEMARES a lo largo de los próximos años. El objetivo de la elaboración de esta estrategia de comunicación es asegurar una comunicación clara, continua, coherente y coordinada para informar sobre el proyecto y el proceso de construcción de la Red Natura 2000 marina en España.

El plan de comunicación establece las bases de la gestión, los objetivos, y la imagen e identidad que se ha de comunicar a la sociedad durante y una vez finalizado el proyecto. No es un documento estático, sino que pretende ser una herramienta que ha de permitir adaptarse a las nuevas realidades que vayan surgiendo durante este periodo. El plan se ha de realizar con la participación de los socios beneficiarios implicados a través del comité de comunicación y en caso necesario deberá ser revisado y actualizado.

Los proyectos LIFE establecen unas condiciones y acciones obligatorias para el plan de comunicación. En este documento se desarrollan estas acciones y se proponen otras adicionales con el objetivo de complementar la propuesta. La envergadura del proyecto, número de socios, duración y recursos económicos requiere de una estrategia de comunicación que incluya un análisis de situación y un marco de referencia para su correcto planteamiento y desarrollo. Asimismo, está planteado para ser utilizado por las personas que conocen el proyecto y para aquellas que se puedan ir incorporando a lo largo de este. Por este motivo incorpora una amplia introducción que ha de permitir, de forma rápida, conocer todos los aspectos relativos al proyecto y que pueden influir en la comunicación. Este plan se apoya en dos líneas de actuación, interna y externa, e incorpora consideraciones específicas para las regiones de cada ámbito de estudio que

deberán ser ampliadas con la experiencia de los socios. Para una mejor comprensión de este documento se tiene que considerar que ya se han realizado acciones (rueda de prensa, seminario, presencia en foros) que de una manera u otra tienen influencia en su planteamiento y desarrollo.

El documento se divide en cinco apartados principales: (1) la Introducción que incluye resumen histórico del proyecto así como investigación de la información y estudios disponibles; (2) el mapa de públicos; (3) un análisis de la situación del proyecto en sus factores internos y externos tipo DAFO; (4) el Plan Estratégico de Comunicación propiamente dicho, donde se definen y desarrollan los objetivos, los ejes de identidad de la comunicación, la selección de los *públicos clave*, un plan de acción y un apartado de control y evaluación; por último (5) se incluye un capítulo de identidad visual. En los anexos se incorporan, entre otros, la información referenciada en el texto y un cronograma de actuaciones. Con la elaboración de este plan se cumple la ACCIÓN D1 del proyecto.

## 1.1 INDEMARES

### 1.1.1 Descripción del proyecto

INDEMARES es el acrónimo del título del proyecto "Inventario y designación de la Red Natura 2000 en áreas marinas del Estado Español". Con un presupuesto de 15.405.727 euros (cofinanciado por los fondos LIFE de la Comisión Europea en un 50%) es uno de los proyectos que más financiación ha recibido en la historia de estos fondos LIFE+. Este instrumento financiero contribuye al desarrollo, la aplicación y actualización de la política y la legislación comunitaria de medio ambiente y conservación de la naturaleza. Trata, asimismo, de integrar el medio ambiente en las demás políticas comunitarias y lograr un desarrollo sostenible en la Unión Europea. En el caso de INDEMARES se encuentra dentro del componente LIFE+ Naturaleza.

Coordinado por la Fundación Biodiversidad, el proyecto tiene un enfoque participativo e integra el trabajo de instituciones de referencia en el ámbito de la gestión, la investigación y la conservación del medio marino: el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Medio Marino (a través de la Secretaría General del Mar), el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y las ONG: ALNITAK, la Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario, SEO/BirdLife y WWF España. INDEMARES cuenta también con el apoyo del Ministerio de Defensa (Armada), Ministerio de Fomento (Marina Mercante) y el Ministerio de Asuntos Exteriores (Secretaría de Estado para la UE).

En INDEMARES los lugares de estudio escogidos para valorar su designación son: Cañón de Creus, Delta del Ebro-Columbretes, Canal de Menorca, Seco de

los Olivos, Isla de Alborán y conos volcánicos de Alborán, Chimeneas de Cádiz, Banco de Galicia, Cañón de Avilés, Banco de la Concepción, Sur de Fuerteventura. El proyecto actúa en las aguas marítimas bajo soberanía o jurisdicción española, incluyendo el mar territorial (12 millas náuticas) y en cada caso la Zona Económica Exclusiva (ZEE) y la Zona de Protección Pesquera del Mediterráneo, así como la plataforma continental.

### Ilustración 1: Áreas de estudio del proyecto



## 1.1.2 Antecedentes

Las 10 áreas de estudio seleccionadas para el proyecto INDEMARES en la región Atlántica, Mediterránea y Macaronésica forman parte de una propuesta de inventario de la biodiversidad marina del Ministerio de Medio Ambiente (2004) y de una propuesta de Red Representativa de Áreas Marinas Protegidas en España que WWF España realizó en el año 2005. Los criterios utilizados en la selección de estas áreas se basaron en los siguientes aspectos: representación biogeográfica de las áreas propuestas; presencia de estructuras submarinas de interés para su conservación y estudio; presencia de especies o hábitats amenazados y presencia de áreas naturales bien conservadas.

Las áreas 10 seleccionadas en el marco del actual proyecto INDEMARES en las que se propone iniciar los trabajos de inventario corresponden a aquellas zonas de las propuestas del Ministerio de Medio Ambiente y de WWF España en las que, de acuerdo con el informe del Consejo de Estado (documento disponible en [www.consejo-estado.es/](http://www.consejo-estado.es/)) "corresponde al Estado la propuesta de establecimiento y la gestión de los LIC y la designación de ZEPA marinos situados íntegramente en aguas interiores/exteriores en hábitats discontinuos de

los terrestres más cercanos”, siendo un total de 8 áreas repartidas por la geografía marina peninsular y balear y 2 de las Islas Canarias en la región macaronésica”. Estas zonas han sido consideradas representativas y de interés prioritario a la hora de realizar los trabajos de inventario y representan una primera propuesta de actuación, pudiéndose ampliar y/o modificar los límites y los términos de su gestión en función de la investigación realizada en las medidas preparatorias y de los medios técnicos y económicos disponibles a través del proyecto, teniendo también en cuenta los plazos de actuación. Quedando finalmente el número de áreas a inventariar en un total de 10, que suponen una superficie aproximada de 2,5 millones de hectáreas.

En el año 2004 SEO/BirdLife comenzaba el proyecto LIFE Áreas Importantes para las Aves (IBA) marinas en España, tras más de cuatro años de trabajo, y con el apoyo del MARM y la Comisión Europea, ha culminado con el primer inventario nacional completo de IBA marinas. El objetivo de este proyecto ha sido desarrollar un marco metodológico de referencia para la identificación de IBA marinas a nivel mundial, especialmente dirigido a la identificación de estas áreas en mar abierto y elaborar sendos inventarios, coherentes y exhaustivos, de IBA marinas en España y Portugal. Finalmente el proyecto identificó un total de 42 áreas importantes para la conservación de las aves (IBA) marinas en España que cubren más de 40.000 km<sup>2</sup>, casi el 5% de las aguas marinas españolas. SEO/BirdLife en el marco de INDEMARES realizará estudios de detalle del uso que las aves hacen del medio marino en áreas concretas y representativas del inventario de IBA marinas y evaluará las amenazas, con el objeto de definir medidas de gestión eficaces para las futuras ZEPA marinas.

### 1.1.3 Objetivos

#### OBJETIVO GENERAL

- Contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad de los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la RN 2000.

#### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Completar la identificación de la Red Natura 2000 marina en el estado español.
- Promover la participación de todas las partes implicadas en la investigación, conservación y gestión del mar y sus recursos y hacer partícipes del proyecto a los usuarios del mar.
- Disponer de unas directrices de gestión y seguimiento para los lugares propuestos.
- Contribuir al reforzamiento de los Convenios internacionales sobre el mar que se aplican en España (OSPAR y Barcelona).
- Sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible del medio marino.

### 1.1.4. Actuaciones generales del proyecto

- Localización y valoración preliminar de lugares de interés (ya realizado).
- Realización de estudios científicos a través de campañas oceanográficas en cada una de las 10 zonas identificadas para hábitats y especies marinas (principalmente cetáceos, reptiles y aves).
- Monitorización de actividades humanas y sus tendencias
- Valoración del impacto de pesquerías en LIC y ZEPA propuestos.
- Análisis del coste beneficio de la implementación de las áreas marinas seleccionadas.
- Seguimiento y Evaluación de la Contaminación Deliberada por Vertido de Hidrocarburos en el ámbito marino de la red Natura 2000,.
- Campaña de información, participación y sensibilización (Producción de vídeos, publicaciones técnicas, artículos científicos, material divulgativo)
- Creación de un SIG (Sistema de Información Geográfica) para la Red Natura 2000 marina.
- Elaboración de directrices de gestión para los lugares red Natura 2000 marinos.
- Realización de propuesta española de ampliación de anexos de la Directiva Hábitat (incluyendo especies y hábitats a los Convenios OSPAR y Barcelona).

En el **Anexo 6.9 Fichas** se incluyen unas fichas para cada área de estudio en las que se detallan las acciones concretas que se desarrollarán en las áreas seleccionadas por el proyecto así como información socio-económica y de los diferentes agentes implicados (instituciones, sociedad, sector etc...).

## 1.2 Marco general y jurídico legal

La necesidad de crear métodos de manejo y generar un ámbito de protección del medio y recursos marinos comienza a ser noticia a finales del año 1992 con el primer tratado internacional sobre la Conservación de la Biodiversidad como parte de la Declaración de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro. Ese mismo año el Convenio sobre Diversidad Biológica (CBD) nace fruto de este tratado. Según este Convenio y con el objetivo de frenar la pérdida de diversidad biológica en los océanos, en el 2012, al menos el 10% de cada región de la superficie marina mundial deberá estar protegida mediante el establecimiento de una red de Áreas Protegidas ecológicamente representativa, efectiva y bien manejada a nivel nacional y regional (CBD, COP7, Decisión VII/28, CBD 2004 y Decisión VII/30, CBD 2004).

Durante los años posteriores distintas cumbres, protocolos y acuerdos internacionales reiteran esa necesidad y ponen de manifiesto diversos objetivos y compromisos para los países firmantes. La Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, 2002) destacó así mismo la necesidad de promover



la conservación de los océanos, así como el mantenimiento de la biodiversidad de destacadas áreas marinas vulnerables, incluyendo las situadas más allá de los límites de la jurisdicción nacional, para el 2012.

España ha firmado así mismo otros acuerdos y convenios internacionales en relación a la conservación y protección del medio ambiente tanto marino como terrestre, así como de acciones derivadas al fomento de participación ciudadana en el uso racional de los recursos marinos como son:

- Acuerdo sobre la Conservación de Cetáceos del mar Negro, mar Mediterráneo y la zona Atlántica contigua - ACCOBAMS. Mónaco 1996; Ratificado por España en el año 2001.
- Convenio de Diversidad Biológica (CDB), Rio de Janeiro (1992, Ratificado por España 1993) – Relativo a la conservación de la Diversidad Biológica y el desarrollo sostenible.
- Agenda 21 (1992) – Informe derivado de la Cumbre de Río. Su Capítulo 17 es relativo a la protección de los océanos y mares.
- Convenio sobre la protección del medio marítimo del Atlántico nordeste-OSPAR (París 1992, ratificado en 1998).
- Convenio de Berna relativo a la Conservación de la Vida Silvestre y el Medio Natural en Europa. (1979, Ratificado por España 1986).
- Convenio de Bonn para la Conservación de las Especies Migratorias de Animales Silvestres (1979, Ratificado por España 1985).
- Convenio de Barcelona para la protección del medio marino y la zona costera del Mediterráneo (1976, Ratificado por España 1998 con enmiendas 2004). Programa de Acción Estratégico para la Conservación de la Diversidad Biológica Marina y Costera en la Región Mediterránea (XII Reunión de las Partes del Convenio de Barcelona, 2003).
- Convenio de Washington sobre el comercio internacional de especies amenazadas de la fauna y flora silvestres CITES (1973, Ratificado por España 1986).
- Convenio de Londres sobre la Prevención de la Contaminación del Mar por Vertimiento de Desechos y otras Materias (Londres 1972, ratificado en 1975).
- Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (Ginebra (1958, Ratificado por España 1971).

Información adicional referente a estos convenios en el Anexo **6.1 Legislación**.

En relación con las zonas marinas protegidas, España se ha comprometido mediante el Convenio sobre la Protección del Medio Marino del Nordeste Atlántico (Convenio OSPAR) y el Protocolo de 1995 del Convenio de Barcelona

para el Mar Mediterráneo, establecer zonas especialmente protegidas para asegurar el mantenimiento de la diversidad biológica en el Atlántico Sur y las bioregiones del Mediterráneo (bajo la figura de ZEPIM, o "Zonas Especialmente Protegidas de Importancia para el Mediterráneo").

En el Convenio para la Protección del Medio Marino del Atlántico del Nordeste (OSPAR, Reunión Alemania en junio 2003) hubo un compromiso de los Estados miembros, incluyendo España, para completar en 2010 una red de Áreas Marinas Protegidas bien gestionadas que fuera ecológicamente coherentes. A través de ambos procesos se pretende reflejar y asegurar la protección de una serie de especies y tipos de hábitats no necesariamente incluidos en las Directivas Europeas. Sin embargo, con alguna, excepción escasean ejemplos de protección en zonas de alta mar tanto a nivel nacional como europeo.

En el ámbito de la Unión Europea, la Directiva Hábitats sobre Conservación de los Hábitats Naturales de la Flora y Fauna Silvestres (92/43/EEC) y la Directiva Aves Silvestres (Directiva 79/409/CEE) son la política de referencia de la Unión Europea en relación al Convenio sobre Diversidad Biológica. Esta Directiva contempla el establecimiento de una red ecológica, llamada **Red Natura 2000** con el objeto de mantener o restaurar hábitats y especies naturales de interés comunitario hasta un estatus de conservación favorable y que incluye la identificación y designación de los Lugares de Interés Comunitario (llamados LIC) y las Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA).

En la actualidad, la Red Natura 2000 está formada por más de 27.000 espacios y abarca cerca del 25% de la superficie terrestre total de la UE. La Tabla 1 refleja la superficie de la Red Natura 2000 de la geografía española, sumando la superficie de las Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA) y de los Lugares de Interés Comunitario (LIC).

En el ámbito marino, la Red Natura 2000 se encuentra en un estado de desarrollo embrionario. Hasta el momento, la superficie marina integrada en la Red Natura 2000 no llega al 0,5% del total de aguas jurisdiccionales españolas (Informe Oceana, 2007). Los altos costes y la complejidad asociados a la realización de inventarios en zonas alejadas de la costa y a grandes profundidades dificultan la disponibilidad de la información científica sobre hábitats y especies que debe guiar la identificación de los espacios a incluir en dicha Red. Ya en el 2006 se cerró la lista de Lugares de Importancia Comunitaria (LIC) propuestos dentro de la Red Natura 2000 y que formarían parte en un futuro de las Zonas Especiales de Conservación (ZEC) de la Unión Europea. Sin embargo una valoración posterior conlleva a concluir que la representación de hábitats y especies marinos incluidos en la lista de LIC se encontraba todavía muy incompleta, por lo que se volvió a abrir para los lugares marinos.

**Tabla 1. Comparativa Red Natura 2000 terrestre/marino.** Fuente: Comisión Europea

Área de España (km <sup>2</sup> )	Nº LIC	Área Total Protegida (Km <sup>2</sup> )	% Terrestre	LIC con parte marina (Nº)	Área Marina (Km <sup>2</sup> )
505.988	599	105.032	20,6	33	1.034

Área de España (km <sup>2</sup> )	Nº ZEPA	Área Total Protegida(Km <sup>2</sup> )	% Terrestre	ZEPA con parte marina (Nº)	Área Marina (Km <sup>2</sup> )
505.988	1.448	131.434	24,5	97	7.926

En los próximos años, la necesidad de aplicar plenamente las Directivas de hábitats y aves silvestres al medio marino no costero de la Unión Europea y de designar por tanto LIC y ZEPA a la Red Natura 2000 será un desafío clave para la política europea en temas de biodiversidad.

En España, hasta el momento las áreas designadas, reguladas y protegidas por la Red Natura 2000 tienen, al igual que al nivel europeo, una representación principalmente terrestre. La mayoría de las zonas marinas existentes con alguna figura de protección europea están así mismo en zonas relativamente cercanas a la costa, forman parte de la franja terrestre-marina del litoral costero (ej. zonas intermareales) y no incluyen zonas de alta mar. Asimismo, hasta la actualidad, algunos de los lugares designados o propuestos para pertenecer a la Red Natura 2000 coinciden, en muchas zonas y en un porcentaje elevadísimo, con otras figuras de protección preexistentes bajo la legislación nacional o autonómica. Sin embargo, el Consejo de Ministros aprobó en su reunión del 5 de junio 2009 un "Acuerdo para la creación de una red de diez áreas marinas protegidas en aguas españolas para su inclusión en la Red Natura 2000 en Medio Marino" ([http://www.lamoncloa.es/ConsejodeMinistros/Referencias/\\_2009/refc20090605.htm#RedNatura](http://www.lamoncloa.es/ConsejodeMinistros/Referencias/_2009/refc20090605.htm#RedNatura)). Con esta iniciativa se da cumplimiento a la obligación de los Estados miembros de la Unión Europea de extender la Red Natura 2000 al medio marino, una iniciativa que intentará desarrollar en gran parte el proyecto INDEMARES.

A nivel autonómico cada Comunidad ha designado diferentes figuras de protección para espacios a proteger en el litoral costero (**ver Anexo 6.1 Legislación**). A nivel nacional hay que destacar la Ley del Patrimonio Natural de la Biodiversidad, aprobada en 2007, que incorporo al ordenamiento jurídico español la posibilidad de crear Áreas Marinas Protegidas, declarándose en 2008 la primera Área Marina Protegida, "El Cachucho" frente a las costas de Asturias.

## 1.3 Figuras de protección y terminología

En España, la figura de **Área Marina Protegida**, enfocada al concepto de mantener la sostenibilidad de los océanos y la diversidad biológica, ha aparecido a partir de la Ley del Patrimonio Natural y la Biodiversidad (Ley 42/2007, del 13 de diciembre) que define por primera vez este concepto y prevé la creación de una **Red de Áreas Marinas Protegidas**. Desde entonces, la primera Área Marina Protegida (AMP) designada bajo esta normativa a nivel nacional en aguas territoriales no costeras ha sido El Cachucho, una montaña submarina situada a 60 kilómetros frente a las costas de Llanes, en Asturias. La Ley define el **Área Marina Protegida** como:

La zona para la “protección de ecosistemas, comunidades o elementos biológicos o geológicos del medio marino, incluidas las áreas intermareal y submareal, que en razón de su rareza, fragilidad, importancia o singularidad, merecen una protección especial”.

La legislación a nivel autonómico y estatal de las distintas áreas protegidas y los usos de éstas es abundante y compleja. Según un informe de Europarc (2004), existen más de 35 denominaciones y figuras diferentes sobre tipos de áreas protegidas siendo el 77,1% de aplicación exclusiva en el ámbito geográfico de las diferentes comunidades autónomas que los utilizan. Para el medio marino, podemos encontrar más de 30 denominaciones sobre figuras de protección (**Anexo 6.6 Figuras de Protección**). Así se da el caso de figuras con igual nombre que tienen contenidos distintos o figuras distintas con definiciones similares.

Recientemente se ha hecho público el **anteproyecto de ley de protección del medio marino (27/7/2009)** sobre el que se pretende crear la Red de Áreas Marinas Protegidas estableciendo sus objetivos, espacios naturales incluidos y los mecanismos para su designación y gestión. En este anteproyecto, en línea con la Directiva marco de Estrategia Marina Europea, se estipulan que los espacios naturales protegidos en la red serán:

- las Áreas Marinas Protegidas (AMP)
- las Zonas de Especial conservación - ZEC (figuras designadas a partir de los LIC) y ZEPA de la Red Natura 2000
- otras áreas designadas por otros instrumentos internacionales
- figuras de protección recogidas en la Ley 42/2007 de Patrimonio Natural y de Biodiversidad
- las Reservas Marinas de Interés Pesquero Nacionales
- y aquellas de competencia autonómica si existieran.

Otro tema que crea mucha confusión, tanto a nivel de usuario como a nivel de comunicación, es la diferencia entre el concepto de Área Marina Protegida y Reserva Marina (de interés pesquero). La protección de la diversidad marina (genética, especies, hábitats, paisajes...) como estrategia prioritaria en las Áreas Marinas Protegidas no se asemeja al concepto de Reservas Marinas de Interés Pesquero. Las Reservas Marinas (de interés pesquero) (**Anexo 6.2 Reservas Marinas (de interés pesquero)**) suponen una zona con una gestión especial de la explotación de los recursos marinos y una regulación de otras actividades humanas (como el buceo o la navegación; Ley 3/200174, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado).

