

# **El Parc de Collserola: Estrategias de Comunicación para mejorar el disfrute del parque. El Proyecto Bici como ejemplo.**

---

Isabel Raventós, Jefa del Servicio de Uso público, divulgación y educación ambiental.

## **EL PLAN DE COMUNICACIÓN DEL CONSORCIO DEL PARQUE DE COLLSEROLA**

### **20 años de gestión.**

La percepción de Collserola por parte de los ciudadanos ha ido evolucionando en paralelo a las acciones en comunicación y de participación llevadas a cabo por el Consorcio. Se han ido desarrollando en la sociedad las ideas de defensa del medio ambiente, de protección de la naturaleza y de las especies, apareciendo más tarde los planteamientos del desarrollo sostenible.

En la actualidad, el Parque de Collserola forma una pieza clave en la materialización de estos conceptos a nivel metropolitano, y una gran parte de los ciudadanos son a la vez que colaboradores de la preservación del parque, el principal capital para su defensa.

El Plan de comunicación del Consorcio del Parque de Collserola tiene como objetivo la divulgación de los valores naturales del Parque, al mismo tiempo que pretende ofrecer a los ciudadanos la posibilidad de disfrutar del mismo pero con una actitud responsable en relación a la fragilidad de este medio natural.

Así pues, a través del Plan de Uso Público y del Plan de comunicación, se establecen las diferentes estrategias para adecuar los múltiples mensajes en función de los destinatarios, elemento clave para obtener un buen resultado en la acción comunicativa.

La situación de la Sierra de Collserola en medio de la conurbación barcelonesa, hace de ella un parque peculiar donde la complicidad de los ciudadanos y su colaboración se hacen totalmente imprescindibles en la tarea de compatibilizar el uso del mismo con una protección y conservación.

El Patrimonio natural, cultural y arquitectónico de Collserola nos ofrece un enorme abanico de recursos para satisfacer las diversas demandas por parte de los ciudadanos, desde el ocio y simple contacto con la naturaleza hasta el aprendizaje y la investigación. Asimismo la conservación del patrimonio del parque dependerá, por una parte, de una correcta gestión pero también, evidentemente, del buen uso que se haga del mismo.

Por este motivo, las estrategias de comunicación del parque han de facilitar el conocimiento y la sensibilidad que permitirá con el transcurso del tiempo la colaboración ilusionada entre los ciudadanos y la administración que tutela el espacio natural.

El Plan de comunicación conjuntamente con el plan de uso público de Collserola, deberá conseguir de todos y cada uno de los visitantes y ciudadanos, el conocimiento y la sensibilidad que garanticen la conservación de Collserola y, a la vez, promover un disfrute sostenible y responsable del mismo.

Los equipamientos del parque de Collserola, son los puntos neurálgicos para coordinar y dinamizar el Plan de uso público y las estrategias de comunicación. El Centro de Información del Parque y sede de los servicios técnicos, Can Coll, Centro de Educación Ambiental y El Centro de Documentación y Recursos Educativos.

## **Estrategia de comunicación 2006 (Presupuesto anual 2006 : 83.000 €.)**

En el momento actual, a punto de celebrar los 20 años de gestión del Plan Especial de ordenación y Protección de la Sierra de Collserola, observamos que se ha producido una evolución muy destacable en las acciones comunicativas, ya sean en su faceta informativa, de divulgación o de educación ambiental.

A título de ejemplo, antes las estrategias de comunicación estaban más dirigidas a los visitantes del Parque, a los escolares de los centros de educación ambiental, pero ahora las estrategias de comunicación traspasan la frontera o límite del parque. Las acciones de comunicación tienen diferentes destinatarios y, por ello, se utilizan diferentes canales de comunicación y diferentes herramientas, en cada momento, para conseguir los objetivos estratégicos perseguidos.

### Comunicación Ordinaria:

- Divulgación de los valores naturales del Parque de Collserola
- Explicar los objetivos del Plan Especial (Conservación-Usos Públicos- Disfrute del Parque)
- Dar a conocer los trabajos de "Collserola Parque Natural"
- Proyecto Bici .

### Comunicación Extraordinaria:

- Efectos Nevadas
- Conflictos con los Jabalíes,

### Comunicación interna:

- Relaciones Institucionales. Imagen Corporativa.
- Órganos de gobierno : Visita institucional de políticos al Parque
- Técnicos municipales: Coordinación en proyectos, asesoramiento a los ayuntamientos en materia de espacios naturales.
- Trabajadores: Sesiones Informativas temáticas, clip informativo, etc

### Comunicación externa:

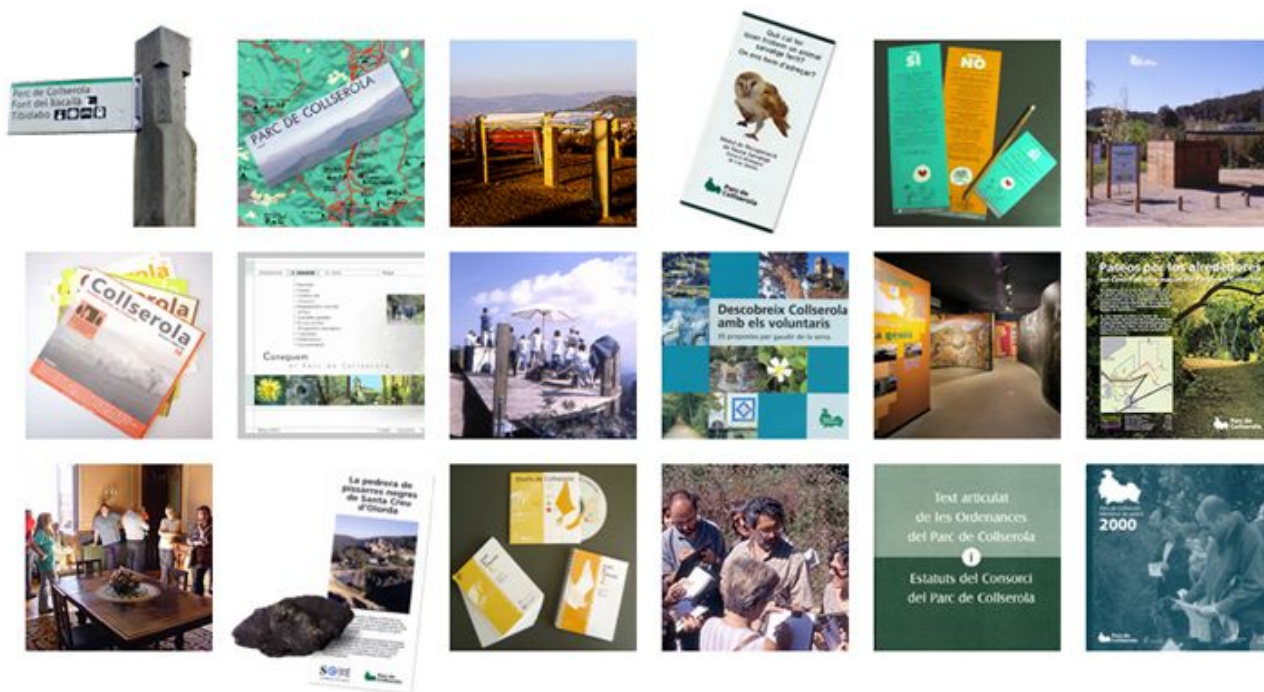
- Directa.
  - Destinatarios: Público en general, escuelas, entidades, periodistas, técnicos municipales
  - Canales de Comunicación: Internet, Medios de Comunicación (TV, Radios, Prensa escrita, etc )
  - Herramientas: Publicaciones, Boletín, Folletos, Artículos en revistas, Presentaciones, Conferencias,
  - Intervenciones en radios, Agenda trimestral, Exposiciones, Campañas divulgativas
- Indirecta.
  - Señalización en áreas de picnic, itinerarios, etc.

El plan de comunicación tiene entre sus objetivos la promoción del conocimiento de los valores naturales de Collserola y su conservación, desde una aproximación al disfrute que llevan a cabo los ciudadanos en el parque. Esta tarea de divulgación se realiza especialmente desde los medios de comunicación, TV, radios, periódicos, pero también desde los espacios de acogida, como las áreas de picnic.

A través de la comunicación externa del Consorcio del Parque de Collserola se mantiene una línea coherente de los mensajes lanzados desde Collserola, ya que a través de estos medios se puede llegar a un grado de acercamiento con el visitante. Precisamente por la facilidad de acercamiento y de impacto en los ciudadanos, toda la información emitida ha de ser coherente y adaptada al tipo de destinatario.

Este trabajo se lleva a cabo tanto con el público que accede al parque, como con técnicos de los ayuntamientos, periodistas, escolares, etc. y se concreta en aspectos como la elaboración de campañas de sensibilización, notas de prensa, programas divulgativos en televisión, entrevistas en radios, etc. Dada la diversidad de actores que interviene en la emisión de los mensajes, es de vital importancia el establecimiento de un posicionamiento institucional.

Merece destacar el papel de la señalización en el parque como una herramienta fundamental en la implantación de un plan de comunicación. Así pues, toda la red de espacios como áreas de picnic, puertas de parque, carteles, estaciones de tren, son una herramienta fundamental para la aproximación al visitante, tanto por su visibilidad como por la facilidad de lectura en dichos elementos.



## EL PROYECTO BICI

Ante la realidad de un incremento en el uso de la bicicleta en Collserola, nació el Proyecto Bici para prever y reordenar esta práctica tan popular en los espacios naturales periurbanos. Este Proyecto tiene como objetivo reordenar el uso de la bicicleta en Collserola a través de una campaña de comunicación y con la participación ciudadana.

En este sentido a finales del año 2004 se convocó a representantes de las entidades vinculadas en el sector de la bicicleta para invitarles a trabajar en colaboración con el Consorcio del Parque de Collserola para contribuir a la implementación de unos hábitos en el uso sostenible de la bicicleta en Collserola.

El proyecto supuso un año de trabajo en el que se realizaron: reuniones de análisis del comportamiento de los ciclistas, propuestas de intervención en los itinerarios, propuestas de señalización, campañas de comunicación, y la confección de una guía de itinerarios para bicicletas en Collserola.

Las entidades que participaron en el Proyecto fueron: la Federación catalana de ciclismo, Entidades excursionistas, clubs ciclistas, la Plataforma cívica para la defensa de Collserola, el Gremio de comerciantes de bicicletas, tiendas, restaurantes del Parc, etc.

## Campaña de comunicaci3n.

Se plante3 una campaa con el objetivo de sensibilizar al visitante , con una duraci3n de 4 meses (del 1 de marzo al 1 de junio) bajo el lema "Buenas pr3cticas en bicicleta en el Parque de Collserola. Tu huella cuenta: por tu seguridad, para la buena convivencia con los dem3s usuarios, y por el impacto en el medio natural."

Un momento clave de la Campaa fue una jornada de sensibilizaci3n ciudadana, que tuvo lugar el d3a 17 de abril 2005 , d3a en que se contabilizaron cerca de 5000 ciclistas en los puntos de atenci3n al visitante organizados para tal evento. No se trat3 de realizar una convocatoria para atraer todav3a m3s usuarios sino que fue un dispositivo que el ciclista encontraba en su habitual paseo de domingo.

## Folleto

### Cara 1

#### 10 motivos para unas buenas pr3cticas en bicicleta.



### Cara 2



## P3sters:



## Art3culo de prensa:

