

Corredor Verde de Tamaraceite – Ciudad Alta

Convocatoria de ayudas para el fomento de actuaciones dirigidas a la renaturalización y resiliencia de las ciudades españolas. 2022

Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico. Fundación Biodiversidad



**Plan de
Comunicación y
Sensibilización**

0. CONTENIDOS

| | Página |
|---|--------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2. LOS OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN | 4 |
| 3. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN | 9 |
| 3.1. Mensajes estructurantes | 9 |
| 3.2. Rasgos de la comunicación | 9 |
| 3.3. El público objetivo | 13 |
| 3.4. Las herramientas del proceso de comunicación | 16 |
| 4. EL OBJETO DE COMUNICACIÓN Y LA SENSIBILIZACIÓN. EL PROYECTO | 17 |

5. LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y SENBILIZACIÓN

21

6. LA EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

35

1. INTRODUCCIÓN

El Proyecto de “**Corredor Verde entre Tamaraceite y la Ciudad Alta**” es subvencionado por la Fundación Biodiversidad, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en desarrollo de la componente asociada a la conservación y regeneración de la biodiversidad en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España, financiado mediante los fondos Next Generation EU.

La solución presentada por el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria y con resolución favorable de concesión es resultado de la convocatoria para el año 2022 que efectuó la referida Fundación Biodiversidad para fomentar actuaciones dirigidas a la renaturalización y resiliencia de las ciudades españolas.

Es una solución para un municipio de 100,5 km², que acoge la mayor ciudad del Archipiélago Canario y una población de algo menos de 380.000 residentes, reuniendo muchas similitudes con los comportamientos territoriales y problemas medioambientales de las áreas metropolitanas en el sistema urbano español de las últimas décadas.

Los procesos y oportunidades que caracterizan su realidad urbana constituyen un desafío para la definición de la ciudad de 2030, sostenible, resiliente con el cambio climático y la vulnerabilidad social y con el patrimonio natural y la biodiversidad como rasgos significativos.

En ese escenario, la ordenación y gestión sostenible de su infraestructura verde es un objetivo irrenunciable; y así se define con similares enunciados en el Plan General de Ordenación y en el Plan de Acción de la Agenda Urbana Española en Las Palmas de Gran Canaria. Una referencia sustancial se concibe en la Estrategia Nacional de Infraestructura Verde y de la Conectividad y Restauración Ecológica impulsada por el mismo Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

En esta responsabilidad el esfuerzo en materia de comunicación suscribe el carácter cada vez más imprescindible que adquiere la aplicación de los fondos comunitarios, persiguiendo consolidar la transparencia e incentivar la participación de la ciudadanía a quien va dirigidos los objetivos de la política europea.

La regulación de los reglamentos comunitarios hace especial hincapié en reforzar un acompañamiento cualificado de la comunicación sobre el desarrollo territorial y el tratamiento de los desequilibrios en las ciudades, incluyendo sus proyectos de renaturalización urbana.

Es un esfuerzo que no sólo se dirige a la población como destinataria última de estas estrategias sino al intercambio informativo, documental y de experiencias entre las administraciones, técnicos y personas implicadas en su dinamismo, guiando la referencia sobre los efectos en sus respectivas responsabilidades, expectativas y derechos.

El contexto está definido en los esfuerzos que las ciudades europeas, sin distinción de características espaciales, herencia histórica, papel estratégico, volumen poblacional, competitividad económica y dinamismo social, vienen desarrollando sobre el desarrollo sostenible como paradigma de su propia condición de ser y su forma de afrontar los retos del siglo XXI.

Los avances tecnológicos han venido acompañados de una cada vez mayor priorización de los valores de sostenibilidad, de conservación y regeneración del patrimonio natural, de mejora de la calidad en el espacio urbano, de su saludabilidad, de su capacidad integradora y la democracia en el acceso a la calidad de vida.

El Proyecto persigue precisamente ejemplificar en Las Palmas de Gran Canaria ese proceso y esa interacción, teniendo la gestión pública del territorio y la estructura participativa como herramientas. Ahí, la comunicación es imprescindible, materializándose en variados programas con sus criterios y formas de acceso a la información, de intercambio, de transparencia y, en definitiva, de encuentro de la sociedad en la mejora de su apropiación del espacio urbano y su relación con el medio o entorno.

El presente Plan de Comunicación pretende la programación de un conjunto de medidas destinadas a orientar, materializar y documentar el proceso de exposición, intercambio y justificación de las actuaciones relacionadas con la conformación del Corredor Verde de Tamaraceite a la Ciudad Alta, como enclave neurálgico del sistema de infraestructura verde del municipio de Las Palmas de Gran Canaria.

Se distribuye en tres programas:

C. 1.- PLAN DE GOBERNANZA Y PARTICIPACIÓN

C. 2.- PLAN DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

C. 3.- PLAN DE MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO

Para la Identidad Gráfica del Proyecto, la estrategia de comunicación se aglutina a partir de un conjunto de emblemas o referencias que pretenden aportar una imagen homogénea, clara y expresiva de las condiciones y objetivos asociados.

Este conjunto se define en un marco de iniciativas que aportan regulación al formato de exposición de la imagen identificativa para aquellos proyectos subvencionados mediante los fondos NextGeneration EU e, integrados en los mismos, los incluidos en desarrollo del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España.

Las mismas bases de la convocatoria mediante la que se subvenciona el presente Proyecto determinan en su art. 3 que es obligación de los beneficiarios *incluir, en su caso, la imagen corporativa de la Fundación Biodiversidad de forma correcta.*

El **Manual de Identidad Gráfica. Proyectos PRTR financiados con fondos NextGeneration EU** publicado por la Fundación Biodiversidad, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, viene a compendiar estas prescripciones, asumiéndose como soporte imprescindible de las determinaciones sobre el formato y exposición de las distintas evidencias que resulten de la implementación de esta estrategia comunicativa.

En aras de evitar duplicidades e incoherencias que entorpezcan ese objetivo, se adopta como manual en el Proyecto que nos ocupa, siendo accesible a través de la web del mismo.

2. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Partiendo del objetivo marco de programar la difusión, comunicación e intercambio de la información sobre los múltiples aspectos, acciones y detalles implicados en el desarrollo del Proyecto, los objetivos específicos del presente Plan son:

- Implementar en el ámbito del Proyecto la estrategia de comunicación de la Fundación Biodiversidad relacionadas con las actuaciones subvencionadas y sus objetivos a nivel nacional.

- Comunicar la existencia y los objetivos de las convocatorias para el fomento de las actuaciones de renaturalización y resiliencia de las ciudades españolas, sus detalles y el desarrollo de los respectivos proyectos.
- Informar sobre el marco en el que se desarrollan los proyectos, en especial del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de España y los fondos Next GenerationEU.
- Sensibilizar a la sociedad de la importancia de estos proyectos para impulsar cambios en nuestra relación con la naturaleza.
- Poner en valor la aportación de las convocatorias al cumplimiento de los compromisos de la Agenda 2030 (patrimonio natural y acción climática).

- Informar sobre los objetivos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que se van cumpliendo gracias a la convocatoria y los proyectos subvencionados.
- Poner en valor el impulso de la Fundación Biodiversidad y las entidades beneficiarias para la gestión y desarrollo de grandes proyectos transformadores.

- Definir un protocolo estructurado y programado de criterios, medidas y herramientas que comuniquen a la ciudadanía y servicios públicos del Proyecto.

- Incorporar la comunicación como baluarte en el desarrollo del Proyecto en sus distintos enfoques, destinos y alcance, regulándose su carácter vinculante en los distintos actos de participación, divulgación y seguimiento.
- Poner en valor el Proyecto en la ciudadanía a través de una imagen identificativa, persiguiendo la homogeneidad expresiva respecto a la convocatoria a nivel nacional.
- Diseñar un mensaje sencillo, claro y empático en la comunicación del Proyecto, persiguiendo su versatilidad en los distintos escenarios de canal, de público objetivo y de objetivo territorial.

- Guiar la aplicación en Las Palmas de Gran Canaria de la exposición, comunicación y participación sobre el esfuerzo de la Fundación Biodiversidad para la renaturalización de las ciudades españolas.

- Poner en valor, dentro de la capacidad y competencia del Ayuntamiento, el esfuerzo y la estrategia de la Fundación Biodiversidad y el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico en la renaturalización de las ciudades españolas.
- Implementar los criterios y directrices que se establecen desde el ámbito nacional sobre el proceso comunicativo del Proyecto.
- Reforzar las acciones que desde distintos ámbitos y administraciones se realizan con objeto de conciencia a la población sobre los valores y ventajas de la renaturalización del espacio urbano.

- Concretar los mecanismos, acontecimientos y resultados esperados del proceso de comunicación que materializan el Proyecto en el espacio urbano renaturalizado.

- Estructurar el proceso comunicativo del Proyecto mediante un conjunto de planes o programas, teniendo la Web específica como mecanismo estructurante.
- Prever un fichero de acciones de comunicación, con sus respectivos mecanismos identificativos de su objeto, protocolo y resultado previsto.
- Definir un programa de evaluación de resultados del proceso de comunicación con sus respectivos indicadores, que permita analizar la eficacia y eficiencia del mismo.

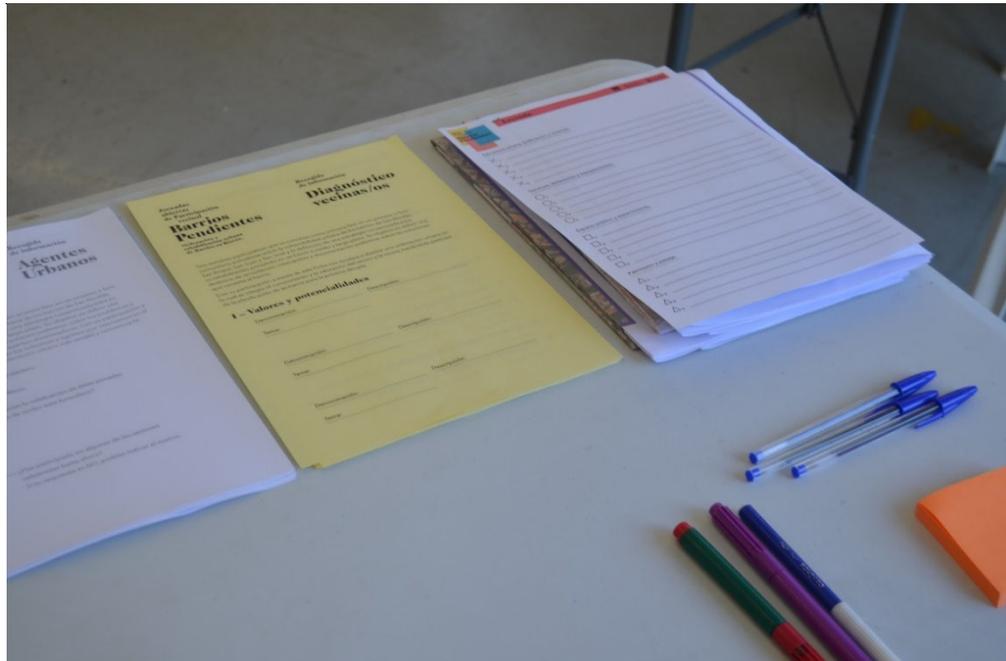
- Identificar el público objetivo y el alcance de la comunicación que se implica en el desarrollo del Proyecto.

- Concretar el público objetivo externo con intención especial en la implicación de la población residente, los colectivos vecinales y asociaciones socio-culturales, los centros educativos y universitarios, los agentes sociales y empresariales y los servicios públicos que operan en el ámbito de Proyecto y del conjunto de la ciudad.
- Definir un protocolo de gobernanza, participación, seguimiento, aportación y respuesta del público objetivo con las instancias implicadas en el desarrollo del Proyecto, documentando las evidencias de dicho intercambio.
- Generar un protocolo de comunicación que abarque al grueso de la población afectada, sea inclusivo, se adapte a los niveles y pautas de respuesta de la información y refuerce la igualdad y la adecuada perspectiva de género en proceso comunicativo y en sus efectos.

- Definir un mensaje conciso e identificativo de las bondades y conveniencia en la renaturalización del espacio urbano.

- Sensibilizar a la población sobre la oportunidad de la renaturalización urbana y la resiliencia de la ciudad frente al cambio climático y los desafíos del patrimonio natural y la salud pública, para resultado óptimo en la mejora de la calidad de vida y la calidad del entorno urbano de las próximas décadas.
- Incentivar la implicación de la ciudadanía y los agentes sociales, interesándose especialmente la colaboración de los colectivos vecinales como entidades de dinamización de los barrios y de reflexión de las estrategias públicas.

- Implicar a los medios de comunicación como agente social imprescindible en todo proceso de estas características, poniendo en valor la difusión masiva e instructiva.



3. EL PROCESO DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

Esta estructura se conforma mediante acciones y contenidos de información, exposición, comunicación y participación, de modo que se manifieste un proceso innovador, inclusivo, funcional y temáticamente versátil en la formulación de los contenidos y acciones previstas con la población implicada.

3.1. Mensajes estructurantes.

Estamos ante la traslación a nivel local de los objetivos a nivel nacional de la convocatoria para el fomento de las actuaciones de renaturalización y resiliencia de las ciudades españolas que se concretan en una dinámica estratégica y de actuaciones orientadas a situar la ciudad en la senda de un espacio rico en biodiversidad.

La estrategia de comunicación se soporta sobre varios de mensajes estructurantes que se supeditan a dicha hoja de ruta, adquiriendo rasgos sensoriales, técnicos y funcionales relacionados con el transporte de información en un sentido u otro.

Sobre esta base, los mensajes estructurantes o básicos se especifican en función de las acciones, los canales, el público objetivo o el proceso comunicador.

MENSAJE ESTRATÉGICO:

El Proyecto es un conjunto de actuaciones públicas orientadas a la mejora del espacio urbano y el bienestar de los ciudadanos del área de Tamaraceite a Ciudad Alta y del conjunto de la ciudad, desde un enfoque primordial: la mejora del medio ambiente y el paisaje, así como la regeneración de la biodiversidad.

MENSAJE SENSORIAL:

El Proyecto es una manera de integrar la ciudad y sus fortalezas naturales, a través de la experimentación y valoración de las vecinas y vecinos de su entorno como un espacio saludable, competitivo, dotado de atractivo y apoyado en sus valores naturales y ambientales. Gracias al PRTR y a los fondos Next GenerationEU se ponen en valor los rasgos identitarios como ciudad y como sociedad del siglo XXI, impulsando para sus cualidades medioambientales y el bienestar de su población. Se percibe el entorno de Tamaraceite a Ciudad Alta como un futuro ámbito con un desarrollo sostenible basado de modo significativo en la naturaleza, con una impronta propia dentro de Las Palmas de Gran Canaria.

MENSAJE FUNCIONAL:

El Proyecto se desarrolla mediante tres planes de comunicación en el que se prevé un conjunto de acciones de gobernanza y participación, de divulgación y sensibilización y de seguimiento y evaluación.

3.2. Rasgos de la comunicación.

Su desarrollo se sustenta en un conjunto de criterios de acción comunicativa que podemos caracterizar en los siguientes rasgos:

CONCRECIÓN DEL ÁMBITO

TRANSPARENCIA

VERACIDAD Y SEGURIDAD

RESPUESTA A LAS EXPECTATIVAS

INCENTIVO CRÍTICO

ESPÍRITU EUROPEO

El contexto sobre el que se plantea el desarrollo de este proceso comunicativo perfila las características, intenciones y mecanismos que se expone en este documento, siendo un factor de referencia en su eficacia.

Las acciones que se programan son inherentes a una respuesta que se da frente a los desequilibrios y oportunidades que identifican un espacio urbano para el que se persigue la sostenibilidad y el valor de la biodiversidad autóctona, respondiendo desde esta perspectiva temática a los retos de la ciudad del siglo XXI, en lo ambiental, lo social, lo económico y lo cultural.



3.3. El público objetivo.

El proceso de comunicación del Proyecto en sus tres planes tiene como público objetivo a toda persona interesada o implicada en la adaptación del espacio y la gestión urbana hacia la presencia de una biodiversidad autóctona verdaderamente significativa y con gran vitalidad.

Como referencia dotada de flexibilidad a la hora de invitar a otras personas, agentes sociales o entidades públicas y privadas, el público objetivo que se prevé de modo preliminar en el diseño de este Plan se distribuye en los conjuntos de “*público interior*” y “*público exterior*”, a saber:

→ PÚBLICO INTERIOR

- Fundación Biodiversidad y Ministerio para la Transición Ecológica y el Resto Demográfico.
- Gobierno de Canarias y Cabildo de Gran Canaria, en especial sus servicios relacionados con la biodiversidad y el medio ambiente.
- Áreas y Servicios municipales del Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.
- Sociedades municipales vinculadas a los servicios del Ayuntamiento: GEURSA, ALGE, SAGULPA, GUAGUAS.
- Servicios públicos de otras Administraciones implicados: Educación, Turismo, Transportes y Movilidad, Salud Pública y Sanidad.

→ PÚBLICO EXTERIOR

- Residentes en los barrios entre Tamaraceite y la Ciudad Alta.
- Residentes en la restante ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.
- Asociaciones y colectivos vecinales.
- Entidades públicas y privadas vinculadas a la investigación, la gestión urbana y de la biodiversidad en sus múltiples formas, el cambio climático, el patrimonio natural y cultural, la transición ecológica, las dinámicas biosaludables y otros posibles interesados. Sector conservacionista / Ambiental.
- Empresarios, trabajadores y otros agentes sociales que operan en el ámbito. Centros Comerciales y de Ocio de Los Alisios, Siete Palmas y Las Ramblas.
- ONGs, entidades eclesíásticas y religiosas, colectivos sociales, asociaciones deportivas y culturales.
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Comunidad educativa y científica.
- Residentes en la restante isla de Gran Canaria, Canarias, España, Unión Europea y entorno internacional.
- Restantes centros educativos, sanitarios, de Servicios Sociales, de Deportes y comunidad asociada.
- Turistas.

La estrategia de comunicación otorga en sus tres planes un papel significativo a la garantía de la igualdad y el tratamiento adecuado en la perspectiva de género en los criterios con los que se desarrollan los actos previstos y se formalizan en los contenidos. De hecho, constituye uno de sus objetivos específicos.

Se parte de la base que el desarrollo urbano, sostenible e integrado no se entiende sin una optimización de las condiciones de igualdad en todas las facetas del dinamismo de la ciudad y en el esfuerzo en promover el bienestar de la población o en reducir su vulnerabilidad ambiental, social, económica o cultural.

Esa optimización es un requisito indispensable en la concepción de esta estrategia, implementando desde su alcance las múltiples directivas comunitarias, la *Ley orgánica 3/2007, de 22 de marzo, de igualdad efectiva entre hombres y mujeres* o la *Ley 1/2010, de 26 de febrero, canaria de igualdad entre mujeres y hombres*.

Los actos de comunicación constituyen la herramienta básica en la materialización de este requisito en las bases de la convocatoria. En este sentido, la Estrategia para la Igualdad de Mujeres y Hombres promovida por el Gobierno de Canarias

incluye unos criterios específicos en los esfuerzos de comunicación de los planes y políticas públicas.

Este Plan comparte a través de los siguientes criterios a implementar en los actos que lo conforman:

Los actos de comunicación aplicarán un uso no sexista del lenguaje y transmitirán una imagen de las mujeres y los hombres libre de estereotipos sexistas, igualitaria, plural y no estereotipada, conforme a los principios y valores de nuestro ordenamiento jurídico.

Los actos de comunicación perseguirán el desarrollo de valores y prácticas que incentiven códigos de conducta y autorregulación con el fin de asumir y transmitir el principio de igualdad de género.

Los actos de comunicación evitarán utilizar a las personas como meros objetos sexuales y denigrar su dignidad humana en función de su sexo, orientación o identidad de sexual, en sus anuncios publicitarios y sus contenidos.

Los actos de comunicación, en especial las buenas prácticas, incluirán un logotipo y un mensaje que identifique que la renaturalización urbana con criterios y reflexión desde la equidad de género.

Los actos de comunicación harán un uso no sexista del lenguaje y transmitirán contenidos no sexistas en las operaciones y en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación.

Los actos de comunicación incluirán rasgos que favorezcan la implantación de las nuevas tecnologías con base en criterios de igualdad, y promuevan la participación de las mujeres en la construcción de la sociedad de la información y el conocimiento.

El proceso de comunicación promoverá una presencia equilibrada de mujeres y hombres en los actos.

3.4. Las herramientas del proceso de comunicación.

A partir de aquí el esfuerzo de comunicación se desagrega mediante variables que describen sus aspectos definitorios y los de las acciones a llevar a cabo, permitiéndose así una garantía de eficacia y eficiencia del proceso comunicativo de acuerdo a los criterios comunitarios de referencia y a la justificación de los propios objetivos del Proyecto.



4. EL OBJETO DE LA COMUNICACIÓN Y LA SENSIBILIZACIÓN. EL PROYECTO

El municipio de Las Palmas de Gran Canaria es un municipio de 100,5 km², que acoge la mayor ciudad del Archipiélago Canario y una población de algo menos de 380.000 residentes, reuniendo muchas similitudes con los comportamientos territoriales y problemas medioambientales de las áreas metropolitanas en el sistema urbano español de las últimas décadas.

Los procesos y oportunidades que caracterizan su realidad urbana constituyen un desafío para la definición de la ciudad de 2030, sostenible, resiliente con el cambio climático y la vulnerabilidad social y con el patrimonio natural y la biodiversidad como rasgos significativos.

En ese escenario, la ordenación y gestión sostenible de su infraestructura verde es un objetivo irrenunciable; y así se define con similares enunciados en el Plan General de Ordenación y en el Plan de Acción de la Agenda Urbana Española en Las Palmas de Gran Canaria. Una referencia sustancial se concibe en la Estrategia Nacional de Infraestructura Verde y de la Conectividad y Restauración Ecológica impulsada por el Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico.

Los problemas significativos que se pretende resolver son:

- A. La obsolescencia del diagnóstico, la planificación y la gestión sostenible de la biodiversidad autóctona y la infraestructura verde, resultante de un trabajo asociado a la planificación urbanística en la primera década de este siglo.
- B. Los efectos de la desaparición o degradación casi irreversible de muchas de sus formaciones ecológicas como consecuencia de acelerado e ineficiente desarrollo

urbano y, previo al mismo, de su dinamismo agrario precedente. En esta dinámica, la transformación de la biodiversidad ha sido radical cuando aún pervive; resultando beneficiado el elenco de especies exóticas o foráneas en los procesos naturales de sustitución o en la selección de lo verde en el ajardinamiento.

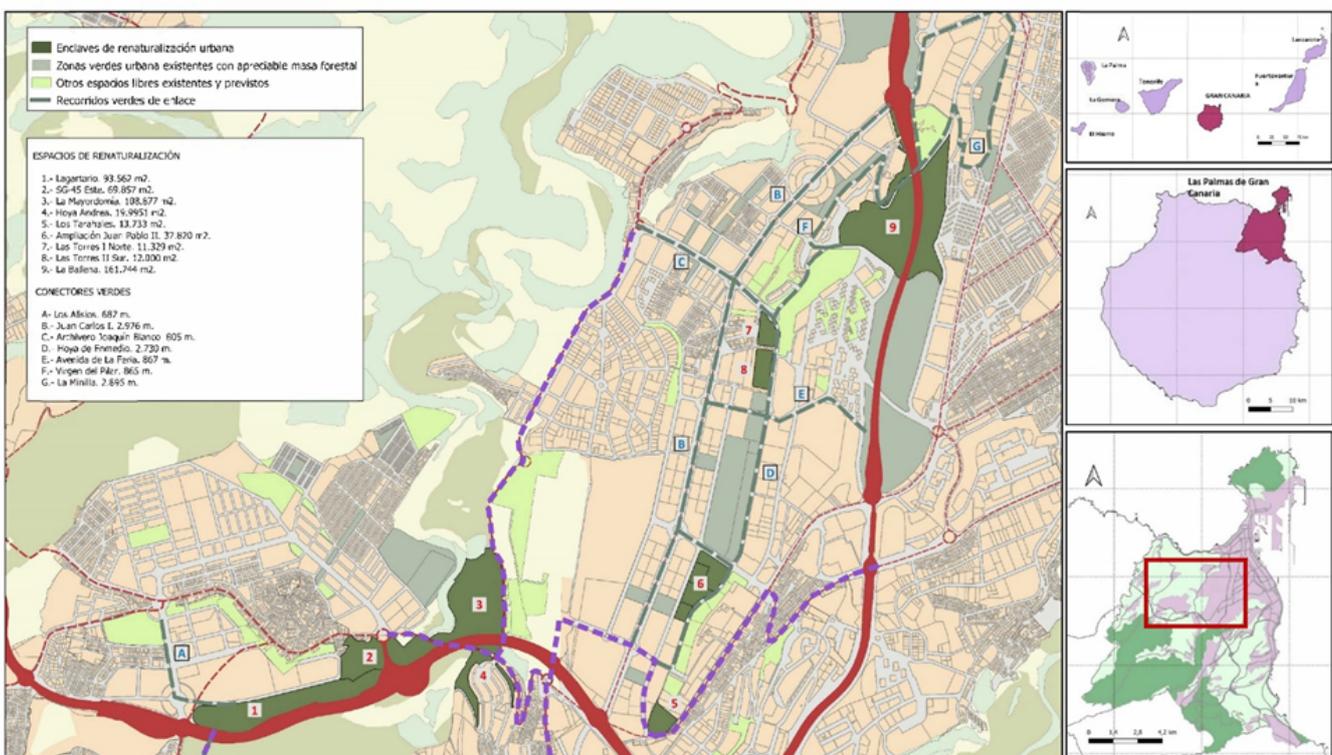
- C. Pese a lo anterior, esta situación afecta a un cortejo biótico muy variado y con abundante representación de ecosistemas termófilos, del matorral termomediterráneo, del entorno basal y costero y del borde litoral, con un variado conjunto de endemismos, de hábitats de interés comunitario o de especies protegidas o con grado de amenaza.
- D. La distribución de un borde periurbano y de espacios libres urbanos que constituyen una oportunidad como superficies vacías para la regeneración de esta biodiversidad, reproduciendo los hábitats potenciales de cada enclave.
- E. La necesaria adopción de acciones que refuercen la adaptación y resiliencia de la ciudad frente al cambio climático, ampliando y reforzando la superficie verde como sumideros de carbono; al mismo tiempo que mejorar los efectos del intenso tráfico urbano en la calidad del aire y la contaminación.
- F. Se identifica el corredor urbano de Tamaraceite y Ciudad Alta como ejemplo de esta situación, en un escenario urbano de intensa transformación en las dos últimas décadas.

La propuesta global se identifica como **Corredor Verde de Tamaraceite-Ciudad Alta (Las Palmas de Gran Canaria)**, que se formaliza mediante una sucesión ordenada de espacios de regeneración de la biodiversidad autóctona y renaturalización de la ciudad consolidada en su borde suroccidental.

Las superficies que conformarían el Corredor presentan unas condiciones de oportunidad para la ampliación de la biodiversidad autóctona en este espacio urbanizado en el que la función residencial coexiste con el uso comercial y terciario con destacada presencia de usuarios.

La replantación de arbolado termófilo, de palmeral canario, de matorral termomediterráneo y de formaciones autóctonas de entornos basales o cercanos al ámbito costero contribuiría a la renaturalización de una zona neurálgica de la ciudad. Para ello se elige una solución basada en la representación local de la vegetación y en la generación de escenarios naturales, reforzando la puesta en valor social del medio biótico propio de la zona y la calidad ambiental del espacio.

En una proporción apreciable del ámbito, esta regeneración natural podría definirse como una respuesta pública auspiciada desde la Ley 42/2007, de Patrimonio Natural y Biodiversidad sobre las medidas de conservación y mejora de los hábitats de interés comunitario fuera de la Red Natura 2000 (art. 45).



Es un conjunto de actuaciones que permite desarrollar enclaves ejemplificadores de la recuperación de la biodiversidad como ingrediente identificador del espacio urbano y periurbano, propiciando unas condiciones compatibles con la recuperación de las comunidades autóctonas de la fauna y completar nichos ecológicos que introducen la zona verde en el ambiente y dinamismo de la ciudad.

La suma de estos emplazamientos en lo que se define como Corredor verde urbano incentiva la inercia de ampliar y reproducir estas experiencias de soluciones basadas en la naturaleza en el conjunto de los barrios implicados y restante espacio urbano. Sería una inercia que multiplicaría el alcance de la respuesta frente a la adaptación y la resiliencia

frente al cambio climático, ayudando descarbonizar el aire urbano mediante sumideros de carbono, incentivar el control de los riesgos de acontecimientos agresivos de inundación.

Más allá de un mayor conocimiento y valorización ciudadana de la biodiversidad autóctona, esta optimización del entorno saludable en el espacio cotidiano de la población presenta efectos derivados sobre la puesta en valor del paisaje y el ambiente urbano y el incentivo al ocio y la dinamización económica asociada.

El Proyecto consta de las siguientes Actuaciones:

A. PLAN DIRECTOR DE LA BIODIVERSIDAD Y LA INFRAESTRUCTURA VERDE DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA.

B.1. AMPLIACIÓN DEL LAGARTARIO DE BARRANCO DE TAMARACEITE

B.2. ÁREA DE BIODIVERSIDAD AUTÓCTONA DE LA MAYORDOMÍA

B.3. ÁREA DE RENATURALIZACIÓN DE HOYA ANDREA

B.4. ESPACIOS DE RENATURALIZACIÓN DE LOS TARAHALES

B.5. ESPACIOS DE RENATURALIZACIÓN DE LAS TORRES

B.6. ÁREA DE BIODIVERSIDAD AUTÓCTONA DEL BARRANCO DE LA BALLENA

B.7. RED DE CONECTORES VERDES

5. LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

El Plan de comunicación y sensibilización que se prevé en el desarrollo del Proyecto se conforma mediante acciones y contenidos de información, exposición, comunicación y participación, de modo que se manifieste un proceso innovador, inclusivo, funcional y temáticamente versátil en la formulación de los contenidos y acciones previstas con la población implicada.

Estamos ante la traslación a nivel local de los objetivos de la convocatoria promovida por la Fundación Biodiversidad en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que se concretan en una dinámica estratégica y de operaciones orientadas a situar el municipio en la senda de la excelencia en el tratamiento de la biodiversidad autóctona, las potencialidades de la renaturalización de los espacios urbanos, la calidad ambiental del entorno y de concienciación e integración del medio ambiente en el desarrollo cotidiano de la población.

La estrategia de comunicación y sensibilización se soporta sobre mensajes estructurantes que se supeditan a dicha hoja de ruta, adquiriendo rasgos sensoriales, técnicos y funcionales relacionados con el transporte de información entre los interlocutores (Ayuntamiento, servicios públicos, agentes sociales, ciudadanía).

Su desarrollo se sustenta en un conjunto de criterios de acción comunicativa que podemos caracterizar en los siguientes rasgos:

- Concreción de las actividades y resultados esperados.
- Transparencia.
- Veracidad y seguridad.
- Respuesta a las expectativas.
- Incentivo crítico.
- Espíritu de sostenibilidad.

El contexto sobre el que se plantea el desarrollo de este proceso comunicativo perfila las características, intenciones y mecanismos que se expone en este documento, siendo un factor de referencia en su eficacia.

Las actividades que se programan son inherentes a una respuesta que se da frente a los desequilibrios y oportunidades que identifican unos barrios que persiguen la sostenibilidad y la preparación ante los retos de la ciudad del siglo XXI, especialmente representados en el ciclo integral y sostenible del agua en el municipio y sus ventajas medioambientales.

A partir de aquí el esfuerzo de comunicación se desagregan mediante variables que describen sus aspectos definitorios y los de las acciones a llevar a cabo, permitiéndose así una garantía de eficacia y eficiencia del proceso comunicativo de acuerdo a los criterios de referencia desde la Fundación Biodiversidad, la Agenda Urbana Española y el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

Los objetivos específicos de este Plan son:

- Estructurar el proceso comunicativo del Proyecto mediante un conjunto de pilares, teniendo la Web específica como mecanismo estructurante.
- Prever un fichero de acciones de comunicación, con sus respectivos mecanismos identificativos de su objeto, protocolo y resultado previsto.
- Definir un programa de evaluación de resultados del proceso de comunicación con sus respectivos indicadores, que permita analizar la eficacia y eficiencia del mismo.
- Concretar el público objetivo externo con intención especial en la implicación de la población residente, los colectivos vecinales y asociaciones socio-culturales, los centros educativos y universitarios, los agentes sociales y empresariales y los servicios públicos que operan en el municipio y, en especial, en el ámbito urbano del Corredor Verde.
- Generar un protocolo de comunicación que abarque al grueso de la población afectada, sea inclusivo, se adapte a los niveles y pautas de respuesta de la información y refuerce la igualdad y la adecuada perspectiva de género en proceso comunicativo y en sus efectos.
- Implicar a los medios de comunicación como agente social imprescindible en todo proceso de estas características, poniendo en valor la difusión masiva e instructiva.