El propio concepto sobre el significado de Red Natura 2000 Marina, constituye un nuevo reto en la comunicación al público ya que sobrepone un enfoque más regional y humano. En este sentido cabe analizar, a continuación, el papel de los medios en la difusión en lo referente a las zonas marinas protegidas y evaluar si existe, en este sentido, un claro entendimiento en referencia a la terminología utilizada. Este acercamiento nos ayudara a entender las percepciones sobre las diferentes figuras de protección y posteriormente analizaremos las apariciones que hacen referencia a la Red Natura 2000. Ambos análisis, de carácter general, tienen como objetivo exponer la comprensión actual de estos términos en los medios de comunicación y permitir evaluar, a lo largo del proyecto, su evolución y la influencia del proyecto en una mejor comprensión y comunicación a la opinión pública.

El proyecto INDEMARES responde en concreto a los convenios OSPAR, Barcelona y a las directivas Aves y Hábitats. Y por tanto su objetivo es la declaración de LIC y ZEPA.

## 1.4 Análisis de medios

La relación de los científicos y periodistas expertos en temas medioambientales ha evolucionado y, tal y como indica el estudio de Science " Science Communication: Interactions with the Mass Media"<sup>2</sup> los científicos ven mucho mejor su relación con los periodistas, consideran que estos están más preparados para no distorsionar los planteamientos científicos, y que la comunidad científica valora muy positivamente la capacidad de incidencia social que les proporcionan los profesionales de la información. En el estudio uno de los autores concluye que una información de calidad ha de tener dos pilares esenciales "la existencia de una audiencia crítica capaz de modular la oferta mediante un consumo responsable, y el trabajo de informadores cualificados, capaces de hacer atractivo y comprensible lo complejo y árido".

La declaración de El Cachucho como primera área marina protegida de España creó un gran interés entre el público y los medios de comunicación que hacían

referencia a “el paraíso submarino” del Cachucho. Para INDEMARES, y para conocer la comprensión y los temas de interés por parte de los medios analizamos, a continuación, las apariciones en prensa en las que se hace mención a las Áreas Marinas Protegidas y a la Red Natura 2000.

Desde el 24 de Mayo de 2008 hasta el 3 de Julio de 2009 se han publicado un total de 66 artículos (TNS, Sofres) en la prensa nacional, regional y local que citan la terminología “**Áreas Marinas Protegidas**” (AMP) y que hacen referencia a 26 noticias distintas. De estos artículos, 15 son de medios nacionales, 47 regionales y 4 artículos aparecen en prensa especializada (náuticas y económicas). Noticias específicas sobre las áreas propuestas en el presente proyecto hacen referencia al Cañón de Creus (1), Cañón de Avilés (2), Canal de Menorca (1), Mar de Alborán y Baleares (11). A modo de resumen destacamos:

- ✓ Poca presencia del acrónimo INDEMARES.
- ✓ Confusión en la terminología de las figuras de protección. Área Marina Protegida y Reserva Marina (de interés pesquero) se utilizan a menudo con el mismo significado.
- ✓ A nivel regional, la CCAA con un mayor nº de apariciones en prensa relacionadas con el proyecto es Galicia.
- ✓ La necesidad de formación de una Red de AMP es mencionada o explicada en 13 artículos. Junto a estos puntos, se encontró que 4 artículos se refieren a las “ya” existentes 10 AMP de INDEMARES.

Como ejemplo se adjunta un artículo publicado en La Opinión (**Anexo 6.5**).

Para evaluar la presencia de **Red Natura 2000** en los medios de comunicación se ha analizado un total de 1024 artículos en prensa escrita en los que se hace mención a la red de espacios naturales protegidos de la Unión Europea. En este caso el período analizado comprende los meses de Enero-Julio de 2009. La información completa de este análisis se encuentra en el **Anexo 6.3 Apariciones en prensa**.

- ✓ Escasa presencia en prensa nacional.
- ✓ A nivel regional destaca el importante nº de artículos aparecidos en la prensa de Galicia.
- ✓ Predominan las menciones a la construcción de autopistas, campos de golf, aeropuertos y parques eólicos en espacios de la Red Natura.
- ✓ La mención a la Red Natura 2000 aparece también en referencia a las especies en peligro de extinción y a la necesidad de ampliar la Red para frenar la pérdida de la biodiversidad.
- ✓ La Red Natura 2000 marina se menciona en 1 artículo y en 12 artículos se hace referencia al proyecto INDEMARES.

## 1.5 Entorno próximo y macroentorno

El tema del medio ambiente ya no es -o no tan sólo es- una especialidad de los expertos (instituciones, ecologistas, técnicos, investigadores), también preocupa a los ciudadanos y así, por ejemplo, en un Eurobarómetro de la Unión Europea, se llegaba a la conclusión de que **los españoles eran los europeos más preocupados por el cambio climático (9 de cada 10)**. En los temas marinos, lo que se había visto habitualmente como un recurso natural barato y disponible, producto de la imagen de un mar inagotable e imperturbable, ha cambiado como resultado de la visión de los impactos humanos en las costas y los mares y los conflictos sociales generados en torno a estos. Sin embargo, a pesar de esta reciente actitud aún no se ha conseguido frenar o mitigar muchos de los numerosos problemas ambientales del medio marino y **mayores esfuerzos se necesitan para cambiar la percepción, las aptitudes y hábitos de la sociedad**. El valor de la sostenibilidad de los océanos, los efectos debidos al cambio climático y la participación pública activa en los planes de ordenación suponen un giro importante en la forma de entender y gestionar el mar.

La comunicación y la sensibilización ambiental son uno de los principales instrumentos para generar este conocimiento y fortalecer la importancia de proteger los valores de los ecosistemas marinos al mismo tiempo que fomentar su participación. En general, hay **apoyo social pero poco conocimiento de la problemática del medio marino, la conservación y la protección de su biodiversidad**.

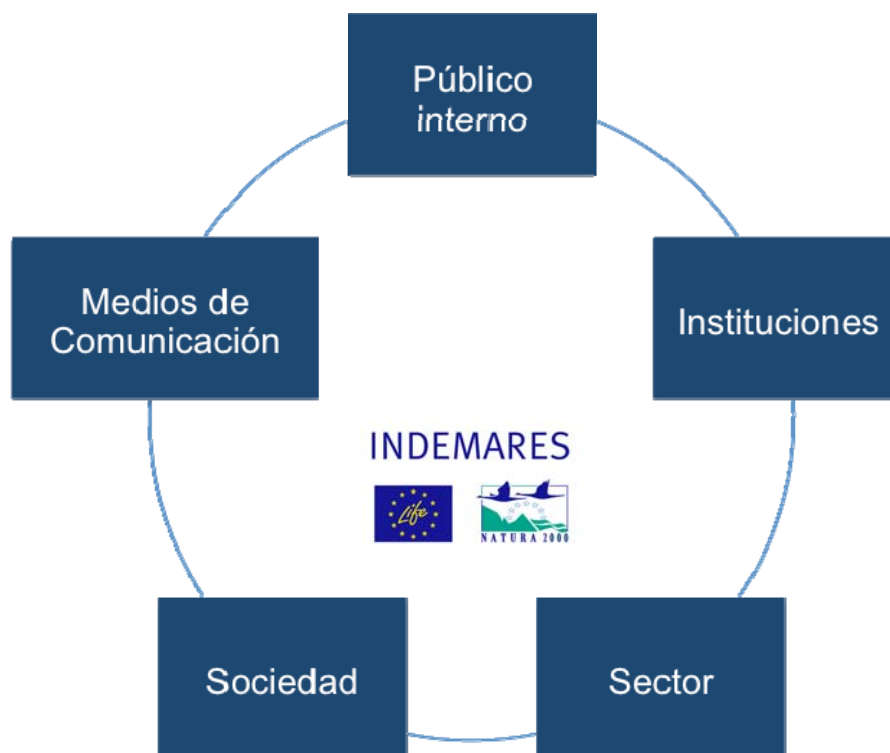
España es uno de los países más ricos de Europa en términos de biodiversidad marina sin embargo para el público en general y contrariamente al medio terrestre, la mayoría de las especies marinas conocidas son aquellas que se utilizan en alimentación. El público no se aventura en el ambiente subacuático por lo que tienden a tener una imagen muy general, relacionada en muchos casos a ambientes marinos tropicales (arrecifes de coral) o especies emblemáticas (ej. cetáceos y tortugas) y tienen sobre las especies locales, un conocimiento enfocado a aquellas fruto de la pesca y el marisqueo. Las áreas marinas a estudiar por el proyecto INDEMARES son en su mayoría zonas alejadas del litoral (con la excepción del Delta del Ebro). Algunos sectores comerciales como el del transporte marítimo y la navegación podrían repercutir en los hábitats o especies a conservar debido a la contaminación acústica y las colisiones con cetáceos o aquellas actividades y residuos que puedan afectar a la calidad del agua. Las regulaciones para estos usuarios que el establecimiento de áreas marinas protegidas o zonas de gestión especiales en las distintas regiones pudieran establecerse, conllevaría a que estos usuarios mantengan una preocupación más sobre el incremento de los costes asociados al cumplimiento de las regulaciones, por ejemplo aquellos que regularían la reducción del impacto de las actividades de la navegación o la prohibición u condicionamiento del uso de estas zonas para el tráfico de buques, la navegación, el fondeo de embarcaciones o el paso de barcos recreativos.

## 2. Mapa de públicos

El mapa de públicos establece un escenario general en base al cual seleccionaremos posteriormente, en el apartado 4.3, los públicos clave o audiencias prioritarias de la organización. Los públicos clave son aquellos individuos o grupos sociales (internos y externos), con un interés legítimo, que se verán afectados por las actuaciones presentes o futuras del proyecto y que, asimismo, pueden influir positiva o negativamente en su desarrollo a lo largo de las diferentes etapas establecidas. El proyecto INDEMARES tiene unas características intrínsecas (duración del proyecto, nº de socios implicados, objetivos) que derivan en el establecimiento de un amplio mapa que, en la estrategia, deberá introducir una priorización en función de:

1. La importancia estratégica para el proyecto
2. Capacidad de influencia en la opinión pública
3. Influencia sobre los organismos de regulación.
4. Capacidad de difusión de los mensajes claves.

Para INDEMARES se establece, a continuación, el siguiente mapa de públicos organizados por categorías y sub-categorías:





## 2.1 Públicos internos

INDEMARES es un proyecto con voluntad participativa. El número de acciones para cada área de estudio, complejidad y cantidad de información requieren de una comunicación interna fluida, constante y transparente. El público interno de INDEMARES son, principalmente, **los socios del proyecto y su capital humano (empleados)**, organizados en los diversos comités: Gestión, Científico y Comunicación. Cada socio tiene, asimismo, su público interno: personal, miembros, colaboradores, sedes nacionales e internacionales, centros adscritos, flotas etc. A modo de ejemplo la Red de WWF consta de 30 oficinas nacionales, 20 de programa y 4 organizaciones asociadas, CEMMA cuenta con 6 asociaciones y 145 socios. La participación e implicación de los socios y de todo el personal y colaboradores en las acciones de comunicación son claves para el éxito del proyecto.

El proyecto se inició con el trabajo preparatorio del documento para la Comisión Europea con participación e involucración de todos los socios. Desde el inicio se establece una comunicación fluida y participativa y, a priori, no se detectan deficiencias en este sentido pero sí algunos aspectos que pueden ser objeto de mejora. La naturaleza y estructura de algunos de los socios no permite, en ocasiones, la asistencia a los diferentes eventos organizados en el marco del proyecto. Uno de los retos del Comité de Comunicación es coordinar las necesidades, oportunidades y el potencial de comunicación de los socios. Los comités de gestión y científico tendrán que estar coordinados con el de comunicación para que este pueda detectar hechos noticiables que puedan ser comunicados. El comité de comunicación deberá asesorar al científico en este sentido.

## 2.2 Públicos externos

### Instituciones

INDEMARES involucra a un importante número de instituciones, a nivel nacional, local, regional e internacional. El acercamiento a gobiernos locales se hace indispensable para la posterior gestión de las futuras zonas a proteger. Si bien en un principio las zonas de estudio del proyecto y que se pretenden proteger no forman parte de su jurisdicción, sí lo es la capacidad o el modo de actuar de algunos de los usuarios de las mismas. Las diferentes administraciones (pesquera, obras públicas, medio ambiente, defensa, comercio, turismo, puertos, etc.) junto con su respectiva normativa son las que pueden actuar. Sería por lo tanto conveniente que existiera cooperación con las diferentes administraciones con poderes apropiados y próximas a las áreas señaladas para coordinar la comunicación y futura protección de estos LIC y ZEPA.

### Sector

El proyecto INDEMARES involucra a un amplio abanico de agentes distribuidos por sectores productivos y de interés económico. Aunque en las fichas por áreas de estudio del anexo 6.9 se desarrollan ampliamente estos sectores, establecemos a continuación, una propuesta de clasificación de los sectores económicos relacionados según la propuesta en el Mapa de Públicos:

- Entidades de difusión
- Proveedores
- Proyectos afines
- Sector privado
- Usuarios del mar y lobbies (Organizaciones de defensa del consumidor, Asociaciones profesionales, sectoriales y gremios profesionales)

Los mismos agentes se pueden categorizar por subsectores económicos:

#### Sector Mar –Industria

- Mayoristas, minoristas, proveedores de alimentación de productos marinos
- Flota pesquera
- Marisquero
- Acuicultura
- Industria Conservera, salazones y ahumados de pescado
- Industria Congelados

#### Sector Transporte marítimo, Naval y Puertos

#### Sector Energético

- Minero
- Eólico (aerogeneradores)

#### Sector turístico y social

- Submarinismo
- Pesca deportiva
- Puertos deportivos
- Clubes Náuticos

#### Investigación y transferencia tecnológica

Centros de investigación, universidades e institutos son un sector emergente en torno a las disciplinas y actividades marinas.

Todos estos sectores económicos generan además, un importante entramado económico a su alrededor (pescaderías, astilleros, organizaciones de productores, etc.). Por ello, los "inconvenientes" que, a priori, puede generar el establecimiento de una zona protegida se enfrentaría con intereses relacionados con estos sectores en el medio marino (integralmente o con diferente régimen de usos) . Hay regiones, por ejemplo, donde hay una larga tradición de explotación comercial de especies marinas, por tanto, los "inconvenientes" serán mayores comparados con otras regiones marinas con menor actividad pesquera y mayor actividad turística.

## Sociedad

Uno de los objetivos de INDEMARES es el de sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible del medio marino. Para ello la comunicación ha de tener identificado a todos aquellos grupos de interés relacionados.

## Medios de comunicación

Los medios de comunicación son un importante canal de difusión y promoción de las novedades y logros del proyecto. A su vez, el incremento del uso de nuevas tecnologías hace necesario establecer vías de comunicación para estar presentes en los medios digitales. La influencia de la prensa generalista diaria, nacional, regional y local merece una consideración especial y un estudio en detalle de las realidades particulares de cada región, principalmente las de las áreas de estudio. Por lo que hace referencia a la historia de relación con los medios de comunicación, y desde el inicio del proyecto, se han celebrado diversos encuentros a los que han asistido los medios de comunicación:

- 27 de noviembre de 2008: Rueda de prensa de presentación del proyecto.
- 27 de enero de 2009: Presentación del proyecto (reunión socios)
- 22 de mayo de 2009: El reconocimiento por parte del Comité Español de la UICN con el Galardón Cuenta Atrás 2010 otorgado a la Fundación por el proyecto INDEMARES.
- 8 de junio de 2009: Seminario inaugural del proyecto (acción D.2).
- 10 de diciembre de 2009: Nota de prensa nueva web.

En el anexo **6.7a Mapa de públicos** se incluye el mapa para INDEMARES. Este listado deberá ser permanentemente actualizado por los socios del proyecto. En el apartado 4.3 de este documento se establecerán los públicos clave para las diferentes etapas del proyecto. Este mapa de públicos se divide en columnas según las diferentes categorías propuestas que han de servir para establecer las prioridades en las acciones de comunicación, el cronograma, así como de guía para la elaboración de la base de datos del proyecto. La primera columna recoge las entidades de una forma genérica. La segunda columna incluye una subcategorización mientras que en la tercera columna se especificará el nombre concreto de cada una de los públicos objetivos del proyecto. En la columna nombre se incluyen, a modo de ejemplo, algunos públicos del proyecto INDEMARES. La relación definitiva de públicos objetivos se obtendrá con la fusión de la información de todos los socios del proyecto para evitar duplicidades y envíos repetidos.

### 3. DAFO

En la etapa anterior hemos introducido la información disponible en la actualidad para establecer la base de la estrategia del proyecto. Esta es la fase previa para la elaboración del DAFO. La observación de los factores anteriormente citados debe ser permanente. Si se detectan cambios en el entorno, nuevas tendencias y evolución, así como los públicos, sus percepciones y actitudes y sus situaciones relacionales deberán ser planteadas por los socios para ir actualizando el Plan de Comunicación.

En referencia al DAFO es necesario recalcar que sería recomendable realizar una investigación mediante técnicas de investigación sociológica: auditorías de percepciones, investigación del entorno, auditoría social y auditorías de comunicación para un análisis más preciso. En definitiva, herramientas de conocimiento y de medición objetivos que permitirían disponer de un punto de referencia inicial y, al finalizarse el plan estratégico, evaluar cuantitativa y cualitativamente la evolución del proyecto y el cumplimiento de sus objetivos de comunicación.

Los socios de INDEMARES han llevado a cabo diversas actuaciones y programas de sensibilización en los que se puede dar el caso que hayan incluido encuestas, estudios de opinión etc. a algunos de los públicos (como puede ser el ejemplo de las cofradías). Es muy importante que toda esta información se estudie y se incluya para documentar el DAFO y revisarlo así como para disponer de herramientas de medición, cuyos indicadores deberían ser establecidos por los responsables del proyecto en el marco del Comité de Comunicación. Esta información también será útil para confirmar la información que se detalla en los ejes de identidad, mensajes, selección de *públicos clave* y asegurarnos que el mensaje que se elabore esté acorde con sus necesidades reales (de su región, personales, del momento, etc...).

Introducimos, a continuación una aproximación al **DAFO** que podría completarse y verificarse con la información como la anteriormente citada y complementarse con la propuesta de acción de comunicación (D22). Para la elaboración de este DAFO se ha utilizado el documento técnico del proyecto LIFE (Technical application forms), estudio de la información pública, estudio de las apariciones de prensa y reuniones con el socio coordinador del proyecto. En el plan de acción exponemos la estrategia orientativa para los próximos años a ser revisada, ampliada y consensuada con todos los socios del proyecto. Las debilidades y las fortalezas hacen referencia al proyecto, las amenazas y oportunidades al entorno.

El DAFO planteado es un análisis orientativo, pendiente de verificación y validación por parte del Comité de Comunicación del proyecto, y de la revisión de los estudios ya realizados y de la experiencia que puedan aportar información más objetiva, medible y contrastable.

## DEBILIDADES

### Terminología:

- Dificultad de divulgación por la tecnicidad de la información del proyecto.

### Económicas:

- No existe un estudio socio-económico sobre las consecuencias de la implementación de estas áreas de protección.

### Gestión:

- La lejanía física de las áreas de estudio puede repercutir en una menor participación de la sociedad civil.
- Riesgo de poca comunicación de las acciones entre los socios, dispersión, comunicación poco fluida. La información no llega con la rapidez necesaria, no se anticipa.
- Incoherencias temporales: la propuesta de LIC y ZEPA a la Unión Europea debería terminar en el 2010, el proyecto INDEMARES en el año 2013.
- La creación de zonas Natura 2000 en el medio marino no es suficiente para frenar el descenso de la biodiversidad marina. Es necesario reducir otros impactos como pueden ser la contaminación o las capturas accidentales.

## FORTALEZAS

### Terminología:

- Presencia de especies emblemáticas como los cetáceos y un rico patrimonio natural.
- Poder integrar los valores de la biodiversidad marina y los servicios del mar a los usuarios del mar y a las instituciones responsables de su gestión y conservación.

### Gestión:

- Mensaje azul. La fuerza de la novedad del espacio marino protegido, diferente al espacio protegido terrestre.
- Proyecto con voluntad participativa (socios, instituciones, sector etc...).
- Dinamismo de los socios
- Socios del proyecto motivados y formados en temas de conservación e investigación del ecosistema marino
- Incrementar el conocimiento científico de los gestores del proyecto sobre hábitats y especies presentes en aguas marinas no costeras.
- Fomento de la conectividad ecológica en espacios marinos protegidos con el fin de crear una red de espacios marinos en el Cantábrico, Atlántico y Mediterráneo.
- Se va a realizar un análisis y mejora de los Anexos de la Directiva Hábitats, para adaptarlo a la biodiversidad marina real.

## AMENAZAS

### Terminología:

- Confusión de los objetivos del proyecto (establecimiento de LIC, ZEPA, AMP u otras figuras de protección).
- Desconocimiento y confusión entre la sociedad de la terminología asociada al proyecto (Red de Áreas Marinas Protegidas, LIC, ZEPA, Red Natura 2000).
- Confusión con otros proyectos de similar temática
- Medios de comunicación generalistas con poco conocimiento científico y medios científicos con poca difusión.

### Económicas:

- La Red Natura 2000 ha sido utilizada en ocasiones como un argumento contra el progreso.
- Fuertes intereses económicos (pesqueros, deportivos) que puedan crear conflictos con la declaración de los LIC y ZEPA.
- Resultados del proyecto no acordes con la fuerte inversión realizada.

