



ANÁLISIS EMPIRICO-DESCRIPTIVO

Motivaciones y usos
de los visitantes
y ciudadanos del

PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

Úrsula Molina Ramón
Barcelona, 10 de Diciembre de 2014



La madre replica al hijo...

¿Sabias que cuando se abrieron al público los primeros zoológicos, los guardianes tuvieron que proteger a los animales de los ataques de los visitantes?

Los visitantes entendían que los animales estaban ahí para que ellos los insultaran y los sometieran a abusos, como si fueran prisioneros derrotados en combate. Libramos en tiempos una guerra contra los animales, a la que llamamos cacería, aunque en realidad la guerra y la caza son una y la misma cosa. [...] Esa guerra se prolongó por espacio de varios milenios. La ganamos definitivamente hace tan solo unos cuantos siglos, cuando inventamos las armas de fuego.

Sólo desde que esa victoria fue absoluta hemos sido capaces de cultivar la compasión. Pero nuestra compasión es una capa muy fina. Por debajo persiste una actitud más primitiva.

(Coetzee, 2001:104)



04	Introducción
06	1. Metodología y procedimientos científicos del estudio
	Objetivos, hipótesis y metodología de análisis
	Hipótesis para encuestas A y B
07	Muestra y dimensiones
08	2. Los visitantes del parque zoológico de Barcelona
	CUESTIONARIO A
13	Percepciones: Aspectos positivos y aspectos negativos
16	Relaciones significativas entre variables cuestionario A
21	3. Los ciudadanos de Barcelona ante el Zoo
	CUESTIONARIO B
24	Percepciones: Aspectos positivos y aspectos negativos
31	4. Posicionamiento ante un hipotético cambio de modelo del PZB
32	Relaciones significativas entre variables del cuestionario B
35	5. Líneas educativas actuales para el conocimiento de la naturaleza
38	6. Conclusiones
39	7. Referencias bibliográficas
41	8. Anexos
	Cuestionarios A y B



INTRODUCCIÓN

La finalidad de este estudio es que pueda ser útil a la hora de diseñar nuevas estrategias en el ámbito de la educación ambiental.

Este trabajo busca conocer dos cuestiones, por un lado, las motivaciones y los usos reales que hacen los visitantes del Parque Zoológico de Barcelona (PZB), y por el otro, conocer las opiniones que genera tal entidad en los ciudadanos.

Lo novedoso de este trabajo es que trata de las funciones que asume la entidad y la percepción social que genera en cuanto a la promoción de la educación ambiental y la conservación de la biodiversidad en el público general.

Este estudio refiere las opiniones de los encuestados que han sido integradas a partir de preguntas abiertas y no en forma de respuesta preestablecidas. Esto permite conocer cualitativa y cuantitativamente las perspectivas de visitantes y ciudadanos. La información recogida pone de manifiesto que los objetivos del PZB como proveedor de educación ambiental no se cumplen por falta de interés de los visitantes. Por lo que la utilidad y la relevancia del PZB queda en entredicho.

La finalidad de este estudio es que pueda ser útil a la hora de diseñar nuevas estrategias en el ámbito de la educación ambiental.

La profesora de Turismo Sophie. K. Turley (2001) ha señalado que la importancia de los zoológicos reside en que representan una oportunidad para las salidas familiares o excursiones al aire libre. Los encuestados de este resultado refirieron este tipo de respuesta. La gran mayoría de visitantes no pudieron recordar la información proporcionada en los paneles informativos del zoo. Resulta revelador que los propios visitantes reconocieron y afirmaron que los animales están en pésimas condiciones. Aún así, los visitantes, la mayoría familias con hijos, entienden que las visitas al zoo son beneficiosas para los niños.

En la ciudad de Barcelona, –como ya ha sucedido en otras ciudades de Europa, Australia, Canadá, EUA, que llevan la delantera en materia de organización y gestión de zoológicos– se va desvelando la realidad que recoge en este estudio.

El PZB cuenta con una superficie de 13,5 hectáreas y 2200 ejemplares de más de 315 especies de animales -fauna entre exótica y nativa-. Fue inaugurado en el año 1892 después de que su recinto formara parte de la Exposición Universal el año 1888. Más de un millón de personas al año visitan el PZB con 33 mil familias socias que representan 100.000 per-

sonas. El discurso público del zoo dice que colabora con numerosos programas europeos e internacionales para la sensibilización y conservación de especies amenazadas. Además, promueve un programa de becas para la conservación y la investigación y da soporte a universidades de todo el mundo. Lleva a cabo proyectos de conservación con fauna autóctona y no autóctona en colaboración con otras entidades. Su principal misión es la conservación de la fauna silvestre y la biodiversidad del mundo, mediante la investigación y el entretenimiento para la concienciación en el respeto a las especies, los hábitats y los ecosistemas en general.

El PZB como zoo del Estado español debe cumplir con la normativa y leyes de los estados miembros de la Unión Europea. Se encuentra dentro del marco legal europeo y en la ley española, Ley 31/2003 art.4b del 27 de octubre.

Por tanto, el PZB debe mantener esa voluntad de concienciar y educar a los visitantes dado que es un componente muy significativo tanto para la justificación de la existencia del propio zoo como para mantener el precepto cultural de zoo-lógico con vida.

El modo en que el mensaje educativo llega a los visitantes del PZB es mediante diferentes vías: carteles, videos, guías, exposiciones. En este estudio el foco de atención se centra en los paneles informativos como método de información principal que documenta las exhibiciones de animales. De esta forma se pone de manifiesto a través de las encuestas si los visitantes han leído los paneles, qué informaciones recuerdan y cuáles son los conocimientos adquiridos. Estos indicadores ponen de manifiesto el interés del visitante en obtener conocimientos sobre la conservación de las especies silvestres exhibidas y biodiversidad.

También, el PZB dispone de diferentes infraestructuras y servicios para los visitantes tales como zona de restauración, zona de juegos para niños, tienda de recuerdos, servicios de fotografía, trenecitos, ponis. Lo que se entiende por un ambiente “tranquilo y familiar”. Se quiere ha querido comprobar el significado de estas instalaciones para los visitantes y pa-



INTRODUCCIÓN

Este estudio pretende conocer si la ciudadanía se siente identificada y representada con el actual modelo de zoo.

ra ello se han establecido dos preguntas abiertas sobre qué aspectos positivos y qué aspectos negativos se valoran más del PZB. Ello da pistas fiables sobre la percepción social que se tiene sobre el conjunto del PZB. En esta investigación se quiere captar la motivación de la visita para entender su objetivo: ¿Qué pretende la gente al ir allí? Primero, a partir de preguntas de tipo sociológico se determina el perfil del visitante y, segundo, se concreta la naturaleza de la motivación a partir de sus propias respuestas. Con un segundo cuestionario -realizado en diferentes puntos de la ciudad de Barcelona- se recoge información que no responde al efecto inmediato de la visita al PZB. Este estudio pretende conocer si la ciudadanía se siente identificada y representada con el actual modelo de zoo y cuáles serían sus prioridades en una perspectiva de futuro.

Monika Ebenhöh (1992) ya había señalado que los zoos del futuro para familias y niños incluirían exhibiciones de alta tecnología, realidades virtuales e interactivas destinadas a crear parques zoológicos con especies nativas. Es importante señalar, que el mensaje educativo de un posible nuevo zoo tendría que ir ligado a preservar los recursos naturales locales, de la región geográfica donde se ubica el parque. El nivel de bienestar de los animales debe ser central en el mensaje educativo que se emita a los visitantes. El consultor en manejo de fauna silvestre, Iván Lozano-Ortega, (2004; 513) nos invita a reflexionar sobre si el mensaje educativo será exitoso “si [...] los espectadores observan un animal con desordenes de comportamiento en un encierro poco adecuado en espacio y complejidad y que no genera algún tipo de respeto o admiración por el mismo” .



1. METODOLOGÍA

Y PROCEDIMIENTOS
CIENTÍFICOS
DEL ESTUDIO:
OBJETIVOS,
HIPÓTESIS Y
METODOLOGÍA
DE ANÁLISIS

Este apartado trata de cómo se hizo esta investigación: los objetivos, las hipótesis de partida y la metodología de las encuestas, además de cómo se analizaron los resultados obtenidos en los cuestionarios.

