

PLAN DE COMUNICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN

1. Introducción y Contexto

La presente propuesta de Plan de Comunicación y Sensibilización se elabora en el marco de la ejecución de las obras de defensa ante inundaciones del río Cadagua en el barrio de Aranguren, municipio de Zalla (Bizkaia).

Este proyecto, promovido por la Agencia Vasca del Agua (URA), cuenta con el respaldo de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

El plan tiene como finalidad garantizar la adecuada información, sensibilización y participación de la ciudadanía y los grupos de interés, así como el cumplimiento estricto de los requisitos de visibilidad, transparencia y comunicación exigidos por la normativa nacional y europea aplicable a los fondos recibidos.

2. Ideas Fuerza

- La restauración y defensa ante inundaciones del río Cadagua es esencial para la protección de la ciudadanía y la mejora de la calidad de vida en Aranguren.
- Los ríos sanos contribuyen al bienestar social, la biodiversidad y la resiliencia frente al cambio climático.
- El proyecto es fruto de la colaboración institucional y el compromiso con la salud ambiental y la reducción del riesgo de inundación.
- La ciudadanía es parte activa y corresponsable en la conservación y mejora de los ecosistemas fluviales.
- La financiación europea, a través del PRTR y NextGenerationEU, permite abordar retos ambientales y sociales de manera innovadora y sostenible.
- La igualdad de género y de oportunidades es un principio rector en todas las acciones del proyecto.

3. Destinatarios (Públicos Objetivo).

- Ciudadanía general del municipio de Zalla; especialmente a la población ribereña del entorno del río Cadagua del barrio de Aranguren.
- Colectivos afectados o interesados: vecinos del barrio de Aranguren, asociaciones vecinales, entidades sociales, empresas locales.
- Sectores profesionales y académicos: técnicos, expertos en gestión fluvial, universidades y centros de investigación.
- Administración local y entidades colaboradoras: Ayuntamiento de Zalla, URA, Fundación Biodiversidad, MITECO.
- Medios de comunicación: prensa local, regional y especializada, medios digitales y audiovisuales.

4. Objetivos Generales

- Informar y sensibilizar a la ciudadanía y grupos de interés sobre la importancia de los ecosistemas fluviales y los beneficios de su restauración.
- Cumplir con los requisitos de visibilidad y comunicación de los fondos europeos (PRTR, Next Generation EU), asegurando la correcta utilización de los logos, menciones y manuales de identidad visual.
- Asegurar el cumplimiento normativo y la transparencia, publicando toda la información relevante en los canales oficiales y en el portal de transparencia.
- Comunicar de manera clara y transparente los objetivos, alcance y resultados del proyecto, así como los problemas que pretende resolver.
- Contribuir al cambio de percepción de los sectores menos comprometidos con la renaturalización fluvial, promoviendo la corresponsabilidad ciudadana.
- Garantizar la integración de la perspectiva de género y la igualdad de oportunidades en todas las acciones de comunicación y sensibilización.

5. Mensajes Clave

- La restauración y defensa ante inundaciones del río Cadagua es esencial para la protección de la ciudadanía y la mejora de la calidad de vida en Aranguren.
- Los ríos sanos contribuyen al bienestar social, la biodiversidad y la resiliencia frente al cambio climático.
- El proyecto es fruto de la colaboración institucional y el compromiso con la salud ambiental y la reducción del riesgo de inundación.
- La ciudadanía es parte activa y corresponsable en la conservación y mejora de los ecosistemas fluviales.
- La financiación europea, a través del PRTR y NextGenerationEU, permite abordar retos ambientales y sociales de manera innovadora y sostenible.
- La igualdad de género y de oportunidades es un principio rector en todas las acciones del proyecto.

6. Canales y Soportes

- Portal de transparencia y página web de URA (enlace a la obra).
- Redes sociales institucionales (Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram) y web específica del proyecto.
- Medios de comunicación off line, on line y redes sociales: notas de prensa, entrevistas, reportajes.
- Paneles informativos en la zona de actuación, con información sobre el proyecto, logos y financiación europea.

- Materiales gráficos: folletos, boletines, carteles, infografías, vídeos explicativos.
- Eventos: talleres divulgativos, jornadas técnicas, voluntariados ambientales, visitas guiadas, ruedas de prensa y presentaciones públicas.

7. Acciones de comunicación previstas:

- Diseño de imagen y materiales del proyecto (incluyendo logos y plantillas).
- Elaboración de informes ejecutivos intermedios y finales, con indicadores de impacto y lecciones aprendidas.
- Programación de encuentros bilaterales y coordinación con el equipo de gobernanza y participación.
- Producción de vídeo explicativo de la obra.
- Generación de infografía de la obra.
- Mailing a la ciudadanía: carta institucional invitando a la presentación de las obras, adjuntando la infografía.
- Evento de presentación de la obra a la ciudadanía en el antiguo Matadero de Aranguren.
- Difusión en prensa y medios digitales, con notas de prensa y entrevistas.
- Paneles informativos en el entorno de la obra, con información sobre el proyecto, logos y financiación europea.
- Jornadas de sensibilización ambiental durante la ejecución de trabajos relacionados con la restauración y mejora de la fauna y flora.

8. Plan de Comunicación de Crisis

- Identificación de posibles escenarios de rechazo social, controversia o desinformación.
- Definición de protocolos de actuación para proteger la imagen y reputación del proyecto, incluyendo mensajes claros sobre seguridad, beneficios y transparencia.
- Establecimiento de canales de atención y respuesta a dudas, quejas y sugerencias ciudadanas.
- Refuerzo de la comunicación positiva en medios y redes sociales, y activación de portavoces institucionales en caso necesario.

9. Cronograma

Fase	Periodo estimado	Actividades principales
Introducción	Mes 1	Producción de vídeo e infografía, difusión web
Crecimiento	Meses 2-6	Evento de presentación, paneles informativos, jornadas
Madurez	Ejecución obra	Sensibilización ambiental, seguimiento mediático
Declive	Finalización obra	Actualización web,

Las fechas concretas se ajustarán al calendario de ejecución de la obra y a las indicaciones de la Fundación Biodiversidad.

La fase de declive servirá para sedimentar un recuerdo positivo del proyecto mediante el envío de boletines, actualización de la página y establecimiento de nuevos objetivos.

10. Presupuesto

Salvo trabajos específicos que la Administración no tenga capacidad de realizar con los recursos propios, el grueso de los trabajos forma parte de las tareas propias del personal de la Administración.

11. Programación

El apoyo técnico solicitado deberá iniciar antes de que comiencen las obras y prolongarse hasta la finalización de las acciones previstas en el marco de la subvención.

Se recomienda que dé inicio en una fase temprana del proyecto donde aún resulte posible integrar propuestas y recomendaciones.

12. Relaciones entre Entidades Ejecutoras

La comunicación con el Ayuntamiento debe ser frecuente y la asistencia técnica debe estar abierta a incorporar sugerencias por parte de la administración local y la Fundación Biodiversidad.

13. Cumplimiento Normativo y Transparencia

La comunicación del proyecto se ajustará a la legislación vigente, incluyendo los requisitos previos a la ejecución o modificación de infraestructuras.

Toda la información relevante se publicará en el portal de transparencia y en la web de URA.

Se incluirán los logos de la Unión Europea y del PRTR en todos los documentos, publicaciones y señalizaciones, respetando las normas de comunicación del Mecanismo de Resiliencia y Recuperación y el Manual de Identidad Visual del PRTR.

Se documentarán todas las acciones de comunicación y sensibilización, incluyendo evidencias gráficas y registros de participación.

14. Evaluación y Seguimiento

- Indicadores de impacto: número de asistentes a eventos, visualizaciones de vídeo, repercusión en medios, participación ciudadana.