



Cuatrocientas gasolineras se comprometen con la divulgación ambiental

LA COMUNIDAD DE MADRID EMITE REPORTAJES PARA PROMOVER LOS VALORES MEDIOAMBIENTALES EN TODAS LAS ESTACIONES DE SERVICIO DEL PAÍS QUE ESTÁN EQUIPADAS CON EL NUEVO CANAL DIGITAL DE LA COMPAÑÍA REPSOL YPF

Ignacio Ramos
Madrid

Desde hace aproximadamente un mes, son muchos los conductores que reciben mensajes ambientales cuando paran a repostar en alguna de las casi 400 gasolineras de toda España equipadas con el nuevo canal digital de Repsol YPF. Las nuevas pantallas de plasma, que empezaron a amenizar las esperas en aeropuertos o incluso el metro, han llegado también a las gasolineras. La Comunidad de Madrid ha querido que este soporte se convierta en el vehículo de la promoción de valores ambientales.

Las cifras asustan: en las cajas de esas gasolineras, que es donde se sitúan estas pantallas, se realizan al año más de 100 millones de operaciones, lo que supone sin duda un tentador potencial publicitario. Se acabó el hacer cola para pagar con la vista perdida en los chicles de mil sabores y los llaveros de recuerdo. Al cliente se le ameniza la espera ahora con noticias, anuncios o reportajes. Que la protección del medio ambiente es cosa de todos es algo aceptado ya por una creciente mayoría. Ahora bien, es necesaria una continua labor pedagógica para que, por un lado, esa mayoría siga creciendo y, por otro, se facilite información sobre qué papel puede desempeñar cada uno en esa protección. Ahí reside el problema: cómo llegar al ciudadano.

La elección del medio más eficaz para hacerlo es el principal quebradero de cabeza de los responsables de comunicación. En este caso, y recordando al mítico McLuhan, aquel que amargara a más de un estudiante de Periodismo con su famoso postulado «el medio es el mensaje», se está haciendo desde una acertada lectura de la realidad que vivimos.

Este profesor canadiense de Literatura constató que, según el ambiente mediático en que nos encontremos, seremos más o menos visuales o auditivos, fotográficos o tipográficos, etcétera. En otras palabras, el que lea mucho será más receptivo a los mensajes escritos y quien esté todo el día frente al televisor descifrándolos mejor cualquier mensaje visual. Este ambiente mediático influye en la concepción que el individuo tiene del mundo y de sí mismo.



CLIENTES de una gasolinera viendo uno de los vídeos que inciden en la importancia de conservar el planeta

Las empresas buscan la manera más efectiva de llegar al público y recurren, por ello, a innovaciones comunicativas. Del mismo modo, la Fundación para la Investigación y el Desarrollo Ambiental (FIDA) de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid busca nuevas formas de sensibilización ambiental y ha querido aprovechar estas 391 pantallas de plasma ubicadas en tiendas de Repsol, Campsa y Petronor por toda España para incidir en algunos aspectos claves para la salud del planeta y la nuestra propia. Espacios naturales, especies protegidas, biodiversidad y calidad del aire son algunos de los argumentos empleados.

Cada vídeo se proyecta durante

Cada reportaje se emite durante una semana. Es decir, **48 pases diarios** de spots sobre especies o calidad de aire

una semana, con un total de 48 pases diarios. Así, a fecha de hoy, se habrán realizado unas 2.700 proyecciones de los ocho spots producidos. El objetivo es promover el respeto del ciudadano por el medio ambiente e incentivar su colaboración para conservarlo. La pieza dedicada al Plan Azul tiene como finalidad fomentar el uso del transporte público con mensajes como «Por un Madrid

sostenible» y «Cuando salgas de casa muévete para que tu cielo sea siempre azul». Otro insiste en las consecuencias de las emisiones por los atascos con la afirmación «Te estás perdiendo el cielo de Madrid».

El vídeo sobre incendios explica cómo bosques de «cientos de años de vida y experiencia pueden desaparecer en sólo unos segundos» y sugiere un rotundo «contra el fuego, actúa». Concienciar sobre la importancia de mantener los espacios arbolados es el objetivo del anuncio sobre reforestación. «Cuando te falta aire, ellos respiran por ti» y «Un árbol... por cada vida. Plántate». Los espacios naturales de la Comunidad de Madrid son protagonistas de otro vídeo en el que se da a conocer la biodiversidad que existe en la región, una naturaleza frágil y vulnerable, desconocida, pero atractiva, con frases como «Mira más allá y atrevete con Madrid».

«Miles de especies amanecemos cada día en Madrid» y «Todos somos imprescindibles» son los lemas del vídeo sobre biodiversidad en el que se presentan algunas de las especies más emblemáticas de la región como son la avutarda, los ánades, la nutria, el buitre negro o el corzo. Un segundo vídeo sobre fauna y flora protegida acentúa la prioridad de su conservación con el título «porque tú eres única». El último vídeo de la serie se dedica al reciclaje e invita a los ciudadanos a ser partícipes del proceso de recuperación de los residuos para su posterior reciclaje con «tu decisión marca la diferencia, tú eliges».



MASCOTAS

La voz de su amo



LA CONSULTA

VOY A ADOPTAR UN GATO. ME GUSTARÍA SABER QUÉ TENGO QUE HACER PARA QUE USE LA BANDEJA CON ARENA PARA HACER SUS NECESIDADES

Por naturaleza, los gatos son unos animales muy limpios, y con su aseo pueden llegar a ser verdaderos maniáticos. Sólo hay que facilitarles las cosas en este sentido para que ellos, de forma instintiva, utilicen la bandeja con arena para hacer sus necesidades.

Sin embargo, hay que tener en cuenta algunos factores para que el felino la use sin reticencias. Tiene que ser suficientemente espaciosa, según el tamaño del gato. La arena debe ser absorbente y específica para estos casos, no se puede utilizar cualquier material. Es más recomendable usar arenas inodoras para evitar rechazos a ciertos olores por parte del gato.

La ubicación de la bandeja es importante. Debe estar en un lugar tranquilo y alejado del plato de comida. El cambio de arena se debe realizar, como máximo, cada tres días.

En principio, el gato, de manera espontánea, utilizará la bandeja higiénica para hacer sus necesidades, sólo necesita saber que la tiene a su disposición. En caso de no ser así, puede existir algún problema de marcaje de territorio que se puede corregir con la esterilización o algún comportamiento anómalo provocado por alguna situación, como una mudanza o la llegada de otro animal a casa, que puedan crear en el gato situaciones de ansiedad. Pero, en principio, el felino no necesitará que le enseñen a utilizar la bandeja con arena, ya que lo hará de forma instintiva.

Carolina PINEDO

Asociación para la Defensa de los Derechos de los Animales (ADDA)
www.addaong.org

Pueden dirigir sus consultas a:
carolinapinedo@terra.es