### Gestión:

- La visibilidad pública de determinadas especies a estudiar no es tan fuerte y mediática como la de otras especies (ej. Especies tropicales).
- No ser percibido como un tema que promueva la sostenibilidad y la regulación de actividades sino de prohibición.
- Desconfianza social en la eficacia de la administración pública en la gestión del proyecto.
- Decepción respecto a los resultados alcanzados.
- Falta de sensibilidad por parte de los gestores del proyecto con las necesidades regionales y locales relativas a las áreas de estudio.
- Superposición de la figuras de protección.
- Que no se respete la gestión de los LIC, ZEPA Y ZEC.

## OPORTUNIDADES

### Terminología:

- Sentido práctico para el consumidor, es bueno para él, le ofrece recursos naturales del medio marino.

### Económicas:

- Potencial futuro de beneficios para ciertas actividades económicas conservacionistas.
- Creciente apertura de nuevas oportunidades de negocio sostenibles (ecoturismo, avistamientos, etc...).
- Creciente percepción por parte de los usuarios del mar que gran parte de los sectores económicos que de él dependen se encuentran amenazados a medio plazo.
- Oportunidad de mercado para los pescadores que utilicen técnicas pesqueras más sostenibles.

### Gestión:

- Presencia de hábitats y especies de interés comunitario.
- El proyecto permitirá a los socios reforzar su conocimiento, capacidad de acción e interacción.
- Interés y apoyo institucional del Gobierno y la Comunidad Europea.
- Sensibilidad social por los problemas medioambientales.
- Las estadísticas (Eurobarómetro) y otros estudios indican que la protección del medio ambiente es una de las prioridades de los ciudadanos europeos.
- Perspectivas positivas para los socios a nivel europeo: capacidad de conseguir otros proyectos en base al saber hacer (aprendizaje a través de la práctica).

## 4. Plan estratégico de comunicación

En la estrategia de comunicación se debe articular una oferta que tenga valor para los distintos públicos clave. La estrategia de comunicación ha de aportar un valor dinámico que se define, a partir de líneas comunes y siempre reconocibles, en función de las necesidades de comunicación de cada momento y escenario, y con cada uno de los públicos clave identificados. El plan estratégico se plantea en base a dos grandes grupos de públicos (internos y externos), que configurarán asimismo dos grandes líneas de actuación, la de la comunicación interna y la comunicación externa.

### 4.1 Objetivos de comunicación

Los objetivos generales de comunicación de INDEMARES se pueden resumir en 3 líneas estratégicas:

OBJETIVOS GENERALES
➤ Dar a conocer los objetivos del proyecto y de la Red Natura 2000 marina entre la totalidad de los públicos clave.
➤ Sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible del medio marino.
➤ Demostrar el cumplimiento de los compromisos con la Unión Europea y trabajar en equipo con todos los sectores implicados (científicos, etc..)

A estos objetivos generales incorporamos los objetivos específicos de comunicación:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE COMUNICACIÓN
➤ <b>Dar a conocer la Red Natura 2000 marina</b> a los medios de comunicación y conseguir una difusión más amplia llegando a la sociedad
➤ Comunicar el avance hasta la <b>vanguardia europea</b> en red Natura 2000 marina
➤ <b>Incrementar la notoriedad y el conocimiento</b> de los temas



relacionados con el medio marino en la opinión pública a través de una comunicación eficiente, proactiva, coordinada y constante en base a una colaboración de los socios del proyecto

- **Comunicar los esfuerzos que los socios (Administración, institutos de investigación y ONG) llevan a cabo para la protección del medio marino**
- Ayudar al establecimiento de una **comprensión clara y precisa de la terminología referente a las figuras de protección marina**
- **Obtener notoriedad y buena imagen** del proyecto tanto a nivel europeo como nacional y local.
- **Generar confianza en los sectores implicados**, con transparencia, coherencia y rigor en las actividades y la información
- Incrementar el flujo y el intercambio de información, crear un clima positivo y proactivo, involucrar a los socios en las actividades que se incluyen en el plan, **generar sentido de pertenencia y motivación**
- Sentar las bases para el Plan de Comunicación que se debe desarrollar una vez finalizado el proyecto (After-LIFE Plan)

Por la magnitud del proyecto y su interés científico, socioeconómico, etc..., es imprescindible posicionarse como punto de referencia entre los diferentes públicos, para lo cual será necesaria la obtención de una imagen corporativa óptima y de una reputación social inmejorable. A priori puede parecer un objetivo alcanzable en un espacio corto de tiempo pero es una estrategia que debe ser considerada a largo plazo ya que requiere de una comunicación constante, de carácter proactivo y que, en sus diferentes etapas, alcance a todos los públicos que se establecen en el apartado 2 y a los que vayan incorporándose a lo largo del proyecto.

## 4.2 Ejes de identidad

Para INDEMARES se proponen 4 ejes de identidad para los diferentes *públicos clave*. Cada eje de identidad plantea unas ideas fuerza y mensajes que deben ser consensuados e interiorizados por todos los responsables de INDEMARES y por aquellas personas que, en mayor o menor medida, colaboran en la difusión de los objetivos del proyecto.

Es importante utilizar estas ideas en toda la comunicación (notas de prensa, material divulgativo, ponencias, artículos de opinión). También se recomienda acompañarlos con imágenes en la divulgación del proyecto. Por ejemplo, en un powerpoint que presente INDEMARES, si se habla de la importancia del conocimiento científico, ilustrarlo con una imagen en la que se plasme el trabajo de campo, con personas, recursos técnicos, etc. Estos materiales tienen que estar siempre referenciados al marco del proyecto en lo referente a la creación de la Red Natura 2000 marina y al concepto de LIC y ZEPA.

La totalidad de los mensajes que se elaboren en el futuro, en base a las ideas fuerza, deberán ser revisados, actualizados y complementados en las reuniones del Comité de Comunicación que también revisará y evaluará el análisis de los contenidos de redacción aparecidos en los medios de comunicación y verificar, así, el cumplimiento de este objetivo de comunicación e introducir inmediatamente cualquier acción correctiva que sea precisa. La correcta utilización y difusión de estas ideas fuerza será clave para garantizar el éxito en el logro de los objetivos de comunicación marcados en el presente plan estratégico. Adaptar nuestro lenguaje a los destinatarios, aprovechando el poder mediático del proyecto.

Las ideas fuerza se plantean en 4 ejes para que el proyecto acumule valores de conservación (1), económicos (2) conocimiento (3) y de gestión (4) que sintonicen con los intereses, sensibilidades y necesidades de los diferentes públicos clave. Para unos tendrá más valor uno de los ejes, o dos al mismo nivel, o todos en mayor o menor medida. También dependerá de su situación personal, como individuo o como miembro de una comunidad, institución, grupo, lugar de residencia, etc.. Estos matices deben ser considerados antes de comunicarles nuestros objetivos y valorar qué tipo de mensaje conviene en cada momento. La propuesta de ejes es la siguiente:

## 1. CONSERVACIÓN

- protección=conservación
  - La protección permite la conservación y puede incrementar la biodiversidad
- El proyecto INDEMARES permitirá conservar un ecosistema rico en biodiversidad.

- El proyecto INDEMARES posibilitará la creación de la Red Natura 2000 marina.
- La Red Natura 2000 marina contribuye al desarrollo sostenible del mar.
- Los espacios protegidos en el medio marino (ej. LIC y ZEPA) garantizan el futuro de la biodiversidad marina.
- La mejora de la biodiversidad ayuda a mitigar los efectos del cambio climático.
- Nuestra salud también depende de la salud de nuestros océanos.
- La diversidad de nuestros mares está bajo una enorme presión (contaminación, pérdida de biodiversidad) y necesitan protegerse.

## 2. ECONÓMICO

- conservación= beneficio
- La conservación garantiza el desarrollo económico

- Con la existencia de zonas gestionadas para la protección de la biodiversidad se pueden regular las actividades productivas para garantizar que el mar siga siendo fuente de trabajo y alimento.
- La utilización de los recursos ha de ser racional y sostenible.
- Para conseguir los objetivos de INDEMARES es necesaria la alianza con los sectores productivos implicados (pesquero, industrial, usuarios del mar....) y con las instituciones públicas y la sociedad civil.
- Preservar los ecosistemas garantiza el futuro de la pesca.
- Un mar diverso contribuye a mejorar la productividad y abre más oportunidades (turismo, pesca, deportes náuticos).
- Proteger para prosperar.

## 3. CONOCIMIENTO

- conocimiento= acción
- El conocimiento científico permite una gestión eficaz de la conservación

- La visión integral y equilibrada de la política marina debe estar respaldada en criterios científicos evaluados y contrastados.

- El conocimiento es una oportunidad para comunicar, sensibilizar y formar futuras generaciones de usuarios del mar y a la sociedad en general.
- El conocimiento del mar tiene efectos pedagógicos y terapéuticos.
- Explorar nuestros mares nos ayuda a descubrir nuevas especies y paraísos sumergidos.

## 4. GESTIÓN

- Gestión participativa
- El proyecto articula las diferentes sensibilidades y capacidades de gestión de los socios del proyecto y permite la mejora en la eficacia de los recursos

- Contribuir al reforzamiento de los Convenios Internacionales.
- Esfuerzo de participación de instituciones y colectivos de usuarios.
- Se espera, a través del proyecto, cumplir con los compromisos asumidos por el Estado español con la Comisión Europea.
- Elaboración de unas directrices de gestión y seguimiento para los lugares de la Red Natura 2000 marina que finalmente se propongan, elaboradas de forma participativa y aprobadas en el marco de la nueva Ley de Patrimonio Natural y Biodiversidad.
- El apoyo del Gobierno de España al proyecto.

### 4.3 Públicos clave

Como ha sido comentado al inicio, la priorización de los públicos para convertirlos en *públicos clave* varía en función de:

1. La importancia estratégica para el proyecto
2. Capacidad de influencia en la opinión pública
3. Influencia sobre los organismos de regulación.
4. Capacidad de difusión de los mensajes claves.

La duración del proyecto INDEMARES hasta el año 2013 hace necesario un exhaustivo trabajo de reflexión y debate entre los socios para establecer el calendario real del plan de acción dirigido a cada *público clave*.

A modo de ejemplo tenemos el de las cofradías de pescadores. Agruparlas en un único grupo es posible, pero es necesario conocer la percepción que tienen del proyecto en cada área de estudio (positivo/neutro/negativo) y actuar y planificar en función de este conocimiento. Estratégicamente sería conveniente la elaboración de auditorías de cada *público clave*, que permitan diseñar un plan de

acción con tácticas, ideas fuerza, mensajes y actividades específicas. Volviendo a la reflexión anterior, remarcar la importancia que en este sentido tiene la aportación de información por parte de los socios (estudios realizados previamente en este sentido), para ampliar esta propuesta con un análisis más objetivo.

Para INDEMARES proponemos un cronograma orientativo, con el objetivo de estructurar el trabajo, y que establece la priorización de los *públicos clave* en 4 etapas que, de forma orientativa, coinciden con los años de duración del proyecto:

Etapa 0:	Consolidación: Sept 09-Feb 2010
Etapa 1:	Ejecución: Feb 2010- Dic 2010
Etapa 2:	Ejecución: Enero2011- Dic 2011
Etapa 3-4	Seguimiento: Enero 2012 -Dic 2013

La priorización prevista para todo el proyecto se detalla en el (**Anexo 6.7b Priorización de públicos**). En la etapa 0 (Sept 09- Feb 09), que hemos llamado de consolidación, incluimos al público interno, socios, colaboradores, UE, del proyecto INDEMARES. Es imprescindible que los mecanismos de comunicación se establezcan durante esta etapa y que los responsables del proyecto se aseguren que la información y los mensajes están interiorizados no sólo por los gestores con relación más directa sino por todos aquellos que en las distintas organizaciones puedan tener una relación directa o indirecta con el proyecto.

En esta etapa también incluimos a los medios de comunicación especializados que deben conocer el proyecto y un primer balance de las acciones realizadas así como el calendario de trabajo y actividades previstas para los próximos meses. Una estrecha relación con estos medios, a través de canales de comunicación personales y no personales, es imprescindible para conseguir los objetivos de comunicación.

En la etapa 1 (Feb 2010-Dic 2010) se incluyen a las instituciones y organismos de promoción y protección así como al sector directamente involucrado (gremios, asociaciones profesionales, sectoriales, entidades de difusión, proveedores, empresas), la comunidad universitaria, fundaciones, expertos, grupos de investigación, ONG y asociaciones vinculadas así como a los medios de comunicación generalistas de ámbito nacional, local y regional. La priorización del resto de públicos ha de asegurarnos que a lo largo de los próximos cinco años, en mayor o menor medida, son contactados e informados sobre proyecto INDEMARES y han recibido los mensajes que mejor cumplan con sus necesidades e intereses (económicos, sociales, de conocimiento, etc....) y, sobre todo, con los objetivos estratégicos del proyecto.

Desarrollamos, a continuación, los *públicos clave* para la etapa 0 y 1: público interno, instituciones, sector mar e industria, sociedad y medios de comunicación. Pese a no estar introducido en este apartado es imprescindible no sólo establecer una correcta priorización de los públicos si no conocer sus prioridades y necesidades para cada área de estudio. Por este motivo, y para una correcta adecuación de las actividades y los mensajes, se adjuntan una ficha por área de estudio en el que se incluye información socioeconómica de los públicos detectados (**Anexo 6.9 Fichas**).

### 4.3.1. Público Interno

#### **Estrategia**

La correcta adecuación de metodologías de trabajo, herramientas, mensajes y aprovechamiento de sinergias con el público interno es imprescindible para el éxito del proyecto y por este motivo el plan de comunicación lo sitúa en la etapa 0 (Septiembre 2009-Febrero 2010) e incluye a todos los públicos internos. Esta coordinación debe ir complementada por una formación adecuada a los diferentes niveles de implicación en el proyecto.

#### **Públicos clave Etapa 0**

Todos los públicos internos

Es muy importante anticiparse a las oportunidades y que haya transparencia entre las actuaciones de los socios. Se tiene que crear un equipo motivado, integrado, y proactivo que se anticipe y comunique todas aquellas ideas y acciones que permitan crear sinergias y aprovechar los infinitos recursos ya existentes. Los 3 comités establecidos son los responsables de garantizar esta comunicación.

Asimismo, recalcar que esta necesidad de coordinación es imprescindible no sólo para el éxito del proyecto, también para ofrecer una respuesta rápida y estructurada a las solicitudes de informes que desde el programa LIFE+ puedan llegar al socio coordinador. Cinco de los beneficiarios asociados han ejecutado diversos proyectos LIFE hasta un total de 18 proyectos desde el año 1993. Su experiencia en este sentido es un plus que debe ser aprovechado. En definitiva, incrementar el flujo de información y comunicación, previsión y homogeneización de mensajes. A fin de validar el DAFO del Plan de Comunicación es necesario que los socios del proyecto aporten la información proveniente de acciones y estudios previos o actuales (encuestas, auditorías de percepción) que hayan realizado en este sentido.

El organigrama establecido para INDEMARES incluye a representantes de los socios y entidades que les apoyan. La Fundación Biodiversidad, como socio coordinador, tiene una labor de dirección, coordinación, gestión y seguimiento de los distintos comités así como de las entidades que apoyan el proyecto. La actualización del proyecto y acciones se debaten en los tres comités establecidos para ello.

- Comité de Gestión (UE y Socios)
- Comité Científico (Técnicos)
- Comité de Comunicación (Responsables de comunicación y otros)

Los canales de información internos se establecen mediante reuniones periódicas (sin una periodicidad establecida) y contactos vía e-mail. La Técnico de Comunicación reunirá en un documento de trabajo las apariciones en los medios de comunicación de los socios del proyecto en los que se hace referencia a INDEMARES.

A lo largo de este periodo los socios han utilizado paralelamente sus canales y soportes de comunicación (notas de prensa, boletines, material divulgativo) para comunicar el proyecto. En total, y desde el inicio, se calcula que han sido publicados un total de 25 noticias en prensa escrita en los que se habla del proyecto. El servicio de clipping (prensa, radio y TV) se ha contratado desde diciembre 2009 por la Fundación Biodiversidad por lo que el seguimiento desde ese momento será mucho más exhaustivo

Una correcta interiorización de la terminología relativa al proyecto es imprescindible para garantizar una correcta comunicación externa. Esta necesidad está dirigida a los equipos no directamente relacionados con INDEMARES pero si a aquellos que por su trabajo (gabinetes de prensa de los socios, oficinas y/o colaboradores, centros etc....) deben conocer el proyecto y la terminología referente a las áreas marinas protegidas.

Cada comité cuenta con un representante de los socios. Para la comunicación del proyecto sugerimos seleccionar unos portavoces en cada entidad que puedan atender a las diferentes oportunidades de comunicación que vayan surgiendo. La selección de portavoces, tendría que contemplar los distintos escenarios. Se recomienda establecer diferentes portavoces en función del tipo de solicitud:

- A nivel corporativo y de gestión (sobre el proyecto INDEMARES).
- A nivel científico (sobre las campañas, investigaciones, etc...).
- A nivel de comunicación o sensibilización.

Independientemente de los portavoces, y con el objetivo de fomentar la participación entre los socios, recomendamos aprovechar las diferentes

oportunidades de comunicación. La Fundación Biodiversidad detectará y propondrá a aquellas personas que dentro de sus organizaciones y en base al perfil técnico, humano o por sus experiencias puedan ejercer de portavoces en otros foros (ponencias universidades, moderadores del foro, entrevistas para el boletín etc....).

### **Táctica**

Por táctica definimos las herramientas de comunicación que utilizaremos para conseguir los objetivos marcados para cada público clave.

Comunicación interna

Gestión de la reputación o *Issues management* (recomendado)

*Análisis de los medios de comunicación* (recomendado)

Comunicación de Vulnerabilidad, Riesgo y Crisis- Manual de Crisis (recomendado)

### **Acciones**

- ✓ Debatir, ampliar y consensuar el DAFO y los mensajes.
- ✓ Proponer una misión y visión del proyecto.
- ✓ Definir los públicos internos, número de personas/socios, *job description*.
- ✓ Exponer calendario de acciones y nuevas propuestas.
- ✓ Consensuar una terminología común en referencia a las áreas protegidas en el medio marino y otras posibles opciones de gestión para los LIC y ZEPA.
- ✓ Consensuar bases de datos.
- ✓ Consensuar dossier de prensa.
- ✓ Reuniones periódicas de los comités (establecer un calendario).
- ✓ Contactos telefónicos y por email. Valorar la posibilidad de reuniones skype entre el comité de comunicación.
- ✓ Establecer un calendario de eventos (posicionar a los portavoces del proyecto como líderes de opinión), congresos nacionales e internacionales, conferencias, eventos, etc...
- ✓ Designar a los portavoces del proyecto.
- ✓ Utilizar los recursos actuales de los socios para programas de sensibilización.
- ✓ Web: Se incluye un foro restringido a los socios. Este foro de debate tendrá un moderador (1 trimestral) que dinamizará el contenido del foro y transmitirá al comité de comunicación su valoración de los temas tratados.
- ✓ La web también incorpora el "Diario de a bordo". Lo que se escribe allí aparece en Twitter como una nueva entrada (ver más detalles apartado 4.5).



La Técnico de Comunicación se compromete a informar de los avances y piezas comunicativas realizados para la aprobación de los socios. El plazo de réplica (en función de la actividad) se establece en 1 semana.

En el Plan de Acción se incluyen las actividades previstas para los Públicos Internos (Acciones D1, D4, D8,D13), y se incorporan las D17, D18 y D20.

## 4.3.2 Instituciones

### Estrategia

Las instituciones juegan un papel fundamental en la comunicación del proyecto. Los representantes institucionales deben estar debidamente informados desde la Etapa 0 a fin de garantizar su compromiso con el proyecto. En este sentido, el peso de las instituciones locales y regionales las convierte en imprescindibles para pasar a la siguiente etapa y facilitará enormemente el desarrollo de las actividades propuestas en sus ámbitos de actuación. Esto creará un mecanismo de cooperación con las diferentes administraciones con poderes apropiados y próximos a las áreas de estudio para coordinar la comunicación y futura protección de estas. Siguiendo la calendarización propuesta anteriormente se incorporan aquellas instituciones directamente relacionadas con el proyecto.

#### **Públicos clave Etapa 1**

##### **Instituciones**

- ✓ Poderes públicos (ejecutivo y legislativo)
- ✓ Organismos de promoción y protección :
- ✓ Técnicos de las administraciones pesqueras y ambientales de la Red Natura 2000
- ✓ Instituciones Internacionales

Hasta mediados-finales del proyecto no está previsto realizar ninguno de los seminarios informativos con los sectores implicados en las comunidades autónomas relacionadas con el proyecto: Andalucía, Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Baleares, Valencia, Murcia, Catalunya y Canarias. La acción D12 contempla la realización de un taller de financiación para los gestores de la Red Natura 2000 marina y, en concreto, para los técnicos de las Administraciones pesqueras y ambientales de la Red Natura 2000.

En este sentido consideramos imprescindible plantear la posibilidad de celebrar los seminarios informativos (D11) en las diferentes comunidades, lo antes posible, para evitar que se lleven a cabo otras acciones como puede ser la D12 sin que la información sobre el proyecto haya llegado a los *públicos clave*

institucionales. En el caso de que no se pudiera desarrollar de tal manera, y para evitar lo anteriormente mencionado, se propone la organización de una acción de comunicación en las que se realicen presentaciones y/o entrevistas personales con los diferentes representantes institucionales a nivel nacional, regional y local para asegurarnos que conocen el proyecto.

### **Tácticas**

Lobbying

Publicity

Relación con los medios de comunicación

Organización de eventos

Networking

Comunicación Interpersonal

Gestión de la reputación o *Issues management* (recomendado)

### **Acciones**

Las acciones de comunicación previstas en el plan y que afectan a estos públicos son todas a excepción de la D15 (Educación ambiental). Recomendamos llevar a cabo la acción D11 (Seminarios informativos) a lo largo de la etapa 1 (10 Seminarios), a fin de garantizar que los *públicos clave* institucionales en esta etapa conocen el proyecto previamente a acciones más específicas (Acción D12 Taller de financiación).

## **4.3.3 Sector**

### **Estrategia**

El sector pesquero y el de industrias asociadas posee en muchos casos, a nivel regional y local, una influencia importante sobre la gestión de recursos y la toma de decisiones, influyendo así sobre los esfuerzos de conservación marina. Sin embargo son estos mismos sectores y grupos sociales como los relacionados a la pesca artesanal y comercial, los que pueden llegar a ser los más influyentes en la buena gestión de una zona marina protegida. Los pescadores son gran conocedores de su medio y de la vida marina, entendiendo conceptos de gestión como vedas temporales, zona limitada por zonas de reproducción y similares.

De la misma forma que algunas de las cofradías piden reservas de pesca porque han entendido poco a poco que se mejora la gestión, es sostenible, favorece la comercialización de los recursos y se evita el furtivismo, que lleguen a entender que la Red Natura 2000 marina puede proteger los recursos de pesca. En etapa 1 nuestros *públicos clave* serán los gremios y asociaciones profesionales, asociaciones sectoriales, entidades de difusión y proyectos afines.

### **Públicos clave Etapa 1**

#### **Sector**

- ✓ Usuarios del mar y lobbies
- ✓ Entidades de difusión
- ✓ Proveedores, Proyectos afines
- ✓ Sector privado

#### **Tácticas**

Organización de eventos

Networking y Comunicación Interpersonal

Ruedas de prensa, notas de prensa y entrevistas o *Publicity*

Relación con los Medios

Gestión de la reputación o *Issues management* (recomendado)

#### **Acciones**

La acción D16 (Plan de Formación continuada a las cofradías de pescadores), está pensada para realizarse a lo largo del proyecto y para la pesquería litoral. Esta acción se podría plantear en la etapa 2, como complemento de formación y para mantener el contacto y la información. En la etapa 1 utilizaremos las herramientas: Entrevistas personales, encuestas, notas de prensa y publicación de artículos científicos, seminarios informativos y taller de financiación.

## **4.3.4 Sociedad**

#### **Estrategia**

La mayoría de las áreas protegidas existentes como LIC y ZEPa actualmente están próximas a la costa se encuentran ligadas a un amplio abanico de grupos con diversas perspectivas y expectativas sobre el medio marino, las actitudes y el comportamiento de las poblaciones de usuarios de recursos que viven en proximidad a las mismas son la experiencia principal que puede asegurar la futura o presente buena gestión de las áreas en aguas exteriores y de sus objetivos de conservación.

### **Públicos clave Etapa 1:**

#### **Sociedad**

- ✓ Comunidad Universitaria, Fundaciones
- ✓ Grupos de Investigación, Observatorios de Comunicación
- ✓ ONG y ONL
- ✓ Asociaciones de conservación y entidades relacionadas
- ✓ Población costera de las regiones adyacentes a las áreas investigadas

El éxito de la implementación de las Directivas y el establecimiento de una Red Natura marina respetada depende en último caso en el cambio de comportamiento social en general y particularmente la mejor participación en la gestión de estas zonas por organizaciones y empresas usuarias.

Al mismo tiempo otros actores sociales o clientes potenciales pueden surgir de la creación de los espacios marinos protegidos, con actividades de educación ambiental y ecoturismo promocionadas en torno a estas zonas. La comunicación y educación ambiental en las zonas gestionadas o sus zonas costeras lindantes, a través de actividades de ecoturismo como el establecimiento de museos o visitas para avistar cetáceos, pueden generar beneficios a las comunidades locales, fomentar la conservación de la fauna marina y promocionar ética ambiental entre el público. Dar a conocer el proyecto INDEMARES por medio de estas herramientas serviría para explicar conceptos y conocimientos sobre los ecosistemas marinos, concienciar sobre aspectos de gestión y fomentar la participación pública.

### **Tácticas**

Organización de eventos

Networking (Acción E5)

Comunicación Interpersonal

Gestión de la reputación o *Issues management* (recomendado)

### **Acciones**

Las acciones previstas para estos públicos clave son la D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, D10 y D13. Proponemos ampliar esta propuesta con las acciones D20, D22, D23, D26 y D27. En la etapa 1 utilizaremos las siguientes herramientas: Entrevistas personales, encuestas, notas de prensa y publicación de artículos científicos y seminarios informativos.

## **4.3.5 Medios de comunicación**

### **Estrategia**

Los problemas ambientales como el cambio climático, el efecto invernadero, el deterioro de la capa de ozono, la disminución de la biodiversidad y el aumento de los residuos peligrosos, entre otros, han atraído una atención significativa de los medios de comunicación. Los medios juegan un papel importante para la promoción y difusión de los temas ambientales y pueden contribuir a la formación de una cultura ambiental ciudadana, generar estados de opinión y percepciones positivas, crear notoriedad sobre nuevos conceptos a transmitir y estimular las acciones de responsabilidad social de empresas y grupos de usuarios del mar. La acción con los medios se desarrolla en la actividad D3: Campaña de comunicación con los medios.

La interlocución con los medios de comunicación debe gestionarse desde el gabinete de prensa. Aquellas solicitudes a los socios relativas al proyecto (entrevistas, reportajes) deberán ser comunicadas a la Técnico de Comunicación del proyecto. El objetivo único es el de dinamizar y al mismo tiempo:

- ✓ Asegurarse que el periodista dispone de toda la información
- ✓ Completar la colaboración
- ✓ Realizar un seguimiento posterior para el control y evaluación de las acciones.
- ✓ Agilidad de respuesta
- ✓ Evitar divergencia de enfoques y mensajes
- ✓ Desestimar o aplazar una noticia, entrevista o colaboración si esta daña la imagen del proyecto

En definitiva, una comunicación proactiva, que permita:

- ✓ Aprovechar las posibilidades mediáticas del proyecto
- ✓ No descartar la información por motivos de complejidad de la materia, ser creativos y valorar el entorno y el momento (nacional y regional) para difundir el proyecto
- ✓ Presencia en los medios de comunicación (cuando convenga).

### **Tácticas**

Ruedas de prensa, notas de prensa y entrevistas o *Publicity*

Relación con los Medios

Gestión de conflictos potenciales o *Issues management* (recomendado)

Media Analysis del Press Clipping (recomendado)

### **Acciones**

La base para conseguir los objetivos marcados en el Plan de Comunicación es el gabinete de prensa, que constituye el instrumento para establecer los mecanismos de difusión/información relativos al proyecto, así como para establecer las líneas de colaboración con los medios de comunicación. Su gestión se lleva a cabo desde la Fundación Biodiversidad, en coordinación con el resto de instituciones y entidades involucradas en el proyecto.

La Técnico de Comunicación de INDEMARES, en función de las acciones marcadas en el Comité de Comunicación, coordina las acciones del proyecto con el Departamento de Comunicación y Sensibilización de la FB. Este, asimismo, guía e informa a la Técnico de Comunicación acerca de las oportunidades y momentos de comunicación de acciones no contempladas inicialmente pero que pueden ayudar a difundir el mensaje. Para ello se incorpora una persona del departamento de comunicación de la fundación al Comité de Comunicación.

Para ello es necesario elaborar:

- 1- Base de datos (para todos los públicos)

## 2-Producción de materiales informativos (gráficos, audiovisuales y digitales)

Dossier de prensa:

- ✓ Explicación del proyecto
- ✓ Objetivos de la campaña, planes de acción
- ✓ Datos
- ✓ Beneficios del proyecto
- ✓ Información referente a las actividades programadas
- ✓ Datos económicos y estadísticos
- ✓ Anexos con informaciones relacionadas (directorio)
- ✓ Manual básico de imagen y comunicación del proyecto INDEMARES

5- Ficha por área de estudio (con información de las acciones, datos socioeconómicos)

6- Calendario de eventos (actos de la Fundación Biodiversidad, de los socios, de la Red Natura 2000 y de terceros)

7- Establecer un calendario de acciones de Publicity y de Relación con los Medios.

7.1 Notas de prensa (1/mes)

7.2 Ruedas de prensa (en función noticias)

7.3 Desayunos y comidas de trabajo (1/mes)

7.4 Programa de entrevistas (prensa escrita, radio, tv). Continuamente.

7.5 Artículos científicos y de difusión general (trimestrales)\*

7.6 Utilización de nuevas tecnologías para la difusión de imágenes, vídeos etc...

7.7 Publicación de estudios

La envergadura y duración del proyecto no permite plasmar todas las oportunidades de comunicación en este documento. A priori, los temas noticiables podrían ser:

- ✓ Inclusión de un área de estudio en la Red Natura 2000
- ✓ Valoración de actuaciones concretas, conclusiones
- ✓ Inicio campañas
- ✓ Estudios
- ✓ Logros del proyecto
- ✓ Tecnología punta (barcos, utilización de la imagen submarina, herramientas y métodos novedosos: Ecosystem Approach Spatial Modelling Tool development, Adaptive Management Plan for Surface Longlining-Acción).
- ✓ Presencia en foros de opinión (congresos, conferencias)
- ✓ Presentación de nuevos productos de comunicación (web, libro)
- ✓ Premios y reconocimientos recibidos por el proyecto
- ✓ Experiencias personales
- ✓ Consecuencias socioeconómicas del proyecto
- ✓ Reportajes: Corales, barcos de investigación, tecnología etc....

## 4.4 Consideraciones complementarias

Al margen del presente Plan estratégico recomendaríamos que se llevase a cabo una Formación de Portavoces con los mismos, con ejercicios de simulación y *coaching*. También podría diseñarse un Manual de Crisis, que estableciese los posibles diversos escenarios y permitiese actuar proactivamente, anticipándose a situaciones no deseadas con los diversos públicos clave y elaborar ideas fuerza y los mensajes clave que deben transmitir los portavoces en cada escenario previsto. La Formación de Portavoces podría incluir estos escenarios en los ejercicios de simulación.

Por el alcance geográfico del proyecto y la importancia de la prensa local y regional es muy importante conocer las problemáticas (ambientales, socioeconómicas, políticas) de las comunidades de las áreas de estudio. Para ello sería necesario que los socios propusieran a aquellas personas de sus equipos que por relación con el proyecto o ubicación geográfica (delegaciones, centros adscritos), pudieran responsabilizarse de transmitir esta información al comité de comunicación y ampliar la información de las fichas de estudio.

Como hemos introducido anteriormente, el proyecto INDEMARES incorpora una serie de variables que aconsejan la creación de un Comité de Crisis y la elaboración de un manual que incorpore una estrategia de acción y respuesta a corto/medio y largo plazo en los diversos escenarios de crisis. La información que se expone a continuación pretende ser una propuesta general, orientativa y de reflexión ante los posibles escenarios.

A priori las fuentes de riesgo pueden ser: el plan de comunicación; las actividades establecidas, la calidad obtenida, consecución de objetivos, timing, las percepciones y acciones negativas de los públicos clave, los recursos (financieros, personas, equipos, socios, infraestructuras), el entorno de la propia organización (cambios de estrategia, en la organización de los socios otros planes de comunicación en curso), y el entorno externo (cambios tecnológicos, de normativa, políticos etc...). Una primera valoración para INDEMARES detecta una relación de riesgos y/o escenarios en base a la siguiente categorización:

- Críticas por el alto coste de las investigaciones y/o aparición de tecnologías más costosas.
- Inadecuada gestión de los recursos financieros del proyecto.
- Confusión en los objetivos y formas de gestión de LIC y ZEPA.
- Acciones de las ONG y grupos de presión.
- Negativa del sector privado (pesquerías, transporte, industria).
- Negativa a participar en el proceso por parte de las autoridades regionales.
- Propiedad y uso de los datos.
- Falta de rigor de la información, importantes retrasos en las investigaciones.

- Conflictos graves con cofradías de pescadores.
- Obstáculos técnicos que haga que se retrase el estudio.
- Acusaciones de poca coherencia y base científica para la selección del área (políticos, estéticos y socioeconómicos).
- Acusaciones de uso de fondos europeo a actividades dañinas para el entorno en lugar de actuar como medidas de conservación.
- Conflicto con flotas pesqueras de otros países como Marruecos (pesca ilegal).
- Conflictos por regulación o limitación de usos de las aguas marinas con países vecinos.
- Competencias de las Comunidades Autónomas.
- Meteorología adversa para la ejecución de las investigaciones.
- Desastres provocados por la acción humana (marea negra).
- Presencia de algas invasoras (mareas rojas).
- Temporales, oleaje o mala mar que impidan o retrasen el estudio de alguna zona.
- Paso de buques mercantes en algunas áreas de estudio, vertidos de basuras, de aguas oleosas y de hidrocarburos.
- Construcción de nuevos puertos, espigones, urbanizaciones, costeras, extracciones de arena y regeneración de playas en zonas próximas a las áreas de investigación.
- Contaminación por exploración del suelo para gas y petróleo, maniobras militares.

## 4.5 Plan de acción

Como comentado anteriormente la propuesta de priorización de los públicos clave se desarrolla en 4 etapas que, de forma orientativa, coinciden con los años de duración del proyecto (**Anexo 6.8-Cronograma**). El Plan de acción tiene como objetivos:

- **Dinamizar** las acciones de comunicación previstas, completarlas, aprovechar sinergias y recursos, fomentar la participación para maximizar los recursos económicos y humanos del proyecto.
- Proponer y promover **acciones concretas** a fin de involucrar a los públicos clave identificados en el proyecto.
- Contribuir al logro de los objetivos del proyecto a través de **acciones de sensibilización** a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible de la biodiversidad marina.
- **Explicar** el proceso y **transmitir** el dinamismo de los socios en referencia a la protección del medio marino mediante el proyecto INDEMARES y sus socios.
- Establecer las bases de futuros trabajos participativos entre las instituciones públicas, centros de investigación y ONG en materia de conservación.



La etapa 0 la hemos llamado de consolidación ya que consideramos imprescindible asentar las bases conceptuales comunicativas y los sistemas de comunicación y coordinación entre el público interno para poder desarrollar con éxito el proyecto. El objetivo es conocer a cada socio, segmentarlo, establecer la mejor estrategia, mensajes, plan de acción y calendario. Para cada *público clave* y antes de pasar de una etapa a la siguiente debemos preguntarnos:

- ✓ ¿Tengo toda la información referente a los *públicos clave* de la etapa X? ¿Me conocen? ¿Les he contactado?
- ✓ ¿tengo su contacto? ¿le estoy manteniendo informado?
- ✓ ¿Qué percepción tienen de mi proyecto? positiva/negativa/neutra?
- ✓ ¿Qué objetivos de comunicación pretendo alcanzar con cada uno de ellos?
- ✓ ¿Qué estrategias debo desarrollar para consolidar esta relación?
- ✓ ¿Cuál debe ser el plan de acción para alcanzar los objetivos previstos y desarrollar la estrategia?

Esta reflexión deberá coincidir con una revisión permanente del Plan de Comunicación y una adecuación continua de los objetivos, las estrategias y las actividades planificadas en función de los cambios que puedan introducirse, tanto internos como externos. Como apuntábamos al inicio, la estrategia y actividades para los diferentes públicos deberán ser consecuencia directa de los objetivos comunicacionales que se plantean para que el proyecto acumule valores simbólicos, económicos y pragmáticos con la finalidad de que sintonicen con las sensibilidades y necesidades de los diferentes *públicos clave*.

Como se exponía en la introducción los socios de INDEMARES desarrollarán ciertas actividades de comunicación establecidas en el proyecto, que se detallan en la tabla que viene a continuación y que incluye al responsable de la actividad y la fecha de actuación prevista. Es imprescindible que este punto sea revisado para establecer el cronograma definitivo y aprovechar al máximo las actividades y evitar duplicidades o errores de planificación

En la propuesta presentada a Bruselas en Julio de 2007 se detallaban unas acciones de comunicación (D1-D16), de orientación táctica y sin contextualización estratégica. En el presente plan estratégico se hace referencia a estas propuestas y, a modo orientativo, se incorporan algunos aspectos a mejorar y se añaden otras propuestas complementarias. Aconsejamos, asimismo, la puesta en *stand by* de nuevas acciones meramente tácticas e incluir cualquier nuevo plan de acción en un marco estratégico, con objetivos corporativos y comunicativos previa y claramente definidos y compartidos por parte de la totalidad de los socios del proyecto. *A priori*, y a falta de concretar, las acciones de comunicación se concentran en el año 2013 por lo que es necesario actualizar esta información y concretar fechas a fin de poder establecer un calendario real de actividades.

**Tabla 4** Acciones de comunicación documento LIFE+ INDEMARES

ACCIÓN	Cod.	Resp.	Fecha
Elaboración y coordinación de un plan de comunicación	D1	FB	Agosto 2009
Seminario informativo inaugural sobre el proyecto	D2	FB	Junio 2009
Campaña de comunicación con los medios	D3	FB	2009-2013
Página web	D4	FB	2009-2013
DVD Divulgativo	D5	Oceana	Finales 2012
Publicación sobre la Red Natura Marina en España	D6	WWF	2013
Publicaciones monográficas sobre cada uno de los lugares Natura 2000	D7	FB	30 Junio 2013
Publicación de artículos científicos en revistas especializadas	D8	Comité Científico	2010-2013 (trimestral)
Elaboración de un informe final de divulgación pública ("Informe Layman")	D9	FB	Finales 2013
Paneles descriptivos en lugares estratégicos	D10	FB	30/06/2013
Organización de seminarios informativos	D11	FB	2010-2013
Financiación de la Red Natura 2000 marina, orientación y taller	D12	WWF	30/04/2010
Boletín o newsletter sobre la Red Natura 2000 marina en España	D13	WWF	Semestrales (10 total)
Edición de un folleto sobre la red de ZEPA marinas en España	D14	SEO	30/09/2012
Educación ambiental orientada al sector extractivo del mar	D15	CEMMA	2009-2013
Diseño de una Formación continuada a las cofradías	D16	FB	Finales 2009

A continuación, y en referencia a esta propuesta, incorporamos sugerencias para las acciones D4, D6, D8 y D10:

#### **D4: Página Web y Redes Sociales (Web 2.0).**

**Etapas:** 0

**Públicos:** Todos

La página web incorpora el Foro pretende ser un punto de encuentro entre los socios, de intercambio de información y de ideas en relación al proyecto. Este tendrá una entrada restringida y contará con la figura del "moderador del foro" a fin de poder dinamizar esta herramienta de comunicación interna y detectar oportunidades de comunicación. Por otro lado, y con el objetivo de llevar el proyecto al público final se incorpora a la web facebook y twitter.

**Twitter** es un servicio de microblogging que permite compartir mensajes cortos con una red de contactos. Los mensajes no puede ser mayores a 140 caracteres, con lo cual, la relevancia de esta herramienta se basa en la riqueza de las redes de contactos creadas. Twitter sirve para estar comunicado y mantener al tanto de las actividades que realizan una persona o entidad. Esta gestión puede hacerse desde cualquier sitio en el que se disponga de internet, lo que significa que se puede informar de lo que está sucediendo en ese momento en un evento, conferencia, etc.

Twitter se utilizará siguiendo la filosofía del "Diario de Abordo" y para facilitar a los socios su trabajo de divulgación de sus actividades.

**Facebook** por su parte, es una plataforma global de comunicación, que nació con la idea de ser una red social universitaria, pero que actualmente la utilizan, no solo personas con intereses personales, si no también entidades, universidades, grupos de investigación y empresas. La plataforma permite crear el perfil de una entidad o un proyecto (en este caso INDEMARES), informando de sus actividades y creando una red de personas involucradas o interesadas en él. Además, según las necesidades se puede crear un calendario para consultar y compartir fechas importantes en el proyecto, compartir archivos o presentaciones. Facebook puede además utilizar twitter paralelamente con lo cual se potencian ambas aplicaciones.

#### **D6: Publicación sobre la Red Natura 2000**

**Etapas:** 4

**Públicos:** Todos

El carácter de la publicación diseñada en esta acción permite desarrollar una campaña de Relaciones Públicas para darle una mayor difusión (notas de prensa, envío a los periodistas) en la línea de la presentación del libro "La Red Natura 2000", que fue presentado a la Ministra Carme Chacón en el Ministerio de Defensa.

Para esta publicación, proponemos diseñar un evento que incluya la entrega de una edición especial a representantes de la Casa Real, por su conocida afinidad con el medio marino, y al que asistirían una representación institucional de los socios del proyecto.

**D 8: Publicación de artículos científicos y de divulgación****Etapas:** 0-4**Públicos:** Todos

En este apartado creemos necesario destacar la oportunidad que un proyecto como INDEMARES, por la información y material audiovisual que generará, ofrece a nivel de divulgación y conocimiento. La publicación de artículos científicos en revistas especializadas (peer-reviewed articles) como Science u otras, requieren un tiempo de publicación elevado, por lo que se aconseja elaborar un calendario de edición de artículos, por parte de los socios para revistas o medios de difusión más generales y no tan especializados y así conseguir más difusión. Revistas de ciencia y divulgación (Muy Interesante, National Geographic), de estilos de vida (Fotografía, Náuticas, Viajes), suplementos de fin de semana en prensa nacional etc....

**D 10: Paneles descriptivos en lugares estratégicos****Etapas:** 4**Públicos:** Todos

Recomendamos la utilización de estos paneles en el marco de los eventos ya diseñados, por ejemplo los de la acción D11 (seminarios informativos) o la acción D15 (educación ambiental) para aprovechar su difusión y garantizar la visibilidad de la acción. En la línea de la acción que se desarrolla en el apartado de acciones complementarias (acción D26 exposición itinerante) proponemos la utilización de este material en el marco de una acción más amplia o en lugares estratégicos (escuelas, centros de interpretación, centros culturales) con motivo de fechas señaladas y relacionadas con el objeto del proyecto (Día Mundial de los Océanos etc...).

A continuación, se desarrolla una propuesta de actividades con el objetivo de ampliar y completar las aprobadas por la Comisión Europea en el marco del documento

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Vídeo Institucional	D17	FB	Etapas 0-1

**Públicos:** Todos**Objetivos:** Informar, motivar, integrar, comunicar, difundir.

Desde Iternatura sugerimos elaborar un vídeo institucional de INDEMARES, una pieza audiovisual que explique el proyecto desde las personas, no necesariamente los representantes de los socios, también de sus equipos o colaboradores. Una pieza en la línea del vídeo [www.ecolaboration.com](http://www.ecolaboration.com) que incluya el valor humano y de proximidad. Una herramienta de comunicación para ser difundida a través de la web del proyecto (como presentación), en eventos, dossier de prensa etc...

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Taller de formación	D18	FB	Etapas 0

**Públicos:** Interno

**Objetivos:** Formación en el proyecto, terminología y herramientas de comunicación disponibles. Crear sinergias y colaboraciones.

La mayoría de los socios del proyecto cuentan en su estructura con equipos de comunicación de más de 1 persona (prensa, web). Los representantes de estos gabinetes están en el Comité de Comunicación pero se ha detectado que, en ciertas ocasiones, el personal de prensa desconoce los detalles del proyecto o la correcta terminología. Para ello, y en la fase 0, sería necesario desarrollar un taller de formación interno al que podrán acudir otras personas implicadas en el proyecto (portavoces, líderes de opinión) propuestos por los diversos comités.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Encuentro con los medios y taller de periodismo ambiental	D19	FB	Etapas 0

**Públicos:** Medios de Comunicación

**Objetivos:** Formar e informar, crear vínculos y sinergias

El análisis de las apariciones en prensa que hacen referencia al proyecto aconsejan la organización de un encuentro con la prensa especializada (medios nacionales, revistas, radio, TV, medios digitales) a fin de actualizar e informar de las actuaciones previstas para los próximos meses. Por la importancia del proyecto consideramos que el número referencias publicadas es reducido y que sería necesario invertir esta situación. No es necesario convocar con el formato tradicional de rueda de prensa, sugerimos buscar otras posibilidades como un desayuno de trabajo o encuentro con los medios.

Paralelamente, y para atender la problemática planteada en el apartado de terminología en la introducción de este documento (1.3) referente al desconocimiento y confusión de algunos periodistas y, con el objetivo de definir bien los objetivos del proyecto y por tanto el desarrollo de la Red Natura 2000 marina, se propone, en el marco del encuentro con los medios, la organización de un taller de periodismo ambiental. Algunos de los temas que se podrían incluir dentro de este taller, a modo orientativo serían:

- ✓ Terminología, figuras de protección.
- ✓ Red de Áreas Marinas Protegidas, legislación, contaminación marina, efectos del cambio climático en el mar, recursos marinos, disminución de recursos pesqueros, especies en peligro de extinción.
- ✓ Desarrollo sostenible y otros conceptos básicos del pensamiento ecológico.

- ✓ Turismo (impacto en el medio ambiente y en el uso de los recursos, turismo ecológico).
- ✓ Hábitats, especies marinas y aves marinas

A nivel local, se propone realizar encuentros periódicos con los medios de comunicación coincidiendo con las campañas oceanográficas y, concretamente, a la llegada de los equipos de investigación a fin de actualizar a la prensa local con las novedades de cada acción y en las diferentes áreas de estudio. Para esta sub-acción se detalla, en el cronograma, una propuesta para el año 2010. Para la prensa local también se estudiará la posibilidad de llevar a cabo sesiones más específicas a modo de taller de periodismo ambiental.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Visitas de los socios, periodistas, profesores, estudiantes u otros a las investigaciones	D20	FB	Etapas 1-2

**Públicos:** Interno, medios de comunicación, universidades

**Objetivos:** motivar, informar, compartir

Esta propuesta la planteamos con las áreas oportunas dada la complejidad de incorporar a las investigaciones a personal ajeno a los equipos de trabajo. En este sentido se trataría de una oportunidad exclusiva (y así debería plantearse), para especialistas que, por su labor profesional, docente o de comunicación, nos puedan ayudar de una manera especial en la difusión del proyecto. Se podría incluir prácticas y/o actividades de formación de la Guardia Civil del Mar (si hay actividades ligadas a las reservas de pesca nacionales).

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Grupos de debate entre gestores y técnicos	D21	FB	Etapas 1-2

**Públicos:** gestores y técnicos

**Objetivos:** Conocimiento, participación, comprensión

Proponemos ampliar la acción D.12 Financiación de la Red Natura 2000 Marina, orientación y taller a gestores y técnicos en instituciones, lobbies etc... de otros sectores implicados (pesca, turismo, energía) a fin de ampliar la difusión y comprensión de los beneficios del proyecto. Se podrían organizar en los centros de las Federaciones de armadores y similares para fomentar su participación en el proyecto.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Estudio sobre las percepciones de los españoles ante los problemas del medio marino	D22	FB	Etapas 2

**Públicos:** público general

**Objetivos:** conocimiento (para los gestores del proyecto), información, participación

Una de las actividades (no de comunicación) que prevé el proyecto es la realización de un estudio sobre el sector pesquero. Esta es una de las subacciones que llevará a cabo CEMMA. Para ello se realizarán encuestas en lonjas, cofradías y a bordo en 25 puertos objetivo, 10 de ellos en Galicia y el resto en Asturias, Cantabria y Euskadi. En esta línea y con el objetivo de ampliar el conocimiento, proponemos la elaboración de un estudio sobre las actitudes de los españoles ante los problemas del medio marino. Los estudios que se han revisado para la elaboración de este plan hacen referencia a la importancia del medio ambiente, cambio climático etc...pero no específicos al ámbito de estudio del proyecto. Estos estudios de opinión son caros y llevan tiempo pero son buenos para conocer temas concretos (medio marino) y evaluar los resultados del plan de comunicación (percepciones). Para su elaboración es necesario contar con organismos competentes como el Centro de Investigaciones Sociológicas- CIS, EcoBarómetro (Andalucía) o universidades de prestigio. Involucrar a voluntarios y estudiantes de doctorado (sociología, ciencias del mar) ampliaría la difusión de las bondades del proyecto.

En un futuro estos estudios se podrían dirigir a otras áreas de interés en línea del estudio de "Gestión y valoración socioeconómica de espacios naturales protegidos y Red Natura 2000" en Extremadura elaborado por el Grupo de Estudios Sobre el Desarrollo Rural y Local de la Universidad de Extremadura.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Documental	D23	FB	Etapas 2-3

**Públicos:** Todos

**Objetivos:** Concienciar, movilizar, educar

La aparición de documentales basados en temas medioambientales, no es fenómeno nuevo. En los últimos años han ido produciéndose piezas audiovisuales que, en mayor o menor medida, y con un mensaje en ocasiones catastrofista, impactante o de carácter científico y de divulgación, han despertado un enorme interés entre la sociedad. El conocido documental de Al Gore (Una Verdad Incómoda) inauguró esta tendencia. En la mayoría de los casos estamos ante producciones internacionales como, en el caso de temas

marinos, los recientes documentales "A Sea Change" sobre la acidificación de los océanos y "The End of the Line". que anuncia que en el 2048 habrán desaparecido todos los peces de interés comercial. En España cabe destacar el documental "El Lince Perdido", que obtuvo el Premio Goya a la Mejor Película de Animación en el 2009. En la línea de esta pieza audiovisual, proponemos la producción de un documental basado en las áreas del proyecto INDEMARES. Con la colaboración de un director de prestigio y colaboraciones con medios de comunicación (canal de TV de National Geographic) se produciría un documental que podría ser utilizado con motivo de: la celebración del Día Mundial de los Océanos, presencia en el apartado de documentales de festivales de cine (Cannes, Goya, San Sebastián), para su difusión en exposiciones, jornadas informativas, cursos de verano, festivales de cine de la naturaleza etc.

Para este proyecto se dispondrá de herramientas y equipos que facilitarían la obtención de las imágenes: Submarino "JAGO", BO García del Cid, Buque de Investigación pesquera y oceanográfica Vizconde de Eza, B/O Odón de Bue y el B/O Cornide de Saavedra, Oceana Ranger, los vuelos virtuales sobre los fondos prospectados (gracias a las herramientas que incorpora el SIG) y el marcaje de aves marinas con emisores vía satélite y/o registradores de GPS entre otros. Añadir, con el objetivo de hacer partícipe a otras entidades y reducir costes que existen documentales como el de "La Isla de Alborán" que podrían servir de banco de imágenes.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Programa de ayudas al doctorado y trabajo final de carrera	D24	FB	Etapas 1-2

**Públicos:** Universidades, profesores

**Objetivos:** A través de su investigación, obtener información que nos permita elaborar acciones a futuro, comunicar y para la elaboración del After LIFE Plan. Los temas pueden ser más técnicos (doctorado) o enfocados a la recopilación de esta información para las fases 3 y 4 (trabajo final de carrera). Los temas podrían ser: turismo en áreas protegidas en el medio marino, sensibilización infantil (trabajo de campo), medios de comunicación y medio marino.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Programa de formación de guías de áreas marinas protegidas en el medio marino	D25	FB	Etapas 3-4

**Públicos:** Sector turismo, sociedad

**Objetivos:** Participación, comunicación, formación



Mediante la formación de los técnicos de turismo se transmite el mensaje de protección a futuros responsables implicados en el desarrollo de esta actividad. Con formación que incluya aspectos positivos como los beneficios de la creación de una red de áreas marinas protegidas, las posibilidades de turismo y como éste puede ser un recurso muy importante, ayudando a financiar su gestión y ofreciendo empleo alternativo a los pescadores y otras personas, así como aspectos referentes a las repercusiones de las visitas excesivas y la necesidad de planificación previa del desarrollo turístico (navegación y buceo deportivos).

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Exposición Itinerante sobre áreas protegidas en el medio marino o Red Natura 2000 marina	D26	FB	Eta 4

**Públicos:** Todos

**Objetivos:** Educar, compartir, comunicar

Con toda la información y material que se obtendrá a lo largo de estos años, proponemos la organización de una exposición itinerante en las comunidades autónomas relativas al estudio. Itinerancia durante un año, 2 meses aproximadamente en cada ciudad y con una campaña de Relaciones Públicas (acto de inauguración, notas de prensa, conferencias, artículos etc...).

Paralelamente se organizarían actividades específicas para el público infantil con unidades didácticas relativas al proyecto. Para esta actividad sería recomendable buscar colaboraciones con entidades como la Fundación Caja Madrid, Obra Social de La Caixa y Caixa Cataluña, entre otras, que promueven habitualmente este tipo de actividades. En esta actividad se incluiría el material de la acción, D5: producción de un DVD divulgativo, D6 Publicación sobre la Red Natura 2000 marina, D7 Publicaciones monográficas, D10 Paneles descriptivos y D14 Edición de un folleto sobre la red de ZEPA marinas en España. Como ejemplo de esta acción, y dentro del marco de la Red Natura 2000, destacamos la exposición itinerante "Lugares para la vida, lugares para las personas" que recorre el País Vasco desde Junio hasta Febrero de 2010, organizados por el Gobierno Vasco y la Obra Social de La Caixa o la de "Galicia Conservando la Naturaleza" (Casa da Xuventude de Silleda) que incluye una exposición de la Red Natura 2000.

ACCIÓN COMPLEMENTARIA	Cod.	Resp.	Fecha
Programa de sensibilización	D27	FB	Eta 4

**Públicos:** Todos

**Eta 4:** 4

**Objetivos:** Educar y sensibilizar, fomentar la responsabilidad

Siguiendo uno de los objetivos principales de INDEMARES, el de sensibilización, proponemos la elaboración de una campaña específica para alumnos de primaria y secundaria. Para ello inventar es necesario "inventar una historia", con uno o varios personajes (personas, especies como la tortuga marina, que representa a las especies en riesgo de extinción debido a las acciones pesqueras del ser humano o la bolsa-medusa que representaría la contaminación marina). Esta campaña iría acompañada de un programa paralelo de relaciones públicas. Paralelamente se podrían desarrollar libros para los estudiantes de secundaria. A modo ejemplo, destacamos el de los estudiantes de la localidad Asturiana de Ribadeo sobre el estuario incluido en la Red Natura 2000 y que incluía también una serie de actividades de sensibilización a través de unidades didácticas. Es importante destacar, en este sentido, las actividades divulgativas y eventos que CEMMA desarrolla habitualmente (Festigal, Alternalia) y que incorporan la referencia al proyecto.

## 4.6 Control y evaluación

En la introducción del Plan de Comunicación hemos destacado la necesidad de incorporar indicadores de medición que permitan conocer y medir de forma objetiva el resultado de las acciones desarrolladas, los éxitos y fracasos. Esto nos ha de permitir reconducir la estrategia del Plan de Comunicación y mejorarlo si es necesario. En este caso, se recomienda desarrollar, por ejemplo, una auditoría de comunicación con un organismo competente. A continuación detallamos indicadores de medición para el seguimiento del Plan de Comunicación. Algunos de ellos ya se incluyen en el documento LIFE+ del proyecto.

### Indicadores:

- ✓ Participación en el foro (a nivel interno)
- ✓ Registros de las reuniones (actas)
- ✓ Evaluación de la satisfacción de los socios (semestral)
- ✓ Cumplimiento de las acciones de los socios y el coordinador
- ✓ Artículos científicos publicados.
- ✓ Solicitudes de periodistas (entrevistas etc....).
- ✓ Press clipping de los medios de comunicación (prensa, radio y TV, Internet-blogs, webs, redes sociales y prensa digital) de INDEMARES y Red Natura 2000.
- ✓ Número de públicos contactados a través de las acciones de comunicación.
- ✓ Eventos de sensibilización e información realizados
- ✓ Encuestas de opinión y de satisfacción (encuesta cerrada)
- ✓ Número de participantes en las actividades (jornadas, ruedas de prensa) y evolución del número de participantes en relación a otros años.
- ✓ Visitas en la web
- ✓ Inscritos en el boletín (WWF)
- ✓ Consultas al email de contacto en la web
- ✓ Número de miembros del Twitter y Facebook

## 5. Identidad visual

### 5.1 Logo

En una primera fase del proyecto se consideró necesario elaborar una identidad visual que incluyese un logo representativo del proyecto. Posteriormente esta opción se desestimó con el objetivo de dar fuerza y personalidad al acrónimo INDEMARES que se presenta en dos versiones con distintas composiciones. En el manual básico de imagen y comunicación (**Anexo 6.10 Manual**) se describen las normas de aplicación para la correcta utilización del logotipo del acrónimo INDEMARES y del conjunto de logos (bloque), tipografía, colores corporativos y diversas aplicaciones. Previo a la elaboración de los distintos materiales de comunicación (D.5 DVD, D.6 Publicación sobre la Red Natura, 2000 etc...), se presentará una propuesta que el comité de comunicación consensuará en base al manual corporativo de imagen de cada uno de los materiales de comunicación.

El reconocimiento del apoyo proporcionado por la UE y la inclusión de los logotipos LIFE+ y Natura 2000 en todos los documentos y comunicaciones es requisito imprescindible para todas las acciones de comunicación.

Logo:

# INDEMARES



Bloque:

## INDEMARES



### 5.2 Nomenclatura

Para los documentos de texto se establece la siguiente nomenclatura:

**Nombre del proyecto:** Inventario y designación de la Red Natura 2000 en Áreas Marinas del Estado español

**Acrónimo:** LIFE+ INDEMARES

**Red Natura 2000:** No Red Natura

**Áreas Marinas Protegidas:** siempre que se haga referencia como la figura de protección establecida en la Ley del Patrimonio Natural de la Biodiversidad. Se escribirá en mayúscula (para resaltar) y se puede utilizar AMP a nivel interno. El resto de figuras de protección se englobarán como [área protegida en el medio marino](#) o [espacio marino protegido](#).

**Lugares de Importancia Comunitaria (LIC)**

**Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA)**

## 5.3 Párrafo institucional

Se acuerda utilizar en todas las comunicaciones el siguiente párrafo institucional:

El proyecto LIFE+ INDEMARES tiene como objetivo contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad en los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la Red Natura 2000. Las actuaciones previstas en el marco del proyecto se desarrollan entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de diciembre de 2013. Cuenta con un presupuesto de 15,4 millones de euros, cofinanciado por la Comisión Europea en un 50%.

Coordinado por la Fundación Biodiversidad, el proyecto tiene un enfoque participativo e integra el trabajo de instituciones de referencia en el ámbito de la gestión, la investigación y la conservación del medio marino: el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Medio Marino (a través de la Secretaría General del Mar), el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ALNITAK, la Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario, SEO/BirdLife y WWF España.

## 5.4 Definición áreas de estudio

En la documentación analizada se ha detectado divergencias en el nombramiento de las áreas de estudio. Es necesaria una homogeneización en este sentido. Para INDEMARES las áreas de estudio son: Cañón de Avilés, Banco de Galicia, Chimeneas de Cádiz, Seco de los Olivos, Isla de Alborán y conos volcánicos, Delta del Ebro-Columbretes, Cañón de Creus, Canal de Menoría, Banco de la Concepción y Sur de Fuerteventura.

## 6. Anexos

- 6.1 Legislación
- 6.2 Reservas Marinas
- 6.3 Apariciones en prensa
- 6.4 Referencias bibliográficas
- 6.5 La Opinión
- 6.6 Figuras de protección
- 6.7. a Mapa de públicos
  - b Priorización de públicos
- 6.8 Cronograma
- 6.9 Fichas
- 6.10 Manual de imagen

## 6.1 Legislación

### **Convenios internacionales**

#### **1996 Acuerdo para la Conservación de los Cetáceos del Mar Negro, mar Mediterráneo y la zona Atlántica contigua. ACCOBAMS**

La consulta ACCOBAMS resultó de un acuerdo entre las Secretarías de las tres convenciones: la Convención de Barcelona sobre la protección del medio marino y la costa mediterránea (y su nuevo protocolo de aplicación en relación con las Zonas de Protección Especial y de la Diversidad Biológica en el Mediterráneo, adoptada el 10 de junio 1995). El objetivo de ACCOBAMS es reducir las amenazas para los cetáceos en el Mediterráneo y aguas del Mar Negro y mejorar nuestro conocimiento de estos animales. ACCOBAMS es el primer acuerdo vinculante a los países en estas dos subregiones, y que les permite trabajar juntos en un asunto de interés general.

Fuente:

[http://www.accobams.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=45&Itemid=](http://www.accobams.org/index.php?option=com_content&view=article&id=45&Itemid=)

#### **1992 Convenio de Diversidad Biológica (CDB)**

El CDB tiene sus orígenes en la Conferencia sobre Medio Ambiente y Desarrollo celebrada en Río de Janeiro en 1992, en la llamada "Cumbre de la Tierra" o "Cumbre de Río". Está formado por 42 artículos que definen un programa para reconciliar el desarrollo económico con la necesidad de preservar todos los elementos de la diversidad biológica. Los objetivos del Convenio incluyen la protección de la diversidad genética, la desaceleración del ritmo de extinción de especies y la conservación de los hábitats y ecosistemas

Fuente:

[http://ec.europa.eu/environment/biodiversity/international/pdf/brochure\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/environment/biodiversity/international/pdf/brochure_es.pdf)

#### **1992 Agenda 21**

La Agenda 21 es "Un plan de acción aplicable durante los años noventa y hasta inicios avanzados del siglo XXI, que elabora estrategias y un programa de medidas integradas para frenar los efectos de la degradación ambiental y para promover un desarrollo compatible con el medio ambiente y sostenible en todos los países". ( Programa 21 Río de Janeiro 1992). Su Capítulo 17 es relativo a la protección de los océanos y mares.

Fuente: [http://portalsostenibilidad.upc.edu/detall\\_01.php?numapartat=1&id=67](http://portalsostenibilidad.upc.edu/detall_01.php?numapartat=1&id=67)  
Texto:

<http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/agenda21/age17.htm>

#### **1992 Convenio sobre la protección del medio marino del Atlántico nordeste OSPAR**

El convenio sobre la protección del medio marino del Atlántico nordeste, o convenio OSPAR, suscrito en París el 22 de septiembre de 1992, fue el resultado de refundir dos convenios anteriores: el convenio de Oslo para la prevención de la contaminación marina provocada por vertidos desde buques y

aeronaves, y el convenio de París para la prevención de la contaminación marina de origen terrestre. Fue ratificado por España mediante instrumento de 25 de enero de 1994 (publicado en el BOE de 24 de junio de 1998).

Fuente:

[http://www.mma.es/secciones/acm/aguas\\_marinas\\_litoral/prot\\_medio\\_marino/onv\\_internacionales/convenio\\_ospar.htm](http://www.mma.es/secciones/acm/aguas_marinas_litoral/prot_medio_marino/onv_internacionales/convenio_ospar.htm)

### **1979 Convenio de Berna relativo a la Conservación de la Vida Silvestre y del Medio Natural en Europa**

Este Convenio, ratificado por España en 1986, debe su valor a tres características fundamentales: su carácter generalista, la concepción de la lista única de especies y la incorporación de la política conservacionista en la planificación económica, especialmente en lo relacionado con la protección de los hábitats.

Fuente:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/environment/nature\\_and\\_biodiversity/l28050\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/environment/nature_and_biodiversity/l28050_es.htm)

### **1979 Convenio de Bonn para la conservación de las especies migratorias de Animales Silvestres**

La Convención, ratificada por España 1985 ,tiene un objetivo doble: asegurar, por un lado, la protección estricta de las especies y persuadir, por otro lado, a los estados del área de distribución para que concluyan acuerdos para la conservación y la gestión de las especies.

Fuente:

[http://www.mma.es/secciones/biodiversidad/legislacion\\_convenios/convenios\\_internac/convencion\\_especies\\_migratorias.htm](http://www.mma.es/secciones/biodiversidad/legislacion_convenios/convenios_internac/convencion_especies_migratorias.htm)

### **1976 Convenio de Barcelona para la protección del Medio Marino y de la Zona Costera del Mediterráneo**

El Convenio de Barcelona de 1976, modificado en 1995, y los protocolos elaborados en este contexto se proponen reducir la contaminación en la zona del Mar Mediterráneo y proteger y mejorar el entorno marino de esa zona para contribuir a su desarrollo sostenible.

Fuente:

[http://europa.eu/legislation\\_summaries/environment/water\\_protection\\_management/l28084\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/environment/water_protection_management/l28084_es.htm)

### **1973 Convenio de Washington CITES sobre el comercio internacional de especies amenazadas de la fauna y flora silvestres**

El convenio regula el comercio de especies amenazadas de fauna y flora silvestres y persigue preservar la conservación de las especies mediante el control de su comercio. Actualmente se han adherido más de 174 países, denominados Partes. La adhesión de España al Convenio CITES se efectuó mediante Instrumento de 16 de mayo de 1986.

Fuente: <http://www.cites.es/citesapp/EI+Convenio+CITES/EIConvenioCITES.h>

### **1972 Convenio de Londres sobre la Prevención de la Contaminación del Mar por Vertimientos de Desechos y otras Materias**

El convenio fue firmado en Londres en noviembre de 1972, tras una Conferencia Intergubernamental sobre el Vertido de Residuos al Mar celebrada bajo el amparo de la Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.).

El objetivo del Convenio es promover individual y colectivamente el control efectivo de todas las fuentes de contaminación del medio marino, comprometiéndose, las Partes Contratantes, a adoptar las medidas posibles para impedir la contaminación del mar por el vertido de desechos y otras materias que puedan dañar los recursos biológicos y la vida marina, reducir las posibilidades de esparcimiento o entorpecer otros usos legítimos del mar.

Fuente:

[http://www.directemar.cl/spmaa/Medio%20Ambiente%20\(Internet\)/download/Conv\\_Internac/Convenio\\_de\\_Londres\\_72.pdf](http://www.directemar.cl/spmaa/Medio%20Ambiente%20(Internet)/download/Conv_Internac/Convenio_de_Londres_72.pdf)

### **1958 Convención de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar (CNUDM)**

En 1956, las Naciones Unidas convocaron a la I Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Derecho del Mar en Ginebra (Suiza). Dicha conferencia concluyó, en 1958, con la elaboración de cuatro convenciones relativas a la regulación del mar, a partir de proyectos elaborados por la Comisión de Derecho Internacional de la ONU.

Esta Convención fue producto de negociaciones iniciadas en la Tercera Conferencia sobre el Derecho del Mar en 1973 y se abrió a la firma en 1982 en Montego Bay, Jamaica. La Convención del Derecho del Mar consta de un Preámbulo, 17 Partes y 9 Anexos. Entre otros, cubre los siguientes temas de Derecho del Mar: Límites de las Zonas marítimas, zona económica exclusiva, plataforma continental y alta mar; derechos de navegación Estrechos y para la navegación internacional; Estados archipelágicos; Paz y la Seguridad en los Océanos y Mares, Gestión y Conservación de los recursos marinos vivos; Preservación y Protección del medio marino, investigación científica marina; y Procedimientos para la Solución de controversias.

Fuente:

[http://www.un.org/Depts/los/convention\\_agreements/texts/unclos/convemar\\_es.pdf](http://www.un.org/Depts/los/convention_agreements/texts/unclos/convemar_es.pdf)

[http://www.un.org/Depts/los/convention\\_agreements/texts/unclos/convemar\\_es.pdf](http://www.un.org/Depts/los/convention_agreements/texts/unclos/convemar_es.pdf)

<http://www.cinu.org.mx/temas/Derint/dermar.htm>

### **Legislación Europea**

Directiva Hábitats sobre Conservación de los Hábitats Naturales de la Flora y Fauna Silvestres (92/43/EEC)

Directiva Aves Silvestres (Directiva 79/409/CEE)

### **Legislación estatal**

2009 Anteproyecto de ley de protección del medio marino (27/7/2009) sobre el que se pretende crear la Red de Áreas Marinas Protegidas estableciendo sus objetivos, espacios naturales incluidos y los mecanismos para su designación y gestión.



2009 Acuerdo para la creación de una red de diez áreas marinas protegidas en aguas españolas para su inclusión en la Red Natura 2000 en Medio Marino". Consejo de Ministros con fecha de 5 de junio de 2009.

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

2001 Ley 3/200174 de Pesca Marítima del Estado.

1987 Parque Natural del Cabo de Gata-Níjar, establecido mediante Decreto del Consejo de Gobierno andaluz nº 314, de 23 de diciembre de 1987.

1982 Real Decreto 1115/1982 por el que se crea el Refugio Nacional de Caza de las Islas Chafarinas.

1978 Ley 91/1978, del Parque Nacional de Doñana.

### **Legislación CC.AA**

#### Andalucía

- Ley 2/1989, de 18 de julio, por la que se aprueba el inventario de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía y se establecen medidas adicionales para su protección.
- *Ley 1/2002, de 4 de abril, de ordenación, fomento y control de la Pesca Marítima, el Marisqueo y la Acuicultura Marina.* (BOE 106/2002 de 03-05-2002, pág. 16189)(BOJA 45/2002 de 18-04-2002)
- Ley 5/1991, de 5 de abril de Protección de los Espacios Naturales. BOPA 17/04/1991

#### Islas Baleares

- Ley 1/1991, de 30 de enero, de Espacios Naturales y de régimen urbanístico de las áreas de especial protección de las Islas Baleares. BOIB 09/03/1991
- Ley 5/2005 de 26 de mayo para la Conservación de Los Espacios de Relevancia ambiental (LECO). BOIB 04/06/2005

#### Canarias

- Decreto 174/2009, de 29 de diciembre, por el que se declaran Zonas Especiales de Conservación integrantes de la Red Natura 2000 en Canarias y medidas para el mantenimiento en un estado de conservación favorable de estos espacios naturales (BOC nº 007, de 13 de enero de 2010).
- Decreto Legislativo 1/2000 de 8 de Mayo por el que se aprueba el Texto Refundido de las Leyes de Ordenación del Territorio de Canarias y de Espacios Naturales de Canarias. BOCanarias15/05/2000.
- *Ley 17/2003, de 10 de abril, de Pesca de Canarias.*(BOE 162/2003 de 08-07-2003, pág. 26403) (BOC 77/2003 de 23-04-2003)

#### Cantabria

- Ley de Cantabria 4/2006 de Conservación de la Naturaleza de Cantabria. BOC 01/06/2006 nº105

#### Cataluña

- Ley 12/1985, de 13 de junio, de Espacios Naturales. DOGC 30/11/1994

#### Comunidad Valenciana

- Ley 11/1994, de 27 de diciembre, de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana.

#### Galicia

- Ley 9/2001 de 21 de agosto de Conservación de la Naturaleza. DOG 04/08/2001
- *Ley 11/2008, de 3 de diciembre, de pesca de Galicia.*

#### Murcia

- Ley 4/1992 de 30 de julio, de Ordenación y Protección del Territorio de la Región de Murcia. BORM 14/08/1992

#### País Vasco

- Ley 16/1994, de 30 de junio, de conservación de la naturaleza del País Vasco. BOPV 27/07/1994

## 6.2 Reservas Marinas

El concepto de **reserva marina (de interés pesquero)** en la legislación española (Ley 3/200174, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado) era hasta hace poco el único admitido por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Se entiende como:

Serán declaradas **reservas marinas (de interés pesquero)** aquellas zonas que por sus especiales características se consideren adecuadas para la regeneración de los recursos pesqueros. Las medidas de protección determinarán las limitaciones o la prohibición, en su caso, del ejercicio de la actividad pesquera, así como de cualquier otra actividad que pueda alterar su equilibrio natural.

Entre las acciones de conservación a nivel nacional sobre protección de zonas para su conservación cabe recalcar que actualmente en España el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino gestiona 10 Reservas Marinas de Interés Pesquero. De estas 10 reservas, 5 de ellas tienen la gestión compartida entre el Ministerio y las Administraciones pesqueras de las respectivas Comunidades Autónomas y las otras cinco son de gestión exclusiva del Estado. Las Comunidades Autónomas también han creado Reservas Marinas en sus aguas interiores, con un total de 14 reservas que dependen de los respectivos gobiernos autonómicos.

### Concepto de Área Marina Protegida según la UICN

Según la UICN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) las Áreas Marinas Protegidas se pueden clasificar en 6 categorías que se engloban según los distintos objetivos con los que se han desarrollado. Estas categorías pueden ayudar a establecer un marco común de entendimiento sobre las AMP:

## CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN PARA ÁREAS MARINAS

- I. Reserva Natural Estricta/Área Natural Silvestre. Protección estricta.
- II. Parque Nacional. Conservación del ecosistema y actividades recreativas.
- III. Monumento Natural. Conservación de características naturales especiales.
- IV. Área de manejo de Hábitats/Especies. Conservación a través de una gestión activa.
- V. Paisaje Terrestre/Marino protegido. Conservación de paisajes con fines recreativos.
- VI. Área Protegida con Recursos Manejados. Uso sostenible de los ecosistemas naturales.

**Concepto de Red Ecológica:** Una red ecológica en el ámbito marino se puede definir como:

Un conjunto de áreas marinas protegidas individuales que operan de manera cooperativa y sinérgica, en diferentes escalas de espacio y niveles de protección, de manera de cumplir con metas ecológicas como mantener tanto los vínculos ecológicos, incluidos los patrones migratorios y las fases históricas de vida de especies, como humanos, de forma más efectiva y exhaustiva que los sitios individuales por separado. El establecimiento de la red también ofrece beneficios económicos y sociales (CMAP/UICN, 2007).

## 6.3 Apariciones en prensa

### Áreas Marinas Protegidas

El concepto de Áreas Marinas Protegidas aparece en 26 artículos en su mayoría asociados a actividades de los socios del proyecto INDEMARES y donde, en diversas ocasiones se menciona las 10 áreas de estudio. Sin embargo, la palabra INDEMARES sólo aparece mencionada en 6 ocasiones.

El concepto de AMP se utiliza conjuntamente con otros términos como Reserva marina, Reserva Marina de Interés Pesquero, Zona Marítima Protegida, Áreas Protegidas, Áreas de Conservación, Espacio Natural Protegido, Zona Marina Profunda Protegida o Área Marina de Especial Interés Natural. En pocas ocasiones el artículo explica estos conceptos o a que hacen referencia estas figuras de protección.

Reserva Marina (c/s interés pesquero) es utilizada con el mismo significado que AMP en 12 de los artículos encontrados aunque en 6 se pueden sugerir o confundir fácilmente con conceptos similares.

A nivel regional cabe destacar que 17 artículos se refieren concretamente a Galicia con noticias sobre a la nueva ley de pesca, la propuesta de Sisargas y Muros como AMP o Reservas para cetáceos de Oceana, las nuevas Reservas de Pesca, o la propuesta del gobierno autonómico de establecer 7 nuevas reservas marinas. En segundo lugar (por número de apariciones) destacamos la prensa de Andalucía con 7 artículos sobre el frente de aguas Almería-Oran para delimitar AMP y con 4 sobre cursos de formación profesional.

Noticias específicas sobre las áreas propuestas en el presente proyecto hacen referencia al Cap de Creus (1), Cañón de Avilés (2), Canal de Menorca (1), Mar de Alborán y Baleares con el frente oceánico (11).

La necesidad de formación de una Red de AMP es mencionada o explicada en 13 artículos. Junto a estos puntos, se encontró que 4 artículos se refieren a las "ya" existentes 10 AMP de INDEMARES.

### Red Natura 2000

La presencia en prensa nacional es muy escasa. De los 1024 artículos sólo 76 son de ámbito nacional y 2/3 partes de estos artículos aparecen en las secciones locales (El País Galicia, El Mundo-Diario de Valladolid etc.) de estos medios. En prensa económica aparecen un total de 10 artículos. El resto de artículos, y hasta un total de 938 han sido publicados en prensa local y regional y destaca, por encima de todos, el importante número de apariciones en los medios de comunicación de Galicia.

A nivel general, los artículos publicados hacen referencia a la problemática relacionada con la construcción de autopistas (Dos Mares en Cantabria), puertos, parques eólicos, AVE (Ourense-Lugo), viviendas y campos de golf (Murcia), canales (Segarra-Garriques en Cataluña) minicentrales, explotación de uranio (Parque Natural del Alto Tajo), infraestructuras eléctricas, ampliaciones de puertos (Pasaia, Donostia), aeropuertos (Ibiza) tala de árboles, quemas, torres de telefonía, explotaciones mineras, puentes (Rande en Galicia), cultivos agroenergéticos (Lugo) plantas de acuicultura (Pescanova en Muxía) y otros en espacios de la Red Natura española.

La mención a la Red Natura 2000 aparece también en referencia a las especies en peligro de extinción y a la necesidad de ampliar la Red para frenar la pérdida de la biodiversidad. La Red Natura 2000 marina se menciona cita en 1 artículo y en 12 artículos se hace referencia al proyecto INDEMARES.

## 6.4 Referencias bibliográficas

1. Dec 2006; Noticia Catálogo de Cartas Náuticas, [www.armada.mde.es/IHM3http://assets.wwfes.panda.org/downloads/conservando\\_nuestros\\_paraisos\\_marinos\\_\\_\\_peninsula\\_iberica\\_y\\_baleares1.pdf](http://www.armada.mde.es/IHM3http://assets.wwfes.panda.org/downloads/conservando_nuestros_paraisos_marinos___peninsula_iberica_y_baleares1.pdf).
2. Peters, Hans Peter, et alters (2008.07.11): Science Communication: Interactions with the Mass Media". Science, vol 321, nº 5886, págs.. 204-205
3. CMAP/UICN (2007). *Establecimiento de redes de áreas marinas protegidas: Guía para el desarrollo de capacidades nacionales y regionales para la creación de redes de AMPs*. Resumen no-técnico. 17 pgs.
4. GT-4 (2006). "Espacios naturales protegidos versus red natura 2000 en el Estado Español". *Actas del Congreso Nacional de Medio Ambiente, Cumbre del Desarrollo Sostenible*. 12 pgs.
5. Contribución de EUROPARC-España al *Programa de trabajo para las áreas protegidas del Estado español 2008-2013*.
6. Steven Murawski, Richard Methot, Galen Tromble;, Ray W. Hilborn;, John C. Briggs;, Boris Worm, Edward B. Barbier, Nicola Beaumont, J. Emmett Duffy, Carl Folke, Benjamin S. Halpern, Jeremy B. C. Jackson, Heike K. Lotze, Fiorenza Micheli, Stephen R. Palumbi, Enric Sala, Kimberley A. Selkoe, John J. Stachowicz, and Reg Watson (2007). "Biodiversity Loss in the Ocean: How Bad Is It?" *Science* 1 June 2007: 1281b-1284b.
7. R. Goñi, S. Adlerstein, D. Alvarez-Berastegui, A. Forcada, O. Reñones, G. Criquet, S. Polti, G. Cadiou, C. Valle, P. Lenfant, P. Bonhomme, A. Perez-Ruzada, J.L. Sanchez, J.A. Garcia, G. Bernard, V. Stelzenmuller y S. Planes, (2008). "Spillover from six western Mediterranean marine protected areas: evidence from artisanal fisheries". *Marine Ecology Progress Series*, 366: 159-174.
8. Oceana, (2007). *Áreas Marinas Protegidas en la Cuenca Mediterránea Española. Análisis de la Situación Actual*.

La comunidad gallega se convertirá en la autonomía con más reservas de todo el Estado

## Galicia cuenta con siete proyectos para crear áreas marinas protegidas

Las cofradías y la Xunta preparan la protección de zonas marítimas en A Coruña, Sada, Aguiño, Camelle y Celeiro • La de Lira está en marcha y la de Camelle empezará en 2009

**Antón Luaces**

A CORUÑA

Las cofradías de pescadores gallegas y organizaciones privadas vinculadas al sector pesquero, en colaboración con la Consellería de Pesca, pretenden crear en Galicia al menos siete reservas marinas, lo que convertiría a la comunidad gallega en la autonomía con el mayor número de zonas protegidas de pesca del conjunto de España.

A la ya conocida reserva de Lira, se sumará en breve la de Cedeira, que se pondrá en marcha —tras su publicación en el *Diario Oficial de Galicia (DOG)*, a finales de este año— el 1 de enero de 2009. Esta reserva tendrá una extensión de 700 hectáreas, con una reserva integral (en la ensenada de Esteiro) donde se prohibirá la pesca y el marisqueo, y una Zona de Protección Especial (ZEP 1) en Vilarrube, en la boca de la ría, donde se podrá pescar, pero con limitaciones. Será también un punto en el que únicamente se permitirá la extracción de percebe.

Esta segunda reserva se ha logrado tras dos años de reuniones y amplios debates que han convencido a los marineros de la zona de la importancia futura de esta declaración de la reserva marina de interés pesquero Ría de Cedeira, animados sobre todo por los beneficios que se derivan para los pescadores de la zona tras ver el funcionamiento de la reserva de Lira.

Además de estas dos zonas protegidas, se están diseñando otras cinco, que a lo largo de 2009 se irán



Gallego y Touriño, durante una de sus visitas a la reserva marina de Lira. / EFE

concretando en cuanto a extensión y posibilidades.

Estos proyectos son: la de A Mariña —auspiciada por los pescadores de Celeiro y O Vicedo y que parte de una propuesta de instalación de arrecifes artificiales para disuadir al arrastre de la zona—, la de Aguiño —en la boca de la ría de Arousa—, la de la ría de Camelle, una en la de Sada y otra en el litoral de A Coruña.

Además de las reservas previstas, el sector pesquero espera que se puedan aprobar otras dos zonas marítimas protegidas —estas exteriores— que sean reconocidas por la

Administración central, como la que puso en marcha en el litoral asturiano de El Cachucho.

Con estas medidas, el sector pesquero y la Xunta pretenden llegar al objetivo de tener una reserva marina por cada ría gallega.

### Beneficios de las reservas

El establecimiento de todas estas reservas marinas de interés pesquero pretende garantizar la existencia de *stocks* apreciables de distintas especies de peces y marisco y la supervivencia de la pesca artesanal que, con menor esfuerzo, podrán lograr una adecuada rentabi-

lidad a su actividad extractiva, controlada debidamente desde los órganos rectores de las reservas.

Precisamente, la conselleira de Pesca, Carmen Gallego, y el presidente de la Xunta, Emilio Pérez Touriño, han visitado en varias ocasiones la reserva marina de Lira y han destacado la importancia de estos mecanismos de protección.

Los proyectos actuales, además del apoyo del sector pesquero y del departamento que dirige Carmen Gallego, cuentan con el respaldo de distintas organizaciones ecologistas, que los apoyan para recuperar especies prácticamente agotadas.

## Anexo 6.6 - Figuras de Protección

Terminología en figuras de protección y conservación (espacial) que pueden tener un emarcamiento costero o marino por Comunidad Autónoma y a nivel Estatal, Europeo e Internacional.

La terminología esta agrupada por administración y similitud de vocabulario no por sus objetivos de gestión. Las subrayadas en gris es que son distintas.

