

(Campaña de Residuos de Castilla y León)

Junta de Castilla y León. Consejería de Medio Ambiente

(Introducción)

Esta campaña se enmarca dentro de dos estrategias importantes aprobadas por la Junta de Castilla y León: por un lado, la Estrategia Regional de Residuos, que establece los planes de acción y medidas que se van a desarrollar en el periodo 2001-2010 y que tiene como eje central la reducción en la generación de residuos y el fomento de la reutilización y el reciclado, y, por otro, la Estrategia Regional de Educación Ambiental, que pretende construir una nueva educación ambiental, más participativa y creativa, que ayude a afrontar los retos colectivos del presente y el futuro.

Ambas estrategias, junto con otras como la de Calidad del Aire o el Plan Forestal, se han ido desarrollando a partir de la Estrategia de Desarrollo Sostenible de Castilla y León: Agenda 21, aprobada en 1999, que asume el compromiso de la Comunidad Autónoma para lograr la integración del medio ambiente en el conjunto de sus acciones de desarrollo.

La campaña de residuos de Castilla y León pretende sensibilizar e informar a todos los ciudadanos sobre la necesidad e importancia de una adecuada gestión de los residuos.

Esta campaña, que supone un amplio y complejo conjunto de acciones, se está desarrollando paralela y simultáneamente a la implantación del nuevo Sistema de Gestión Integral de Residuos, que incluye la construcción de nuevas infraestructuras, el sellado de los vertederos tradicionales y la implantación de Puntos Limpios.

La Consejería de Medio Ambiente, con esta original y ambiciosa campaña, amplía así la labor divulgativa y educativa de las últimas experiencias, como la Campaña sobre Calidad del Aire y las Campañas de Información a la población sobre los nuevos sistemas de gestión de residuos, cofinanciadas por el Fondo de Cohesión de la U.E. en el anterior tramo de financiación.

(Singularidad de la Actuación)

En la campaña de residuos de Castilla y León son destacables los siguientes aspectos:

1. La combinación de la utilización de medios de comunicación (prensa, radio y televisión) con otros elementos más ampliamente utilizados en Educación Ambiental, como exposiciones, talleres, foros y visitas guiadas.

2. La extensión en el tiempo: la campaña comenzó en abril de 2002 y se extenderá hasta mediados del año 2003.
3. La complejidad organizativa que incluye los diferentes tipos de contrataciones administrativas, la pluralidad de empresas que intervienen y la estrecha colaboración de los ámbitos administrativos de Educación y Gestión Ambiental.
4. La incorporación a la Educación Ambiental de recursos y medios de información no utilizados hasta ahora, como la utilización de nuevos lenguajes y terminologías propias de la publicidad y del *marketing*.
5. El cambio de contenidos y formas en los mensajes de sensibilización y concienciación, apostando por propuestas de pautas concretas de comportamiento que plantean cambios actitudinales posibles y reales que, a su vez, se traducen en beneficios ambientales tangibles.



Se ha intentado, para el caso concreto de los residuos, compatibilizar, hacer simultáneas y progresivas en el tiempo, las acciones de:

Gestión Ambiental: inversión en nuevas infraestructuras, instalación de nuevos contenedores, sellado de vertederos y apertura de nuevos Puntos Limpios.

Y las acciones de:

Educación Ambiental:

- Programa educativo: con antecedentes en otros programas como La Ciudad Invisible.
- Comunicación Ambiental: campaña en medios de comunicación.
- Fomento de la Participación Ciudadana: Elaboración y difusión del documento de la Estrategia Regional de Residuos, organización de foros, campaña en medios de comunicación y material promocional.

(**Objetivos de la Campaña**)

- Divulgar la Estrategia Regional de Residuos de Castilla y León.
- Difundir los principios de reducción, reutilización y reciclaje.
- Garantizar la utilización correcta de los sistemas de recogida selectiva.
- Mejorar la percepción social de las infraestructuras de gestión.

(Destinatarios)

Toda la población urbana de las ciudades de Castilla y León con más de 10.000 habitantes como destinatarios directos que tienen la posibilidad de segregarse los residuos y participar en la recogida selectiva de los mismos. La utilización de prensa, radio y televisión asegura la extensión de los mensajes a la totalidad de la población.

(Organización General de la Campaña)

Tiene 2 partes claramente diferenciadas y a la vez complementarias:

1. CAMPAÑA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

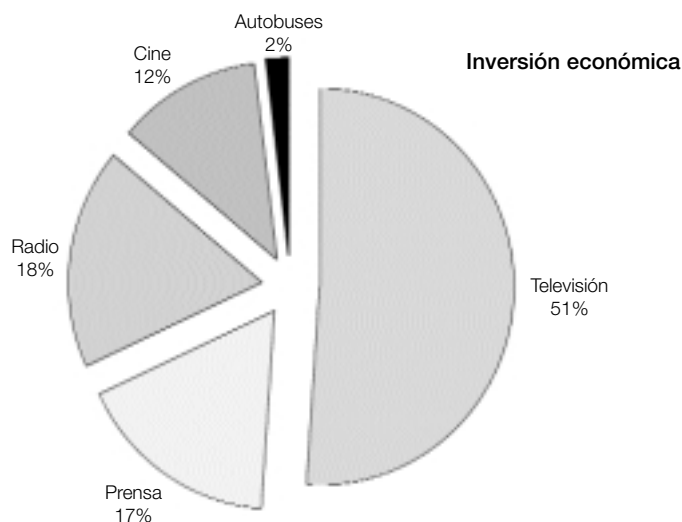
La campaña en los medios de comunicación va dirigida a la población en general de Castilla y León, es decir, niños, jóvenes y adultos.

Tiene una duración de 9 meses y está comprendida entre los meses de abril y diciembre de 2002.

En prensa, radio y televisión aparecen 9 mensajes distintos que se pasan en 9 periodos (olas de campaña) de 3 semanas cada uno, con una semana de descanso entre una y otra.

Para realizar la selección de medios se han tenido en cuenta diferentes aspectos como la audiencia, la posibilidad de repetición del mensaje o los medios más consumidos.

Se han seleccionado como medios para la campaña de residuos de Castilla y León 4 emisoras de TV, 3 emisoras de radio y 5 periódicos; además de la inserción de información en autobuses urbanos y la exhibición de spots publicitarios en 136 salas de cine de la Comunidad.



1.1. Contenidos de los mensajes difundidos en los medios de comunicación.

Se han elaborado 9 mensajes diferentes para cada mes diferente. Aunque cada soporte (papel, audio y vídeo) tiene unos requerimientos y lenguajes diferentes, cada uno de los nueve mensajes elaborados transmite el mismo mensaje independientemente del medio en que se reproduce. El contenido de cada uno de los mensajes es el siguiente:

Mensaje 1. Tenemos una estrategia y unos planes de gestión que buscan:

Que se produzcan menos residuos.

Aprovechar los recursos que contienen los residuos.

Dar un tratamiento seguro a los residuos que no se pueden aprovechar.

Con ello, vamos a tratar bien los residuos, evitar el despilfarro de recursos y conservar los recursos naturales.

Mensaje 2. Es necesario separar los residuos en casa y reducir la producción de los mismos.

Mensaje 3. Los residuos más comunes se recogen en contenedores en la calle: Papel, Vidrio, Envases Ligeros y Materia Orgánica.

Mensaje 4. Otros residuos se recogen en instalaciones especiales, los Puntos Limpios.

Mensaje 5. Cada ciudadano puede mejorar el medio ambiente dando a cada residuo su destino más adecuado.

Mensaje 6. Algunos consejos para la eficaz colaboración de los ciudadanos.

Mensaje 7. Cómo funcionan los centros de tratamiento de residuos. Separar para recuperar materias primas.

Mensaje 8. En el tratamiento de los residuos todos tenemos una tarea asignada.

Mensaje 9. Tratar bien los residuos genera beneficios ambientales y sociales. Participando activamente conseguiremos suelos y aguas limpias, conservar los recursos naturales, reducir el cambio climático y mantener la salud pública y el paisaje.

2. PROGRAMA EDUCATIVO

Comienza a desarrollarse en octubre de 2002 y tendrá una duración aproximada de 8 meses.

Está previsto que el programa educativo de la campaña llegue a todas las ciudades con más de 10.000 habitantes en Castilla y León, que en total suman 22 localidades.

Estructura del Programa Educativo

- A.** Exposición educativa itinerante sobre los residuos urbanos en Castilla y León.
- B.** Programa de actividades de Educación Ambiental y animación, contando como apoyo con un autobús de dos plantas.
- C.** Programa de visitas a las infraestructuras de gestión de los residuos urbanos.
- D.** Foros o espacios de debate y reflexión sobre los residuos urbanos en el ámbito local específico.
- E.** Programa educativo dirigido a la población escolar.
- F.** Elaboración, diseño y edición de materiales divulgativos y educativos.
- G.** Evaluación y seguimiento del programa.

2.1. Objetivos generales del programa educativo

Los objetivos del programa educativo derivan necesariamente de los generales de la campaña, adaptados a los medios y recursos que se utilizan:

- Informar a la población sobre la problemática de los residuos y su incidencia en el medio ambiente.
- Mejorar la gestión de los Residuos Urbanos mediante la colaboración ciudadana.
- Capacitar a la población para que realice adecuadamente las tareas de segregación de residuos previstas en cada localidad.
- Sensibilizar acerca de las posibilidades de la reutilización de materiales y de la minimización como referencia a la hora de consumir.
- Informar a la población sobre los sistemas de gestión de los Residuos Urbanos y de la importancia e implicaciones que tiene su comportamiento en la vida cotidiana: casa, trabajo y ocio.
- Concienciar a la población sobre la necesidad de su implicación consciente y responsable en la gestión de los residuos.
- Estimular en la población los comportamientos y modos de vida responsables con el medio, especialmente los relacionados directamente con los Residuos Urbanos.
- Fomentar la participación ciudadana en foros de debate y discusión sobre Residuos Urbanos.
- Introducir en el debate sobre los Residuos Urbanos la necesidad de avanzar hacia la minimización y reutilización, así como la aplicación del principio de que quien contamina paga.

2.2. Destinatarios del programa educativo

Si bien la campaña tiene por objeto llegar a toda la población urbana en general de las ciudades de más de 10.000 habitantes de Castilla y León, se han seleccionado varios sectores (bien destinatarios finales, bien vectores o mediadores) con el fin de poder adaptar la campaña a los diferentes grupos de población diana:

- Asociaciones de Vecinos.
- Comunidad escolar (infantil, primaria y secundaria).
- Polígonos industriales.
- Hosteleros y comerciantes.
- Asociaciones de Amas de Casa y Consumidores.
- Centros Administrativos.

(Unidad y Coherencia de la Campaña)



Como medio de unificar las diversas actividades, medios y recursos previstos en la campaña y facilitar la percepción unitaria de los mensajes de la campaña, se han realizado las siguientes actuaciones:

- Creación de personajes identificativos de la campaña: Bea y Juanra. Una niña llamada Bea y un gato callejero llamado Juanra.

La creación de estos personajes ha supuesto la elaboración de un Manual de Diseño e Identidad que incluye música, fondos escénicos, objetos, tipografía y características de personalidad de las mascotas.

- Publicación de un breve y llamativo cuaderno divulgativo de presentación de la campaña: "El cuaderno de Bea y Juanra".

Este cuaderno ha sido buzoneado en toda la Comunidad coincidiendo con el inicio de la Campaña en los Medios de Comunicación

- Elaboración de diverso material de *merchandising*: pins, camisetas, mochilas, globos, libretas, imanes, etc.
- Elección del lema de la campaña: "ES COSA TUYA, ES COSA DE TODOS" y de una denominación específica: "CAMPAÑA DE RESIDUOS DE CASTILLA Y LEÓN".





(Financiación)

La financiación principal de la campaña corresponde a la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León, pero se han utilizado recursos financieros del Fondo de Cohesión de la Unión Europea y se ha contado con la colaboración económica de Ecovidrio.

(Recursos Humanos y Materiales)

Además de la Consejería de Medio Ambiente, hay que destacar la participación de las empresas Cómo Produzco en el diseño de la campaña de medios y Gea, s.c.l. en el desarrollo del programa educativo. La incorporación de Ecovidrio a la campaña resulta una experiencia novedosa de colaboración con el sector privado en materia de educación ambiental, que va a tener su continuidad en la colaboración con Gas Natural y que está aportando solidez técnica a la campaña.