| | | | |
|---|---|---|--|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-001. EXPOSICIÓN ITINERANTE DEL PROYECTO DE CORREDOR VERDE DE TAMARACEITE A CIUDAD ALTA | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 4 de 2025 | | |
| Descripción: | Realización de una exposición itinerante en los espacios públicos del ámbito y de la ciudad para la difusión y divulgación del Proyecto y el objetivo de renaturalización urbana. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales. • Entidades educativas. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. • Folletos, material promocional / Posters • Notas. Prensa de comunicación. • Podcast. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / Distribución de contenido. • Exposición. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. Cartelería en espacios públicos | | |
| Coste programado: | 15.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-002. PROGRAMA DE CHARLAS TALLERES SOBRE LA RENATURALIZACIÓN URBANA. UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA Y CENTROS EDUCATIVOS | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 3 y 4 de 2024 | | |
| Descripción: | Realización de 4 charlas taller en el marco de la actividad educativa de varias facultades de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (Geografía y Didáctica de las Ciencias Sociales) y centros educativos. Elaboración de material didáctico. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades educativas. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades educativas. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Entidades educativas. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • Documentos digitales. • Folletos, material promocional. • Evidencias audiovisuales. • Notas. • Material-unidades didácticas. • Podcast. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / redes sociales. • Visitas a centros educativos / visitas de campo. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 1.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-003. PARTICIPACIÓN EN REVISTAS Y PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS Y EN CONGRESOS NACIONALES E INTERNACIONALES SOBRE LA RENATURALIZACIÓN URBANA | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 1 a 4 de 2024 y 2025 | | |
| Descripción: | Presentación de investigaciones relacionadas con los procesos de renaturalización urbana y el ejemplo del Proyecto en 2-3 congresos nacionales e internacionales sobre Geografía, Ciudades y Biodiversidad urbana. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • Documentos científicos y presentaciones. • Evidencias audiovisuales. • Notas. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web / redes sociales. • Difusión del Proyecto en otras ciudades y foros científicos. | | |
| Canal: | <p>Web del Proyecto. Redes.</p> <p>Web de congresos implicados.</p> | | |
| Coste programado: | 2.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-005. DIFUSIÓN GENERAL DEL PROYECTO | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 1 a 4 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo del Proyecto en su conjunto y su efecto en la renaturalización de la ciudad. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 3 Minivídeos y compra de espacio en redes sociales. • 5 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Notas de prensa, artículos de prensa. • Cuñas y vídeo-anuncio en medios audiovisuales de comunicación. • Podcasts. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. • Publicación-difusión en medios. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. Medios de comunicación. Cuña en radio. Vídeo-anuncios en televisión | | |
| Coste programado: | 11.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-006. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B1. LAGARTARIO | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 1 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B1 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-007. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B2. LA MAYORDOMÍA | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 3 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B2 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-008. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B3. HOYA ANDREA | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 1 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B3 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-009. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B4. LOS TARAHALES | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 2 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B4 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-010. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B5. LAS TORRES | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 3 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B5 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-011. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B6. BARRANCO DE LA BALLENA | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 3 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B6 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|--|---|---|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-012. DIFUSIÓN DE LA ACTUACIÓN B7. CONECTORES AMBIENTALES | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 3 de 2025 | | |
| Descripción: | Exposición de los contenidos generados con el desarrollo de la actuación B7 y su efecto en el ámbito. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Resumen del Proyecto técnico. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 3.000 euros. | | |

| | | | |
|---|---|---|--|
| Plan: | Comunicación y Sensibilización | | |
| Acción: | CS-013. CONGRESO CIENTÍFICO SOBRE RENATURALIZACIÓN DE LA CIUDAD Y EL URBANISMO VERDE | | |
| Fecha de referencia: | Trimestre 2 de 2025 | | |
| Descripción: | Organización y desarrollo de un Congreso científico sobre renaturalización de la ciudad y el urbanismo verde en Las Palmas de Gran Canaria. | | |
| Público objetivo: | <table border="1"> <tr> <td> <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. </td> <td> <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. </td> </tr> </table> | <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. |
| <u>Interno.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinación municipal del Proyecto. • GEURSA. | <u>Externo.</u> <ul style="list-style-type: none"> • Comunidad científica. • Público interesado. • Colectivos vecinales. • Agentes sociales interesados. | | |
| Contenido: | <ul style="list-style-type: none"> • 1 Vídeo divulgativo del Proyecto. • 1 Minivideo y compra de espacio en redes sociales. • 3 Dossier de imágenes, folletos, material divulgativo. • Nota de prensa, artículo de prensa. • Charlas presentadas y publicación científica. | | |
| Proceso: | <ul style="list-style-type: none"> • Publicación web. | | |
| Canal: | Web del Proyecto. Redes. | | |
| Coste programado: | 65.000 euros. | | |

6. LA EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La programación del proceso de comunicación del Proyecto “**Corredor Verde entre Tamaraceite y la Ciudad Alta**” que se expone en este documento incluye como uno de sus baluartes fundamentales el ejercicio de evaluación de su eficacia y eficiencia de las acciones previstas.

