



Nota de Prensa

11 de octubre de 2019

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN AMBIENTAL “UNA GOTA DE AGUA, UNA GOTA DE VIDA”

Con la entrada del nuevo año hidrológico, la Diputación quiere poner en valor la colaboración de todos los agentes locales de la provincia para lanzar el mensaje común de la importancia del agua como recurso y de la necesidad de su uso racional y eficiente

El pasado mes de enero la Diputación Provincial presentó la campaña de sensibilización ambiental “*Una gota de agua, una gota de vida*”, que se ha venido desarrollando a lo largo de este año y que ha estado cofinanciada por la Junta de Castilla y León dentro de la II Estrategia de Educación Ambiental de Castilla y León 2016-2020.

Diez meses después, y concluido el año hidrológico 2018-2019 (que ha finalizado en Castilla y León con un déficit de precipitaciones del 25% respecto a la media) con las reservas de la provincia alrededor del 50% de su capacidad total y con unas previsiones no demasiado optimistas, desde la Diputación se considera necesario reforzar los mensajes dirigidos al consumo responsable y al uso racional y eficiente de este recurso natural en nuestra provincia.

La campaña, con un coste total de 14.716 €, ha consistido en el uso de las nuevas tecnologías y de las redes sociales con el objetivo de alcanzar el mayor impacto posible y utilizar a los propios ciudadanos e instituciones de la provincia como vectores de difusión de los respectivos mensajes de sensibilización ambiental. El contenido principal de la campaña ha sido **una serie de trece videos divulgativos** que se han difundido progresivamente durante los últimos meses, y en los que se ha querido poner en valor el agua como elemento natural de interés para el desarrollo económico, social y ambiental de la provincia, y lanzar mensajes para su utilización eficiente y sostenible en los diferentes sectores de actividad (residencial, agrícola, industrial, doméstico, turístico, etc.).

La página www.unagotadeaguaburgos.com es la que ha realizado las funciones de hosting (alojamiento web) de los contenidos audiovisuales creados, y se ha ido actualizando continuamente durante toda la duración de la campaña, incorporando paulatinamente los contenidos divulgativos y actuando además de enlace hacia los perfiles de las redes sociales. Con 22.000 visitas y casi 13.000 usuarios, los resultados de la página web han arrojado un total de 67.000 impresiones durante la duración de la campaña (enero-septiembre). Por otro lado, la creación y mantenimiento de perfiles en las principales redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) y de un canal específico en el portal YouTube, ha pretendido maximizar la difusión e impacto de los mensajes entre sus seguidores (más de 300 en Facebook, y más de 100 en Instagram y Twitter). La red social que mejor ha funcionado ha sido YouTube, sumando más de 18.000 visualizaciones en los vídeos.

El alcance total de la campaña, considerando todos sus canales, ha superado las **63.000 personas**, prácticamente en su totalidad dentro de la provincia, lo que constata la efectividad de las nuevas tecnologías en la difusión de los mensajes de sensibilización ambiental. De este modo se ha potenciado una de las líneas de acción de la Estrategia Regional de Educación Ambiental, consistente en “*Reforzar la presencia de la educación ambiental y la sostenibilidad en las redes sociales*”.



Independientemente de los datos generales de alcance de la campaña, desde la Diputación Provincial se quiere destacar, como aspecto más positivo de todos sus resultados, **la participación y colaboración de todo el tejido institucional, social y económico de la provincia** en el lanzamiento de un mensaje de unidad a la sociedad para sensibilizar sobre la importancia del recurso hídrico para todos. En este sentido, los principales agentes locales y administraciones involucrados en la gestión del agua se han involucrado directamente, a través de sus máximos representantes, en la elaboración de los videos divulgativos y la búsqueda de ese mensaje común de sostenibilidad y uso racional y eficiente del agua:

	Video y temática	Entidad colaboradora
1	La riqueza hidrográfica de la provincia de Burgos	Diputación Provincial (Presidencia)
2	Los ríos de la provincia de Burgos	Confederación Hidrográfica del Duero (Presidencia)
3	Los ecosistemas acuáticos de la provincia	Fundación Oxígeno (Presidencia y Dirección Técnica)
4	Las cascadas, saltos de agua y otras formaciones hidrogeológicas	Asociación Geocientífica de Burgos (Presidencia)
5	Los espacios naturales de la provincia y su relación con el agua	Junta de Castilla y León (Jefatura Territorial de Medio Ambiente)
6	Los usos agrícolas y ganaderos del agua en la provincia de Burgos	Unión de Campesinos de Castilla y León – UCCL Burgos (Presidencia)
7	Los usos industriales y comerciales del agua en la provincia de Burgos	Federación de Asociaciones Empresariales – FAE Burgos (Presidencia)
8	Los ayuntamientos, actores fundamentales en la gestión del agua	Ayuntamiento de Tordómar (Alcaldía)
9	Los usos domésticos y residenciales del agua en la provincia de Burgos	Unión Cívica Provincial de Consumidores y Amas de Hogar - UNAE Burgos (Presidencia)
10	La calidad del agua de consumo humano	Agrolab Ibérica (Sales Manager)
11	Los usos recreativos y deportivos del agua en la provincia de Burgos	Aparejadores Burgos Rugby Club (Presidencia)
12	La importancia de la depuración de las aguas residuales	Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos de Castilla y León (Decanato)

Como cierre de campaña y en el marco de la celebración de la Semana Mundial del Agua a principios de septiembre, se publicó un nuevo video divulgativo con los niños y niñas de la provincia como protagonistas visibles de la campaña, ya que las futuras generaciones son las auténticas artífices del pretendido cambio de comportamiento en relación a la gestión y uso del agua.

Por último, y en ese objetivo común de toda la provincia de promover el ahorro y la eficiencia en el uso del agua, la Diputación Provincial pone a disposición de cualquier entidad educativa, divulgativa o ambiental, y de los medios de comunicación locales, los contenidos multimedia creados en esta campaña para su divulgación entre los ciudadanos.