

Para El Medio Ambiente **De Mí** Para Ti, **De Nosotros** Para El Medio Ambiente **De Mí** Para Ti, **De Nosotros**

CAMBIA DE HÁBITOS, NO DE CLIMA

PROYECTO FINANCIADO POR EL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE

Campaña de información y sensibilización sobre el cambio climático.
Cambia de hábitos. No de clima

EDITA:

COORDINADORA DE ORGANIZACIONES DE AGRICULTORES Y GANADEROS –COAG

DIRECCIÓN PROYECTO:
Comisión Ejecutiva de COAG

ELABORACIÓN TÉCNICA
SS.TT. COAG.
SS.TT. Uniones de COAG

DL.
ISBN.

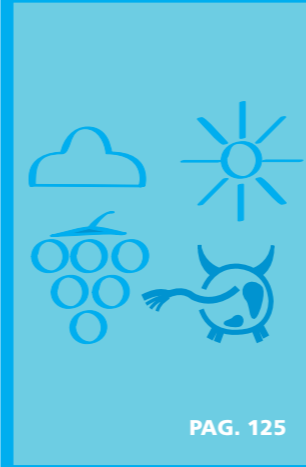

COAG:
Agustín de Bethancourt, 17 5ª Planta.
MADRID 28003
TLF: 91 534 63 91 FAX: 91 534 65 37
E-mail: coagmadrid@coag.org
www.coag.org

Copyright COAG 2005. Está expresamente prohibida la reproducción por cualquier medio de todo o parte del material contenido en esta publicación





 PAG. 1	LA CAMPAÑA	 PAG. 105	VALORACIÓN DEL RECORRIDO BIOPIÓ Y CONCLUSIONES
 PAG. 15	DESARROLLO DEL RECORRIDO BIOPIÓ	 PAG. 111	¿QUÉ ES EL CAMBIO CLIMÁTICO?
 PAG. 93	TALLERES MEDIOAMBIENTALES REALIZADOS EN LOS ENCUENTROS	 PAG. 117	COAG Y SU APUESTA POR EL MEDIO AMBIENTE
 PAG. 99	RESULTADO CUANTITATIVO DEL CUESTIONARIO	 PAG. 121	LA AGRICULTURA Y EL MEDIO AMBIENTE

 PAG. 125	EL SECTOR AGRARIO Y EL CAMBIO CLIMÁTICO	 PAG. 129	MEDIDAS PROPUESTAS POR COAG
---	---	---	-----------------------------



AGRADECIMIENTOS

Desde COAG queremos dar las gracias a todas las personas que han colaborado de manera desinteresada en la realización de este proyecto que se ha convertido en un hecho, gracias a ellas.

Gracias, en primer lugar a los jóvenes y mayores que han participado en los encuentros intergeneracionales cuya colaboración, unida a su simpatía ha resultado imprescindible para el desarrollo de esta campaña. El reto inicial de unir dos colectivos de edades tan dispares ha sido una experiencia muy enriquecedora para todos y todas.

COAG agradece la participación en esta campaña de las personas discapacitadas a las que por primera vez hemos incluido en el desarrollo de nuestras actividades. No olvidamos a sus cuidadores y su ayuda prestada.

Agradecemos la colaboración de profesores y profesoras, que han divulgado el material y fomentado la participación en el concurso de cuentos.

Gracias a todos los trabajadores y trabajadoras de COAG y sus uniones territoriales que con su esfuerzo han hecho posible el desarrollo de esta campaña.

Al Ministerio de Medio Ambiente, por depositar en nosotros su confianza para llevar a cabo este ambicioso proyecto.

PRESENTACIÓN

Miguel López Sierra, como Secretario General de COAG, se complace en presentar esta memoria técnica sobre el desarrollo de la *Campaña de sensibilización e información sobre la contaminación y el cambio climático* que COAG ha realizado con la colaboración del Ministerio de Medio Ambiente, al que desde aquí agradecemos la confianza depositada en nuestra Organización.

En este ejemplar hemos recogido todos los planteamientos, los hechos, los análisis y los resultados que se han derivado de la realización de esta campaña.

Os presentamos, en primer lugar, el porqué de esta campaña, junto a una descripción pormenorizada de las actividades que se han llevado a cabo y de los resultados que se han obtenido con las mismas.

La segunda parte es la denominada *Desarrollo del recorrido BioPío*. Nuestra simpática mascota ha viajado por toda la geografía española divulgando sus tres erres: Reducir, Reutilizar y Reciclar. Quedan recogidas en esta parte las conclusiones derivadas de los encuentros intergeneracionales, en los que jóvenes y mayores, han convivido durante una jornada para opinar y reflexionar acerca del cambio climático y de sus efectos y, por primera vez, COAG ha incluido como participantes de sus actividades a personas con discapacidad psíquica y/o física.

Para finalizar, ofrecemos un breve repaso sobre lo que es exactamente el cambio climático y las repercusiones de éste en el sector agrario. Presentamos una serie de medidas, propuestas por COAG, en las que se refleja la preocupación por un tema que afecta a todos y todas por igual, pero en especial a aquellos que viven de, por y para la Tierra.

La campaña *Cambia de hábito, No de clima* trata de llevar pautas de comportamientos medioambientales a todos los hogares, tanto urbanos como rurales, ofreciendo sencillos consejos para adquirir hábitos que no perjudiquen al medio ambiente, algo que no tiene porqué restarnos calidad de vida, tal y como se demuestra en todos los materiales elaborados a propósito de esta campaña. Materiales que tardarán mucho tiempo en quedarse obsoletos y que seguiremos divulgando en el futuro.

La Tierra no es una herencia de nuestros padres, es un préstamo de nuestros hijos e hijas.

Desde aquí sumamos una cuarta "erre" a las tres conocidas: la "erre de Responsabilidad". Si todos y todas nos responsabilizamos de nuestros hábitos podremos conseguir un desarrollo sostenible, en sintonía con la naturaleza. Es importante que seamos responsables en nuestras acciones y actividades cotidianas, porque con pequeños actos, transformados en hábitos, contribuiremos a luchar contra el cambio climático.

De mí, para ti. De nosotros y nosotras, para el medio ambiente.

BIOPÍO



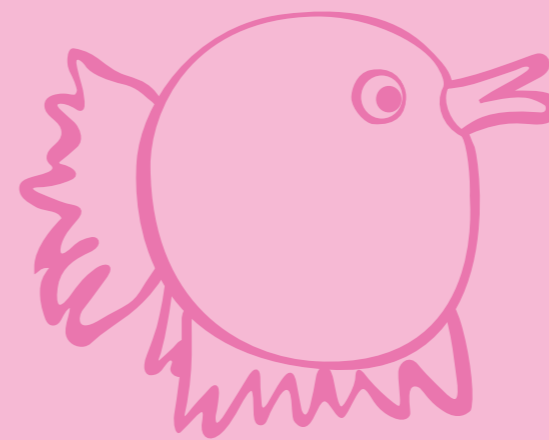
Pon en marcha las

3R



Cambia de hábitos.
No de clima

**Reduce
Reutiliza
Recicla**



LA CAMPAÑA



CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA CONTAMINACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO.

¿Por qué una campaña de información sobre el cambio climático?

¿Está calentándose la Tierra? ¿Este calentamiento está producido por la contaminación? ¿El cambio en el clima trae consigo violentos fenómenos meteorológicos: tormentas, lluvias torrenciales, deshielo de glaciares, subida del nivel del mar, desertización de grandes extensiones, etc.?

¿Quién no ha oído hablar en múltiples ocasiones acerca del cambio climático? Pero... ¿sabemos exactamente lo que significa? ¿Qué es eso del "efecto invernadero"? ¿Son realmente conscientes los jóvenes de la herencia de tierra que les estamos dejando? ¿Y nosotros? Y lo que es peor... ¿son conscientes nuestros mayores de lo que han hecho con el planeta?

Todas estas cuestiones son motivo de noticias y polémicas apasionantes. Es lógico que así sea porque estamos hablando de un problema con graves repercusiones para la vida de millones de personas.

El clima está cambiando, y lo está haciendo de una manera y a un ritmo al que nos costará adaptarnos sin atravesar por serias crisis, a no ser que reduzcamos los GEI, la principal causa de este cambio climático. ¿Sabes qué son los GEI? Si la respuesta es negativa no te preocupes, muchos de los participantes de esta campaña tampoco lo sabían. Estas siglas significan **Gases de Efecto Invernadero**¹.

Las sociedades desarrolladas descubren de pronto la factura que deben pagar por serlo. Pero, sinceramente: ¿hacemos algo de manera individual para evitarlo? La primera reflexión que hemos planteado en el desarrollo de la campaña es: ¿qué he hecho yo por el medio ambiente? ¿Qué puedo hacer a partir de ahora?

Cuidar la Tierra, mejorar el medio ambiente en la medida de las posibilidades de cada uno, que no son pocas, tal y como queda demostrado en los materiales desarrollados para esta campaña. Ser respetuosos con el medio ambiente y poner todo de nuestra parte para frenar el cambio climático, no tiene por qué restarnos calidad de vida. En la mayoría de los casos, los hábitos más sencillos pueden producir grandes transformaciones cuando son adquiridos por muchas personas.

Además de los grandes pronunciamientos – generalmente poco comprometidos por ajenos y lejanos – existe otro grado de compromiso personal más importante si cabe, que afecta a nuestro comportamiento, a nuestros hábitos cotidianos. Ya se sabe, las grandes hazañas son la suma de pequeñas decisiones.

El problema es: ¿cómo convencernos de que necesitamos un **desarrollo sostenible** y que, por tanto, debemos actuar teniendo en cuenta el interés común?

La respuesta depende del desarrollo de programas en las instituciones, del cumplimiento de la ley y de compromisos de Gobiernos, pero sobretodo de la **educación y la información** que recibimos. Lo que es evidente es que si no somos conscientes del problema nunca vamos a hacer nada para paliarlo. En este sentido es fundamental el canal de información que hemos puesto a disposición del Ministerio de Medio Ambiente, al que desde aquí agradecemos la confianza depositada en COAG, con su ayuda y nuestro esfuerzo hemos realizado las herramientas adecuadas de información y divulgación para llegar al mayor número de personas posibles, contando con las nuevas tecnologías que multiplican el efecto de los canales empleados en la divulgación de información.