Se define una serie de indicadores y un mecanismo de evaluación que parte de los indicadores de evaluación y seguimiento establecidos por la Fundación Biodiversidad en el programa de subvenciones para el fomento de la renaturalización de las ciudades españolas, y la especificadas en la propuesta presentada por el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria.

Es un proceso que se imbrica estrechamente con el programa de acciones de comunicación de modo que se busca incentivar el mayor resultado positivo en la implementación social de los objetivos de la planificación y desarrollo urbano y municipal del Ayuntamiento, y los de la Fundación Biodiversidad, del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y la política comunitaria que se representa en los fondos Next Generation EU.

La selección de los indicadores tiene una vocación de referencia o de horizonte a los efectos de ir modulando el desarrollo de las acciones y los mecanismos de las propias operaciones de manera que en todo caso quede garantizar un resultado final favorable y coherente.

Teniendo en cuenta su correspondencia con la referida “Guía de Indicadores” de la Fundación Biodiversidad y la respectiva codificación, la evaluación específica de la comunicación se soporta sobre los siguientes indicadores:

| | | |
|-------------------|---|--------------|
| Indicador: | DIFUSIÓN GENERAL DEL PROYECTO EN LOS MEDIOS | |
| Código: | C-201 | |
| Descripción: | Número de impactos esperados/logrados en medios locales, provinciales, autonómicos o nacionales, des-agregados por medios (radios, televisiones, prensa escrita, medios digitales). | |
| | Valor inicial: | Valor final: |
| | 12 | 24 |

| | | |
|-------------------|--|--------------|
| Indicador: | DIFUSIÓN GENERAL DEL PROYECTO EN REDES SOCIALES | |
| Código: | C-202 | |
| Descripción: | Número de nuevos seguidores en redes sociales en las que participa o ha creado nuevos perfiles para el proyecto. | |
| | Valor inicial: | Valor final: |
| | 50 | 500 |

Indicador:

DIFUSIÓN GENERAL DEL PROYECTO EN LA WEB MUNICIPAL

Código:

C-203

Descripción:

Número de visitas a la web municipal creada para el proyecto.

Valor inicial:

1.000

Valor final:

10.000

Indicador:

DIVULGACIÓN DE LOS CONTENIDOS DEL PROYECTO

Código:

C-204

Descripción:

Número de materiales de divulgación y sensibilización (boletines, videos cortos para redes sociales, creatividades, infografías, etc).

Valor inicial:

10

Valor final:

50

Indicador:

DIVULGACIÓN Y SENSIBILIDAD GENERAL PRESENCIAL

Código:

C-205

Descripción:

Número de eventos de difusión del proyecto no contemplados en las acciones de gobernanza y participación (presentaciones, talleres y conferencias en distritos, barrios, escuelas, itinerarios guiados, actividades naturalistas y de educación ambiental, etc).

Valor inicial:

5

Valor final:

25

Indicador:

NÚMERO DE ARTÍCULOS PUBLICADOS EN PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

Código:

C-206

Descripción:

Número de artículos publicados en revistas y otras publicaciones especializadas.

Valor inicial:

0

Valor final:

5

Indicador:

FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN EN EL ÁMBITO DE RENATURALIZACIÓN

Código:

C-207

Descripción:

Nº de actividades de formación y/o capacitación en sectores relativos a la renaturalización urbana, en relación con la ejecución del proyecto, con indicación del número de asistentes.

Valor inicial:

0 eventos
0 asistentes

Valor final:

5
50 varones / 50 mujeres

Indicador:

CONTRIBUCIÓN DE LAS PLATAFORMAS DE CIENCIA CIUDADANA AL CONOCIMIENTO DE LA BIODIVERSIDAD

Código:

C-208

Descripción:

Nº de muestreos/registros relativos al cálculo de biodiversidad realizados a partir de observaciones articuladas por plataformas de ciencia ciudadana.

Valor inicial:

2

Valor final:

6

| | | | | | | | |
|-------------------|---|----------------|--------------|---|---|-----------------|-----------------|
| Indicador: | PERCEPCIÓN CIUDADANA DE LA RENATURALIZACIÓN | | | | | | |
| Código: | C-209 | | | | | | |
| Descripción: | Realización de sucesivas encuestas en ubicaciones específicas del municipio en las que se invite a los encuestados a valorar (0 como valor más bajo, 5 como valor más alto) aspectos relativos a la naturalidad del espacio. Datos encuestados según Guía de Indicadores. | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #D9EAD3;">Valor inicial:</td> <td style="background-color: #D9EAD3;">Valor final:</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">100 encuestados</td> <td style="text-align: center;">400 encuestados</td> </tr> </table> | Valor inicial: | Valor final: | 1 | 4 | 100 encuestados | 400 encuestados |
| Valor inicial: | Valor final: | | | | | | |
| 1 | 4 | | | | | | |
| 100 encuestados | 400 encuestados | | | | | | |

| | | | | | |
|-------------------|--|----------------|--------------|---|---|
| Indicador: | TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO | | | | |
| Código: | C-210 | | | | |
| Descripción: | Número de actividades de transferencia de conocimiento a sectores profesionales, académicos y a otras entidades con problemáticas similares (congresos, participación en foros, en redes, etc.). | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="background-color: #D9EAD3;">Valor inicial:</td> <td style="background-color: #D9EAD3;">Valor final:</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> </table> | Valor inicial: | Valor final: | 0 | 3 |
| Valor inicial: | Valor final: | | | | |
| 0 | 3 | | | | |

Es cuanto se informa a los efectos oportunos.

Santiago Hernández Torres
 Responsable de Comunicación
 Proyecto "Corredor Verde de Tamaraceite a Ciudad Alta"
 Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria