



## PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

2011



▶ Arabako Foru Aldundia  
Diputación Foral de Álava  
▶

**hazi**

Landa eta itsas ingurunearen  
garapenerako Eusko  
Jaurlaritzaren Korporazioa

Corporación del Gobierno  
Vasco para el desarrollo  
del medio rural y marino

## Índice

---

1. Introducción.....	pág. 3
2. Objetivos de las acciones de comunicación .....	pág. 4
3. Destinatarios.....	pág. 5
4. Estrategia de comunicación .....	pág. 5
4.1 Fases.....	pág. 6
4.2 Mensajes .....	pág. 7
4.3 Herramientas de difusión .....	pág. 8
4.3.1 Imagen corporativa y manual de marca.....	pag. 8
4.3.2 Página Web .....	pág. 8
4.3.3 Tablones informativos .....	pág. 9
4.3.4 Material promocional .....	pág. 10
4.3.5 Informe Layman .....	pág. 10
4.3.6 Vídeo divulgativo.....	pág. 11
4.4 Medios de comunicación.....	pág. 11
4.5 Actividades didácticas de difusión.....	pág. 12
4.5.1 Itinerario didáctico .....	pag. 12
4.5.2 Cómic didáctico.....	pág. 13
4.6 Charlas, talleres y jornadas .....	pág. 14
4.6.1 Charlas informativas y de sensibilización .....	pág. 14
4.6.2 Taller de participación para ganaderos.....	pág. 15
4.6.3 Jornadas técnicas .....	pág. 15
4.7 Redes de trabajo.....	pág. 16
4.7.1 Red de trabajo en torno al pico mediano.....	pág. 16
4.7.2 Red de trabajo en torno a los quirópteros forestales.....	pág. 17
4.7.3 Red de trabajo en torno a la gestión de <i>Quercus pyrenaica</i> ....	pág. 17
5. Indicadores de seguimiento .....	pág. 18
6. Cronograma .....	pág. 19
7. presupuesto .....	pág. 20
8. Requerimientos del programa LIFE+ .....	pág. 20

## 1. Introducción

El propósito de este plan de comunicación es recopilar las distintas acciones que se van a desarrollar para dar a conocer el proyecto LIFE 'PRO-Izki', Gestión ecosistémica del marojal de Izki y de los hábitats y especies de interés comunitario con los que se relaciona, y las herramientas de difusión que se van a utilizar de cara a hacer llegar, a los distintos públicos objetivos, la finalidad que se persigue con la puesta en marcha de este proyecto. A lo largo de los tres años en los que estará operativo el LIFE 'PRO-Izki',



se irán implementando dichas acciones de comunicación para garantizar un flujo informativo regular y eficaz sobre los objetivos, las actuaciones y los resultados obtenidos, así como para conseguir el mayor impacto social posible.

A través de este plan, se pretende programar de forma estratégica y gestionar eficazmente las actividades y herramientas de comunicación del proyecto. También adaptar esta gestión a los requisitos que establece la Comisión Europea a través del instrumento de cofinanciación LIFE+ Naturaleza, que obliga a comunicar y difundir el proyecto a través de acciones claramente relacionadas con el objetivo del mismo, a mostrar siempre en un lugar visible el logotipo del LIFE y Natura 2000 y a mencionar el apoyo de la Unión Europea.

El documento del plan de comunicación se estructura en **seis epígrafes**:

- ▶ Objetivos de las acciones de comunicación
- ▶ Grupos de destinatarios
- ▶ Estrategia y herramientas de comunicación
- ▶ Presupuesto
- ▶ Cronograma
- ▶ Resultados esperados

Con todo ello, quedarán establecidos los criterios, políticas y estrategias de comunicación del proyecto para adecuar los distintos mensajes en función de los destinatarios, facilitando el conocimiento y la sensibilización de los mismos.

Las acciones de comunicación que se recogen en este plan irán encaminadas a informar al público destinatario sobre el problema medioambiental que se pretende

paliar a través de la puesta en marcha del LIFE 'PRO-Izki'. Pero no sólo se tratará de informar, sino también de orientar acerca de las medidas a adoptar y sensibilizar sobre la necesidad de conservar de forma favorable el Parque Natural de IZKI y todos los hábitats y especies, algunas de interés comunitario, que se encuentran en esta zona.

## 2. Objetivos de las acciones de comunicación

El objetivo general del proyecto LIFE 'PRO-Izki' es restaurar y conservar, a largo plazo y en un estado favorable, el marojal de Izki y todos los hábitats y especies de interés comunitario y regional que interaccionan en este ecosistema. Hay que tener en cuenta que, a pesar de su declaración como Parque Natural y su progresiva revalorización como lugar de ocio, tanto la población local como los visitantes desconocen los valores naturales de este espacio de la Red Natura 2000.

Existe una falta de concienciación local y social acerca de la necesidad de conservación de las especies y hábitats de interés del LIC/ZEPA Izki, por lo que es necesario realizar un esfuerzo de sensibilización para lograr actitudes favorables a la conservación.

Por otro lado, existen administraciones públicas, empresas y asociaciones directamente relacionados con el uso y gestión de Izki, para los que se plantean actividades especiales de comunicación.

En base a todo lo anterior, los **objetivos generales** del Plan de Comunicación y Difusión del proyecto LIFE 'PRO-Izki' son los siguientes:

- ▶ Dar a conocer la finalidad del proyecto y los motivos de su puesta en marcha, así como divulgar los avances y los resultados obtenidos.
- ▶ Concienciar a la población local acerca de la necesidad de una gestión adecuada de los recursos de Izki, sobre todo a nivel ganadero, acorde con los objetivos de conservación del lugar.



- ▶ Implicar a todas las entidades locales y organismos con intereses en el LIC/ ZEPA Izki en la gestión del lugar, para garantizar la conservación de sus valores naturales a largo plazo.
- ▶ Aumentar el conocimiento y concienciación de la sociedad en torno a la importancia ecológica de Izki en particular y la red Natura 2000 en general.
- ▶ Impulsar la comunicación con grupos de trabajo supra-regionales y redes de intercambio que tengan intereses relacionados con los elementos de conservación del LIC/ZEPA Izki.

### 3. Grupos de destinatarios

Los grupos de destinatarios de la información del LIFE 'PRO-Izki' varían en función de su cercanía e intervención en el área objeto del proyecto. También se debe tener en cuenta la comunicación con grupos de trabajo y redes de intercambio con intereses comunes, de cara a que el conocimiento generado gracias al proyecto pueda servir para el desarrollo de acciones en otras regiones europeas con circunstancias similares.

En concreto, podemos establecer los siguientes **grupos de destinatarios**:

- ▶ Agentes **implicados directamente** en el uso y gestión de IZKI y **habitantes del entorno**. Su implicación es fundamental para el desarrollo sostenible de la zona.
  - Ganaderos
  - Patronato Parque Natural Izki
  - Asociaciones y entidades locales
  - Población local
  - Visitantes y usuarios
- ▶ Destinatarios **generales**
  - Sociedad en general
  - Medios de comunicación
- ▶ Grupos de trabajo con **intereses similares**
  - Pico mediano
  - Quirópteros
  - *Quercus pyrenaica*

### 4. Estrategia de comunicación

Los tres puntos anteriormente comentados forman los pilares de la estrategia de comunicación y difusión, en la que se realizará una adecuación coherente de las herramientas y los mensajes a difundir con los objetivos y los grupos a los que se dirigen. De esta manera, determinadas acciones se dirigirán de forma específica a algunos de los grupos, pero otras serán comunes para el conjunto. La relación entre objetivos, grupos destinatarios y mensajes/herramientas es la siguiente:



Acciones		Destinatarios					
		Ganaderos	Población local	Visitantes y usuarios	Destinatarios generales		Otros proyectos
					Sociedad	Medios	
D.1	Imagen corporativa	X	X	X	X	X	X
D.1	Folleto	X	X	X	X	X	X
D.1	Página Web	X	X	X	X	X	X
D.1	Tablones informativos	X	X	X			
D.1	Informe divulgativo	X					X
D.1	Video divulgativo		X	X			X
D.1	Artículos y notas de prensa				X	X	X
D.1	Ruedas de prensa				X	X	
D.2	Itinerario didáctico		X	X	X		
D.3	Cómic didáctico				X*		
D.4	Charlas informativas		X				
D.5	Taller participativo	X					
D.6	Jornadas técnicas						X
E.5 E.6	Redes de trabajo						X

\* Estudiantes de la ESO: 12-16 años

Estas acciones de comunicaciónn podrán tener un carácter variable en el tiempo. Algunas se llevarán a cabo a lo largo de toda la duración del proyecto y otras se desarrollarán en momentos puntuales.

#### 4.1 Fases

Se establecen a tal efecto tres fases para el cumplimiento de este plan de comunicación y sus acciones:

**Fase de lanzamiento:** momento en el que se dará a conocer el proyecto y los objetivos que persigue (imagen corporativa, página Web, nota de prensa, presentación pública, folleto, reuniones con agentes de la zona,...)

**Fase de desarrollo:** evolución de las acciones del proyecto, objetivos realizados (página Web, notas y ruedas de prensa, material divulgativo, tablones informativos, charlas, talleres...)

**Fase de clausura:** resultados finales (página Web, jornada técnica, informe Layman, notas y rueda de prensa, plan post-life...)

## 4.2 Mensajes

Los mensajes deberán ser claros y divulgativos, recordarán los objetivos que se persiguen a través del proyecto y describirán los beneficios que se van a generar en la zona de actuación de cara a fomentar el interés y la sensibilización de la opinión pública con respecto al proyecto. Se debe transmitir una información transparente e institucional de las intervenciones previstas.