El cambio climático, por su carácter multifacético, no tiene una única solución ni puede ser abordado desde una única perspectiva. Sólo desde un planteamiento positivo y abierto podrán arbitrarse respuestas eficaces.

No olvidemos que es la suma de los esfuerzos la que repercute en la mejora del medio ambiente. La colaboración de todos es indispensable para que todos salgamos ganando.

¹ Para más información acerca de los GEI, no dejes de ver la película Biopio y el cambio climático



Sugerimos empezar por intentar:

- **Valorar las consecuencias de nuestras acciones:** ante una acción debemos preguntarnos si su efecto es bueno, malo o neutro para la Tierra. Para contestar a esa pregunta debemos, conocer el origen, el proceso de fabricación y el destino final de los productos que consumimos. No debemos cesar en el empeño de seguir informando y ofrecer unos argumentos válidos que apoyen nuestra tesis.
- **Favorecer las acciones positivas:** cuando el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente es beneficioso debemos favorecerlo y ampliarlo. Es lo que ocurre, por ejemplo, con la recogida selectiva de basura, ya que al separar sus componentes permite reciclarlos mejor. Al reciclar el papel ahorramos mucha energía y evitamos la tala de los bosques.
- **Minimizar lo que no podemos evitar:** Para desplazarnos en trayectos largos, necesitamos un vehículo a pesar de la contaminación que produce y de la energía que consume. Sin embargo, el transporte público ofrece menor impacto ambiental.

En nuestra sociedad **no hay conciencia** sobre la importancia de las consecuencias del cambio climático y **faltan conocimientos** sobre los medios para reducir sus causas. Hay una importante **carencia de información** y, por tanto, de elementos para el juicio, sobre lo que puede llegar a suponer un cambio de las condiciones climáticas. **COAG, ha contribuido con esta campaña a mitigar esta falta de información y concienciación.**

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

Cada uno de nosotros, lleva en sí el planeta entero.

BIOPÍO 3R, NUESTRA MASCOTA, HA LLEGADO A MILES DE HOGARES

Bío- es un prefijo griego que significa vida y las 3R... ¿todavía no lo has descubierto?

La creación de este **personaje de ficción** no es gratuita. Sus colores tampoco. Verde naturaleza. Rojo vida. BIOPÍO ha conseguido entrar en muchos hogares y convertirse en una **imagen amiga** que nos aconseja y nos recuerda que debemos cuidar el planeta. ¿Cómo? Él insiste, "erre que erre", que la mejor forma de cuidarle es poniendo en marcha las 3R: Reducir, Reutilizar, Reciclar. No importa la edad. Todos y todas debemos responsabilizarnos de nuestros actos con respecto al medio ambiente.

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

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



DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA CAMPAÑA

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

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

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

ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA CAMPAÑA

CARTELES



Se han repartido **2000 carteles**, como el de la imagen, que han conseguido el **objetivo** que esperábamos: el de crear cierta expectación e intriga acerca del tema y de las 3R, la suficiente para lanzar después el resto de materiales.

Los **colores llamativos** del cartel no han pasado desapercibidos. Con ellos queda patente la importancia del agua (azules), de la tierra (naranjas) y el sol (amarillo). Elementos de la naturaleza sin los que no existiría la vida.

El resultado ha sido un **cartel alegre, positivo**, como el mensaje medioambiental que hemos querido transmitir. Un cartel en el que nuestra mascota BIOPÍO ocupa un primer plano y su pico, de grandes dimensiones, nos indica ya que este personaje tiene mucho que transmitir.

Destacamos además la **atemporalidad** del cartel. Desgraciadamente, su mensaje tardará mucho tiempo en quedarse obsoleto. El próximo año esperamos que BIOPÍO continúe la misión que ya ha comenzado.

La **información de texto** que aparece en el cartel guarda perfecta sintonía con los objetivos que nos han llevado a poner en marcha esta campaña. El uso de imperativos (pon, cambia, reduce, reutiliza, recicla) que pudieran resultar como orden y mandato, han sido interpretados como un mensaje de urgencia, de actividad. Un mensaje que se lanza para esperar por parte del receptor una actuación inmediata y sin más dilación.



TRÍPTICOS (+ IMÁN) Y EXPOSITOR

70.000 trípticos, junto a 70.000 imanes y 2.000 expositores han sido repartidos por todo el territorio nacional.

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

- El **tríptico**, que además de presentar a nuestra mascota BIOPÍO 3R en su parte interior, incluye contenidos sencillos acerca de nuestros **hábitos** en relación con el agua, los bosques, la energía y los residuos. Aprovechamos la parte exterior para divulgar las bases del **I Certamen de Cuentos Medioambientales** y el plazo de recepción de los mismos. La parte trasera fue reservada para hacer una referencia al **consumo sostenible** y ofrecer pequeños consejos para poner en marcha las 3R.



- El **imán** cuyo soporte es el tríptico ha cumplido su función, la de divulgar nuestro mensaje de manera cotidiana, y desde la nevera ser el recordatorio diario de las 3R para miles de familias.

- El **expositor**, además de llamar la atención sobre el receptor y resolver una cuestión de orden en los folletos, cumple también su función divulgadora. Al quedarse vacío, el mensaje de nuestra campaña sigue latiendo.

AUDIOVISUAL: BIOPÍO Y EL CAMBIO CLIMÁTICO

Se han repartido 5.500 películas en formato DVD.

En el mes de Agosto de 2005, comenzó la elaboración de textos, guiones, planificación de contenidos, diseño de gráficos y personajes, fondos musicales para el posterior montaje (rodaje, producción y postproducción) de un **VÍDEO ANIMADO** en formato VHS, DVD y BETACAM sobre el cambio climático. Con una duración de 26 minutos en los que se intercalan comentarios de nuestra mascota con las voces de dos narradores que, mediante gráficos e imágenes, nos explican en qué consiste exactamente este fenómeno.



Teniendo en cuenta las características del colectivo al que nos dirigimos y sus necesidades de formación, el vídeo ha resultado ser un **poderoso medio para el aprendizaje**. El uso de vídeos tan apropiados como el que aquí se presenta da como resultado un mayor aprendizaje en menos tiempo y una amplia retención de lo aprendido.

Su fin ha sido el de ser utilizado como **elemento formativo añadido** y a la vez como instrumento dinamizador, primero en los encuentros realizados a propósito de esta campaña, después remitiendo una copia a 2.000 colegios del territorio nacional, eligiendo por orden de listado una media de cincuenta colegios por provincia, a los que mediante una carta al director/a y un ejemplar para el profesor de la *Guía para poner en marcha las 3R*, se les ha animado a divulgar este material entre sus alumnos y alumnas.



Dada la buena acogida de este audiovisual, por su carácter didáctico y ameno, ha sido preciso reeditar la película. Mil copias más han sido distribuidas por nuestras uniones territoriales.

No descartamos continuar la reedición para el próximo año. Lo cierto es que el resultado es un vídeo que no se quedará obsoleto en mucho tiempo. La atemporalidad vuelve a ser característica de este material.

Contenido

El vídeo presenta los aspectos más relevantes del cambio climático, sus efectos y soluciones, con el objetivo de sensibilizar y concienciar a toda la sociedad, grandes y pequeños, acerca de este fenómeno, con un lenguaje claro y conciso, que conecta plenamente con el perfil del colectivo hacia el que se dirige.

Los contenidos que se incluyen en el vídeo suponen para nuestro colectivo, por su fácil tratamiento, una manera de acceder sin dificultades a los aspectos más característicos y relevantes de este fenómeno mundial.

Sólo en los encuentros intergeneracionales realizados, esta película ha sido visionada por unas cuatrocientas personas, jóvenes y mayores del medio rural que gracias a este audiovisual han comprendido en qué consiste exactamente el cambio climático.

Estructura del contenido de la película:

- Presentación BIOPÍO 3R.
- El clima
- El efecto invernadero
- La capa de ozono
- Pruebas del cambio climático
- Factor humano
- Protocolo de Kyoto
- Consejos de BIOPÍO 3R

PUBLICACIÓN: GUÍA BIOPÍO PARA PONER EN MARCHA LAS 3R. CAMBIA DE HÁBITOS. NO DE CLIMA.

Se han distribuido 5.000 ejemplares de esta publicación de formato pequeño y cuadrado (17x17cm), 33 páginas en las que se hace un repaso a las cuestiones más significativas del cambio climático y a los hábitos que debemos cambiar para poner en marcha las 3R, junto a datos curiosos que llaman la atención sobre este fenómeno.

La **estructura** que ha resultado es la siguiente:

- Introducción
- ¿Qué podemos hacer para frenar el cambio climático?
- ¿Qué es la Guía BIOPÍO?
- Reduce la emisión de gases de efecto invernadero.
- Reduce el consumo de energía
- Reduce el consumo de agua
- Reduce la degradación de los bosques
- Reduce tus residuos.
- Reutiliza
- Recicla
- Test de las 3R ¿Lo estás haciendo bien?

KIT BIOPÍO: PRODUCTOS RECORDATORIOS Y NO PERECEDEROS DE LA CAMPAÑA.

Se han repartido 1.000 kit BIOPÍO completos.

Hemos denominado **Kit medioambiental BIOPÍO** al conjunto de materiales elaborados para esta campaña y que han sido distribuidos principalmente entre los participantes de los encuentros y nuestras delegaciones territoriales.

Este kit consiste en:

- Un **puzzle** de 100 piezas del cartel que divulga la campaña, con el objetivo de entretener a los más jóvenes y que con ayuda de los mayores puedan componerlo.



- Un ejemplar de la **publicación** *Guía para poner en marcha las 3R*.
- Un **vídeo** en formato DVD con la película *BIOPÍO 3R y el cambio climático*.
- Una **gorra** color beige fabricada en 100% algodón.
- Una **camiseta** sin teñir y 100% algodón.
- Y una bolsa, tipo **mochila** (100% algodón) que contiene todos estos materiales. Serigrafiada con el cartel de la campaña. Resulta eminentemente práctica.

A parte de distribuir un total de 1.000 kit BIOPÍO completos, hemos realizado estos otros materiales que divulgan el mensaje a la sociedad y no son perecederos:

- 6.000 camisetas de todas las tallas, con atención especial a las tallas de los más pequeños. El texto incluido en la trasera de la camiseta (*Pon en marcha las 3R*) crea la expectación al que lo ve desde atrás y comprueba en la delantera qué son exactamente las 3R. Destacamos que será la camiseta oficial de varios equipos de fútbol de colegios.
- 2.500 gorras. La gorra ha gustado mucho por su diseño y tejido de algodón. Ha sido necesario hacer más de las que habíamos previsto en un principio. El mensaje de las 3R queda visible en la gorra y garantiza su difusión.

Al inicio de la campaña pensamos en otros materiales didácticos que por problemas de tiempo en la fabricación no hemos realizado, pero están ya ideados para la campaña del próximo año. Por ejemplo, hemos convertido el juego de la oca en el **Juego del BIOPÍO**, siendo las casillas dibujos relacionados con la naturaleza, y las que te hacen perder turno identificadas con los malos hábitos medioambientales.

Ideamos también un **juego de naipes** para los más jóvenes que esperamos que el próximo año vea la luz.

I CERTAMEN DE CUENTOS MEDIOAMBIENTALES

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

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



De la **categoría A** (hasta 18 años) se ha recibido un total de 120 cuentos. De la **categoría B**, para adultos a partir de 18 años, la participación ha sumado un total de 143 cuentos. Dado el poco tiempo con el que hemos contado para la difusión de este primer certamen (dos meses) debemos reconocer que ha sido un éxito rotundo en la recepción de textos.

Nos hemos puesto en contacto con algunos profesores de colegio que estaban interesados en llevar la actividad, haciendo en el aula una introducción al cambio climático para después animar a sus alumnos a redactar un cuento. Los colegios han seleccionado los que han considerado los mejores cuentos de sus alumnos para enviarlos según las bases establecidas.

Las bases del certamen han sido divulgadas (a parte de en los 70.000 trípticos), en múltiples páginas de Internet y agendas de concursos literarios, ruedas de prensa y comunicados en medios de comunicación, así como un correo masivo por la red, del tipo "pásalo", en el que se animaba a participar y reflexionar así sobre un tema que incumbe a todos y todas.

El **jurado** ha estado compuesto por Ricardo Virtaven, doctorado en Filología Hispánica y escritor; la documentalista y escritora Inmaculada Chacón; Miguel Padilla, componente de la ejecutiva de COAG; Mariano Castellanos, director de este proyecto y Paz Martín, doctoranda en Filología Hispánica y trabajadora de COAG. Así mismo los servicios técnicos de COAG han participado con su valoración de los textos en la elección de los cuentos seleccionados para la publicación.

El fallo del concurso se llevará a cabo el 1 de diciembre en la presentación oficial de la campaña.

PUBLICACIÓN: I CERTAMEN DE CUENTOS MEDIOAMBIENTALES

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

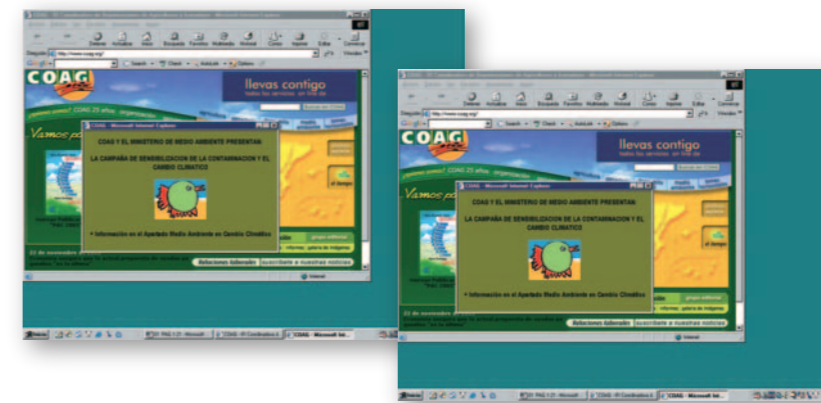
REALIZACIÓN DE VÍDEO CORPORATIVO DE LA CAMPAÑA Y LOS ENCUENTROS INTERGENERACIONALES

Aprovechando los avances tecnológicos, los distintos encuentros intergeneracionales, realizados por toda la geografía española, han contado con un **fotógrafo profesional** que ha realizado una media de cien fotografías del desarrollo de cada encuentro. En ocasiones han sido también grabados en vídeo. Con todo este material hemos seleccionado las mejores escenas para ser mostrados en un vídeo corporativo en el que se intenta transmitir el sentido de la campaña y las actividades desarrolladas para la misma. Este vídeo, con una duración de seis minutos, ha sido visionado por todos los asistentes a la presentación oficial de la campaña, que ha tenido lugar el 1 de diciembre de 2005.

CREACIÓN DE ESPACIO SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO EN NUESTRA PÁGINA WEB (WWW.COAG.ORG)

Para que esta campaña de divulgación y sensibilización acerca de la lucha frente al cambio climático multiplique el número de beneficiarios de la misma, se ha creado un espacio dedicado exclusivamente a este fenómeno en nuestra página Web.

Se ha abierto un **espacio permanente** que lleva por título: Cambio Climático. En el se han insertado todos los materiales relacionados con la campaña (película, guía, cartel, bases del concurso, cuentos seleccionados, etc.). En ese espacio también se han insertado enlaces que llevan a instituciones y páginas relacionadas con el tema medioambiental.



Así mismo se ha abierto un **FORO DE DEBATE**, un intercambio de preguntas y respuestas en el que participe todo aquel que lo deseé. Crear un espacio público en el que la gente pueda expresar su opinión, solventar sus dudas y sentirse participe en esta lucha significa abrir una puerta al entendimiento y la sensibilización respecto del fenómeno del cambio climático.

Todos los materiales resultantes de la campaña están expuestos en el espacio creado a propósito en nuestra página Web (www.coag.org), con esta acción conseguiremos multiplicar el número de receptores y hacer extensible la campaña a un colectivo mucho mayor.

En los próximos meses inauguraremos un nuevo diseño en la página Web, que la haga más fácil de manejar y que contenga, entre otras muchas cosas, bases de datos y archivos con todas las publicaciones que COAG viene realizando.

ITINERARIO ESTATAL DE ENCUENTROS INTERGENERACIONALES

Desde el 15 de octubre al 14 de noviembre de 2005, se han realizado un total de **20 encuentros intergeneracionales** repartidos por el territorio español.

COAG ha colaborado directamente en la educación y sensibilización de la población hacia la contaminación y el cambio climático. Para ello ha coordinado una serie de encuentros, repartidos por todo el territorio nacional, en los que **personas de la tercera edad** (a partir de 65) y **jóvenes** (10 a 15 años) comparten vivencias y opiniones acerca del medio ambiente y, durante un día, conviven y realizan juntos distintas dinámicas relacionadas con la contaminación y el cambio climático. COAG, por primera vez, se ha dirigido al colectivo de **disminuidos psíquicos**, y ha contado con ellos, en la medida de sus posibilidades, para ser partícipes directos en los encuentros. Las experiencias resultantes de la mezcla de grupos tan heterogéneos han sido realmente enriquecedoras para la mayoría de los participantes.

El **objetivo** de estos encuentros generacionales ha tenido una triple vertiente:

1. Por un lado **propiciar la reflexión acerca del medio ambiente** entre estos dos colectivos tan representativos en la cadena generacional. Mediante las distintas dinámicas realizadas se ha pretendido evidenciar que la tierra pasa de unas manos a otras, de mayores a jóvenes, y que por ello todos debemos cuidarla como cuidamos nuestra propia casa.
2. Por otro **dar a conocer y divulgar**, mediante las distintas herramientas confeccionadas (trípticos, audiovisual, guía, dinámicas) qué es exactamente el cambio climático, y cuáles son sus causas y efectos.
3. El tercer objetivo fundamental ha sido **concienciar acerca de lo que cada uno de nosotros podemos hacer en nuestra vida cotidiana para paliar o frenar el cambio climático**. A través de una publicación (*Guía para poner en marcha las 3R. Cambia de hábitos. No de clima*) en la que se recogen los hábitos que debemos adquirir para frenar la contaminación y el cambio climático.



LUGAR DE REALIZACIÓN

El recorrido de BIOPÍO ha tenido **carácter estatal**. (ver apartado *BIOPÍO en la región*). Los lugares donde se ha realizado el encuentro han sido escogidos con la intención de que fueran lugares ejemplarizantes para el medio ambiente, bien por sus connotaciones negativas o positivas.

Nuestras **delegaciones territoriales** han participado desde el inicio en el desarrollo de esta campaña, tanto para los preparativos previos como para el desarrollo de la misma. Así mismo han coordinado el encuentro de su región, concertado cita con asociaciones de mayores o residencias de la tercera edad, y con colegios y ayuntamientos para coordinar el encuentro en el que jóvenes y mayores han convivido durante ocho horas. Guiados por el criterio de personal especializado, ambas generaciones han reflexionado de una manera didáctica y amena acerca del cambio climático que sufre la tierra y del que todos somos responsables, pero cuyos efectos pueden paliar las nuevas generaciones, de ahí la importancia de unir a estos grupos de edades tan diferenciadas.

OBJETIVOS DE CADA ENCUENTRO INTERGENERACIONAL

- Conocer los conceptos generales vinculados al cambio climático.
- Realizar una serie de actividades que promuevan una sensibilidad hacia el medio ambiente.
- Generar el conocimiento de los hábitos favorables para mejorar la situación del actual cambio climático.
- Fomentar las relaciones entre distintas generaciones (jóvenes y mayores).
- Impulsar acciones participativas para crear un cambio de hábitos en las actividades cotidianas y en las agrarias.

PROGRAMA DE LOS ENCUENTROS

10:00 - 10:30: Presentación.
 10:30 - 11:00: Película: *BIOPÍO y el cambio climático*.
 11:00 - 11:30: Debate y puesta en común.
 11:30 - 12:00: Elaboración y construcción de una pequeña marioneta BIOPÍO3R.
 12:00 - 13:00: Juegos medioambientales.
 13:00 - 14:00: Construcción de un calendario climático.

14:00h- 16:00h: Comida.

16:00h-18:00h: Taller de construcción de regalos para la naturaleza.
 18:00h-19:00h: Recicla en el lugar adecuado.
 19:00h: Final del encuentro.

METODOLOGÍA DE LOS ENCUENTROS

Al inicio de cada encuentro se realiza una dinámica de presentación y se hace entrega a los participantes de un **cuestionario**² muy sencillo con preguntas significativas sobre el medio ambiente, con la intención de hacerles **reflexionar** a ambos colectivos respecto de sus actitudes y conocimientos medioambientales en ese momento.

Las distintas respuestas del cuestionario dan lugar a la **interacción entre ambos grupos**, a un cambio de opiniones y vivencias. Los monitores se han encargado de moderar estos debates en los que debía quedar patente la manera en que

los mayores dejan la tierra a los pequeños, y cómo a su vez los que ahora son pequeños se la dejarán a otros cuando sean mayores. Es una cadena de vida de la que hay que concienciar y que deben comprender, nada mejor que estar juntos para explicárselo unos a otros, para hacerles ser partícipes y conscientes de la realidad climática y de contaminación que vivimos.

² Consulta los resultados de los cuestionarios



Se **visiona la película** animada: *BIOPÍO y el cambio climático*, en la que de la mano de la mascota que hemos creado se contestan las preguntas: ¿Qué es el cambio climático? ¿Cuáles son sus causas y sus efectos? Todas ellas contestadas y explicadas en el vídeo de manera muy clara, sencilla y didáctica, por medio de dibujos animados y mediante este personaje creado y diseñado para la ocasión. BIOPÍO y la voz en *off* explican en qué consiste exactamente este fenómeno del cambio climático, cuales son sus causas y sus consecuencias.

A cada uno de los participantes del encuentro se le hace entrega de lo que hemos denominado el **KIT MEDIOAMBIENTAL**, que consiste en una mochila BIOPÍO que contiene: un puzzle BIOPÍO de 100 piezas, camiseta y gorra BIOPÍO, *Guía BIOPÍO para poner en marcha las 3R*, película *BIOPÍO y el cambio climático*.

Se realiza una dinámica en la que se evidencia que la pequeña aportación de cada uno, multiplicada por los millones de personas que habitamos la tierra es sin duda una fórmula muy adecuada para minimizar la contaminación y frenar el cambio climático.

Los encuentros finalizan con lo que hemos denominado el **TALLER DE REGALOS AL MEDIOAMBIENTE: De mí para ti**, en el que los participantes del encuentro realizan un taller de reutilización de materiales para realizar distintos objetos.

La campaña de sensibilización y prevención acerca del cambio climático que hemos llevado a cabo queda resumida en tres preguntas que han obtenido contestación en cada uno de los encuentros con los distintos recursos materiales confeccionados y elaborados para divulgar en los mismos:

¿Qué he hecho yo por el medio ambiente? A través del cuestionario los participantes del encuentro han reflexionado sobre esta cuestión.

¿Qué es el cambio climático? Para que esta pregunta quede clara se ha visionado un audiovisual de carácter animado, en el que a través de un personaje se explica qué es exactamente el cambio climático. Las características técnicas del audiovisual y todo lo relacionado con el mismo se detallan en el apartado correspondiente.

¿Qué hábitos debemos adquirir para prevenirlo y minimizarlo cada uno, de manera individual y como un echo cotidiano en nuestras vidas? Para contestar a esta cuestión se entregará el Kit de medioambiente, confeccionado para la ocasión, que contenga diferentes consejos para minimizar los efectos del cambio climático.

Algunos testimonios de los asistentes al encuentro quedan recogidos en esta memoria y son la prueba principal de cómo se percibe el cambio climático en las distintas partes de la geografía española.

Lo importante ha sido que cada uno de los participantes en los grupos se fuera a su casa con la idea clara de que a partir de ahora debe asimilar nuevos hábitos en su comportamiento en relación con el medio ambiente y además, contárselo a todo su entorno.

DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA

Para la correcta transmisión de los mensajes previstos con el desarrollo de este proyecto, ha sido necesaria la elaboración de una **buena política de difusión**. Esta política queda garantizada a través de todas las **organizaciones integradas en COAG**, que han sido un "conductor" preferente a la hora de divulgar las actividades que componen esta campaña, tanto previamente como tras su realización, informando de todo aquello que, relacionado con el proyecto, pueda servir de ayuda a los interesados.

Se ha realizado una publicación y referencia a la campaña y concurso de cuentos, a través del Grupo Editorial de COAG y de **las revistas de información editadas por las Uniones que componen COAG**, que llegan a la práctica totalidad del sector agropecuario y forestal de "forma gratuita".



Así mismo, los materiales resultantes han sido **distribuidos en todas las actividades realizadas por nuestra Organización** tales como Jornadas Estatales, Seminarios Internacionales, Encuentros de jóvenes; Sesiones Informativas para Agricultores y Ganaderos...

Mediante una **Rueda de Prensa** celebrada en la sede central de COAG en Madrid ha tenido lugar la presentación oficial de la campaña realizada, en la que se dio cita a los distintos medios de comunicación más importantes (radio, televisión y prensa escrita), a nivel nacional y local y especializados en el sector agrario. Tantos como el Departamento de Prensa de COAG ha considerado necesarios para la correcta difusión de esta campaña que ha sido presentada oficialmente por nuestro Secretario General en el Ministerio de Medio Ambiente.

La titularidad de una **página Web de COAG (www.coag.org)** posibilita la difusión de la medida al máximo nivel, al llegar a cualquier rincón que tenga la posibilidad de conectar con el sitio referido donde se dispondrá de una amplia información y un foro de debate en el que todo aquel que lo desee podrá plasmar sus dudas y opiniones respecto a los temas relacionados con el cambio climático y el Medio Ambiente.

Todos los materiales han sido masivamente distribuidos en el entorno de nuestras **365 oficinas** repartidas por todo el estado español, a través de los canales de comunicación que tienen a su disposición. Se ha llevado a cabo un mailing por colegios. Se ha realizado la difusión por correo electrónico.

Con todo lo expuesto anteriormente queda constancia del gran poder con el que COAG cuenta, garantía de la amplia difusión y divulgación en todo el Estado Español.

OBJETIVOS GENERALES DE LA CAMPAÑA

- **Informar** a la sociedad en general, y en especial al ámbito rural, sobre el fenómeno de la contaminación y el cambio climático que está amenazando a la Tierra.
- **Dar a conocer** las causas y efectos del problema relativo al cambio climático.
- **Acercar** el cambio climático especialmente a los jóvenes y personas del la tercera edad, a su vida cotidiana, motivándoles a participar en un encuentro en el que ambos grupos intercambian opiniones y experiencias y realizan juntos distintas dinámicas relacionadas con la contaminación y el cambio climático.
- **Promover** aptitudes y actitudes de ahorro en los jóvenes y mayores, en la sociedad en general inculcando a través de distintas herramientas, como la publicación y el audiovisual, una serie de hábitos que todos podemos llevar a cabo para frenar el cambio climático.
- **Fomentar** la capacidad de compromiso de los participantes.
- **Sensibilizar** a la opinión pública acerca de la importancia de sentirse partícipes e imprescindibles para frenar el cambio climático, a través de los mecanismos de difusión empleados (comunicados de prensa, revistas, Internet, espacios televisivos, radio...) la opinión pública recibirá información directa sobre lo que es y significa este fenómeno y en qué medida puede paliarlo cada uno de nosotros.
- **Impulsar** el desarrollo de la creación literaria dirigido a fomentar la participación de todos en la lucha frente al cambio climático.
- **Fomentar** el desarrollo sostenible.
- **Transmitir** conocimientos y pautas de comportamiento en relación con el cambio climático.
- **Propiciar** el uso de tecnologías y hábitos de consumo menos contaminantes.
- **Concienciar** a la sociedad y hacerle partícipe de los métodos para mitigar el cambio climático.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA CAMPAÑA

- Coordinar 20 **encuentros estatales intergeneracionales** por el territorio nacional entre grupos compuestos por personas de la tercera edad y jóvenes, dirigidos por dos monitores especializados en dinamización rural y en medio ambiente y con el objetivo de que las dos generaciones juntas reflexionen acerca de la contaminación y el cambio climático.
- Realizar un **audiovisual** animado que lleve por título: ¿Qué es el cambio climático? Causas y consecuencias.
- Elaborar una **publicación de información** y sensibilización acerca del cambio climático: Guía para poner en marcha las 3R.
- Concertar un **concurso de cuentos** cuyo tema principal sea el cambio climático.
- Crear un espacio en nuestra **página Web** específico del Cambio climático, multiplicando así el efecto comunicador de las actividades.
- Realizar actividades de **difusión de los materiales** resultantes y conclusiones de los encuentros.
- Evitar mediante la creación de materiales duraderos y mostrables (imanes, camisetas, gorras y mochilas) que la reflexión sobre el cambio climático sea una moda pasajera. Hay que conseguir **la constancia en los cambios de hábitos**.
- El objetivo prioritario y que entendemos a largo plazo, es conseguir **un medio rural moderno con alta capacidad de respuesta y de adaptación frente a los cambios que se están produciendo en el contexto mundial, en la sociedad y en el marco institucional**. Para ello, todos los canales de difusión empleados resultan de valor incalculable para aproximar esa mentalidad a la base del sector. Este ambicioso objetivo supone un proceso lento de transformación de mentalidades y actitudes que no se pueden pretender solucionar de un día para otro con actividades como esta, pero si todos aportamos nuestro granito de arena al final el respeto al Medio Ambiente será un hecho, y un hecho conocido y asumido por todos los ciudadanos y ciudadanas.

PARA DAR EJEMPLO DE CÓMO PRESERVAR EL MEDIO AMBIENTE COAG HA UTILIZADO PAPEL RECICLADO ECOLÓGICO EN TODOS LOS MATERIALES ELABORADOS A PROPÓSITO DE ESTA CAMPAÑA