

# El mayor reto de comunicación en Europa

## ¿Sabes qué es la Red Natura 2000?

Beatriz Sánchez Cepeda<sup>1</sup> y Cristina Yuste<sup>2</sup>

(1) SEO/BirdLife. (2) Efeverde. Agencia EFE.  
Proyecto LIFE+ Activa Red Natura 2000

La quinta parte de la superficie de la Unión Europea integra la Red Natura 2000, más de 27 000 espacios protegidos cuyas especies o tipos de hábitats tienen un valor excepcional, pero que también proporcionan entre 200 000 y 300 000 millones de euros al año a los europeos en bienes y servicios vitales, tales como el almacenamiento de carbono o la protección contra inundaciones o sequías, pero también en puestos de trabajo o ingresos por turismo; no hay mejor motivo para atenderlos y protegerlos.

La filosofía de conservación de la Red Natura 2000 parte de la base de que los paisajes europeos han sido intervenidos por la mano humana desde hace milenios y que la biodiversidad que albergan son fruto de una interacción cultural e histórica entre el hombre y la naturaleza. Por eso, no aboga por la creación de santuarios naturales ajenos al ser humano, sino que promueve que la conservación de la naturaleza vaya acompañada de la obtención de beneficios para los ciudadanos y para la economía en general. Lejos de pretender ser un obstáculo para el desarrollo, la declaración de un espacio como Natura 2000 es un reconocimiento y una oportunidad para mantener y revitalizar actividades tradicionales, con el valor añadido de su importancia para la protección del patrimonio natural europeo.

Pero una conservación efectiva de estos territorios pasa por su conocimiento; como dijo Leonardo Da Vinci, solo se ama lo que se conoce.

La Red Natura 2000 se creó en 1992, pero han tenido que pasar muchos años para que los responsables de medio ambiente de la Comisión Europea se dieran cuenta de la necesidad de hacerla más cercana. El director de Capital Natural de la Comisión, Humberto Delgado, ya lo reconocía en una entrevista con Efeverde: “es un logro haber creado la Red, pero ahora son necesarias tareas específicas de comunicación, pues es una paradoja que la mayoría de los europeos manifieste preocupación por la pérdida de biodiversidad y que menos de un tercio sepa lo que es Natura 2000”.

Esta ha sido una de las principales premisas bajo las que nació el LIFE+ *Activa Red Natura 2000*, un proyecto desarrollado por SEO/BirdLife y la Agencia EFE entre 2012 y marzo de 2017 y que ha contado con la cofinanciación del Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente.

Las acciones desarrolladas en este LIFE+ han involucrado a todos los actores implicados en la gestión y conservación de la Red Natura 2000, a través de los mensajes y medios más adecuados para cada uno de ellos. Todo ello para conseguir que aquellos que pueden ac-



tuar de forma positiva, lo hagan con el máximo interés y eficacia y por otra parte, que los que tienen una percepción negativa, cambien su actitud al conocer y apreciar la importancia de la Red Natura 2000 y las oportunidades de desarrollo real que ofrece. También se ha tratado hacer llegar el mensaje a colectivos no directamente interesados o implicados en la conservación del medio ambiente (docentes, jóvenes, sociedad urbana), a través de acciones específicas y canales adaptados a cada uno de ellos.

#### TRABAJANDO CON LOS ACTORES CLAVE

Para garantizar la conservación de la Red Natura 2000 y, por extensión, de la biodiversidad de

la Unión Europea, es necesario que las políticas comunitarias, nacionales, regionales y locales asuman plenamente los objetivos y requisitos de protección de la Red Natura 2000 y la biodiversidad en general. También resulta de vital importancia garantizar la eficacia de los instrumentos de gestión del territorio y de prevención de impactos, entre los que se incluye la evaluación de los efectos sobre la Red Natura 2000.

Hay mucho camino que recorrer en este sentido y por ello el proyecto LIFE+ *Activa Red Natura 2000* ha trabajado con algunos de los actores clave en la gestión y defensa de la Red Natura 2000, como los técnicos de administraciones locales, los técnicos en evaluación de impacto ambiental, los operadores del ámbito jurídico o los comunicadores.

Reserva Natural de Riet Vell (Delta del Ebro, Tarragona).  
Foto: SEO/BirdLife.

La Red Natura 2000 se creó en 1992, pero han tenido que pasar muchos años para que los responsables de medio ambiente de la Comisión Europea se dieran cuenta de la necesidad de hacerla más cercana

El 60% de los municipios españoles tienen en su territorio al menos un espacio de la Red Natura 2000 y, aunque las entidades locales no tienen competencias directas en la gestión de estos espacios, muchas de sus actuaciones incidencia directa en la conservación de los valores que protege la Red Natura 2000. Además, como administración más cercana a los ciudadanos, tienen un papel clave en la mejora del conocimiento y del aprecio por estos espacios por parte de la ciudadanía.

Según la encuesta inicial del proyecto, en 2013, sólo un 33% de sus responsables municipales de medio ambiente conocían la Red Natura 2000. Por ello, una de las acciones del proyecto ha sido la elaboración de la publicación *Administraciones Locales y Red Natura 2000*, un manual de referencia y consulta sobre las cuestiones más importantes y recurrentes que pueden surgir en la gestión municipal en relación con la Red Natura 2000. La publicación se realizó a través de un proceso participativo en el que colaboraron técnicos de medio ambiente, concejales, alcaldes, abogados y asociaciones locales de diferentes puntos de la geografía española y que tuvo como punto de partida un taller celebrado en Madrid en julio en 2013 en el que se sentaron las bases de lo que iba a ser la publicación.

Tras la difusión y distribución de esta publicación, para lo que se contó con la colaboración de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), el porcentaje de responsables municipales que conocen la Red Natura 2000 ha aumentado en 18 puntos, hasta el 55,6%.

El desarrollo de planes y proyectos con un potencial impacto sobre la Red Natura 2000 tienen que someterse a una evaluación de impacto ambiental que garantice que los valores por los que se declaran los espacios no se vean afectados, conforme a lo establecido en el artículo 6 de la Directiva 92/43/ CEE, relativa a la conservación de los hábitats naturales y de la fauna y la flora silvestres. Sin embargo, la normativa no establece ningún procedimiento o metodología que deba ser aplicada a la hora de realizar dicha evaluación y existe una gran disparidad en la aplicación de criterios.

Con el objetivo de generar una herramienta práctica para los técnicos que trabajan en este ámbito, el LIFE+ *Activa Red Natura 2000* ha editado el libro *Directrices para la evaluación ambiental de proyectos que puedan afectar a la Red Natura 2000*. En su elaboración participaron más de 50 representantes de la administración, consultores ambientales, organizaciones ecologistas y promotores. Con un enfoque práctico, la publicación pretende arrojar luz en aquellos conceptos y criterios que representan en la actualidad un obstáculo o sobre los que existen diversidad de interpretaciones en la evaluación de impactos sobre la Red Natura 2000. Ha despertado un gran interés entre los técnicos del sector, que la han incorporado ya a sus herramientas de trabajo.

Por otra parte, los operadores del ámbito jurídico (órganos jurisdiccionales, miembros del Ministerio Fiscal y abogados) son los últimos garantes de que se cumpla la legislación relativa a la conservación de los hábitats y las especies de la Unión Europea a través de, entre otros instrumentos, la Red Natura 2000. Por ello, en el marco del proyecto se ha editado una publicación dirigida a este colectivo. *La Red Natura 2000 en España: Régimen jurídico y análisis jurisprudencial*, realiza un completo análisis sobre cómo los órganos jurisdiccionales españoles aplican la normativa y el régimen jurídico de protección de la Red Natura 2000 en sus resoluciones, y cita también la jurisprudencia más relevante del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, junto con referencias doctrinales y dictámenes técnicos de aplicación del



Derecho de la Unión Europea en esta materia. La publicación es de utilidad también para las administraciones públicas, así como para otros actores importantes desde el punto de vista jurídico, como son las organizaciones de protección y defensa del medio ambiente.

La publicación ha tenido una amplia distribución en el sector y los resultados de esta acción empiezan a materializarse en unas sentencias más completas y que en algunos casos reproducen directamente el texto del libro.

#### EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El objetivo de Activa Red Natura 2000 era profundizar en las razones por las cuales los ciu-

dadanos desconocían la existencia de su mayor tesoro, intentar revertir los resultados de una encuesta que apuntaba a que el 85% de los españoles no sabía nada de estos espacios y que del 15% restante, el 10,5% no era capaz de citar un lugar de la Red, y cambiar la percepción negativa a aquellos que la tuvieran; en suma, conectar a la gente con la biodiversidad.

Se planteaba este proyecto como “el mayor reto de comunicación en Europa” y así lo reconoció en una entrevista con Efeverde el responsable del ramo en BirdLife Europa, Luca Bonaccorsi; se trataba de conseguir en cuatro años que al menos el 25% de los españoles de 15 a 65 años hubiera oído hablar de la red –unos 8 millones de personas– y que un 5% reconociera tener “bastante conocimiento” de la misma. Todo ello a través de acciones que posteriormente

Artesanos, ganaderos, agricultores, pescadores, guardas forestales, colectivos conservacionistas, empresarios, fotógrafos de naturaleza o gestores de espacios han dotado de contenido cientos de clips de vídeo y fotografías. Segundo segando. Foto: EFE.

**El objetivo de Activa Red Natura 2000 era profundizar en las razones por las cuales los ciudadanos desconocían la existencia de su mayor tesoro, intentar revertir los resultados de una encuesta que apuntaba a que el 85% de los españoles no sabía nada de estos espacios y que del 15% restante, el 10,5% no era capaz de citar un lugar de la Red**

pudieran ser implementadas en otros lugares de Europa.

El proyecto LIFE Activa Red Natura 2000 planteó una serie de acciones encaminadas fundamentalmente a la comunicación, en las que se involucró directamente a la ciudadanía en iniciativas de carácter social, educativo, formativo y solidario dirigidas por SEO/BirdLife.

En un proyecto de comunicación no podía faltar una guía para los profesionales de este ámbito y por ello, se ha editado la publicación *Red Natura 2000: una guía para comunicadores*. Esta obra, en cuya elaboración participaron también profesionales del sector, recoge un interesante análisis del tratamiento de esta figura de protección en los medios y una hoja de ruta con consejos para comunicar mejor a la sociedad la importancia y el valor de esta red de espacios protegidos. Resulta una herramienta clave para cualquier profesional que trabaje en la comunicación de esta red europea de espacios protegidos.

## VOZ A LOS PROTAGONISTAS

Efeverde de la Agencia Efe se encargó de la vertiente informativa, para lo cual se hizo eco de los avances y objetivos del proyecto, dio

voz a los protagonistas del mismo y dirigió su atención a todos los sectores involucrados en la conservación de los lugares Natura 2000, fundamentalmente a las personas que viven o trabajan en ellos.

Estos actores clave del conservacionismo en España no han dudado en mostrar ante las cámaras sus inquietudes, miedos, dudas y recelos en algunos casos y su orgullo de formar parte de esos tesoros de biodiversidad que les dan sustento en la mayoría de ellos. Esa vertiente del proyecto, la humana, ha resultado determinante para el éxito de difusión del mensaje que se propuso como objetivo.

Artesanos, ganaderos, agricultores, pescadores, guardas forestales, colectivos conservacionistas, empresarios, fotógrafos de naturaleza o gestores de espacios han dotado de contenido cientos de clips de vídeo y fotografías para las galerías del proyecto y han puesto nombre y apellidos a contenidos informativos de gran trascendencia en la “línea” de Efe.

En ocasiones, han hablado de lo difícil que resulta vivir en un espacio protegido, en otras de lo fácil que puede llegar a ser si se dan las condiciones para una buena convivencia entre desarrollo y conservación, la filosofía de la Red Natura 2000, otras han hecho gala de su papel en el reconocimiento de los valores de los espacios y en muchas ocasiones han demostrado que es posible vivir en armonía con ellos, aprovechar sus potencialidades con respeto total al ciclo natural de todos los elementos que los componen.

La noticia del lanzamiento del proyecto, el 7 de enero de 2013, dio el pistoletazo de salida a cuatro años de intensa labor informativa, que ha aumentado progresivamente de intensidad en sus contenidos y sin duda en su mensaje, lo que se ha traducido también en resultados: más de 400 informaciones que han superado los 8100 impactos, es decir, seis publicaciones diarias en los medios de comunicación de noticias relacionadas con los espacios de la Red Natura 2000.



La Agencia Efe puso a disposición del proyecto medios humanos y técnicos para hacer posible la correcta difusión del mismo. Foto: EFE.

La Agencia Efe puso a disposición del proyecto medios humanos y técnicos para hacer posible la correcta difusión del mismo. Así, redactores, productores, operadores de cámara, fotógrafos, ayudantes de sonido, técnicos de radio, coordinadores, estudios de grabación, platós de televisión, cámaras de alta definición, equipos de montaje de vídeo y de edición de fotografía y demás sistemas de transmisión dotaron de contenidos informativos el LIFE, a razón de una decena de media cada mes.

## EL PAPEL DE LOS PERIODISTAS

El aumento progresivo de comprensión del proyecto por parte de los comunicadores se hizo patente en las dos ocasiones en que se convocó a periodistas de diferentes medios, la primera un taller en el que se puso de manifiesto la falta de especialización por la escasez de conocimiento sobre la red Natura 2000, y un segundo debate en el que los mismos periodistas pusieron en común años después los frutos de su aprendizaje.

En octubre de 2015, la Agencia Efe acogió en su sede la presentación de la “Guía para comunicadores”, que recogió las impresiones y conclusiones de aquel taller.

La guía arroja datos sorprendentes, como el resultado de una encuesta a periodistas en el arranque del proyecto que puso de manifiesto que solo el 6% de los encuestados conocían la Red Natura 2000 y el 74% consideraba que los medios de comunicación en España no le daban la suficiente cobertura y que muchas veces esta cobertura se focalizaba en su vertiente más negativa.

En este sentido, la labor de la Agencia Efe en el proyecto LIFE Activa Red Natura 2000 ha pretendido servir de altavoz, tanto de las opiniones más críticas como de las más constructivas acerca de este conjunto de espacios protegidos. Y la mejor manera de conocer las diferentes impresiones no ha sido otra que desplazarse hasta los propios lugares en los que el ser humano ha intervenido durante siglos y cuya interacción ha sido determinante en su riqueza biológica.

Los periodistas encargados de las coberturas del proyecto han recorrido espacios de la Red Natura 2000 de las 17 comunidades autónomas, de todos los ecosistemas, de gran valor ecológico y de enorme trascendencia social y cultural, donde profesionales de distintos sectores desarrollan actividades de emprendimiento o de recuperación de negocios tradicionales.

Un equipo compuesto de operador de cámara, fotógrafo, redactor y en ocasiones productor y ayudante de sonido se ha desplazado en avión, tren o coche hasta algunos de los lugares más bellos de la geografía española y también de los más recónditos, para encontrarse con personajes cuyo papel en la conservación es reconocido y vital o para recoger las impresiones de personas ancladas en territorios cuya protección les genera inquietudes y reticencias.

Efeverde se ha encargado igualmente de la elaboración de la noticia escrita surgida de cada uno de esos viajes en forma de crónica para los abonados al servicio de textos de Efe, su posterior difusión en la web [www.efeverde.com](http://www.efeverde.com) y a través de las redes sociales, la edición de un videoreportaje, la grabación de microespacios de radio o la creación de galerías fotográficas e infografías digitales.

A lo largo de cuatro años la Agencia Efe ha llevado a cabo un total de 161 coberturas temáticas o sectoriales frente a las 84 comprometidas, 61 de ellas reportajes de amplio formato que han incluido, además de texto escrito para los medios impresos abonados al servicio tradicional de Efe y texto en formato web, vídeo locutado y montado y fotografías, distribuidas por el servicio de Gráfica de Efe y en forma de galería fotográfica en Google+.

Además, se han elaborado 37 microespacios de radio, que han sido distribuidos a las emisoras abonadas al servicio de EFE Radio, a través de la plataforma de contenidos de audio gratuitos en internet Ivoox y en el programa semanal de Efeverde “Mangas Verdes”.

Un total de 22 entrevistas específicas, muchas de ellas con cobertura multimedia, se suman a los testimonios de todos los protagonistas de los espacios que han sido el hilo conductor de los reportajes y que han acompañado a los periodistas dotando de credibilidad los contenidos.

Por otro lado, el desarrollo tecnológico ha permitido integrar nuevas formas de comunicación para el objetivo inicial del proyecto, en concreto

una narración en vivo o Scribblelive de todos los reportajes, noticias y entrevistas con una visualización más directa y compactada de los mismos, incluido en forma de banner en el “sitio web” dedicado a Activa Red Natura 2000.

Destacar igualmente que el valioso material fotográfico originado en el proyecto ha sido integrado a la “nube” digital en forma de galerías temáticas (Google+) y ha facilitado una nueva forma de acceso, aparte del servicio tradicional de distribución de la Agencia Efe, y ha sido puesto a disposición del público en general a través de la plataforma de contenidos de Libre Descarga Multimedia de la Agencia Efe, acompañando al texto de la noticia y al vídeo en su caso.

El número creciente de noticias, fruto de una mayor comprensión de la filosofía del proyecto, así como de la proliferación de acciones lideradas por SEO/BirdLife, la implicación de las administraciones y el compromiso de los actores clave en la pedagogía de los valores de la red, ha permitido superar todas las previsiones.

La Agencia Efe ha cubierto los contenidos relacionados con la comercialización de productos procedentes de espacios Natura 2000 para un mayor conocimiento por parte de los consumidores y se ha ocupado de difundir la grabación y posterior emisión de la primera serie documental sobre esta red, que se emitió en La 2 de TVE y en Radio 5 de RNE entre marzo y septiembre de 2016, con una audiencia acumulada cercana a los cinco millones de espectadores.

## 21 DE MAYO DÍA DE LA RED NATURA 2000

El proyecto LIFE+ ha desarrollado acciones muy ambiciosas dirigidas a mejorar el conocimiento de la Red Natura 2000 en la sociedad en general. Sin duda la que ha tenido mayor alcance ha sido la celebración del **Día Europeo de la Red Natura 2000**, una campaña de comunicación dirigida a que todos los años los europeos celebren su riqueza natural. Bajo el lema *El simple aleteo de una mariposa puede*



*cambiar el mundo*, llama a la participación a los ciudadanos para que hagan un gesto por la Red Natura 2000. Desde su primera edición en 2013 ha sumado 100 000 gestos, ha sumado 15 000 participantes en casi 500 actividades, 20 000 escolares de más de 160 centros educativos y se ha celebrado en 24 países de la Unión Europea. Además en 2005 fue el primer proyecto que ganó el *Premio Natura 2000* de la Comisión en la categoría Ciudadano Europeo. El comisario de Medio Ambiente de la Comisión Europea, Karmenu Vella, entregó el galardón en una ceremonia en Bruselas a los responsables del proyecto, Asunción Ruiz por parte de SEO/BirdLife y Arturo Larena por Efeverde, una cobertura informativa que mereció el primer viaje para el proyecto fuera de España de un equipo de periodistas de la Agencia Efe.

El pasado 15 de mayo, la fecha del día 21 fue incluida en el calendario oficial de celebraciones de la Unión Europea, convirtiéndose en la primera iniciativa de este tipo promovida desde la sociedad civil que se oficializa.

### CONECTANDO CON LAS PERSONAS DEL TERRITORIO NATURA 2000

Las personas que viven y trabajan en los territorios protegidos por la Red Natura 2000 son los primeros garantes y artífices de su conservación. Con su trabajo diario, contribuyen al mantenimiento del tejido social y económico de las áreas rurales más singulares de España y de Europa. Por ello, es necesario proporcionar el marco normativo y los incentivos adecuados para que cuenten con las mismas oportuni-

Acto de cierre del Proyecto Activa Red Natura 2000, haciendo el gesto de las alas de una mariposa. En el centro, la ministra de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente. Foto: SEO/BirdLife.

des de desarrollo que quienes viven y producen en territorios no protegidos.

En el marco del LIFE+ *Activa Red Natura 2000* se han inventariado productos, servicios y experiencias positivas, con el objetivo de difundirlas para que sirvan como ejemplo de que el desarrollo socioeconómico es compatible con la conservación. Algunos de ellos se muestran en la publicación *Experiencias positivas en Red Natura 2000*. Otros han sido protagonistas de la primera serie de televisión sobre la Red Natura 2000 producida en España.

El proyecto también se ha acercado al territorio para conocer de primera mano las opiniones y necesidades de los sectores productivos e informar sobre las oportunidades de desarrollo real que ofrece Natura 2000. Así, se han hecho materiales de divulgación específicos y se han desarrollado por prácticamente todo el territorio nacional, 37 talleres participativos con agricultores, ganaderos y usuarios del mar. Talleres de formación y de debate con los que se ha mejorado el conocimiento de la Red Natura 2000 en el territorio y se han recogido las sensibilidades locales para integrarlas en la generación de propuestas de futuro, hacia una gestión de la Red Natura 2000 que suponga una oportunidad para todos.

#### ACERCANDO NATURA 2000 A LA SOCIEDAD

Según el Eurobarómetro, los ciudadanos europeos consideran que los espacios protegidos son “muy importantes” y que contribuyen de forma significativa a la lucha contra la pérdida de biodiversidad, la provisión de servicios ecosistémicos, la preservación de áreas naturales emblemáticas, la apuesta por un consumo sostenible y el fomento de la calidad de vida. Sin embargo, existe un gran desconocimiento de que la garantía de conservación de esos espacios protegidos es la Red Natura 2000. Un mayor conocimiento de esta figura de protección de la sociedad general promoverá posiciones y conductas más favorables a la conserva-

ción de estos espacios y además influirá sobre las administraciones públicas para fomentar su protección.

La otra gran acción de comunicación masiva ha sido la producción de la serie de televisión y radio *Natura 2000, la vida en los espacios protegidos de España*. Es la primera serie de televisión que trata sobre la Red Natura 2000 en España. Se emitió de marzo a septiembre de 2016 en La 2 de TVE y en Radio 5 de RNE y, a lo largo de 28 capítulos, hace un recorrido por 29 espacios de la Red Natura 2000 a través de las personas que habitan y desarrollan diferentes actividades en ellos. Más de 5 millones de espectadores y 800 mil oyentes han conocido los valores naturales, sociales y culturales de Natura 2000 gracias a la serie que además cuenta con una página web propia ([natura2000.seo.org](http://natura2000.seo.org)) y un espacio en la web de RTVE ([www.rtve.es/rednatura2000](http://www.rtve.es/rednatura2000)).

Como consumidores, los ciudadanos podemos influir en la transición hacia modelos de producción más sostenibles que favorezcan la conservación de los espacios protegidos de la Red Natura 2000. Con el objetivo de informar y sensibilizar a los consumidores sobre la Red Natura 2000 y avanzar en que los productos con origen en la misma encuentren un posicionamiento preferente en el mercado alimentario, el LIFE+ *Activa Red Natura 2000* ha puesto en marcha una campaña informativa dirigida a consumidores en colaboración con la cadena de hipermercados Alcampo.

Ocho equipos de promotores de SEO/BirdLife han informado a los clientes sobre la Red Natura 2000 y les han explicado el valor añadido que tienen los productos procedentes de espacios protegidos. Las encuestas realizadas en el marco de esta acción muestran un aumento de tres puntos porcentuales (del 20,6 al 24%) en el número de personas que afirman conocer la Red Natura 2000 antes y después de la campaña. Teniendo en cuenta que el 70% de los españoles pasa, al menos una vez cada 15 días por este tipo de centros, este tipo de actuaciones puede resultar muy eficaz y además es una ma-



nera muy útil de concienciar a los responsables de los centros comerciales.

El futuro de la conservación de la biodiversidad pasa por la conciencia y la implicación de las futuras generaciones. La población en edad escolar es fundamental a la hora de articular cambios en la percepción social, no sólo porque se hallan en plena fase de definición de su escala de valores, sino porque son capaces de influir o aportar nuevas visiones a su entorno familiar y social y, de algún modo, “contagiarles”. Por ello, el LIFE+ ha desarrollado una acción dirigida específicamente a los docentes de educación primaria y secundaria mediante la que se ha creado el portal educativo [www.educanaturalmente.org](http://www.educanaturalmente.org). La página ofrece un buen número de materiales y actividades con las que los

profesores pueden enseñar a sus alumnos los valores de la Red Natura 2000 de una manera didáctica, divertida y práctica.

Por otro lado, los jóvenes y adolescentes son fundamentales a la hora de fijar una tendencia o percepción social. La mayor parte de los estudios apuntan a su poder de influencia entre los miembros de su grupo y, más allá, en generaciones anteriores, al personificar las ideas de novedad, modernidad y futuro. Son, además, el grupo destinado a implementar los cambios necesarios para asegurar el futuro de Natura 2000 y de los valores ambientales de la UE, su soporte vital. Se trata de un colectivo especialmente importante para la lucha en la conservación de la naturaleza y contra la pérdida de biodiversidad y por ello una de las acciones del proyecto

Campaña en supermercados.  
Foto: SEO/  
BirdLife.

**La Red Natura 2000 constituye una auténtica riqueza natural, de cuya conservación y mejora todos somos responsables. Si hay algo que nos une como europeos, si hay algo que garantiza nuestro futuro y cohesión, eso es nuestro capital natural y desde España hemos sido punta de lanza en la difusión del mensaje de la Red Natura 2000 a la sociedad con al LIFE+ Activa Red Natura 2000**

–*Focus Natura*– ha sido dirigida específicamente a ellos. Esta acción ha creado una aplicación web –[www.seo.org/escuchalanaturaleza](http://www.seo.org/escuchalanaturaleza)– que ayuda a mejorar la capacidad de concentración a través del contacto directo con las aves y la naturaleza que ofrece la Red Natura 2000 y además permite a los usuarios conocer sus espacios Natura 2000 más próximos y algunas de las especies de aves que se pueden observar o escuchar en ellos.

La propuesta está basada en varios estudios científicos que han concluido que el contacto con la naturaleza y escuchar el canto de los pájaros relaja y ayuda a mejorar la capacidad de concentración a jóvenes con TDAH (trastorno de déficit de atención e hiperactividad). Para la difusión de la acción se grabó un vídeo promocional con un grupo de alumnos con esta patología que se puede ver en el canal de Youtube de SEO/BirdLife.

*Focus Natura* ha llegado a más de 140.000 personas a través de las redes sociales, la mayoría de ellas jóvenes entre 18 y 24 años. Pero además ha despertado un gran interés en los medios de comunicación y en personas influyentes en el ámbito de la maternidad, la educación, la psicología y la acción social, que se espera que sea el germen de un proyecto más amplio

que ahonde en el conocimiento y la difusión de los beneficios que tiene el contacto con la naturaleza para la sociedad.

## CONCLUSIONES

Durante los últimos cuatro años, SEO/BirdLife y la Agencia EFE han trabajado de forma conjunta para elevar el conocimiento sobre la Red Natura 2000 entre la sociedad española, desarrollando acciones innovadoras que han involucrado a todos los actores implicados en la conservación de la red coordinada de espacios protegidos más importantes del mundo.

En 2013, cuando arrancó el proyecto, el 90% de los españoles no había oído hablar nunca de la existencia de la red. Cuatro años después, y tras el intenso esfuerzo de difusión realizado en el marco del proyecto, este porcentaje se ha reducido hasta el 78,9%. Más de ocho millones de españoles, un 21,1% de la población, conoce la Red Natura 2000 al final del proyecto.

Según los resultados de la encuesta el aumento del conocimiento ha ido paralelo a la interacción de los usuarios con la Red Natura 2000. En 2013 el 75,7% de quienes la conocían habían visitado uno de sus espacios. Cuatro años después, esta cifra roza el 90%. Otro dato significativo es que al final del proyecto, para la mayoría de los españoles, la inclusión de un territorio en la Red Natura 2000 genera un impacto positivo. Así lo estima el 87,8% de los encuestados, ocho puntos más que el resultado del sondeo de 2013 (79,9%).

La mayor difusión de los valores de la red también redundaba positivamente en la percepción de los consumidores sobre los productos Natura 2000. Según la encuesta, a igualdad de precio, dos de cada tres consumidores –el 67,9%–, elegirían un bien producido en uno de estos espacios. En condiciones similares de calidad pero mayor precio del producto Natura 2000, un 43,8% seguiría optando por la producción en espacios protegidos.



Además, existe una mayor presencia del concepto Red Natura 2000 en los medios de comunicación, no solo cuantitativo, sino también cualitativo, ya que el concepto se está introduciendo como un valor añadido en las informaciones. Un valor añadido que también están notando los productores o empresas que tienen su actividad en algún espacio Natura 2000, gracias a las acciones de difusión en las que se les ha hecho protagonistas, como la serie *Natura 2000: la vida en los espacios protegidos de España*.

Cuatro años después del arranque del proyecto LIFE, es mucho más posible que entonces convencer, porque la Red Natura 2000 ya no es una desconocida, porque cada vez gana más espacio en los canales informativos, porque la ciudadanía asocia esos lugares con calidad de vida y porque muchas personas han comprendido que su protección no impide su aprovechamiento y disfrute.

Y, como ya intuía el proyecto cuando inició su andadura, una percepción positiva de la red y una mayor comprensión de sus valores y oportunidades han demostrado contribuir a su protección y a un correcto uso de la misma.

De la conservación de la Red Natura 2000 depende nuestro futuro. Estos espacios servicios vitales básicos, tales como el almacenamiento de carbono, el control de inundaciones o el mantenimiento de la calidad del agua, por un valor estimado entre 200 000 y 300 000 millones de euros por año. Los beneficios aportados son, en todo caso, muy superiores a los costes de gestión de la red, estimados en 5800 millones de euros al año. La Red Natura 2000 constituye una auténtica riqueza natural, de cuya conservación y mejora todos somos responsables. Si hay algo que nos une como europeos, si hay algo que garantiza nuestro futuro y cohesión, eso es nuestro capital natural y desde España hemos sido punta de lanza en la difusión del mensaje de la Red Natura 2000 a la sociedad con al LIFE+ *Activa Red Natura 2000*. Esperamos haber puesto los cimientos para generar un cambio de percepción global hacia los espacios protegidos que redunde en una mejora de su conservación y, por extensión, garantice nuestro futuro común.

Rodaje en Cádiz. Foto: EFE.

Más información en: [www.activarednatura2000.org/www.seo.org/www.efeverde.com](http://www.activarednatura2000.org/www.seo.org/www.efeverde.com). ❁