CURSO ESPECIALIZACION Y GESTION EN ÁRBOLES Y ARBOLEDAS SINGULARES"
CENEAM VALSAÍN (SEGOVIA)
22-26 ABRIL DE 2019

COMUNICACIÓN Y SERVICIOS ECOSISTÉMICOS EN EL ARBOLADO SINGULAR

Susana Dominguez Lerena
SDL, INVESTIGACIÓN Y DIVULGACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE, S.L
www.sdlmedioambiente.com

Sólo hay un bien: el conocimiento. Sólo hay un mal: la ignorancia.
Sócrates *(470 AC-399 AC)*

La necesidad de comunicar

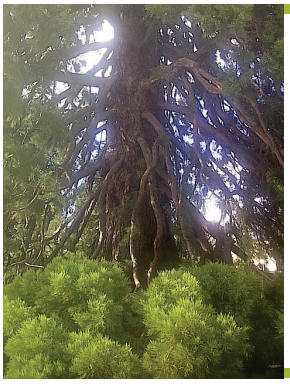
¿Qué se sabe de los árboles?

- Dan sombra, quitan la vista y molestan las hojas y flores
- Viven pajaritos en ellos y algunos animales más
- Son bonitos y suelen gustar a los perros
- Mejoran el aire que respiramos

Se sabe poco pero en general hay una buena percepción del árbol

Ventajas e inconvenientes de comunicar acerca de los árboles

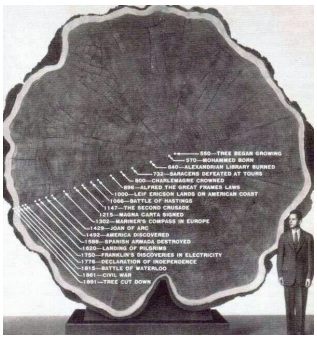
- Inconvenientes
  - En general poca cultura arbórea en la sociedad. Escasos conocimientos
  - Tema polémico con fuerte carga política
  - Reticencias de los organismos responsables a comunicar (MIEDO??)
- Ventajas
  - Una parte sociedad es receptiva
  - Comunicación positiva



El marketing de los árboles

FALTA RECURSOS ORIGINALES DE INTERPRETACION DE LOS ÁRBOLES

FALTAN DIVULGADORES ESPECIALIZADOS



EDAD-HISTORIA

DEJADEZ

NUEVOS RECURSOS

Recursos de comunicación positivos

- https://youtu.be/iJRUxPKY2cs
- Utilización de "influencers" para generar buenas prácticas

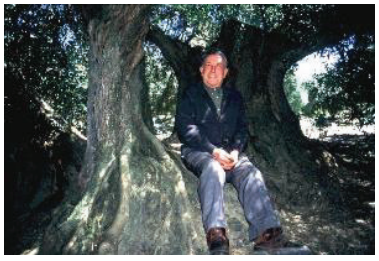
CONCURSO ARBOL DEL AÑO

- www.arboleuropeo.es
  - 27.000 votos en total

EL PINO ROBLE DE CANICOSA CANDIDATO A ÁRBOL EU...

- www.treeoftheyear.org
  - Cerca de 200.000 votos en total
  - https://youtu.be/EfxeJRE7wOQ

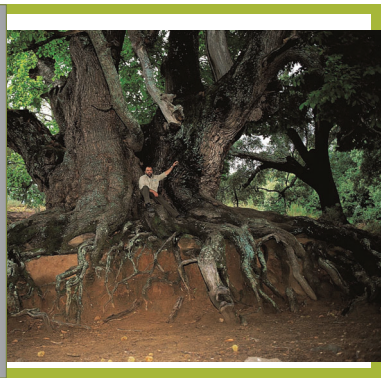
Relación ARBOL-HOMBRE

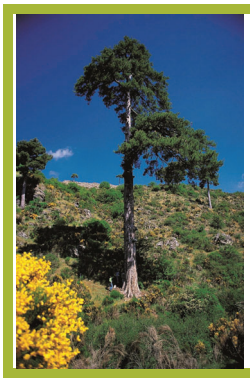


SERVICIOS ECOSISTÉMICOS

- **Los árboles más viejos crecen más rápido y almacenan más carbono a medida que envejecen** N. L. Stephenson A. J. Das[…] M. A. Zavala *Nature* **volume 507,** pages 90–93 (06 March 2014)
- hallazgo que anula la visión convencional de que los grandes árboles viejos son improductivos: en la mayoría de las especies, los árboles más grandes aumentan sus tasas de crecimiento y secuestran más carbono a medida que envejecen
- LA CLAVE ES EL ÁREA FOLIAR

Este castaño con un perímetro de 13,95 m, una altura de 23 m y un diámetro de copa de 25,5 m alberga aproximadamente 67 tn de CO_2





Un árbol como el Pino Galapán (Jaén) con 5,40 m de perímetro y 39 m de altura fija en su biomasa más de 13 tn de CO_2

La Terrona, considerada la encina más grande de España, con 7,8 m de diámetro, 16 m de altura y 25,50 m de diámetro de copa acumula 42 tn de CO_2

Nueva York mapea todos sus árboles y calcula el beneficio económico de cada uno

- https://tree-map.nycgovparks.org/

DBH=92,4 cm
HT= 17.5 m
SF=376 m2
Pollution = 1089 g/y
CO_2 sequ.= 78,4 kg/y
CO_2 storage= 4.236 kg

DBH=18,5cm
HT= 8 m
SF=210 m2
Pollution=329 g/y
CO_2 seq.= 7,3 kg/y
CO_2 storage= 76 kg

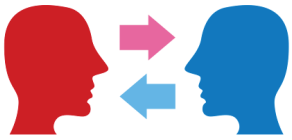
Lo que tenemos entre manos es ORO!!

i-tree en Londres

- Ese plátano aporta a la ciudad, servicios que equivalen a más de **US$900.000**
- en términos de combate a la contaminación y disminución de temperatura.

Formas de divulgación de los valores

COMUNICACIÓN



MODELO Básico de COMUNICACIÓN

- FUENTE
- MENSAJE
- MEDIO
- RECEPTOR

- OBJETIVO FINAL: Cambio en la actitud del receptor

MODELOS ACTUALES

- ONE-WAY=MODELO ASIMÉTRICO
- TWO-WAY=MODELO SIMETRICO

- OBJETIVO FINAL:
  - Conocer el tipo de mensaje necesario para cada audiencia
  - Respetar cada una de las posiciones

¿es necesario comunicar?

Hay una discrepancia entre el que tiene la información y la sociedad que la demanda

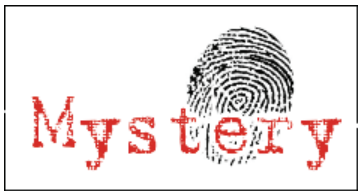
CONFLICTO....

- RUTAS
- LOCALIZACIONES
- NO VALEN MENSAJES SUBLIMINALES....

¿es necesario comunicar?

Hay que vincular nuestro trabajo con la sociedad y crear una relación amigable con el entorno más inmediato.

EL MISTERIO DE LOS CATÁLOGOS OCULTOS.....



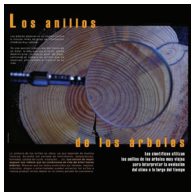
Pero..como construyo esa relación?
Qué herramientas son necesarias para comunicar los mensajes claves de tu organización a la audiencia objetiva?

Para contestar a estas cuestiones necesitas desarrollar una estrategia de comunicación

IMPORTANCIA PUBLICO OBJETIVO DIFERENTES MENSAJES Y ESTRATEGIAS

- POBLACION ESCOLAR: MENSAJES ADAPTADOS Y A LARGO PLAZO
- PUBLICO ESPECIALIZADO: IMPORTANCIA DE LOS CANALES
- PUBLICO GENERAL: MENSAJES SENCILLOS, INCIDIR EN CANALES Y CAMPAÑAS

POBLACION ESCOLAR



JUEGO DVD

POBLACION ADULTA

POBLACION ADULTA

POBLACION ESPECIALIZADA

SELECCIÓN DE MEDIOS Y CANALES

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Objetivos y antecedentes:
  - Qué quieres transmitir
  - Qué se ha hecho en el pasado y resultados
  - Qué estás intentando conseguir ahora
- Perspectivas actuales
  - Cómo percibe el ciudadano el tema en este momento
- Audiencia y PUBLICO OBJETIVO
  - Quienes son, que grupos forman…

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Mensajes clave
  - Qué quieres transmitir
- Plan de acción y tácticas
  - Como quieres llegar a tu audiencia
- Coste de tus acciones. Presupuesto
- Evaluación Final del Plan

Objetivo

claro especifico

realista dirigido

concreto medible

¡NO CONFUNDIR CON LA FINALIDAD!

¿Quién es nuestra audiencia?

Audiencia principal: la que recibe directamente la acción o está directamente implicada

Audiencia secundaria

Mensajes claves

claros

concisos

¡NO MAS DE CINCO MENSAJES!

Plan de trabajo y tácticas

- Cómo hacer comunicación interna

- Cómo hacer comunicación externa (web, materiales impresos, eventos..)

- Cómo hacer relaciones con medios

Relaciones con los medios

- Buscar los adecuados canales:
  - Prensa
  - Medios sociales
  - Web
  - Radio, Tv
  - Comunicación directa

La pasta….si que importa

Hay que contar con un presupuesto, aunque sea poco o con medios propios. Debe ser cuantificado

Evaluación de la campaña

- Formularios de evaluación o participación
- Ha aumentado el tráfico de la web?
- Se ha incrementado el nº de usuarios en twiter/facebook…
- Se ha entendido el mensaje?
- Se ha generado interés?

Recomendaciones

- Construir confianza respetando la verdad de lo que estás presentando .
- Mantener un diálogo abierto y activo para garantizar la apertura y el intercambio continuo de ideas.
- Conocer al público y centrar los esfuerzos en lo que se quiere que conozca
- Desarrollar una estrategia de confianza. Tú eres un buen comunicador hay confianza en ti
- Mantenerse al día y permanecer en movimiento a través de la planificación continua , análisis y ejecución.

Malas experiencias…….

- El mejor de los proyectos o ideas falla
- Se clama por mejor educación y comunicación
- Se gasta dinero en campañas que no funcionan
- Se crea frustración porque el público objetivo no responde o entiende mal el mensaje….

¿Por qué no funcionan?

Un buen mensaje y una buena estrategia de comunicación es un buen empiece pero enganchar al público objetivo correcto en el momento adecuado es esencial

Mejor juntos que separados….

- Comunidades de personas con semejantes intereses: +++++ CREATIVIDAD
- Interacción de muchos agentes sociales
- MENTE COLECTIVA que resuelva el problema
- Trabajar con Metodologías participativas

PROCESO PARTICIPATIVO

- 1º identificación de Stakeolders
- 2º Evaluación inicial de su conocimiento
- 3º Creación de una plataforma de trabajo
- 4º Evaluación de las distintas acciones
- 5º Diseño del plan entre todos
  - Técnicos
  - Stakeolders
  - Funcionarios…..
- 6º Evaluación final: FALLOS-ACIERTOS

Metodologias participativas

EJEMPLO REAL

- En un distrito de Londres se realizó una plataforma de participación voluntaria entre los vecinos.

2 CLAVES:

- CONSTANCIA
- ILUSION

PARTICIPACION

PARTICIPACION

https://www.portlandoregon.gov/parks/53181

ESTO DE VER ARBOLES SINGULARES NO ES NUEVO

ATRACTIVO INDUDABLE

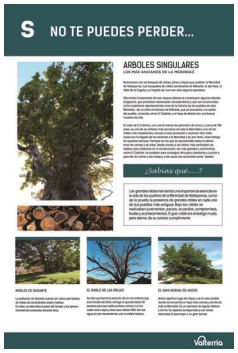
RECURSO EDUCATIVO

TURISMO EDUCATIVO

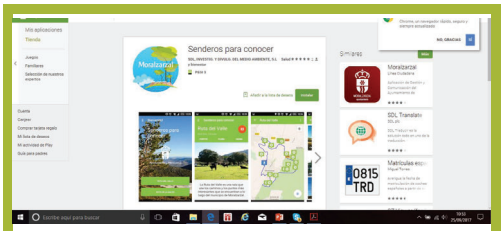
NOS LO TENEMOS QUE CREER!!!

SABINAR DE PEDRAZA

SABINA DE SIGUERUELO A 3 Km en línea recta del Centro de Interpretación



PANEL CENTRO DE INTERPRETACION TURÍSTICA MERINDADES



https://play.google.com/store/apps/details?id=es.sdl.rutas_moralzarzal

PLANTEAMIENTO

- Existen elementos singulares que por diferentes motivos se han hecho atractivos para la sociedad:
  - Parques naturales, nacionales y otros espacios protegidos
  - Otros elementos del entorno
- Cambio de percepción de la sociedad:
  - Del uso del monte
- Aumento en el nº de personas

PLANTEAMIENTO

- POSIBLES PERJUICIOS AL "PROPIETARIO"
  - Alteraciones en el Ecosistema
  - Pérdida de calidad de las infraestructuras del monte
  - Aumento del nivel de peligro de incendio u otros "ataques"
  - Generación de basuras y elementos extraños al medio natural

PLANTEAMIENTO

- PERJUICIOS PARA LA SOCIEDAD
  - Pérdida de calidad del espacio natural
  - Riesgo de pérdida total o parcial en el futuro
  - Embastecimiento de la percepción del lugar a visitar
  - Efecto "desilusionante"

PLANTEAMIENTO

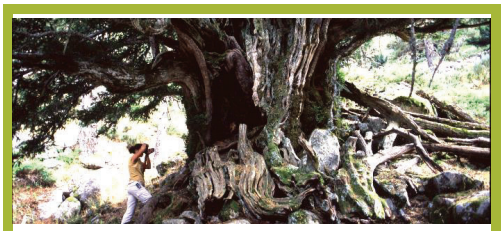
- BENEFICIOS PARA EL "PROPIETARIO"
  - Atractivo para generar economía en la zona
  - Puesta en valor de la finca, monte u espacio protegido

FALTA UNA GESTION ADECUADA Y EFECTIVA

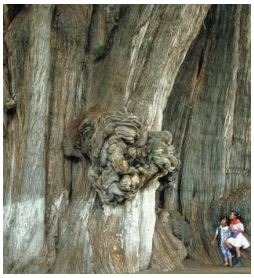
- Adecuado mantenimiento a su situación y edad
- la afluencia de turistas que se acercan a ver estos ejemplares no está regulada adecuadamente por parte de las Comunidades Autónomas o las entidades locales.

⇩

- los propietarios de los terrenos en donde se asientan los árboles singulares sufren las consecuencias. La mayoría de ellos no disponen de conocimientos ni de recursos suficientes

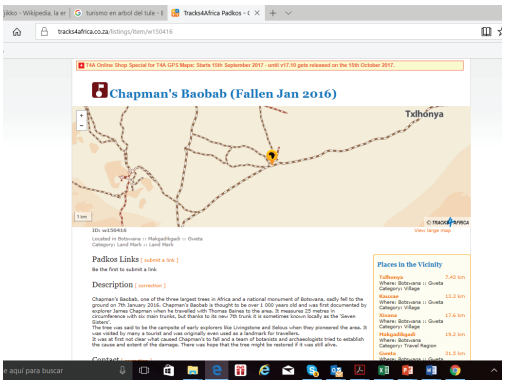


TEJO DE RASCAFRIA



EL ARBOL DEL TULE (Oaxaca) Méjico

- Es uno de los árboles más visitados del mundo.



DRAGO DE ICOD

UNO DE LOS RECLAMOS MÁS IMPORTANTES DE LA ISLA DE TENERIFE.

Picea de Noruega de 9.558 años de antiguedad, ubicado en el Parque nacional de Fulufjället Provincia de Dalarna en Suecia

OLD TJIKKO

Hay un pequeño sendero que conduce al árbol. Sin embargo, no está marcado dado que los guardaparques no quieren incentivar a que grandes grupos de turistas rodeen el árbol. Se puede programar una visita guiada gratuita en la entrada (**Naturum**) que lleva a los turistas hasta el árbol.

HAYEDO DE MONTEJO DE LA SIERRA

Los grandes árboles son un recurso educativo y turístico indudable pero su explotación como tal tiene que ser fundamentada en una adecuada gestión técnica, que pase por el control del estado de los ejemplares y de las visitas realizadas

POSIBLES SOLUCIONES

01

Normativa que contemplara el uso turístico de estos ejemplares y que, a la vez, favoreciera el empleo local nombrando, por ejemplo, "vigilantes y educadores de los árboles".

02

Cursos obligatorios para empresas de senderismo

03

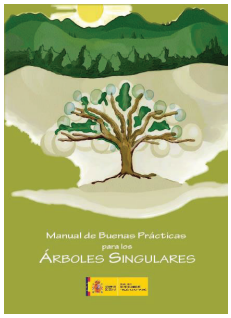
Estudios técnicos del estado sanitario de los árboles y sus posibles influencias respecto al turismo

INICIATIVAS POSITIVAS

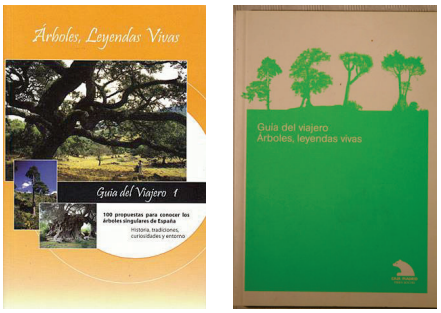
01
PREMIOS ARBOL Y BOSQUE DEL AÑO

02
MANUAL DE BUENAS PRACTICAS

03
PROGRAMA DE VIAJES "ABRAZA TUS ARBOLES"



ALGUNOS EJEMPLOS DE DIVULGACION TURISTICA



Ruta 1: Una ruta botánica 11
La Arboleda de Robles 12
El Pinsapo del Santuario 13
El Haya del Sacristán 14
Ruta 2: La Senda de las Especies 15
El Abedular de Escobizales 16
El Abedul de Agramonte 17
Secoya de la Casa Forestal 18
El Ciprés de la Laguna 19
El Pino de Cuatro Brazos 20
Ruta 3: La Ruta del Tejo 21
El Pino del Apio 22
El Tejo de Valdemanzano 23
Ruta 4: A la búsqueda del Cerezo 24
El Cerezo de Palancares 25
Ruta 5: Camino de los Acebos 26
El Acebal de Valdeavellano 27
Chopo de la Dehesa 33-34
La Alameda 35
Las Encinas del Balsón 36
Ruta 8: Ruta Esteparia 37
El Taray del Camino 38
Ruta 9: A la vera de El Moncayo 39
El Alcornoque de Vera 40
Ruta 10: Sendero de los Oficios 41
La Carrasca Milenaria 42
Ruta 11: Hacia el Camino del Agua 43
Los Chopos Cabeceros 44
Ruta 12: Un Paseo por Tarazona 45
Pino Carrasco de la Milagrosa 46
La Higuera de las Mil Caras 47
Los árboles del Palacio de Eguarás 48
El Dorofieto del Palacio Episcopal 49

OBJETIVOS:

- Divulgar la importancia de los árboles singulares de Guadarrama como parte de su patrimonio natural

- Fomentar pautas de turismo sostenible y cultural en el municipio alternativas a las ya existentes potenciando una oferta turística diversa y de calidad

- Proponer una serie de rutas de senderismo, para todo tipo de público, que lleven a conocer y disfrutar de los árboles y arboledas singulares de Guadarrama y de su entorno natural

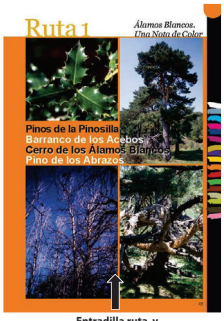
- Facilitar el acceso a toda la información a través de una guía impresa y una aplicación web-interactiva disponible en la web de turismo del Ayuntamiento de Guadarrama
www.turismoguadarrama.com

CONTENIDO:

Índice

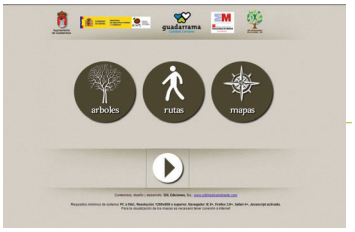
Presentación 6-7
Introducción 8-14
Ruta 1. Álamos Blancos, Una Nota de Color 15-19
Pinos de La Pinosilla 20-21
Barranco de los Acebos 22
Cerro de los Álamos Blancos 23
Pino de los Abrazos 24
Ruta 2. Jarales, El Bosque Pisoalto 25-29
Pino de las Pescadoras 30
Pino de El Cordobés 31
Pinos Plateados del Valle de la Hilera 32-33
Pino de la Fuente de la Vida 34
Ruta 3. Vías Pecuarias. Tras los Pasos de Vaqueros y Pastores 35-38
Especies de la Pradera de los Quindos 39-40
Ruta 4. Dehesa de Abajo. La Magia de los Árboles 41-45
Gran Fresno de Abajo 46
Fresnos de la Caseta 47
Fresno de La Pinona 48
Ruta 5. Casco Urbano. Un Respiro por Guadarrama 49-51
Olma de Guadarrama 52
Secuoyas del Paseo de la Alameda 53
Fresno de la Calle de D. Ruiz 54
Castaño del Hoto de Cajiella 55
Agradecimientos 56
Bibliografía 57
Mapa de las Rutas 59

Introducción



Entradilla ruta y árboles presentes

APLICACIÓN INTERACTIVA:



RUTAS

Salidas guiadas

- Realización de rutas guiadas para todo tipo de público con actividades complementarias (cuentacuentos, geocaching, marchas nocturnas, conciertos, observación de estrellas)

ARBOLES SINGULARES DE GALICIA-GUIA DE VIAJE

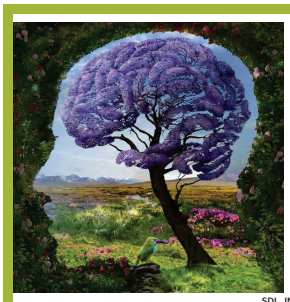
- PRESELECCION DE EJEMPLARES

- http://cmaot.xunta.gal/seccion-organizacion/c/DX_Conservacion_Natureza?content=Direccion_Xeral_Conservacion_Natureza/Biodiversidade/seccion.html&std=guia_de_viaxe&sub=Arbores_senlleiras/

BUSCAR: ARBORES SENLLEIRAS GUIA DE VIAXE

"Al final, sólo conservaremos lo que amamos, sólo amaremos lo que entendemos, sólo entenderemos lo que nos han enseñado"

Bada Dioum



SDL, INVESTIGACION Y DIVULGACION DEL MEDIO AMBIENTE, S.L
C/Maliciosa, 10 28491-Navacerrada
918428571-607730017
susana1@sdlmedioambiente.com
www.sdlmedioambiente.com