

Título de la experiencia *

Campamento Tortuga



PROGRAMA
2020
SOCIEDAD

ÁREAS PROTEGIDAS

Categoría *

- General: miembros de EUROPARC-España
- General: otras entidades públicas y privadas
- Especial: adaptación al cambio climático

Ámbito territorial (área protegida, provincia, comunidad autónoma) *

Parque Natural de l'Albufera, Valencia, Comunidad Valenciana

Entidad responsable (promotora de la experiencia) *

XALOC, Asociación para el Estudio y Conservación del Entorno

CONTRIBUCIÓN AL PROGRAMA SOCIEDAD Y ÁREAS PROTEGIDAS

Línea de acción estratégica del Programa a la que contribuye a la experiencia *

- Integración de las áreas protegidas en el territorio: Iniciativas relacionadas con la conectividad
- Servicios de los ecosistemas para el bienestar humano: Iniciativas relacionadas con los beneficios para la salud y el bienestar social
- Transferencia del conocimiento científico para la gestión: Iniciativas de colaboración entre el ámbito académico y el de la gestión
- Comunicación estratégica para aumentar el apoyo social y político: Iniciativas de comunicación y educación para la sostenibilidad
- Diversificación de los modelos de gobernanza: Iniciativas que mejoren la participación social y los mecanismos de colaboración
- Diversificación de los modelos de financiación: Iniciativas de financiación con implicación privada
- Ambientalización de las políticas sectoriales: Iniciativas que incorporen criterios de sostenibilidad en distintas políticas sectoriales
- Responsabilidad global y cooperación internacional: Iniciativas que promuevan la mitigación y la adaptación al cambio climático

Explicación detallada de la contribución a la línea estratégica [máx 300 palabras] *

El Campamento Tortuga, además de su objetivo de cuidar y sacar adelante el mayor número de huevos que la tortuga marina ha puesto en el litoral valenciano, es una potente herramienta de comunicación y educación ambiental.

Alrededor de los cuidados necesarios del nido de tortuga se organizan una serie de acciones divulgativas y educativas, con los objetivos de que la población conozca que hay tortugas marinas en el Mediterráneo y cómo, desde nuestra vida diaria como ciudadanos u organizaciones, podemos colaborar en su conservación:

- Campamento de voluntariado para cuidar el nido las 24h del día con la participación de 90 voluntari@s.
- Ciclo de Conferencias "Diálogos con la Mar" con el objetivo de mostrar los tesoros que todavía esconden nuestros mares. Inaugurado por Joaquín Araujo constó de 4 sesiones, con 8 ponentes y una asistencia de 260 personas.
- Campaña divulgativa
 - o Redes sociales. Las diferentes publicaciones sobre el Campamento Tortuga obtuvieron un alcance total de 233.069 personas (186.296 en Facebook y 46.773 en Instagram). Los mayores picos fueron en los posts del inicio del campamento y nacimiento de las tortugas, con más de 80.000 personas.
 - o Medios de comunicación: El Campamento Tortuga 2019 obtuvo un total de 24 apariciones en medios de comunicación: 6 en radio, 15 en prensa y 3 en televisión. Estas apariciones han tenido una audiencia potencial de más de 1.800.000 personas. Principalmente gracias a la cobertura del campamento por parte de la Cadena SER (con la emisión en directo del programa de La Ventana de Carles Francino desde el Parador de El Saler), Levante EMV y À Punt.

Por lo tanto, el Campamento Tortuga 2019 ha conseguido llegar a más de 2 millones de personas.

DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Situación de partida [máx 300 palabras] *

Escaso conocimiento por parte de la ciudadanía valenciana (y española) de la presencia de animales como las tortugas marinas, delfines o ballenas en el mar Mediterráneo

Objetivos de la experiencia [máx 300 palabras] *

Los objetivos del Campamento Tortuga son la custodia del nido de tortuga marina durante las 24 horas para asegurar al máximo el éxito de la nidificación en playa; y la concienciación y sensibilización ambiental de uno de los entornos más desconocidos para la población: la mar Mediterránea.

Acciones desarrolladas [máx 300 palabras] *

- Campamento de voluntariado para cuidar el nido las 24h del día con la participación de 90 voluntari@s.
 - Ciclo de Conferencias “Diálogos con la Mar” con el objetivo de mostrar los tesoros que todavía esconden nuestros mares. Inaugurado por Joaquín Araujo constó de 4 sesiones, con 8 ponentes y una asistencia de 260 personas.
 - Campaña divulgativa
 - o Redes sociales. Las diferentes publicaciones sobre el Campamento Tortuga obtuvieron un alcance total de 233.069 personas (186.296 en Facebook y 46.773 en Instagram). Los mayores picos fueron en los posts del inicio del campamento y nacimiento de las tortugas, con más de 80.000 personas.
 - o Medios de comunicación: El Campamento Tortuga 2019 obtuvo un total de 24 apariciones en medios de comunicación: 6 en radio, 15 en prensa y 3 en televisión. Estas apariciones han tenido una audiencia potencial de más de 1.800.000 personas. Principalmente gracias a la cobertura del campamento por parte de la Cadena SER (con la emisión en directo del programa de La Ventana de Carles Francino desde el Parador de El Saler), Levante EMV y À Punt.
-

Resultados obtenidos [máx 300 palabras] *

El Campamento Tortuga 2019 ha conseguido llegar a más de 2 millones de personas.