Por ello, se seleccionará un mensaje clave para cada público objetivo y cada soporte en base a la siguiente tabla:

Información a difundir	Mensaje	Herramienta
Proyecto para la conservación de IZKI	"La Diputación Foral de Álava, con la contribución del instrumento financiero LIFE de la Comunidad Europea, pone en marcha un proyecto para garantizar a largo plazo la conservación del Parque Natural de Izki".	Notas de prensa, Web, folleto, carteles, video...
IZKI, un espacio de interés especial	"Izki, integrado en la Red NATURA 2000 europea, constituye un enclave único en el que se integran distintos ecosistemas y especies, algunas de ellas de interés comunitario, formando un espacio inestimable para la conservación de la biodiversidad".	Notas de prensa, Web, folleto, carteles, video, cómic...
Necesidad de ejecución de las acciones programadas	"La no ejecución de un proyecto como el LIFE PRO Izki puede suponer la desaparición progresiva de los hábitats y especies más vulnerables y el deterioro y minimización de aquellos hábitats y especies con importantes representaciones en la zona".	Notas de prensa, Web, folleto, carteles, herramientas divulgativas...
Un espacio para todos	"Es necesario incorporar en la gestión del monte de manera compatible con la conservación de los valores naturales del lugar, los intereses sociales, turísticos y económicos de la zona, así como los usos tradicionales del bosque: ganadería, obtención de madera, producción de miel...".	Notas de prensa, Web, carteles, charlas informativas, talleres participativos...
Conoce Izki	"Izki es un enclave con una especial riqueza naturalística, y enormes valores paisajísticos, forestales, patrimoniales y de presencia de especies emblemáticas. Descubre su magia".	Notas de prensa, itinerario didáctico, folleto asociado al itinerario, cómic
Compartir experiencias	"Los resultados obtenidos serán puestos en común para el debate y el intercambio de experiencias con agentes relacionados con el uso, gestión y conservación de hábitats y especies objetivos del proyecto, de cara a que puedan servir de base para el desarrollo de actuaciones en otras regiones".	Jornadas técnicas, redes de trabajo, memoria final

## 4.3 Herramientas de difusión

Para hacer llegar al público la información de forma coherente con los intereses de comunicación del proyecto, se han seleccionado las siguientes herramientas de difusión, que serán definidas, diseñadas y producidas en función del mensaje a transmitir y de los destinatarios:

### 4.3.1 Diseño de imagen corporativa y manual de marca

A pesar de que esta acción de comunicación no se encuentra contemplada en los presupuestos del proyecto, es importante disponer de una imagen que transmita una apariencia homogénea y estandarizada del mismo en las aplicaciones gráficas que se desarrollen.

La implantación de una marca individualizada representará y diferenciará al proyecto, al tiempo que le ayudará a posicionarse entre el público objetivo. El uso de esa marca hará que se produzca un reconocimiento rápido por la familiarización con los iconos y las palabras a ella asociadas.

Se establecerá un logotipo sencillo, una tipografía y unas pautas cromáticas a aplicar en todas las acciones de comunicación. El manual de marca se añadirá a este plan de comunicación a través de un anexo.

### 4.3.2 Creación de una página Web 2.0

Se desarrollará al inicio del proyecto y será una herramienta clave para su difusión. La página Web del 'LIFE PRO-Izki' será dinámica e irá evolucionando progresivamente, al mismo tiempo que lo haga el proyecto. Además de contener información directa sobre los objetivos, las acciones y los resultados que se vayan obteniendo, servirá como herramienta de difusión de otros materiales divulgativos, como folletos, publicaciones, imagen corporativa, etc. También se utilizará para convocar a actos y eventos y facilitar el acceso de los medios de comunicación a la información disponible.



El objetivo es crear una Web atractiva, que haga justicia y represente la riqueza naturalística de Izki e invite a solidarizarse con la conservación de este entorno único. Se dará especial importancia a las imágenes de la zona y de las especies de interés comunitario contempladas en el proyecto, así como a las acciones que se van a desarrollar para conservarlas.

Para ampliar el número de posibles usuarios de la Web, se propone crear enlaces a la misma desde las páginas de las distintas instituciones y entidades con intereses en este proyecto y en el Parque Natural de Izki: Diputación Foral de Álava, IKT, entidades locales, ayuntamientos, juntas, red de parques naturales...



Esta Web 2.0 se plantea también como un espacio de comunicación abierto y como un punto de encuentro para los grupos de trabajo en los que se va a participar a través de este proyecto, así como lugar para compartir estudios y documentos con participantes en otros proyectos que persigan intereses similares.

Los contenidos serán como mínimo los siguientes:

- ▶ Información general del proyecto: objetivos, acciones...
- ▶ Especies de interés contempladas en el proyecto
- ▶ Novedades
- ▶ Archivo de documentos
- ▶ Archivo fotográfico
- ▶ Publicaciones
- ▶ Explicación sobre los proyectos LIFE
- ▶ Enlaces de interés: CE, LIFE, Natura 2000, Parque Natural Izki, etc

Todos los contenidos se publicarán en castellano, euskera e inglés, a excepción de los informes técnicos, estudios y trabajos, que aparecerán en su idioma de origen.

La Web será anunciada públicamente en las presentaciones oficiales del proyecto y aparecerá en todos los soportes que se utilicen para su difusión. Tras la finalización del LIFE PRO-Izki, la página seguirá operativa un mínimo de cinco años para recoger aquellas acciones posteriores que se realicen.

LIFE 'PRO-Izki' contará también con una cuenta en Facebook y un perfil en Twitter para compartir información y novedades y abrir el proyecto a la participación de todas las personas interesadas.

#### **4.3.3 Tablones informativos**

Durante el periodo de vigencia del proyecto, se van a diseñar y construir 11 tablones informativos que serán colocados en las zonas de actuación. Estos tablones contendrán datos generales sobre el proyecto y, cada uno de ellos, informará de forma especial sobre las acciones llevadas a cabo en los puntos donde están ubicados y los resultados obtenidos.

Los carteles estarán expuestos en lugares estratégicos y serán fácilmente visibles. Algunos de ellos harán también referencia a los problemas concretos que suponen ciertas actitudes humanas para la conservación ecológica de la zona.

El objetivo de esta herramienta de información es explicar con claridad y de forma sencilla a la población local y a los visitantes del Parque, qué se está haciendo y por qué para lograr su implicación y sensibilización con los aspectos de conservación del espacio.



Los tablones se irán construyendo progresivamente y de forma paralela a la puesta en marcha de las acciones sobre las que informan. En algunos casos, y según se vaya desarrollando el proyecto, la información podrá ser actualizada.

#### 4.3.4 Material promocional

El material promocional del proyecto se compone de folletos y otros soportes de papelería, como carpetas, banners o etiquetas, que se utilizarán en talleres, eventos, actos oficiales y para marcar distintos materiales del proyecto.

Concretamente, se realizarán dos folletos:

- ▶ Un folleto general con información sobre el proyecto
- ▶ Un folleto explicativo sobre el itinerario didáctico

Los folletos incluirán los logos del proyecto, los socios, LIFE+ y Natura 2000; un resumen general del proyecto, objetivos y acciones; resultados esperados y detalles de la actividad a la que se destinan.

#### 4.3.5 Informe divulgativo Layman

Al final del proyecto, se elaborará un informe divulgativo en el que se recogerán los aspectos más importantes relacionados con el proyecto: problemas a resolver, objetivos, acciones, resultados...

Este trabajo se publicará en un documento de tamaño A5, de unas 8-12 páginas, impreso a cuatro tintas y en papel reciclado. Tendrá una tirada de 1.000 ejemplares en castellano, 1.000 en euskera y 100 en inglés.

Su distribución se realizará a través de las instalaciones del Parque Natural de Izki, los centros sociales y ayuntamientos de los municipios implicados. También se repartirá en el seminario final y en aquellos eventos que se celebren después de su publicación.

El informe divulgativo tendrá una versión en formato PDF que estará disponible en la página Web.

#### 4.3.6 Vídeo divulgativo

Entre los materiales previstos para difundir el proyecto 'LIFE PRO-Izki' se encuentra un vídeo divulgativo que mostrará los rincones más valiosos del LIC/ZEPA Izki y la biodiversidad a ellos asociada. Se tratará de poner en valor, sobre todo, los hábitos y especies que son menos conocidos y menos emblemáticos, para que sean más apreciados y valorados por la sociedad.

Para ello, se plantea un vídeo de unos 10 minutos de duración, grabado en castellano, euskera e inglés, en el que se hará hincapié en la necesidad de poner en marcha acciones como las desarrolladas en este proyecto para seguir disfrutando de nuestro medio natural.

El lenguaje será claro, conciso y fácil de entender, de cara a abarcar a un amplio abanico de público, tanto por la edad como por los conocimientos que puedan tener sobre el tema.

El vídeo se grabará durante el primer año de proyecto y se realizarán 100 copias, que serán repartidas entre distintos colectivos de la zona, incluidos colegios, ayuntamientos y asociaciones. Además, se utilizará como material informativo en el centro de acogida de visitantes del Parque Natural de Izki y se colgará en la página Web del proyecto.

#### 4.4 Medios de comunicación

El trabajo con los medios de comunicación es necesario para lograr una mayor difusión y atraer la atención social sobre el proyecto y las acciones que contempla. Es importante aprovechar la influencia que tienen estos medios en la población para dar a conocer el patrimonio natural que nos rodea, la importancia de conservarlo y como trabajando de forma local se logran objetivos de conservación a nivel global.

Se prevé trabajar con medios de información general, a nivel regional y local, y con algunos especializados, utilizando en ambos casos un lenguaje fácil de entender, recursos gráficos que dinamicen los textos y datos que completen la información.

##### ► Notas de prensa

Se prevé el envío de cinco notas de prensa, tanto a medios escritos como audiovisuales. La primera de ellas coincidirá con el anuncio de la puesta en marcha

del proyecto. La realización de eventos, charlas o talleres puede también generar información susceptible de ser enviada a los medios de comunicación.

#### ► **Ruedas de prensa**

Se convocarán dos ruedas de prensa, una de lanzamiento del proyecto y otra de clausura, a las que se invitará tanto a los grupos de interés de la zona como a los medios de comunicación.

#### ► **Artículos en revistas especializadas**

Se elaborarán artículos sobre el proyecto previamente acordados para enviar a medios escritos especializados cada vez que se produzcan acciones relevantes.

A través de estas notas de prensa, ruedas de prensa y artículos, se espera generar un mínimo de 20 apariciones en medios. Todas estas acciones de comunicación harán referencia a la financiación europea del proyecto a través del LIFE+ e incluirán la dirección Web del proyecto para ampliar la información.

### **4.5 Actividades didácticas de difusión**

Las actividades didácticas de difusión permiten crear contextos más amplios de comunicación y aprendizaje y son un buen recurso para hacer llegar la información a los destinatarios de forma agradable y atractiva. Al requerir cierto grado de implicación, generan empatía con el mensaje que se trasmite y esto, a su vez, dota de eficacia al proceso de comunicación.

El proyecto 'LIFE+ PRO-Izki' contempla el desarrollo de dos acciones de comunicación de carácter didáctico: el acondicionamiento de un itinerario que muestre los valores de la zona y la realización de un cómic para estudiantes de Secundaria.

#### **4.5.1 Itinerario didáctico**

Está previsto el acondicionamiento de un itinerario didáctico que permita observar los valores del marojal como ecosistema forestal y hábitat de distintas especies, entre ellas el pico mediano. También mostrará algunas de las actuaciones puestas en marcha durante el proyecto, incluidas las balsas de agua que se van a construir para cubrir las necesidades de anfibios y quiropteros que habitan la zona.

Debido a que el área a cubrir es amplia, por lo que el recorrido puede resultar demasiado largo para algunos visitantes, se plantea la realización de dos itinerarios más cortos, con posibilidad de recorrerlos también de forma conjunta. Uno de ellos se centrará en mostrar las zonas del marojal y el otro permitirá la observación de las nuevas balsas.



El recorrido estará dotado de señales con pautas de orientación para los visitantes e información sobre los recursos naturales de puntos concretos del itinerario, lo que facilitará la interpretación del paisaje, del territorio y de la biodiversidad a ellos asociada.

Además, se elaborarán folletos con la descripción del recorrido, que incluirán también una breve reseña sobre el proyecto, sus objetivos principales y las acciones más destacadas. Los visitantes tendrán también la posibilidad de utilizar alguno de los 20 prismáticos que se van a adquirir con financiación del proyecto.



El contacto directo con el entorno, el medio y, por lo tanto, la realidad de la zona, fomentará la profundización del conocimiento de los visitantes y de los habitantes del lugar sobre los problemas que afectan a Izki y las posibilidades de conservación. La realización del itinerario servirá para concienciar en torno a la necesidad de mantener los valores naturales de Izki en particular y de las zonas de la red Natura 2000 en general.

No hay que olvidar tampoco que este tipo de actividad constituye un recurso educativo de gran importancia, ya que es propicia para ser realizada de forma colectiva. El itinerario didáctico de Izki atraerá posiblemente a un buen número de familias y de grupos de escolares, con lo que se fomentará también la sensibilización con los temas medioambientales de las nuevas generaciones.

El itinerario didáctico de Izki se pondrá en marcha durante la primavera y el verano de 2013.

#### 4.5.2 Cómico didáctico

La educación ambiental es fundamental para dar a conocer los valores naturales y para fomentar comportamientos respetuosos con el medio, sobre todo entre los más jóvenes. Pero todo aprendizaje requiere un esfuerzo y es importante encontrar una herramienta que facilite el conocimiento de esos valores a un público no siempre dispuesto a mirar a su alrededor.

Para explicar los procesos de interacción ecológica que se producen en Izki a los adolescentes, se ha elegido el cómic, una herramienta singular que, al valerse de imágenes para transmitir contenidos, ayuda a que los más jóvenes no se sientan inhibidos por la lectura. Como medio de entretenimiento, resulta ameno, de rápida y cómoda lectura, tiene dibujos expresivos y narra historias. Como medio de persuasión, transmite valores éticos y es capaz de crear una conciencia crítica y una empatía con los personajes y las situaciones que aparecen reflejadas.

El bosque, los enclaves húmedos y sus habitantes, el pico mediano, el murciélago de Bechstein y la rana ágil, serán los protagonistas del cómic. A través de él, se explicará que en la naturaleza todo está interrelacionado, que unas especies dependen de la existencia de otras y de su entorno, por lo que es necesario conservarlas a todas.

Tanto por el formato como por el contenido que se pretende incluir, se considera que este trabajo debe estar destinado a los estudiantes de Enseñanza Secundaria (ESO), que tienen entre 12 y 16 años. Se realizarán 5.000 copias, en euskera y castellano, que se repartirán, preferentemente, entre el alumnado alavés. El cómic se elaborará entre los nueve primeros meses de 2013, para que esté disponible en el curso académico 2013-2014.

Con esta acción de comunicación, se pretende llegar al 100% de los estudiantes de Secundaria de Álava. Además, estará disponible en la página Web del proyecto para que cualquier persona interesada pueda acceder a él.

## 4.6 Charlas, talleres y jornadas

Dentro de las acciones programadas para dar a conocer el proyecto, se contemplan distintas presentaciones presenciales para informar directamente a la población del entorno de Izki sobre los esfuerzos que se están realizando para la conservación de los hábitats y especies objetivos del 'LIFE+ PRO-Izki'.

### 4.6.1. Charlas informativas y de sensibilización

Con estas charlas, se pretende invitar a los habitantes de la zona a conocer con mayor profundidad el patrimonio natural de su entorno y lograr su implicación en la conservación del mismo a largo plazo.

Se contempla un ciclo de 4 charlas temáticas, complementarias entre sí, que abordarán aspectos generales referidos a la Red Natura 2000 y a Izki, como LIC y ZEPa. Se presentarán los trabajos que se están desarrollando en la zona y, además, se pretende contar con la colaboración de representantes de otros proyectos LIFE con objetivos similares que se han puesto en marcha en distintas regiones europeas.

La organización de varias charlas relacionadas entre sí ofrecerá una visión más amplia de todas las acciones que se llevan a cabo a través de este proyecto. Además, al realizarlas en distintas localidades, se aumenta la cuota de potenciales participantes y, con ello, la posibilidad de generar una mayor implicación en la conservación futura de Izki.

#### 4.6.2. Taller de participación para ganaderos de Izki

La actividad ganadera en Izki es, por una parte, un factor necesario para la conservación de la zona y, por otra, se ha convertido en una presión que pone en riesgo la continuidad de algunos hábitats. Por ello, es fundamental que los ganaderos conozcan y compartan los objetivos de conservación del proyecto 'LIFE+ PRO-Izki'.



Con este fin y de forma complementaria a las charlas descritas en el apartado anterior, se plantea la celebración de un taller destinado a los ganaderos que utilizan Izki como zona de pasto para sus reses. A través de este taller, se pretende conocer y aclarar dudas e inquietudes sobre cómo afectará a este colectivo la declaración de Izki como ZEC. También se recogerán sus propuestas e ideas para lograr una gestión sostenible del lugar de

para que la actividad ganadera sea compatible, e incluso necesaria, con los objetivos de una conservación favorable a largo plazo.

#### 4.6.3. Jornadas técnicas sobre el proyecto

Una vez concluidos los trabajos previstos en el proyecto, se celebrarán unas jornadas técnicas en las que se realizará un repaso a los motivos que impulsaron su puesta en marcha, su filosofía, los objetivos perseguidos y las acciones llevadas a cabo, así como un adelanto de la futura gestión de la zona.

Tendrán especial protagonismo los resultados obtenidos con las acciones desarrolladas durante el proyecto relativas a la adecuación de las zonas boscosas para el pico mediano, la influencia de la ganadería en la conservación de los hábitats higroturbosos y a las experiencias de germinación *ex situ* y reintroducción de *\*Rhynchospora fusca* en el medio.

Estas jornadas se contemplan como el marco idóneo para reunir a un elenco de expertos internacionales en distintos temas de conservación de cara a debatir e intercambiar experiencias en torno a las técnicas fundamentales del proyecto. Además, estarán invitados los responsables de los grupos con los que los socios se relacionan en el ámbito de este proyecto, por lo que se podrán establecer nuevas relaciones e in-

corporar entidades a las tres redes de trabajo: pico mediano, quirópteros y \**Quercus pyrenaica*.

Las jornadas se desarrollarán durante dos días y contarán con servicios de traducción para que todos los asistentes puedan comprender los contenidos presentados. Todas las ponencias que se presenten estarán disponibles en la página Web del proyecto.

## 4.7 Redes de trabajo

La Comisión Europea impulsa la creación de grupos de trabajo como herramienta para el intercambio, la puesta en común y la creación de sinergias entre distintos especialistas y entidades, de manera que se aúnen esfuerzos y que las actuaciones desarrolladas a nivel local puedan repercutir a nivel global. Este tipo de colaboración es también fundamental a la hora de establecer medidas de gestión de las especies y sus hábitats.

Relacionado con el desarrollo del proyecto LIFE+ PRO-IZKI, se establecerán tres redes de trabajo. Además, se pretende que estos tres grupos establezcan una relación y colaboración entre sí, ya que se entiende que la interrelación ecosistémica entre hábitat y especies es inseparable a la hora de afrontar objetivos comunes de conservación.

### 4.7.1. Red de trabajo en torno al pico mediano

Antes de iniciar los trabajos para presentar la candidatura de este proyecto, la Diputación Foral de Álava, a través de IKT, fue invitada a participar en un grupo de trabajo sobre el pico mediano (\**Dendrocopos medius*) en la Cordillera Cantábrica. Este grupo fue constituido en 2009 por instituciones públicas (Junta de Castilla y León, Gobierno de Cantabria, Junta del Principado de Asturias, Organismo Autónomo Parques Nacionales) y científicas (Universidad de Palencia, Centro Tecnológico Forestal de Cataluña).

El principal objetivo de este grupo es la redacción y edición de un libro que sintetice y describa la situación actual de las poblaciones de pico mediano en el ámbito ibérico, caracterice su hábitat y las influencias sobre el mismo que pueden condicionar su evolución, y genere un manual de conservación con propuestas de manejo orientadas a revertir las amenazas que sufre.

Tanto la Diputación Foral de Álava como IKT, socios del proyecto 'LIFE+ PRO-Izki', forman parte de dicho grupo de trabajo. Con este proyecto se pretende impulsar la participación activa de ambas entidades en el grupo, incluso más allá de la propia elaboración del libro.





Se prevé organizar, al menos, dos reuniones de este grupo de trabajo en Izki durante la vida del proyecto: una a lo largo del primer año, para informar sobre las acciones que se van a poner en marcha, y otra al final, para presentar los resultados obtenidos.

#### 4.7.2. Red de trabajo en torno a los quirópteros forestales



Impulso y participación en una red de expertos y técnicos de distintas regiones en torno a los murciélagos forestales. Se espera que de esta red, además del intercambio de datos e información, surjan nuevas colaboraciones en proyectos de investigación y conservación e, incluso, se puedan establecer unas pautas óptimas de gestión para la conservación de estos quirópteros.

A lo largo del período de duración del proyecto, está prevista la realización de, al menos, dos reuniones técnicas en torno a los quirópteros forestales con diversos expertos y técnicos responsables de otros proyectos, LIFE y no LIFE, entre cuyos objetivos se encuentre la conservación de los murciélagos forestales.

En este sentido, se ha establecido ya un primer contacto con los responsables del proyecto LIFE04/NAT/E/000043 de la Junta de Extremadura, aunque no se desestima la incorporación de otros proyectos a esta red de trabajo. Las dos reuniones de grupo que se van a realizar servirán, además de para intercambiar información y experiencias, para establecer puntos de interés comunes que sirvan de partida a futuras colaboraciones en proyectos de investigación y conservación de estos mamíferos, todavía escasamente valorados por la sociedad.

La primera de las reuniones se celebrará durante el verano de 2013 y la segunda coincidiendo con las Jornadas Técnicas del final de proyecto.

#### 4.7.3. Red de trabajo en torno a la gestión de *Quercus pyrenaica*

Establecimiento de una red de trabajo que refuerce las relaciones, el intercambio y la puesta en común entre diversos expertos y técnicos de otros proyectos no LIFE cuyo objetivo es la gestión forestal de los marojales (hábitat 9230). Se ha contactado con los responsables del Departamento de Investigación y Experimentación Forestal de Valonsadero de la Junta de Castilla y León así como con los responsables de Área de I+D del CESEFOR (Centro de Servicios y Promoción Forestal y de su Industria de Castilla y León), aunque no se desestima la incorporación de otros socios.



Se pretende que esta red incorpore puntos de vista novedosos (al menos para los socios de este proyecto) y que se trabaje con criterios de gestión forestal al servicio de objetivos de conservación relacionados con la fauna que utiliza estos ecosistemas.

La primera reunión se celebrará durante la segunda mitad de 2012 y, la segunda, durante el último año, aunque las relaciones de intercambio serán continuadas durante todo el proyecto.

## 5. Indicadores de seguimiento

Se realizará un seguimiento y evaluación del grado de impacto de las acciones de comunicación que aparecen en este plan para medir la eficacia de las mismas. El procedimiento de supervisión se basará en los indicadores y fuentes de verificación que se especifican a continuación:

Resultado esperado	Indicador de seguimiento	Fuente de verificación
Concienciación de la población local y de los ganaderos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de participantes en las charlas y talleres</li> <li>Implicación de los colectivos locales en la gestión y conservación de Izki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Charlas y talleres celebrados y asistencia</li> <li>Evaluación de las charlas y talleres por los participantes</li> </ul>
Implicación de las entidades con intereses en Izki	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implicación de los colectivos locales en la gestión y conservación de Izki</li> <li>Actitud positiva hacia las actuaciones de conservación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en las reuniones del Comité de Pilotaje</li> <li>Colaboración en la puesta en marcha de las acciones del proyecto</li> </ul>
Concienciación de la sociedad acerca del valor natural de Izki y la Red Natura 2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto de las distintas acciones de comunicación puestas en marcha</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitas a la Web</li> <li>Descargas de documentos</li> <li>Copias de vídeo repartidas</li> <li>Visitantes al itinerario</li> <li>Inscripciones en charlas, talleres y jornadas</li> <li>Apariciones en medios</li> </ul>
Participación en grupos de trabajo suprarregionales y redes de intercambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de redes de trabajo en las que se participa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Número de reuniones entre entidades de cada red</li> <li>Trabajos en común puestos en marcha o proyectados</li> </ul>

## 6. Cronograma

En este apartado, se presenta el cronograma de puesta en marcha de las acciones de comunicación del 'LIFE PRO-Izki'. Algunas se desarrollarán en momentos puntuales, para apoyar actividades concretas, y otras se prolongarán a lo largo de todo el proyecto. A continuación, parece el cuadro con las fechas contempladas para el arranque de las actuaciones. Aunque se ha aprobado una prórroga de 9 meses, el cronograma abarca hasta finales de 2014, fecha prevista en un inicio para la conclusión del proyecto.

		CRONOGRAMA															
Acciones		2011	2012				2013				2014						
		IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV			
D.1	Plan de comunicación	■															
D.1	Imagen corporativa	■	■														
D.1	Página Web	■	■														
D.1	Folleto		■														
D.1	Tablones informativos			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
D.1	Informe divulgativo															■	
D.1	Video divulgativo			■	■												
D.1	Material promocional			■				■							■		
D.1	Ruedas de prensa		■													■	
D.1	Artículos y notas de prensa		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
D.2	Itinerario didáctico							■	■								
D.3	Cómic didáctico							■	■	■							
D.4	Charlas informativas					■		■	■								
D.5	Taller para ganaderos			■	■	■											
D.6	Jornadas técnicas															■	
E.4	Red de trabajo pico mediano					■								■			
E.5	Red de trabajo quirópteros								■				■				
E.6	Red de trabajo marojales								■				■				

## 7. Presupuesto

El presupuesto previsto para llevar a cabo las acciones de comunicación del proyecto 'LIFE+ PRO-IZKI' es el siguiente:

<b>Presupuesto acciones de comunicación</b>			
D.1	Web proyecto	3.600 €	<b>TOTAL D.1 103.220 €</b>
D.1	Tablones informativos	44.000 €	
D.1	Informe divulgativo	7.500 €	
D.1	Vídeo divulgativo	36.000 €	
D.1	Personal	8.120 €	
D.1	Consumibles	4.000 €	
D.2	Itinerario didáctico	81.600 €	<b>81.600 €</b>
D.3	Cómic didáctico	29.000 €	<b>29.000 €</b>
D.4	Charlas informativas	4.400 €	<b>4.400 €</b>
D.5	Taller participativo	5.000 €	<b>5.000 €</b>
D.6	Jornadas técnicas	30.000 €	<b>30.000 €</b>
E.4	Grupo pico mediano	5.664 €	<b>5.664 €</b>
E.5	Grupo quirópteros	6.324 €	<b>6.324 €</b>
E.6	Grupo marojal	5.664 €	<b>5.664 €</b>
<b>TOTAL</b>			<b>270.872 €</b>

## 8. Requerimientos del programa LIFE+

En toda la documentación y los materiales de comunicación elaborados en el marco del proyecto se hará referencia a la ayuda financiera de la Unión Europea. Se incluirá en todos los casos el logotipo del programa LIFE+ y el de la red Natura 2000, tal y como establece el artículo 13 de las Disposiciones Comunes del programa para aquellos proyectos de la línea Naturaleza y Biodiversidad.



En la página Web del proyecto, los logotipos antes mencionados aparecerán al menos en la página principal. También se incluirán enlaces para acceder a la información sobre LIFE+ y la red Natura 2000 a través de sendos banners. Toda la documentación y los materiales llevarán también una referencia a la página Web del proyecto.

Siempre que sea posible, las noticias, novedades y materiales gráficos que se generen durante la vigencia del proyecto se enviarán al equipo de comunicación del programa LIFE para que sean incluidos en su página Web.

También se realizará un seguimiento en los medios de comunicación para conocer el grado de impacto de las notas de prensa y las distintas acciones de comunicación. Esta información será enviada a la Comisión.

Todos los bienes de equipo adquiridos en el marco del proyecto llevarán asimismo serigrafiado el logotipo del LIFE.