Andalucía	Asturias	Baleares	Canarias	Cantabria	Cataluña	Galicia	Murcia	Com. Valenciana	País Vasco	Estatal	Europeo e Internacional
Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Naturales		Parques Naturales	Parques Naturales	Parques Nacionales	Zonas de Especial Protección para las Aves ZEPAS
Parajes Naturales		Parajes Naturales	Parques Rurales (Pesqueros)		Parajes Naturales de Interés Nacional		Parque Regional	Parajes Naturales			Zonas Especiales de Conservación ZEC
Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos		Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos	Paisajes Protegidos	Biotopos Protegidos	Áreas Marinas Protegidas	Humedales de Importancia Internacional (Convenio Ramsar) Sitios Ramsar
Reservas Naturales	Reservas Naturales (Integrales y Parciales)	Reservas Naturales Integrales	Reservas Naturales	Reservas Naturales	Reservas Naturales	Reservas Naturales	Reservas Naturales	Reservas Naturales (Marinas)			Reservas de la Biosfera (MaB, UNESCO)
Reservas Naturales Concertadas		Reservas naturales especiales	Reservas Naturales Especiales					Parajes Naturales Municipales	Áreas de Especial Protección: - Área de la Ria - Área del litoral		Zonas marina especialmente sensibles ZMES (OMI)
Monumentos Nacionales	Monumentos Nacionales	Monumentos Naturales	Monumentos Naturales	Monumentos Naturales		Monumentos Naturales	Monumentos Naturales	Monumentos Naturales			Lugares de Interés Científico LIC
		Áreas Naturales de Especial Interés	Sitios de Interés Científico	Áreas Naturales de Especial Interés		Zona de Especial Protección de los Valores Naturales		Sitios de Especial Interés	Áreas de Interés Naturalístico		Áreas Marinas Protegidas OSPAR
		Área Rural de Interés Paisajístico	Áreas de Sensibilidad Ecológica								Santuarios de cetáceos
		Microrreservas				Espacio Privado de Interés Natural		Microrreserva Vegetal			Zonas Especialmente Protegidas de Importancia para el Mediterráneo-ZEPIM (Convenio de Barcelona)
Reservas de pesca	Reservas de pesca y marisqueo		Reservas marinas de interés pesquero.			Reservas Marinas (de interés Pesquero)		Zonas Protegidas de Interés Pesquero		Reservas Marinas (de interés Pesquero)	
Zonas marítimas protegidas (Pesca?)	Zonas vedadas para la pesca		Zonas de acondicionamiento marino (Pesquero)			Áreas de Acondicionamiento o Marino (Pesquero)				Zonas de Acondicionamiento Marino (Recursos)	
	Zonas vedadas de especial interés para reproducción y/o experimentación pesquera		Zonas de repoblación marina (Pesquero)			Áreas de Repoblación Marina (Pesquero)				Zonas de Repoblación Marina (Pesquero)	
Zonas de Interés para Cultivos Marinos	Zonas de interés para cultivos marinos					Parques de cultivos marinos					



6.7 a MAPA DE PÚBLICOS

TIPO PÚBLICO	CATEGORÍA 1	CATEGORÍA 2	CATEGORÍA 3 (a completar)
PÚBLICO INTERNO	Administraciones públicas y ONG		Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Medio Marino (a través de la Secretaría General del Mar), el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas y las siguientes ONGs: ALNITAK, la Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario, SEO/BirdLife y WWF España.
	C.E.: Gestores programa LIFE+		
	Socio beneficiario y coordinador		Fundación Biodiversidad
INSTITUCIONES	Instituciones internacionales	Instituciones internacionales	Agencia Europea de Seguridad Marítima Agencia para las Áreas Marinas Protegidas del Gob.Francia Organización Marítima Internacional (OMI)
	Organismos de promoción y protección	Autoridades portuarias	
		Capitanías marítimas	
		Cruz Roja	
		Guardia Civil del Mar	
		Marina Mercante	
		Policía local	
	Poderes públicos (ejecutivo y legislativo)	Área y Consejería de Agricultura	
		Área y Consejería de Asuntos Marítimos	
		Área y Consejería de Desarrollo Económico	
		Área y Consejería de Educación	
		Área y Consejería de Energía	
		Área y Consejería de Medio Ambiente	
		Área y Consejería de Pesca	
		Área y Consejería de Turismo	
		Ayuntamientos	
		Cabildos	
		Casa Real	
		Delegaciones del Gobierno	
		Diputaciones	
		Gobiernos Autonómicos costeros	
	Ministerio (Educación)		
	Ministerio de Asuntos Exteriores	Secretaría de estado para la UE	
Presidencia del Gobierno			
Técnicos de las administraciones pesqueras y ambientales de la Red Natura 2000			
Entidades de difusión	Centros de educación (Aulas o Campamentos del Mar)		
	Centros de investigación		
	Comunidad científica		
	Consultores, expertos, ambientalistas		
	Líderes de opinión (mediáticos y no mediáticos): ambientalistas, chefs, regatistas etc.		
	Oficinas de comunicación asociadas a las áreas marinas protegidas		
	Oficinas de comunicación asociadas a las reservas de pesca		
	Oficinas de comunicación asociadas a parques naturales o nacionales con enmarcamiento marino		
	Organismos internacionales con representación en España		
	Órganos colegiados consultivos		



<b>SECTOR</b>	Proveedores	Empresas e instituciones subcontratadas por los socios del proyecto para la gestión de los estudios y el desarrollo general del programa		
		Institutos de Investigación		
		Laboratorios de gestión		
	Proyectos afines	Proyectos afines	Programa marino de la UICN	
			Proyecto ESPACE de Cartografiado	
			Proyecto LIFE+ IBAS marinas (SEO)	
	Sector privado	Empresas de acuicultura		
		Mayoristas, minoristas, proveedores de alimentación de productos marinos		
		Sector energético		
		Transporte marítimo		
		Turismo		
		Usuarios del mar y lobbies (Organizaciones de defensa del consumidor, Asociaciones profesionales, sectoriales y gremios profesionales)	Cofradías de pescadores	
			Patronatos de turismo	
			Asociaciones de armadores	
	Clubs de pesca recreativa			
	Clubs de submarinismo			
	Clubs náuticos			
	Confederación española de pesca			
	Grupos de acción costera			
	Grupos de custodia marina existente			
Puertos, astilleros				
Colectivos asociados a la pesca de altura				
<b>SOCIEDAD</b>		Acuarios y zoológicos		
		Asociaciones cívicas		
		Asociaciones culturales		
		Asociaciones de conservación y entidades relacionadas		
		Asociaciones de estudiantes		
		Centros de interpretación del mar		
		Colegios oficiales		
		Comunidad Universitaria (docentes y estudiantes) con actividades en Medio		
		Escuelas de deportes náuticos		
		Escuelas e institutos públicos y privados		
		Escuelas Náutico Pesqueras		
		Fotógrafos		
		Fundaciones (sostenibilidad, biodiversidad, protección, temas marinos, cooperación en materia educativa y científica)		
		Grupos de investigación		
		Institutos Politécnico Marítimo-Pesqueros		
		Jardines botánicos		
		Museos de ciencias naturales y ciencias del mar		
		Observatorios de comunicación científica		
ONGs y ONLs relacionadas				

		Opinión pública	
		Partidos políticos y asociaciones relacionadas	
		Población costera de las regiones avanzadas a las áreas investigadas	
		Voluntarios	
		Webs, blogs y redes sociales de ámbito privado y ciudadano	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN		Agencias de noticias	
		Blogs, webs (generalistas y especializados)	
		Prensa económica	
		Prensa escrita, radio, TV especializada , nacional, regional y comarcal	
		Redes sociales	
		Revistas de información	
		Revistas especializadas (medio ambiente, pesca, transporte, emergía, turismo, fotografía, estilos de vida, náuticas)	
		Revistas y boletines de entidades relacionadas	
		Revistas y boletines fundaciones, ONG, ONL	
		Televisiones nacionales, regionales, comarcales y locales	
		Webs	

## ANEXO 6.7 b- PRIORIZACIÓN PÚBLICOS

Etapa	Calendario	Mapa de públicos	Categoría	Stakeholders
0	Sept 09- Feb 10	Público Interno	Todas	Administraciones públicas y ONG, C.E: gestores programa LIFE+, Socio beneficiario y coordinador
		Medios de comunicación	Medios de comunicación	Agencias de noticias. Prensa especializada: prensa escrita, radio, TV, revistas, medios digitales especializados, boletines de ONG y entidades relacionadas. Redes sociales.
1	Feb 10 -Dic 10	Instituciones	Todas	Intituciones internacionales
				Organismos de promoción y protección
				Poderes públicos (ejecutivo y legislativo)
				Técnicos de las administraciones pesqueras y ambientales de la Red Natura 2000
		Sector	Usuarios del Mar y Lobbies	Asociaciones profesionales, sectoriales y profesionales: Cofradías de pescadores, asociaciones de armadores, confederación española de pesca, colectivos asiados a la pesca de altura, federaciones de cofradías de pescadores.
			Entidades de difusión	Oficinas de comunicación asociadas a las Areas marinas protegidas, reservas de pesca y parques naturales o nacionales con enmarcamiento marino en el territorio. Organismos internacionales con representación en España, órganos colegiados consultivos.
			Proveedores	Todos
Proyectos afines	Todos			
Sector privado	Empresas de acuicultura, Mayoristas, minoristas, proveedores de alimentación de productos marinos (La Sirena, Pescanova...),			
Sociedad	Acuarios y zoológicos, asociaciones de conservación y entidades relacionadas, comunidad universitaria, escuelas de deportes náuticos, fundaciones, grupos de investigación, observatorios de comunicación cinetífica, ONG y ONL relacionadas, población costera de las regiones adyacentes a las áreas investigadas, webs, blogs y redes sociales de ámbito especializado, privado y ciudadano.			
Medios de comunicación	Prensa generalista de ámbito nacional, regional y local), revistas de información general no especializada (transporte, energía, turismo, fotografía, estilos de vida). Prensa económica. Webs, blogs no especializados.			
2	Enero 11-Dic 11	Sector	Usuarios del Mar y Lobbies	Resto asociaciones profesionales, sectoriales y gremios profesionales: Patronatos de turismo, Clubs de pesca recreativa, clubs de submarinismo, clubs náuticos, grupos de acción costera, grupos de custodia marina existente, puertos, astilleros.
			Entidades de difusión	Centros de educación, investigación, comunidad científica, consultores, expertos, ambientalistas, líderes de opinión (relacionados con el proyecto). Organismos internacionales con representación en España y órganos colegiados consultivos.
		Sociedad	Escuelas e institutos públicos y privados, Escuelas Náutico Pesqueras	
		Medios de comunicación	Medios de comunicación internacionales.	
3	Enero 12- Dic. 13	Sector	Usuarios del Mar y Lobbies	Organizaciones de defensa del consumidor (OCU, etc.)
			Entidades de difusión	Centros de educación (Aulas o Campamentos del Mar), Consultores, expertos, ambientalistas
			Sector privado	Empresas de Transporte marítimo, Sector energético
		Sociedad	Resto sociedad y opinión pública (ver públicos objetivos)	
4		Sector privado		Turismo

2010	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>CAMPAÑAS OCEANOGRÁFICAS</b>												
Cañón de Creus					Submon (24-28)		CSIC (1ª Quincena) Submon (12-26)					
Columbretes					Submon (19-21)			SGM??	SGM??			
Canal de Menorca						CSIC 7-21 / SEO	Submon (26-1)		CSIC / IEO			
Seco de los Olivos						OCEANA 17-3/ Canal de Menorca	OCEANA/ Canal de Menorca	Alnitak 1-15 y 17-10	Alnitak			
Isla de Alborán y conos volcánicos			Alnitak 24-7 abril				Alnitak 1-15	SGM??	SGM??			
Chimeneas de Cádiz	Alnitak (CIRCE)	Alnitak (CIRCE)		Alnitak (CIRCE)		IEO/SEO / Alnitak						SEO (IEO)
Banco de Galicia					CEMMA 15-23		IEO (15-5 y 6-28 agosoto) / SEO					
Cañón de Avilés				IEO (SEO Y CEMMA) (17-11 mayo)	IEO / Alnitak	CEMMA			CEMMA 27-10			
Banco de la Concepción			IEO(15-31) INCOGEO / SEO				IEO INCOECO / SEO		IEO / SEO	IEO / SEO		
Sur de Fuerteventura	SECAC (25 empiezan )	SECAC (empiezan el 10) ULL	SECAC	SECAC	SECAC / IEO INFUFIS / SEO	SECAC	IEO INFUECO		SECAC	SECAC IEO	SECAC	SECAC
<b>ACCIONES LIFE</b>												
	Preparación D11 Seminarios Informativos	Comenzar D10 Paneles Descriptivos Comenzar D16 Plan formación Cofradías	D8 Artículo científico Cañón Creus-CSIC		D11 Seminarios Informativos "Dia Marítimo Europeo" (19-21 Mayo) D 15 Jornadas ASOAR CEMMA (30) D13 Boletín WWF (a finales)	D12 Financiación Red Natura D8 Artículo científico SEO D15 Jornadas Pindo y Alternalia	Más seminarios ?? D15 A Guardia y Festigal		D11 Seminarios Informativos Cataluña (a finales)	D8 Artículo científico Alborán-Alnitak / Chimeneas-IEO D13 Boletín WWF	D11 Seminario Informativo Canarias (a finales de Sept)	D8 Artículo científico Canarias-SECAC
<b>ACCION D3 Campaña de Comunicación</b>												
		D3 Video Institucional	D3 Video Institucional D3 Materiales Divulgativos	D3 Materiales Divulgativos	D3 Encuentro con los medios-campañas Aprovechar el seminario de Gijón para acercarnos a la prensa local.	D3 Encuentro con los medios-campañas CANAL DE MENORCA - CSIC CHIMENEAS CADIZ - IEO	D3 Encuentro con los medios-campañas ALBORÁN (Andalucía) ALNITAK		CIRCE (publicación en el Faro)	D3 Encuentro con los medios-campañas BANCO DE LA CONCEPCIÓN ÁREA DE FUERTEVENTURA- IEO / SECAC CHIMENEAS DE CADIZ IEO		
<b>EVENTOS</b>												
		Jornadas - CEMMA (9)	Porto San-Cemma (12) Conferencia de la Sociedad Europea de Cetáceos (22-25) Taller sobre aves-SEO (15y16)	Sada-Cemma (9) MEPC - OMI Semana Ciencias-IEO (12) Conferencia Atlantica (29-30)	Taller sobre cetáceos en Valsain(3-7) Global Forum	Curso Parques-FB (14-18) LIFE Conference (31 y 1) Greenweek (1-4) World Ocean Council Belfast (15-17)					Taller IWC-ACCOBAMS Monaco	
<b>WEB</b>												
<b>Campañas</b>		CIRCE-Chimeneas SECAC-Fuerteventura	ULL-Canarias	Alnitak-Isla IEO- Concepción SEO-Concepción	CEMMA-Avilés IEO-Avilés Alnitak-CIRCE IEO-Fuerteventura	Campaña CEMMA-Galicia Diario de abordO Oceana Diario de abordO CSIC	Campaña IEO-Avilés Campaña Alnitak-Isla IEO-Concepción IEO-Fuerteventura Diario de abordO Oceana	IEO-Galicia y Avilés	Oceana-Seco de los Olivos	Campaña Alnitak-Alborán IEO-Chimeneas IEO-Menorca Campaña IEO-Concepción CEMMA-Cañón de Avilés	IEO-Fuerteventura y Concepción	Campaña Alnitak-Isla
<b>Noticias</b>		Visita de la Comisión a Fuerteventura- Campaña SECAC	Conferencia de la Sociedad Europea de Cetáceos Taller sobre aves-SEO		Celebración Seminario D11 en Gijón Marcajes SEO	Marcajes SEO (Herramienta de seguimiento??)	Encuentro con los medios-campañas Marcajes SEO		Oceana presenta resultados	D11 Seminario-Cataluña		D11 Seminario-Canarias
<b>Envios BBDD</b>		Noticias a destacar - Visita comisión y Campañas en marcha		Avances de Campañas Seminario D11 Publicación Otras noticias		Diario de abordO del Canal de Menorca y Seco de los Olivos			Seminario y Campañas			
<b>GABINETE DE PRENSA</b>												
		Nota de prensa Visita Comisión		Convocatoria/Nota de Prensa - Marcaje Cormorán (SEO)	Nota de prensa Seminario Gijón-FB (conjunta Socios) Convocatoria/Nota de Prensa - Marcaje	NP-Greenweek Convocatoria de Prensa/Nota de Prensa D19 CANAL DE MENORCA Convocatoria/Nota de Prensa - Marcaje	Convocatoria de Prensa Vistas campañas Prensa local D20 BANCO GALICIA	Convocatoria de Prensa Vistas campañas Prensa local D20 SECO DE LOS OLIVOS	Oceana tiene previsto una rueda de prensa-presentar resultados de la campaña Nota de prensa Seminario Noticia el faro		Nota de prensa Seminario	
<b>OPORTUNIDADES</b>												
		Visita de la Comisión a Fuerteventura	Curso Avanzado sobre Establecimiento y Gestión de Áreas Marinas Protegidas de Interés Pesquero (8-13) Marcaje 1º vez Cormoran (Balears)	Marcaje 1ª vez Pardela chica (Tenerife)	Marcaje Gaviota de Andouin (Delta)-Directo	Marcaje Pardela Cenicienta (Menorca)		Grabación TVE	XVI Simposio Iberico de Estudios de Biología Marina (6-10) Alicante	Acción con Pescadores-SEO Afección Aves-Pesca (Medidas correctoras, encuestas) Alnitak también haría algo con Pescadores (Intentar unificarlo)		
									Primera Conferencia Mundial de Aves Marinas (7-11) Canada			

Oceana tiene campaña de 15 días  
SECAC total de 9 campañas de 15 días

Actividades REALIZADAS

---

# RESUMEN

## Plan de Comunicación para el proyecto LIFE + INDEMARES

---

Enero 2010

## 1- Introducción

El presente documento es un resumen del Plan de Comunicación del Proyecto LIFE+ INDEMARES destacando los puntos más relevantes de dicho plan. No obstante se recomienda la lectura y utilización del Plan de Comunicación previo a la realización de cualquier acción de comunicación.

El proyecto LIFE+ INDEMARES tiene como objetivo contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad en los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la Red Natura 2000. Las actuaciones previstas en el marco del proyecto se desarrollan entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de diciembre de 2013. Cuenta con un presupuesto de 15,4 millones de euros, cofinanciado por la Comisión Europea en un 50%.

Coordinado por la Fundación Biodiversidad, el proyecto tiene un enfoque participativo e integra el trabajo de instituciones de referencia en el ámbito de la gestión, la investigación y la conservación del medio marino: el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Medio Marino (a través de la Secretaría General del Mar), el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ALNITAK, la Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario, SEO/BirdLife y WWF España.

### OBJETIVO GENERAL

- Contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad de los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la Red Natura 2000.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Completar la identificación de la Red Natura 2000 marina en el estado español.
- Promover la participación de todas las partes implicadas en la investigación, conservación y gestión del mar y sus recursos y hacer partícipes del proyecto a los usuarios del mar.
- Disponer de unas directrices de gestión y seguimiento para los lugares propuestos.
- Contribuir al reforzamiento de los Convenios internacionales sobre el mar que se aplican en España (OSPAR y Barcelona).
- Sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible del medio marino.

## Actuaciones generales del proyecto

- Localización y valoración preliminar de lugares de interés (ya realizado).
- Realización de estudios científicos a través de campañas oceanográficas en cada una de las 10 zonas identificadas para hábitats y especies marinas (principalmente cetáceos, reptiles y aves).
- Monitorización de actividades humanas y sus tendencias
- Valoración del impacto de pesquerías en LIC y ZEPA propuestos.
- Análisis del coste beneficio de la implementación de las áreas marinas seleccionadas.
- Seguimiento y Evaluación de la Contaminación Deliberada por Vertido de Hidrocarburos en el ámbito marino de la red Natura 2000,.
- Campaña de información, participación y sensibilización (Producción de vídeos, publicaciones técnicas, artículos científicos, material divulgativo)
- Creación de un SIG (Sistema de Información Geográfica) para la Red Natura 2000 marina.
- Elaboración de directrices de gestión para los lugares red Natura 2000 marinos.
- Realización de propuesta española de ampliación de anexos de la Directiva Hábitat (incluyendo especies y hábitats a los Convenios OSPAR y Barcelona).

Las 10 áreas de estudio del proyecto son: Cañón de Creus, Delta del Ebro-Columbretes, Canal de Menorca, Seco de los Olivos, Isla de Alborán y conos volcánicos de Alborán, Chimeneas de Cádiz, Banco de Galicia, Cañón de Avilés, Banco de la Concepción, Área de Gran Canaria-Fuerteventura.



## Marco general y jurídico legal

En el ámbito marino, la Red Natura 2000 se encuentra en un estado de desarrollo embrionario. Hasta el momento, la superficie marina integrada en la Red Natura 2000 no llega al 0,5% del total de aguas jurisdiccionales españolas (Informe Oceana, 2007).

El Consejo de Ministros aprobó en su reunión del 5 de junio 2009 un "Acuerdo para la creación de una red de diez áreas marinas protegidas en aguas españolas para su inclusión en la Red Natura 2000 en Medio Marino".

Con esta iniciativa se da cumplimiento a la obligación de los Estados miembros de la Unión Europea de extender la Red Natura 2000 al medio marino, una iniciativa que intentará desarrollar en gran parte el proyecto INDEMARES.

**El proyecto INDEMARES responde en concreto a los convenios OSPAR, Barcelona y a las directivas Aves y Hábitats. Y por tanto su objetivo primordial es la declaración de LIC y ZEPA**

## Análisis de medios

- De la revisión del concepto de **Áreas Marinas Protegidas** en diferentes medios de prensa escrita (66 artículos, mayo 2008-julio 2009) se pueden extraer las siguientes conclusiones:

- ✓ Poca presencia del acrónimo INDEMARES.
- ✓ Confusión en la terminología de las figuras de protección. Reserva Marina y Reserva Marina de Interés Pesquero se utilizan a menudo con el mismo significado.
- ✓ A nivel regional, la CCAA con un mayor nº de apariciones en prensa relacionadas con el proyecto es Galicia.
- ✓ La necesidad de formación de una Red de AMP es mencionada o explicada en 13 artículos. Junto a estos puntos, se encontró que 4 artículos se refieren a las "ya" existentes 10 AMP de INDEMARES.



- De la revisión del concepto de **Red Natura 2000** en diferentes medios de prensa escrita (1024 artículos, mismo periodo) se pueden extraer las siguientes conclusiones

- ✓ Escasa presencia en prensa nacional.
- ✓ A nivel regional destaca el importante nº de artículos aparecidos en la prensa de Galicia.
- ✓ Predominan las menciones a la construcción de autopistas, campos de golf, aeropuertos y parques eólicos en espacios de la Red Natura 2000 española.
- ✓ La mención a la Red Natura 2000 aparece también en referencia a las especies en peligro de extinción y a la necesidad de ampliar la Red para frenar la pérdida de la biodiversidad.
- ✓ La Red Natura 2000 marina se menciona en 1 artículo y en 12 artículos se hace referencia al proyecto INDEMARES.

Por lo tanto es imprescindible distinguir con claridad entre los tres términos más utilizados que al mismo tiempo so los más confundidos:

**-Red Natura 2000** es una red ecológica europea de áreas de conservación de la biodiversidad que tiene el fin de asegurar la supervivencia a largo plazo de las especies y los hábitats más amenazados de Europa.

**-Área Marina Protegida** es la zona para la “protección de ecosistemas, comunidades o elementos biológicos o geológicos del medio marino, incluidas las áreas intermareal y submareal, que en razón de su rareza, fragilidad, importancia o singularidad, merecen una protección especial”. (Ley del Patrimonio Natural y la Biodiversidad (Ley 42/2007, del 13 de diciembre))

**-Reservas Marinas (de interés pesquero)** aquellas zonas que por sus especiales características se consideren adecuadas para la regeneración de los recursos pesqueros. Las medidas de protección determinarán las limitaciones o la prohibición, en su caso, del ejercicio de la actividad pesquera, así como de cualquier otra actividad que pueda alterar su equilibrio natural. (Ley 3/200174, de 26 de marzo, de Pesca Marítima del Estado).

**El objetivo del proyecto INDEMARES es el estudio de 10 áreas marinas y su posible designación como LIC y/o ZEPA dentro de la Red Natura 2000.**

## 2- Mapa de públicos

El mapa de públicos establece un escenario general en base al cual seleccionaremos posteriormente, los públicos clave o audiencias prioritarias de la organización. El proyecto INDEMARES tiene unas características intrínsecas (duración del proyecto, nº de socios implicados, objetivos) que derivan en el establecimiento de un amplio mapa que, en la estrategia, deberá introducir una priorización en función de:

1. La importancia estratégica para el proyecto
2. Capacidad de influencia en la opinión pública
3. Influencia sobre los organismos de regulación.
4. Capacidad de difusión de los mensajes claves.

El mapa de públicos recoge aquellos individuos o grupos sociales (internos y externos), que se verán afectados por las actuaciones presentes o futuras del proyecto y que, asimismo, pueden influir positiva o negativamente en su desarrollo. Para INDEMARES se han establecido los cinco tipos de público siguientes que a su vez se dividen en 3 categorías:



### 3. DAFO

El DAFO es una metodología de estudio para determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, en este caso del proyecto. El DAFO planteado es un análisis orientativo, pendiente de verificación y validación por parte del Comité de Comunicación del proyecto, y de la revisión de los estudios ya realizados y de la experiencia que puedan aportar información más objetiva, medible y contrastable.

#### DEBILIDADES

##### Terminología:

- Dificultad de divulgación por la tecnicidad de la información del proyecto.

##### Económicas:

- No existe un estudio socio-económico sobre las consecuencias de la implementación de estas áreas de protección.

##### Gestión:

- La lejanía física de las áreas de estudio puede repercutir en una menor participación de la sociedad civil.
- Riesgo de poca comunicación de las acciones entre los socios, dispersión, comunicación poco fluida. La información no llega con la rapidez necesaria, no se anticipa.
- Incoherencias temporales: la propuesta de LIC y ZEPA a la Unión Europea debería terminar en el 2010, el proyecto INDEMARES en el año 2013.
- La creación de zonas Natura 2000 en el medio marino no es suficiente para frenar el descenso de la biodiversidad marina. Es necesario reducir otros impactos como pueden ser la contaminación o las capturas accidentales.

## FORTALEZAS

### **Terminología:**

- Presencia de especies emblemáticas como los cetáceos y un rico patrimonio natural.
- Poder integrar los valores de la biodiversidad marina y los servicios del mar a los usuarios del mar y a las instituciones responsables de su gestión y conservación.

### **Gestión:**

- Mensaje azul. La fuerza de la novedad del espacio marino protegido, diferente al espacio protegido terrestre.
- Proyecto con voluntad participativa (socios, instituciones, sector etc...).
- Dinamismo de los socios
- Socios del proyecto motivados y formados en temas de conservación e investigación del ecosistema marino
- Incrementar el conocimiento científico de los gestores del proyecto sobre hábitats y especies presentes en aguas marinas no costeras.
- Fomento de la conectividad ecológica en espacios marinos protegidos con el fin de crear una red de espacios marinos en el Cantábrico, Atlántico y Mediterráneo.
- Se va a realizar un análisis y mejora de los Anexos de la Directiva Hábitats, para adaptarlo a la biodiversidad marina real.

## AMENAZAS

### Terminología:

- Confusión de los objetivos del proyecto (establecimiento de LIC, ZEPA, AMP u otras figuras de protección).
- Desconocimiento y confusión entre la sociedad de la terminología asociada al proyecto (Red de Áreas Marinas Protegidas, LIC, ZEPA, Red Natura 2000).
- Confusión con otros proyectos de similar temática
- Medios de comunicación generalistas con poco conocimiento científico y medios científicos con poca difusión.

### Económicas:

- La Red Natura 2000 ha sido utilizada en ocasiones como un argumento contra el progreso.
- Fuertes intereses económicos (pesqueros, deportivos) que puedan crear conflictos con la declaración de los LIC y ZEPA.
- Resultados del proyecto no acordes con la fuerte inversión realizada.

### Gestión:

- La visibilidad pública de determinadas especies a estudiar no es tan fuerte y mediática como la de otras especies (ej. Especies tropicales).
- No ser percibido como un tema que promueva la sostenibilidad y la regulación de actividades sino de prohibición.
- Desconfianza social en la eficacia de la administración pública en la gestión del proyecto.
- Decepción respecto a los resultados alcanzados.
- Falta de sensibilidad por parte de los gestores del proyecto con las necesidades regionales y locales relativas a las áreas de estudio.
- Superposición de la figuras de protección.
- Que no se respete la gestión de los LIC, ZEPA Y ZEC.

## OPORTUNIDADES

### Terminología:

- Sentido práctico para el consumidor, es bueno para él, le ofrece recursos naturales del medio marino.

### Económicas:

- Potencial futuro de beneficios para ciertas actividades económicas conservacionistas.
- Creciente apertura de nuevas oportunidades de negocio sostenibles (ecoturismo, avistamientos, etc...).
- Creciente percepción por parte de los usuarios del mar que gran parte de los sectores económicos que de él dependen se encuentran amenazados a medio plazo.
- Oportunidad de mercado para los pescadores que utilicen técnicas pesqueras más sostenibles.

### Gestión:

- Presencia de hábitats y especies de interés comunitario.
- El proyecto permitirá a los socios reforzar su conocimiento, capacidad de acción e interacción.
- Interés y apoyo institucional del Gobierno y la Comunidad Europea.
- Sensibilidad social por los problemas medioambientales.
- Las estadísticas (Eurobarómetro) y otros estudios indican que la protección del medio ambiente es una de las prioridades de los ciudadanos europeos.
- Perspectivas positivas para los socios a nivel europeo: capacidad de conseguir otros proyectos en base al saber hacer (aprendizaje a través de la práctica).

## 4- Plan estratégico de comunicación

El plan estratégico se plantea en base a dos grandes grupos de públicos (internos y externos), que configuran asimismo dos grandes líneas de actuación, la de la comunicación interna y la comunicación externa.

### Objetivos de comunicación

#### OBJETIVOS GENERALES

- Dar a conocer los objetivos del proyecto y de la Red Natura 2000 marina entre la totalidad de los públicos clave.

- Sensibilizar a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible del medio marino.

- Demostrar el cumplimiento de los compromisos con la Unión Europea y trabajar en equipo con todos los sectores implicados (científicos, etc..)

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE COMUNICACIÓN

- **Dar a conocer la Red Natura 2000 marina** a los medios de comunicación y conseguir una difusión más amplia llegando a la sociedad
- Comunicar el avance hasta la **vanguardia europea** en red Natura 2000 marina
- **Incrementar la notoriedad y el conocimiento** de los temas relacionados con el medio marino en la opinión pública a través de una comunicación eficiente, proactiva, coordinada y constante en base a una colaboración de los socios del proyecto
- **Comunicar los esfuerzos que los socios (Administración, institutos de investigación y ONG)** llevan a cabo para la protección del medio marino
- Ayudar al establecimiento de una **comprensión clara y precisa de la terminología referente a las figuras de protección marina**
- **Obtener notoriedad y buena imagen** del proyecto tanto a nivel europeo como nacional y local.
- **Generar confianza en los sectores implicados**, con transparencia, coherencia y rigor en las actividades y la información
- Incrementar el flujo y el intercambio de información, crear un clima positivo y proactivo, involucrar a los socios en las actividades que se incluyen en el plan, **generar sentido de pertenencia y motivación**
- Sentar las bases para el Plan de Comunicación que se debe desarrollar una vez finalizado el proyecto (After-LIFE Plan)

## Ejes de identidad - Mensajes

Para INDEMARES se proponen 4 ejes de identidad para los diferentes *públicos clave*. Cada eje de identidad plantea unas ideas fuerza y mensajes que deben ser consensuados e interiorizados por todos los responsables de INDEMARES y por aquellas personas que, en mayor o menor medida, colaboran en la difusión de los objetivos del proyecto.

La totalidad de los mensajes que se elaboren en el futuro, en base a las ideas fuerza, deberán ser revisados, actualizados y complementados en las reuniones del Comité de Comunicación que también revisará y evaluará el análisis de los contenidos de redacción aparecidos en los medios de comunicación y verificar, así, el cumplimiento de este objetivo de comunicación e introducir inmediatamente cualquier acción correctiva que sea precisa. La correcta utilización y difusión de estas ideas fuerza será clave para garantizar el éxito en el logro de los objetivos de comunicación marcados en el presente plan estratégico. Adaptar nuestro lenguaje a los destinatarios, aprovechando el poder mediático del proyecto.

Las ideas fuerza se plantean en 4 ejes dependiendo del mensaje que se quiera potenciar y del público a quien vaya dirigido ese mensaje:

1. Conservación: Dirigido a público cuya principal es la protección
2. Económico: Para públicos que dependen económicamente del mar y se necesita hacer ver el valor económico de la conservación.
3. Conocimiento: Para públicos a los que se requiera potenciar la importancia de la investigación científica.
4. Gestión: Dirigido a los gestores o futuros gestores de las áreas protegidas.

Estos ejes sintonizan con los intereses, sensibilidades y necesidades de los diferentes públicos clave.

## 1. CONSERVACIÓN

### ➤ protección=conservación

La protección permite la conservación y puede incrementar la biodiversidad

- El proyecto INDEMARES permitirá conservar un ecosistema rico en biodiversidad.
- El proyecto INDEMARES posibilitará la creación de la Red Natura 2000 marina.
- La Red Natura 2000 marina contribuye al desarrollo sostenible del mar.
- Los espacios protegidos en el medio marino (ej. LIC y ZEPA) garantizan el futuro de la biodiversidad marina.
- La mejora de la biodiversidad ayuda a mitigar los efectos del cambio climático.
- Nuestra salud también depende de la salud de nuestros océanos.
- La diversidad de nuestros mares está bajo una enorme presión (contaminación, pérdida de biodiversidad) y necesitan protegerse.



## 2. ECONÓMICO

- conservación= beneficio

La conservación garantiza el desarrollo económico

- Con la existencia de zonas gestionadas para la protección de la biodiversidad se pueden regular las actividades productivas para garantizar que el mar siga siendo fuente de trabajo y alimento.
- La utilización de los recursos ha de ser racional y sostenible.
- Para conseguir los objetivos de INDEMARES es necesaria la alianza con los sectores productivos implicados (pesquero, industrial, usuarios del mar....) y con las instituciones públicas y la sociedad civil.
- Preservar los ecosistemas garantiza el futuro de la pesca.
- Un mar diverso contribuye a mejorar la productividad y abre más oportunidades (turismo, pesca, deportes náuticos).
- Proteger para prosperar.

## 3. CONOCIMIENTO

- conocimiento= acción

El conocimiento científico permite una gestión eficaz de la conservación

- La visión integral y equilibrada de la política marina debe estar respaldada en criterios científicos evaluados y contrastados.
- El conocimiento es una oportunidad para comunicar, sensibilizar y formar futuras generaciones de usuarios del mar y a la sociedad en general.
- El conocimiento del mar tiene efectos pedagógicos y terapéuticos.
- Explorar nuestros mares nos ayuda a descubrir nuevas especies y paraísos sumergidos.

## 4. GESTIÓN

- Gestión participativa
- El proyecto articula las diferentes sensibilidades y capacidades de gestión de los socios del proyecto y permite la mejora en la eficacia de los recursos

- Contribuir al reforzamiento de los Convenios Internacionales.

- Esfuerzo de participación de instituciones y colectivos de usuarios.
- Se espera, a través del proyecto, cumplir con los compromisos asumidos por el Estado español con la Comisión Europea.
- Elaboración de unas directrices de gestión y seguimiento para los lugares de la Red Natura 2000 marina que finalmente se propongan, elaboradas de forma participativa y aprobadas en el marco de la nueva Ley de Patrimonio Natural y Biodiversidad.
- El apoyo del Gobierno de España al proyecto.

## Públicos clave

La duración del proyecto INDEMARES hasta el año 2013 hace necesario un exhaustivo trabajo de reflexión y debate entre los socios para establecer el calendario real del plan de acción dirigido a cada *público clave* (**Anexo 6.7b Priorización de Públicos**)

Para INDEMARES proponemos un cronograma orientativo, con el objetivo de estructurar el trabajo, y que establece la priorización de los *públicos clave* en 4 etapas que, de forma orientativa, coinciden con los años de duración del proyecto:

Etapa 0:	Consolidación: Sept 09-Feb 2010
Etapa 1:	Ejecución: Feb 2010- Dic 2010
Etapa 2:	Ejecución: Enero2011- Dic 2011
Etapa 3-4	Seguimiento: Enero 2012 -Dic 2013

En el Plan se ha desarrollado, los *públicos clave* para la etapa 0 y 1: público interno, instituciones, sector mar e industria, sociedad y medios de comunicación, explicando las tácticas y acciones a seguir. Es imprescindible no sólo establecer una correcta priorización de los públicos si no conocer sus prioridades y necesidades para cada área de estudio. Por este motivo, y para una correcta adecuación de las actividades y los mensajes, se adjuntan una ficha por área de estudio en el que se incluye información socioeconómica de los públicos detectados (**Anexo 6.9 Fichas**).

## Plan de acción

El Plan de acción tiene como objetivos:

- **Dinamizar** las acciones de comunicación previstas, completarlas, aprovechar sinergias y recursos, fomentar la participación para maximizarlos recursos económicos y humanos del proyecto.
- Proponer y promover **acciones concretas** a fin de involucrar a los públicos clave identificados en el proyecto.

- Contribuir al logro de los objetivos del proyecto a través de **acciones de sensibilización** a la población sobre la importancia de la conservación y uso sostenible de la biodiversidad marina.
- **Explicar** el proceso y **transmitir** el dinamismo de los socios en referencia a la protección del medio marino mediante el proyecto INDEMARES y sus socios.
- Establecer las bases de futuros trabajos participativos entre las instituciones públicas, centros de investigación y ONG en materia de conservación.

El objetivo es conocer a cada socio, segmentarlo, establecer la mejor estrategia, mensajes, plan de acción y calendario. Para cada *público clave* y antes de pasar de una etapa a la siguiente debemos preguntarnos:

- ✓ ¿Tengo toda la información referente a los *públicos clave* de la etapa X? ¿Me conocen? ¿Les he contactado?
- ✓ ¿tengo su contacto? ¿le estoy manteniendo informado?
- ✓ ¿Qué percepción tienen de mi proyecto? positiva/negativa/neutra?
- ✓ ¿Qué objetivos de comunicación pretendo alcanzar con cada uno de ellos?
- ✓ ¿Qué estrategias debo desarrollar para consolidar esta relación?
- ✓ ¿Cuál debe ser el plan de acción para alcanzar los objetivos previstos y desarrollar la estrategia?

En la propuesta presentada a Bruselas en Julio de 2007 se detallaban unas acciones de comunicación (D1-D16), de orientación táctica y sin contextualización estratégica. En el presente plan estratégico se hace referencia a estas propuestas y, a modo orientativo, se incorporan algunos aspectos a mejorar y se añaden otras propuestas complementarias.

-*A priori*, y a falta de concretar, las acciones de comunicación se concentran en el año 2013 por lo que es necesario actualizar esta información y concretar fechas a fin de poder establecer un calendario real de actividades. **(Ver Anexo 6.8-Cronograma)**.

ACCIÓN	Cod.	Resp.	Fecha
Elaboración y coordinación de un plan de comunicación	D1	FB	Agosto 2009
Seminario informativo inaugural sobre el proyecto	D2	FB	Junio 2009
Campaña de comunicación con los medios	D3	FB	2009-2013
Página web	D4	FB	2009-2013
DVD Divulgativo	D5	Oceana	Finales 2012
Publicación sobre la Red Natura Marina en España	D6	WWF	2013
Publicaciones monográficas sobre cada uno de los lugares Natura 2000	D7	FB	30 Junio 2013
Publicación de artículos científicos en revistas especializadas	D8	Comité Científico	2010-2013 (trimestral)
Elaboración de un informe final de divulgación pública ("Informe Layman")	D9	FB	Finales 2013
Paneles descriptivos en lugares estratégicos	D10	FB	30/06/2013
Organización de seminarios informativos	D11	FB	2010-2013
Financiación de la Red Natura 2000 marina, orientación y taller	D12	WWF	30/04/2010
Boletín o newsletter sobre la Red Natura 2000 marina en España	D13	WWF	Semestrales (10 total)
Edición de un folleto sobre la red de ZEPA marinas en España	D14	SEO	30/09/2012
Educación ambiental orientada al sector extractivo del mar	D15	CEMMA	2009-2013
Diseño de una Formación continuada a las cofradías	D16	FB	Finales 2009

En el Plan se desarrolla una propuesta de actividades con el objetivo de ampliar y completar las aprobadas por la Comisión Europea en el marco del documento.

## Nomenclatura

Para los documentos de texto se establece la siguiente nomenclatura:

**Nombre del proyecto:** Inventario y designación de la Red Natura 2000 en Áreas Marinas del Estado español

**Acrónimo:** LIFE+ INDEMARES

**Red Natura 2000:** No Red Natura

**Áreas Marinas Protegidas:** siempre que se haga referencia como la figura de protección establecida en la Ley del Patrimonio Natural de la Biodiversidad. Se escribirá en mayúscula (para resaltar) y se puede utilizar AMP a nivel interno. El resto de figuras de protección se englobarán como **área protegida en el medio marino** o **espacio marino protegido**.

**Lugares de Importancia Comunitaria (LIC)**

**Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA)**

## Párrafo Institucional

Se acuerda utilizar en todas las comunicaciones el siguiente párrafo institucional:

El proyecto LIFE+ INDEMARES tiene como objetivo contribuir a la protección y uso sostenible de la biodiversidad en los mares españoles mediante la identificación de espacios de valor para la Red Natura 2000. Las actuaciones previstas en el marco del proyecto se desarrollan entre el 1 de enero de 2009 y el 31 de diciembre de 2013. Cuenta con un presupuesto de 15,4 millones de euros, cofinanciado por la Comisión Europea en un 50%.

Coordinado por la Fundación Biodiversidad, el proyecto tiene un enfoque participativo e integra el trabajo de instituciones de referencia en el ámbito de la gestión, la investigación y la conservación del medio marino: el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Medio Marino (a través de la Secretaría General del Mar), el Instituto Español de Oceanografía, el Consejo Superior de Investigaciones Científicas, ALNITAK, la Coordinadora para el Estudio de los Mamíferos Marinos, OCEANA, la Sociedad para el Estudio de los Cetáceos en el Archipiélago Canario, SEO/BirdLife y WWF España.

## Identidad Visual

El reconocimiento del apoyo proporcionado por la UE y la inclusión de los logotipos LIFE+ y Natura 2000 en todos los documentos y comunicaciones es requisito imprescindible para todas las acciones de comunicación.

Los logotipos del proyecto se presentan a continuación y para su correcto uso se deberá seguir el Manual Básico de Imagen y Comunicación del proyecto INDEMARES.

