

M^ó Málaga cómo te quiero!?

*Que tu ciudad brille como tú quieres
depende de ti. **ACTÚA!***

V ENCUENTRO ANDALUZ DE
EXPERIENCIAS DE EDUCACIÓN
AMBIENTAL Y SOSTENIBILIDAD LOCAL



Ayuntamiento
de Málaga
#malagafunciona



Introducción

La iniciativa “**Málaga, cómo te quiero!?**” es una campaña medioambiental que tiene como objetivo crear vínculos con la ciudadanía malagueña, apelando al sentimiento de pertenencia a una ciudad y al sentimiento que tienen hacia ella.

La intención es trasladar que, el vínculo que les une a su ciudad, también conlleva ciertas responsabilidades como el cuidado de aquello que es nuestro y queremos. La ciudad es la casa de todos, y en ese sentido se ha querido despertar un instinto protector hacia ella. Se trata de una proclamación de amor por una ciudad en su acepción más amplia, ya que el objetivo final es que el ciudadano quiera a su ciudad limpia, cuidada, sostenible y bella.

Planteamos la educación para el cambio social como única solución real a los problemas ambientales del sistema urbano y el enfoque hacia la capacitación para la acción de las personas. Trabajaremos los procesos de toma de conciencia, conocimiento del problema, los agentes implicados, la sensibilización y el cambio de hábitos.

“**Málaga, cómo te quiero!?**” es un proyecto muy ambicioso de concienciación ambiental que pretende cambiar actitudes de respeto al medio ambiente y los espacios públicos.

Objetivos

- Implicación y participación del tejido social de Málaga.
- Conseguir el compromiso de la ciudadanía para actuar con comportamientos y hábitos responsables, reforzando el sentido de identidad.
- Catalogar hábitos responsables y rechazables poniendo en relieve contrastes y fomentando la competitividad social.
- Facilitar la unidad de acción desde los distintos sectores sociales y económicos.
- Convencer a los ciudadanos de las virtudes de mantener limpia la ciudad, a través del conocimiento de experiencias y de la divulgación de los beneficios.
- Mantener el diálogo con los vecinos a través de las nuevas tecnologías

Puntos focales

- Universalizar el uso de las bolsas de recogida de excrementos de perros.
- Optimizar en horario y uso, el depósito de residuos en los contenedores.
- Mejorar la calidad del depósito selectivo de residuos.
- Fomentar las buenas prácticas en la gestión de residuos en el sector de la restauración.
- Implicar a los máximos representantes de la sociedad malagueña en los objetivos de la campaña.
- Concienciar a los usuarios de las playas de Málaga sobre su responsabilidad higiénica.
- Disminuir la frecuencia de los actos vandálicos contra el mobiliario urbano.
- Reducir la presencia de residuos menores en la vía pública.
- Desarrollar campañas específicas de concienciación durante los principales eventos de Málaga.

Acciones

- **07 de Junio de 2014, Presentación de la campaña.** La presentación tuvo lugar en C/ Alcazabilla, el sábado 7 de Junio de 2014. Al evento acudieron Directores/as de Distrito, Juntas Municipales, Asociaciones de vecinos y comerciantes, Foro de la Juventud, bloggers invitados y público en general.
- **Del 18 de Junio al 12 de Julio de 2014, Análisis de concienciación medioambiental en distritos.** Para conocer mejor la percepción de la implicación social en el estado ambiental de la ciudad, se realizaron encuestas por toda la ciudad de Málaga obteniendo la participación de 1.102 personas.
- **8 de Junio de 2014, Día del Perro.** El 8 de Junio se celebró el Día del Perro de Málaga, y allí estuvimos realizando encuestas para diseñar acciones que evitaran la presencia de excrementos en la vía pública. En dichas encuestas participaron un total de 216 personas.
- **Del 20 de Junio al 8 de Agosto de 2014, Microteatros de concienciación.** Se realizaron 27 microteatros de concienciación ciudadana en plazas y lugares con amplia afluencia de gente. Con esta acción llegamos a 4.285 personas.

- **Julio de 2014, Bolsas para el pan.** Se entregaron 61.000 bolsas para el pan, de papel reciclado, en panaderías de toda Málaga que incluían un mensaje de concienciación sobre el reciclaje.
- **Del 27 de Julio al 31 de Julio de 2014, Flashmobs en las playas de Málaga.** En esta acción se realizaron 32 bailes espontáneos por todas las playas del municipio de Málaga, con los que se llegaron a unas 1.900 personas. A la finalización del baile, se transmitía un mensaje de concienciación y se entregaban ceniceros portátiles y sombrillas, a cambio de responder unas breves preguntas.
- **Agosto de 2014, Pipa y Colilla.** Pipa y Colilla, son dos personajes, que en tono de humor, actuaron en parques, Cine Abierto, paseos marítimos, etc., concienciando a la ciudadanía a cerca de no arrojar pipas y colillas al suelo.
- **Julio y Agosto de 2014, Cine Abierto.** Durante las sesiones de Cine Abierto, que se celebraron en distintos Distritos de Málaga, se emitió un anuncio en varias ocasiones sobre la campaña. También estuvieron presentes Pipa y Colilla, que daban un mensaje de concienciación, en tono de humor, justo antes de la emisión de la película. También se entregaron pipeleras y merchandising.
- **11 de Septiembre de 2014, Gala Málaga cómo te quiero!?** El 11 de Septiembre realizamos una Gala para presentar los resultados obtenidos en el primer trimestre de este programa. Como colofón final, se realizó una visita nocturna al Jardín Botánico - Histórico La Concepción.
- **11 de Octubre de 2014, Pasarela Mi Mascota.** Durante la pasarela Mi Mascota, realizamos encuestas para diseñar acciones que eviten la presencia de excrementos en la vía pública. En dichas encuestas participaron un total de 231 personas.
- **17 de Octubre de 2014, Yoga en la Plaza.** 240 practicantes de yoga de Málaga, se dieron cita en la Plaza de la Merced. La iniciativa es una apuesta para despertar la conciencia ciudadana en esta zona del Centro Histórico y demostrar que la realización de eventos sostenibles es posible.
- **19 de Octubre de 2014, XXXVI Carrera Urbana Ciudad de Málaga.** Durante la XXXVI Carrera Urbana Ciudad de Málaga, realizamos una intervención instalando un gran contenedor para evitar que se tiren los residuos del avituallamiento al suelo. A su vez, se realizaron 231 encuestas y transmitimos nuestro mensaje a 14.000 personas.



Que tu ciudad brille como tú quieres
depende de ti. **ACTÚA!**



- **Desde el inicio al fin de la campaña, Redes sociales.** Mediante las cuentas de redes sociales de la campaña, se han realizado concursos y otras acciones para implicar e informar a los ciudadanos, entre todas las redes tenemos un alcance semanal aproximado de 16.000 personas.

Participación

- **Alcance total de la campaña: más de 115.000 personas.**