Innovación que aporta (metodológica, social, tecnológica...) [máx 300 palabras] *

La comunicación ambiental en el mundo del conservacionismo se ha basado, en muchas ocasiones, en la transmisión de noticias negativas (desastres naturales) y en el mensaje de que el receptor del mensaje es responsable de la degradación ambiental.

Desde Xaloc, hemos intentado cambiar el enfoque comunicativo para que sea más eficiente y eficaz en el objetivo final: la implicación de la sociedad civil en la conservación de la naturaleza.

Cómo lo hemos hecho? Acudiendo a la evidencia, más allá de nuestra experiencia personal. Así pues, a partir de los diferentes estudios sobre neurociencia hemos visto que para que nuestro cerebro se “interese” por algún mensaje exterior hay diferentes estrategias que se pueden utilizar:

- Evitar los mensajes previsibles. Cuando el cerebro nota que el mensaje exterior es el que ha sido siempre tiende a desconectar. Así que en Xaloc, hemos intentado sorprender al destinatario de nuestras acciones con mensajes y formas de comunicar diferente utilizando la música, los sentimientos, el teatro, etc.
 - Utilizar el humor. A nuestro cerebro le encanta el humor y el “buen rollo”, así que, dentro de la gravedad de la emergencia medioambiental que vivimos, hemos intentado utilizar el humor y crear buen ambiente en nuestras acciones.
 - Experiencias directas. Hemos creado espacios para que los participantes en el campamento y en las diferentes acciones paralelas, puedan vivir experiencias únicas, vivenciales y prácticas.
 - Colaboración. Por último, la neurociencia nos indica que a nuestros cerebros les atrae trabajar en colaboración con otros cerebros, así que con el Campamento hemos ofrecido tanto a personas como a entidades, colaborar activamente en la conservación de las tortugas marinas
-

Beneficiarios y destinatarios del proyecto [máx 300 palabras] *

Tanto los beneficiarios y destinatarios del Campamento Tortuga ha sido la población general, tanto de la Comunidad Valenciana, como del resto de España

¿Cuántas entidades han participado? *

- 2 entidades
- Entre 3 y 5 entidades
- Más de 5 entidades

Entidades implicadas *

- Área protegida, administración ambiental
- Otras administraciones públicas
- Ayuntamientos y corporaciones locales
- Universidades y centros de investigación
- Organizaciones no gubernamentales
- Entidades privadas
- Otro: _____

Contribución a instrumentos de planificación y gestión del área protegida *

- PORN, e instrumentos de ordenación equivalentes
- PRUG y otros instrumentos de planificación de la gestión de espacios protegidos
- Planes de gestión Red Natura 2000
- Otro: _____

PRESUPUESTO

Presupuesto total estimado (euros) *

- Menos de 15.000 euros
- Entre 15.000 y 50.000 euros
- Entre 50.000 y 100.000 euros
- Más de 100.000 euros

Comentarios y explicaciones al presupuesto [máx 300 euros]

Para la realización del Campamento Tortuga, Xaloc ha tenido la colaboración de diferentes entidades que han participado tanto con aportaciones en especies como dinerarias.

Las aportaciones en especies han sido las siguientes:

Paradores.

Manutención de los voluntarios.

Aparcamiento.

Servicio de Seguridad.

Salones para la organización del II Ciclo de Conferencias "Diálogos con la Mar".

Campaña de comunicación.

Acondicionamiento de la zona de instalación del campamento.

Wi-fi y luz para el campamento.

Servicio técnico.

Cartelería y banderas.

SIMBIOSI, Espai Ambiental.

Monitores.

Apoyo en la comunicación del evento.

Diseño de materiales.

Fundación Global Nature.

Monitores.

Apoyo en la comunicación del evento.

Decathlon Aldaia.

4 tiendas de campaña para el campamento (las dos iniciales y las dos que se repusieron tras la DANA).

3 carpas.

En cuanto a los ingresos del campamento (aportaciones dinerarias) han sido los siguientes:

Donación Segurgent 2000 Correduría de Seguros: 4.200,00 €

Aportaciones de voluntari@s: 722,00

Fuentes de financiación *

- Área protegida, administración ambiental
- Administración ambiental
- Otras administraciones públicas
- Fondos europeos
- Apoyo privado (patrocinios, mecenazgo...)
- Otros

GRACIAS POR PARTICIPAR

Si está interesado en remitir documentación complementaria puede enviarse directamente a oficina@redeuro.parc.org indicando el título del proyecto.

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios