



Principio 4 del Marco Deportes para la Naturaleza»

Educar e inspirar acciones positivas para la naturaleza en el sector del deporte y más allá

El Principio 4 del [Marco de Deportes para la Naturaleza](#) destaca el poder del deporte para crear conciencia sobre la naturaleza y su papel fundamental en el mantenimiento de la vida en la Tierra y el futuro del deporte. Al involucrar a audiencias vastas y diversas, el deporte puede educar, inspirar e impulsar acciones positivas para la naturaleza.

Relevancia para las organizaciones deportivas

La naturaleza es el telón de fondo de innumerables deportes, desde recreación local hasta eventos mundiales mayores, lo que hace que su salud sea inseparable de la prosperidad de la industria del deporte. El deporte depende de la naturaleza de tres maneras clave:

- **Terreno de juego:** espacios donde las personas practican, entrenan y compiten.
- **Proveedor de recursos esenciales:** como agua limpia, aire y alimentos saludables.
- **Protector:** sistemas naturales y especies autóctonas salvaguardan las comunidades y las infraestructuras deportivas.

El Principio 4 del marco es particularmente relevante para el deporte debido al inmenso alcance cultural y la capacidad del mismo para inspirar la acción. La profunda conexión emocional del deporte con los atletas y los aficionados le permite amplificar las cuestiones de naturaleza y biodiversidad, ya sea a través de campañas a gran escala que llegan a millones de personas o iniciativas más locales que generan un impacto individual. Los eventos

deportivos también pueden servir como campos de pruebas para soluciones de conservación y plataformas para la educación.

Las oportunidades educativas son especialmente valiosas para las organizaciones deportivas. Los deportes como el ciclismo, la escalada, el esquí, el piragüismo, la vela, el fútbol y el running, entre otros, ofrecen poderosas formas de resaltar los desafíos ambientales y su impacto en las personas. Dada la profunda conexión del deporte con el público joven en particular, el potencial de educación y sensibilización es enorme.

Texto completo del Principio 4

Educar e inspirar acciones positivas para la naturaleza en el sector del deporte y más allá

Objetivo: Nuestra organización educará e inspirará una mayor conciencia y acción en favor de la naturaleza dentro de nuestro deporte y, de forma más general, nuestras comunidades y partes interesadas.

Para eso

evaluaremos y haremos un seguimiento de la conciencia y comprensión de la importancia de la naturaleza por parte de nuestras partes interesadas, incluidos nuestros atletas, equipos, personal, voluntarios, contratistas, patrocinadores, espectadores, anunciantes y medios de comunicación;

crearemos un plan de educación, comunicación y divulgación atractivo y de amplio alcance, que sea relevante para la relación de nuestra organización con la naturaleza;

implementaremos el plan para involucrar a nuestras partes interesadas en favor de la naturaleza;

promoveremos “Deportes para la Naturaleza” y animaremos a otros a unirse y tomar medidas positivas para la naturaleza en todos sus deportes.

Poner en práctica el Principio 4

1. Establecer conexiones

- Antes de comunicar su papel en el marco y su compromiso con la conservación de la naturaleza, debe comprender la relación entre su deporte, su organización y la naturaleza. ¿En qué depende su deporte de la naturaleza? ¿Qué impacto tiene su organización en la naturaleza?
- Para implicar al público, primero debe tener clara esta conexión. Temas como la biodiversidad pueden parecer distantes del deporte, pero sin un entorno saludable, muchos deportes tendrían dificultades para prosperar. Antes de elaborar su mensaje, asegúrese de poder articular el fuerte vínculo entre la salud de la naturaleza y el éxito de su deporte u organización.

2. Comprender y definir a sus públicos

- Como club u organización deportiva, interactúa con múltiples partes interesadas, cada una con diferentes perspectivas y expectativas. Una comunicación efectiva requiere segmentación de la audiencia, y los mensajes de sostenibilidad no son una excepción. Los aficionados, socios comerciales, colegas, atletas y comunidades locales interactúan con su organización de maneras únicas, por lo que su contenido debe adaptarse en consecuencia.
- Considere por qué a cada grupo le debería importar. Los aficionados pueden verse directamente afectados por los cambios ambientales. Los socios comerciales pueden ya disponer de objetivos en materia de biodiversidad. Los atletas a menudo entrenan y compiten en la naturaleza. Comprender qué motiva a cada público es clave para dar forma a su mensaje e impulsar un compromiso.

- World Rugby, por ejemplo, creó el **Kit de Herramientas “El Rugby para la Naturaleza”** para ayudar a los clubes y jugadores a tomar medidas para proteger y conservar la naturaleza. El kit de herramientas describe 10 pasos que los clubes y los jugadores pueden seguir, incluida la creación de un “Equipo de la Naturaleza”, el desarrollo de un plan de juego, la participación de los proveedores y la implicación de la comunidad.

3. Elaborar mensajes clave

- ¿Por qué la naturaleza y la biodiversidad son importantes para su organización? ¿Por qué se ha unido al Marco Deportes para la Naturaleza? ¿Cuáles son sus objetivos? Responder a estas preguntas ayudará a aclarar su mensaje y lo hará más convincente.
- Su deporte puede tener una conexión natural con la biodiversidad. Su mascota podría ser una especie en peligro de extinción. O tal vez

Cinco consejos para evitar el greenwashing

La Unión Europea define el **greenwashing** como afirmaciones ambientales poco fiables susceptibles de engañar a los consumidores y crear una “falsa impresión” de beneficios o impactos ambientales.

Si bien la comunicación sobre los esfuerzos de sostenibilidad y la conservación de la naturaleza es importante, a veces la línea entre narración convincente y greenwashing es delgada.

Estas son algunas formas de evitar el greenwashing:

- Sea específico y evite términos vagos y sin sentido como “ecológico” o “verde”.
- Enfóquese en objetivos medibles: ¿cuáles son sus objetivos e indicadores de desempeño? ¿Los ha logrado? ¿Cómo llegó hasta ahí?
- La honestidad y la autenticidad importan más que las apariencias. Si no ha alcanzado un objetivo, sea transparente acerca de por qué y explique sus próximos pasos.
- Respalde sus afirmaciones con pruebas, como informes y auditorías verificadas por terceros.
- Comuníquese de manera consistente. Incluso cuando haya poco que explicar, mantenga informadas a las partes interesadas en lugar de guardar silencio.

reconozca los riesgos operativos vinculados con la pérdida de biodiversidad. Sea cual sea el enlace, enmarcar su mensaje de una manera que resuene con su audiencia es crucial.

- Una vez que haya definido sus audiencias clave y sepa cómo desea que se involucren, desarrolle el contenido, las campañas y los activos de comunicación adecuados para llegar a ellos de manera efectiva.
- Un buen ejemplo aquí es World Sailing, que organizó una serie de “**Sesiones de Sostenibilidad pour la durabilité**” para equipar a las asociaciones miembros y otros miembros de la comunidad náutica con las herramientas y las directivas para minimizar su impacto en la naturaleza y apoyar los esfuerzos de conservación. Las sesiones centradas en la naturaleza cubrieron temas como avistamientos y colisiones con la megafauna, bioseguridad y salud de los océanos.

4. Elegir sus canales

- Sus canales de comunicación deben estar alineados con su audiencia. Para llegar a los fans, utilice su sitio web, aplicación, redes

sociales o activaciones de eventos. Para la comunicación interna o B2B, involucre a colegas y socios comerciales a través de reuniones, talleres, seminarios web, presentaciones o informes. Para el alcance comunitario y la participación de los jóvenes, los materiales educativos o una cooperación con las escuelas locales o los grupos de jóvenes podrían ser el mejor enfoque.

- Un paso útil es colaborar con su equipo de comunicaciones, si corresponde. Proporcione un plan claro que describa a su público meta, mensajes clave y puntos de contacto, y explore cómo los mensajes centrados en la naturaleza pueden alinearse con la estrategia de comunicación más amplia de la organización.

5. ¡Diviértase!

- El deporte une a las personas y despierta pasión. No importa con quién se involucre, hágalo de forma inclusiva e inspiradora. De a las personas un sentido de pertenencia, conéctelas a su deporte o club y proporciónelas las herramientas para contribuir a un impacto positivo.



Kunming-Montreal

GLOBAL BIODIVERSITY FRAMEWORK

El Principio 4 se alinea fuertemente con los objetivos del [Plan para la biodiversidad](#), un acuerdo histórico global para la naturaleza liderado por las Naciones Unidas, para salvaguardar y

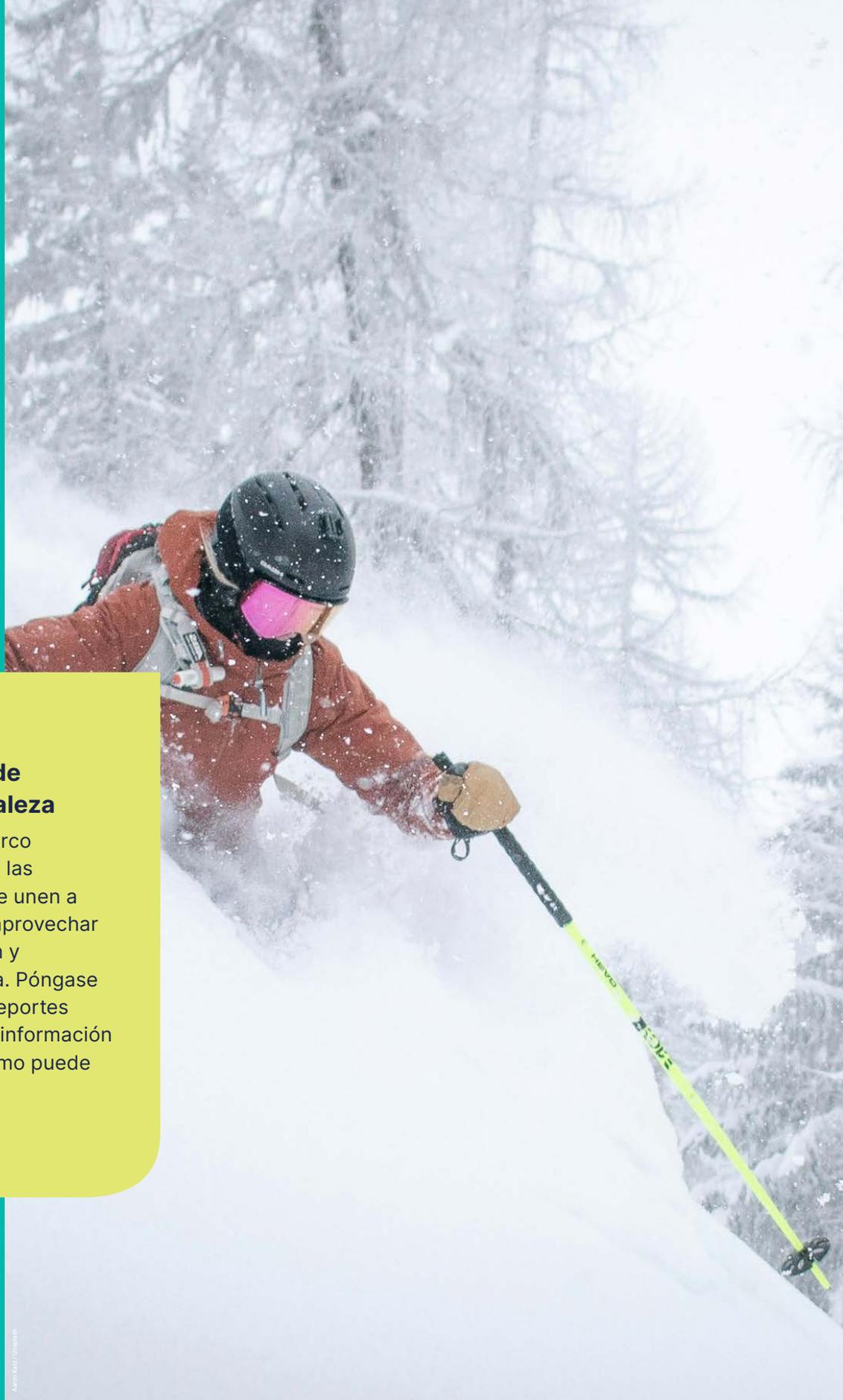
utilizar de manera sostenible la biodiversidad con objetivos y metas globales que deben alcanzarse para 2030 y más allá. El Principio 4 se relaciona con los siguientes objetivos del Plan para la Biodiversidad, en particular:

- **Meta 16:** Asegurarse de que las personas sean alentadas y educadas para tomar decisiones sostenibles.
- **Meta 8:** Fortalecer la creación de capacidad.
- **Meta 21:** S’assurer Asegurar que la información y el conocimiento sean accesibles.

Únase a la comunidad de Deportes para la Naturaleza

Al comprometerse con el Marco Deportes para la Naturaleza, las organizaciones deportivas se unen a una comunidad dedicada a aprovechar el deporte para la protección y restauración de la naturaleza. Póngase en contacto con el equipo Deportes para la Naturaleza para más información sobre el Marco y analizar cómo puede participar

sportsfornature@iucn.org
www.sportsfornature.org



Institutional partners



International
Olympic
Committee



Convention on
Biological Diversity

Supported by



DONA BERTARELLI
PHILANTHROPY