El objetivo principal y foco central de la investigación es conocer la percepción social del PZB, de manera que los siguientes objetivos depende de este:

- Conocer la percepción social de PZB.
- Analizar las motivaciones e intereses personales y los usos que le dan los visitantes. Saber si los visitantes obtienen conocimientos sobre la fauna silvestre y la conservación de la biodiversidad.
- Determinar, si los visitantes del PZB han asumido los temas relevantes y establecidos como fundamentales en la Ley 31/2003 de 27 de octubre (art.4b), para la concienciación medioambiental.
- Conocer la perspectiva de los ciudadanos y su identificación con el zoo.
- Conocer si los ciudadanos estarían de acuerdo con una hipotética reestructuración del zoo con una exhibición sólo con fauna autóctona.
- Analizar desde la perspectiva de los ciudadanos las prioridades para una hipotética reestructuración del PZB.

Para tales fines, se han llevado a cabo dos cuestionarios: el primero, durante los fines de semana en la puerta del PZB, días en los que hay más afluencia de visitantes. Y el segundo, fue llevado a cabo en días laborables en diferentes puntos de la ciudad de Barcelona.

Hay que señalar, que no se ha encontrado bibliografía científica con antecedentes similares a la propuesta de esta investigación. Los autores referenciados a lo largo de este estudio tratan el tema de forma general y dan soporte a los resultados encontrados. A este respecto, el estudio se puede relacionar con el nuevo campo de investigación denominado Animal Studies o Human-Animal Studies, que desde una perspectiva interdisciplinar, se ocupa de la relación entre el hombre y el animal.

Desde el punto de vista de la Antrozoología podría entenderse que la relación entre animales del zoo y

humanos es totalmente cultural: las “fieras” pasan a ser “animales amansados” porque así lo requiere su manipulación y el trabajo diario de los operarios y también su presentación ante el público. La pérdida de autonomía -en cuanto a la búsqueda de alimento, las relaciones sociales y la reproducción- crea animales dependientes, que no pueden desarrollar sus instintos ni su personalidad.

HIPÓTESIS PARA ENCUESTAS A Y B

¿Por qué y para qué va la gente al zoo? ¿Qué conocimientos asumen? ¿Qué utilidad tiene para los visitantes? Son las preguntas iniciales de la investigación. La hipótesis central con la que se ha explorado ha sido que los visitantes cuando acuden al PZB lo hacen buscando entretenimiento y ocio.

En el estudio se ha utilizado una metodología descriptiva no experimental en la que se emplea como principales instrumentos de recogida de información dos cuestionarios. Para el cuestionario A se efectuaron 400 cuestionarios, de los cuales 392 fueron válidos. Para el cuestionario B se llevaron a cabo 160, de los cuales 149 cuestionarios fueron válidos. Los procedimientos empleados son los habituales en las técnicas de encuestación. Posteriormente se llevó a cabo la numeración de los cuestionarios, la codificación y grabación de las variables; la grabación de datos; la tabulación de frecuencias y porcentajes, y finalmente el análisis cruzado con tablas de contingencia y pruebas de Chi-cuadrado (χ^2). A partir de este orden, se realizó el análisis descriptivo para poder desarrollar la interpretación de los datos, que dada las dimensiones de la muestra ha sido muy relevante. Para realizar el tratamiento estadístico se ha utilizado el programa informático SPSS 12.



1. METODOLOGÍA

Y PROCEDIMIENTOS
CIENTÍFICOS
DEL ESTUDIO:
OBJETIVOS,
HIPÓTESIS Y
METODOLOGÍA
DE ANÁLISIS

MUESTRA Y DIMENSIONES

Para seleccionar la muestra se tuvo cuenta la mayoría de edad en el Estado español, 18 años, según la cuál es la condición mínima para que la persona haya adquirido una madurez intelectual y se le reconozcan los derechos y obligaciones como “ciudadano”. El universo del cuestionario A ha sido de 384 cuestionarios, número superado por el total de cuestionarios validos que fueron 392. Para el cuestionario B, el universo no es posible determinarlo dado la gran magnitud de posibles encuestados, así que se toma los resultados como aproximaciones.

Las dimensiones estudiadas relativas a las motivaciones y usos de los visitantes del PZB son:

VISITANTE. En esta dimensión se analizan quienes son los visitantes del PZB y que características cumplen. Los indicadores son:

- a) Sexo
- b) Edad
- c) Nivel educativo
- d) Socio del PZB (sólo en cuestionario A).

Excepcionalmente, en la cuestionario B se ha preguntado sobre el lugar de residencia.

TIPOLOGÍA DE VISITA. En esta dimensión se analiza como se realizan las visitas al PZB a través de los indicadores:

- a) Frecuencia de visita
- b) Duración
- c) Día de visita (sólo en la cuestionario A)
- d) Estacionalidad (sólo en cuestionario A).

INTERÉS Y MOTIVACIÓN. En esta dimensión se analiza si el entrevistado/a muestra interés en obtener conocimientos mediante diferentes indicadores:

- a) Pregunta abierta al encuestado para conocer porqué ha decidido visitar el PZB
- b) Lectura de los paneles informativos
- c) Número de paneles informativos leídos.

CONOCIMIENTOS. Se quiere conocer el nivel de conocimientos que los visitantes obtienen de forma autónoma mediante los paneles informativos en el PZB y saber si los aspectos formativos e informativos fundamentales para la concienciación pública en materia medioambiental llegan a asumirse por los visitantes. Los indicadores utilizados son:

- a) Pregunta abierta sobre la información que recuerda de los paneles informativos.
- b) Posicionamiento sobre el conocimiento obtenido después de leer los paneles informativos.
- c) Pregunta múltiple sobre si se tiene constancia de haber recibido información sobre los siguientes temas:

- ▶ Conservación de los principales ecosistemas del planeta.
- ▶ Los diferentes grados de amenaza de extinción de las especies expuestas.
- ▶ Los programas de cría y reintroducción de especies en peligro de extinción del PZB.
- ▶ Colaboración del PZB con entidades educativas y de sensibilización para la conservación de la fauna silvestre.

PERCEPCIONES. Con el análisis de las percepciones queremos conocer cuáles son los aspectos positivos y los aspectos negativos más relevantes. Los indicadores han sido:

- a) Pregunta abierta sobre aspectos positivos del PZB
- b) Pregunta abierta sobre aspectos negativos del PZB

CONCIENCIACIÓN. Cabe decir que esta última dimensión tiene como propósito conocer el nivel de concienciación en general tienen los visitantes en temas de conservación de fauna y de empatía hacia los animales. Los indicadores que se han utilizado han sido pregunta múltiple con una escala Likert de 5 puntos (1. Totalmente en desacuerdo; 2. Desacuerdo; 3. Indiferente; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo) sobre los siguientes aspectos:

- ▶ La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la biodiversidad.
- ▶ Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bien estar en el zoo.
- ▶ Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado.
- ▶ Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoológicos.



1. METODOLOGÍA

Y PROCEDIMIENTOS
CIENTÍFICOS
DEL ESTUDIO:
OBJETIVOS,
HIPÓTESIS Y
METODOLOGÍA
DE ANÁLISIS

En el segundo cuestionario se han incorporado pautas para conocer la identificación de los ciudadanos con el actual PZB y cuál sería el modelo de zoo acorde con sus valores. Además, a las personas que no han visitado el PZB se les ha preguntado cual fue el motivo.

IMPORTANCIA. Se ha querido conocer la importancia del PZB para la ciudadanía y saber el nivel de reconocimiento que se le tiene. Para ello se ha llevado a cabo una pregunta con una escala de respuesta Likert de 5 puntos (1. Muy importante; 2. Importante; 3. Indiferente; 4. Poco importante; 5. Nada importante; 9. NS/NC).

PREFERENCIAS. Se ha dado la posibilidad al ciudadano de situar sus preferencias respecto diferentes opciones de cómo debiera ser la configuración del PZB respecto a las siguientes apartados:

- Tipo de exhibición de animales
- Tipo de animales exhibidos
- Finalidad del PZB.

ZOO DEL FUTURO. Para poder saber como se posicionaría la ciudadanía, de forma hipotética, ante un cambio concreto de modelo de zoo -donde se dejara de exhibir especies exóticas en beneficio de especies locales para su posterior reintroducción en el medio local- se ha efectuado una pregunta con una escala de respuesta Likert de 5 puntos (1. Muy de acuerdo; 2. De acuerdo; 3. Indiferente; 4. Desacuerdo; 5. Muy desacuerdo; 9. NS/NC).

2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

INTERPRETACIÓN Y RESULTADOS

VARIABLES SOCIOLÓGICAS

De forma previa al análisis de las diferentes dimensiones del estudio se delimitan las características sociológicas de la población encuestada, en función de las variables que se han tomado como referencia (sexo, edad, nivel educativo). Posteriormente, se presentan los estadísticos descriptivos de las preguntas uno a la trece.

La muestra se ha caracterizado por contener una población con más mujeres (58%) que hombres (42%). Respecto a la edad, se trata de una distribución bastante homogénea, concentrada alrededor de los 38 años donde se sitúa el 57% de los encuestados. La media es de 37 años siendo 38 años el valor más repetido en la distribución. Después de agrupar la variable, el intervalo con más frecuencia es de “30 a 39 años” (49%) seguido de “40 a 49 años” (30%). El nivel educativo de la muestra se caracteriza por contener un 49% de universitarios y un 45% de personas con estudios secundarios.

El porcentaje de Socios del PZB corresponde a un 30% de los entrevistados, siendo un 70% los visitantes entrevistados no-socios en esta categoría. Por lo tanto, para la investigación, los visitantes Socios representan un cuarto de la población total. En general, el perfil del visitante es el de una persona de 38 años con un nivel educativo medio-alto con posibilidad de ser socio del PZB.

VISITANTE

La mayoría de visitantes del PZB son las familias (64%) seguidas de los grupos (29%). Observamos que el perfil es el de un visitante colectivo donde hay más de dos personas implicadas en la visita al PZB.

TIPOLOGÍA DE VISITA

En el análisis de la frecuencia de visita destacan tres modalidades: en primer lugar, las visitas puntuales al PZB (de lapsos de tiempo más prolongados -a partir de dos años y medio en adelante- con el 41% de la muestra. En segundo lugar, las visitas anuales con el 40% de la muestra, y en tercer, de forma más minoritaria, las visitas mensuales con el 19% de la población.

Los días en que la afluencia de público es mayor en el PZB es durante los fines de semana (86%) y los días festivos (12%) siendo minoritaria la opción de ir en días laborables y en época de vacaciones personales. Además los visitantes confluyen durante los meses de buen tiempo -primavera y verano- (84% de la muestra) aunque en menor proporción hay visitantes que lo frecuentan durante todo el año (15%). La duración media de las visitas ha sido de 5 horas y media, mientras que la duración más elegida por los visitantes ha sido de 6 horas. Después de agrupar en intervalos la muestra queda polarizada por “Jornada entera” (6 horas) con el 68% de la muestra y



2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

la duración más corta, “Algunas horas”(3 horas) con el 24% de la muestra.

De forma generalizada, observamos que el tiempo destinado al PZB es el asignado a las actividades que se realizan durante los fines de semana y festivos de los meses de primavera y verano. Es una actividad realizada, una vez al año, una vez cada mucho tiempo o, de forma minoritaria, con una frecuencia mensual. Además esta actividad tiende a durar todo el día o algunas horas.

INTERÉS Y MOTIVACIÓN

En la pregunta abierta “Porque ha decidido visitar el PZB” se han categorizado las respuestas más repetidas de los visitantes. Teniendo en cuenta los dos primeros motivos que los visitantes han nombrado en cada caso, creando dos variables para cada motivo: variable Motivación 1 y variable Motivación 2.

Las respuestas de los visitantes fueron, una a una, vinculadas a diferentes categorías de respuesta de la variable teniendo en cuenta el concepto que expresaban. El resto, las respuestas menos repetidas, han sido englobadas en Otros. Posteriormente, se recodifico la variable y se agruparon las categorías para poder expresar con más atino los resultados.

Para Motivación 1 recodificada respondieron el 99% de la muestra (388 personas). Destaca la Demanda de niños (32%) y Pasar el día (20%).

Para Motivación 2 Recodificada respondieron el 30% de la muestra (116 personas). Destaca la motivación por estar en contacto con Animales & naturaleza (29%) y Otras motivaciones (24%).

Se observa que satisfacer un interés concreto pasa por hacer efectiva la Demanda de los niños lo cual implicará Pasar el día y estar en proximidad de los Animales & naturaleza.

LECTURA DE LOS PANELES

Respecto al interés mostrado en la lectura de los paneles informativos, el 84% de los encuestados afirmaron si haber leído los paneles mientras que el 16% niega haberlo hecho. Concretamente, el 46% de la muestra afirmó haber leído como mínimo Algún panel informativo (de 1 a 11 paneles) y el 37% leyó Bastantes (12 paneles) mientras que el 16% de la población encuestada no leyó Ninguno de los paneles explicitando así no tener interés.

Gráfico Motivación 1 recodificada

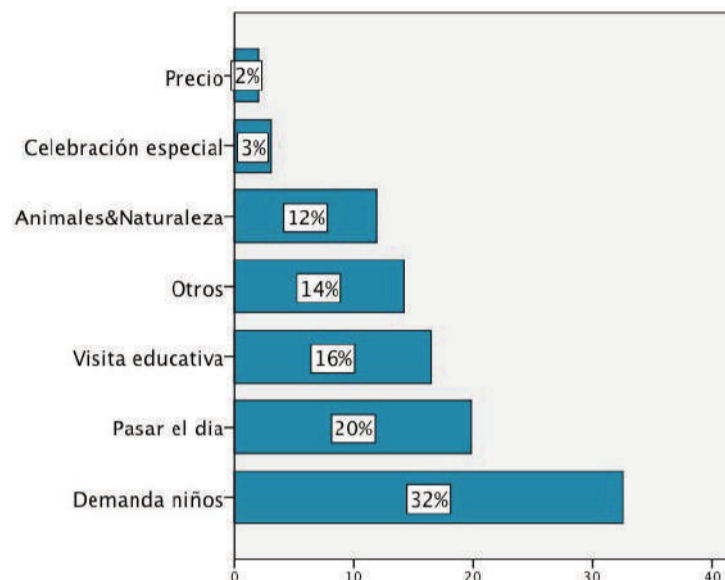
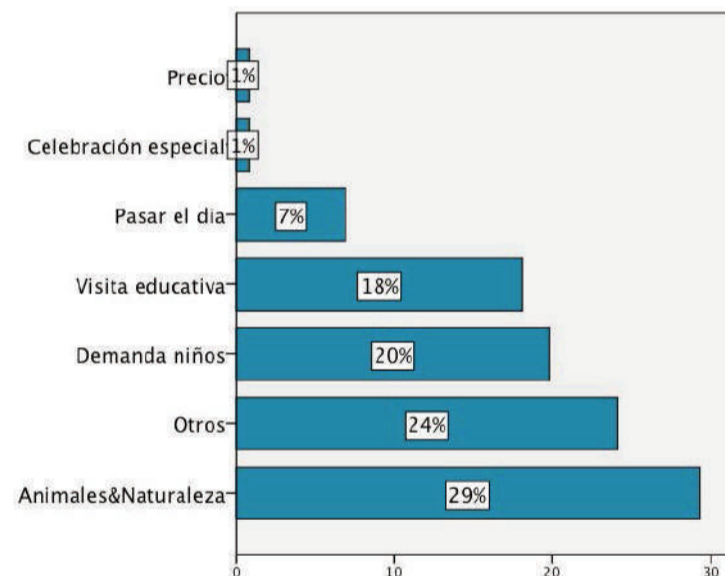


Gráfico Motivación 2 recodificada





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

CONOCIMIENTOS

Para conocer qué informaciones recordaban los visitantes tras su visita al PZB se realizó una pregunta abierta. Las respuestas fueron recogidas por orden y establecidas en tres variables creadas para tal efecto: Conocimiento 1, Conocimiento 2 y Conocimiento 3. Como en el caso de la variable Motivación, las respuestas fueron individualmente vinculadas a diferentes categorías de respuesta de la variable teniendo en cuenta el concepto que expresaban. El resto, las minoritarias, fueron englobadas en Otros aspectos. Posteriormente, se recodificó la variable y se agruparon las categorías para resumir los resultados.

Los resultados muestran que el 7% de los encuestado expresó no recordar ningún conocimiento y el 75% si que expresó algún conocimiento. No contestaron a esta pregunta el 18% restante de la población. Por tanto, los encuestados que expresaron un primer conocimiento fueron el 75% de la muestra. Ejemplos: “Algo del hábitat”; “Lo que hay en cada expositor”; “Las costumbres del animal”; “No lanzar comida a los animales”; “No molestar a los gorilas”; “Alimentación”; “Nombre”; “Estamos adaptando las instalaciones”, “Gairebè cap”, “D’on son”...

Del conjunto de encuestados que respondieron, el 52% expresó un segundo conocimiento recordado.

Ejemplos: “No acercarse”; “Algo del tigre”, “Peligro de extinción”; “No tocar animales”, “No hacer fotos”; “Alguna cosa de los monos”, “Els amenaçats”, “El país dels animals”, “Cap matís”, “El tigre dorm de dia”, “Hay animales diferentes”, “De donde son originarios”...

De igual forma, el 20% explicitaron un tercer conocimiento.

Ejemplos: “Concierto”, “Lleopards”, “El parc”, “Alguna info del animals, de les característiques dels animals del parc”, “Característiques”, “Nombres pero poco concretos”, “Alimentación”, “Códigos QR”, “Protección”, “Les llagostes”, “No hacer fotos”...

El primer aspecto más recordado para cada una de estas variables, coincidente en todas es Información general sobre animales.

En Conocimiento 1 recodificada:
Información general sobre animales 62%

En Conocimiento 2 recodificada:
Información general sobre animales 78%

En Conocimiento 3 recodificada:
Información general sobre animales 59%

El segundo aspecto más recordado para cada una de estas variables es:

En Conocimiento 1 recodificada:
Normas de zoo 11%

En Conocimiento 2 recodificada:
Especie en peligro de extinción 10%

En Conocimiento 3 recodificada:
Otros aspectos 15%

A modo de resumen, lo que más han recordado los visitantes sobre los contenidos formativos a partir de los paneles informativos han sido conceptos sobre: Información general sobre los animales.

Ejemplos: “Nombre y procedencia del “bicho”; “Animal peligroso”, “Lo que comen”, “Focas, bisontes”... .

Gráfico Conocimiento 1 Recodificada

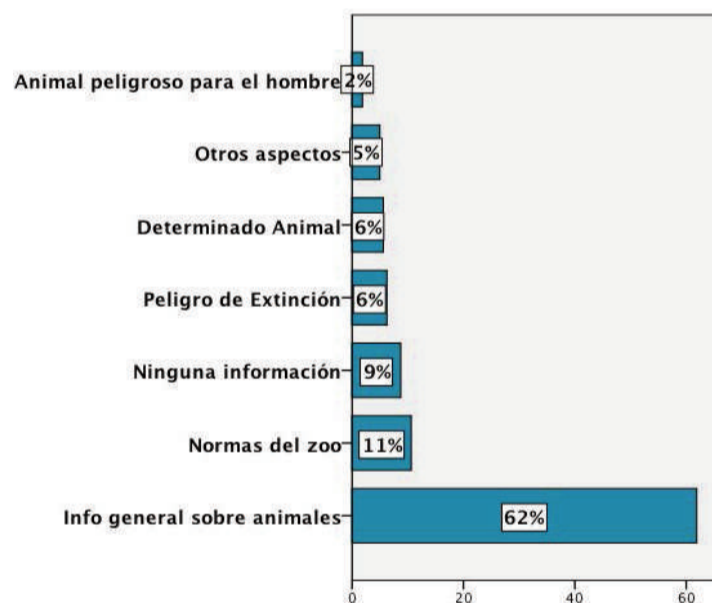
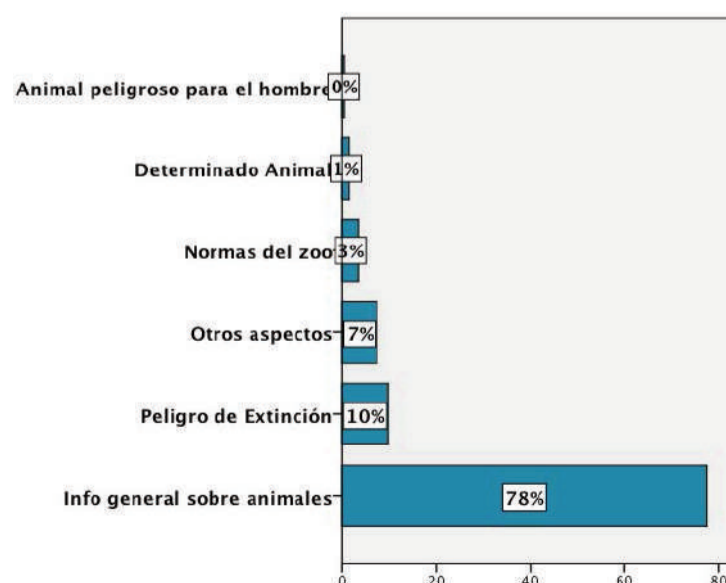


Gráfico Conocimiento 2 Recodificada

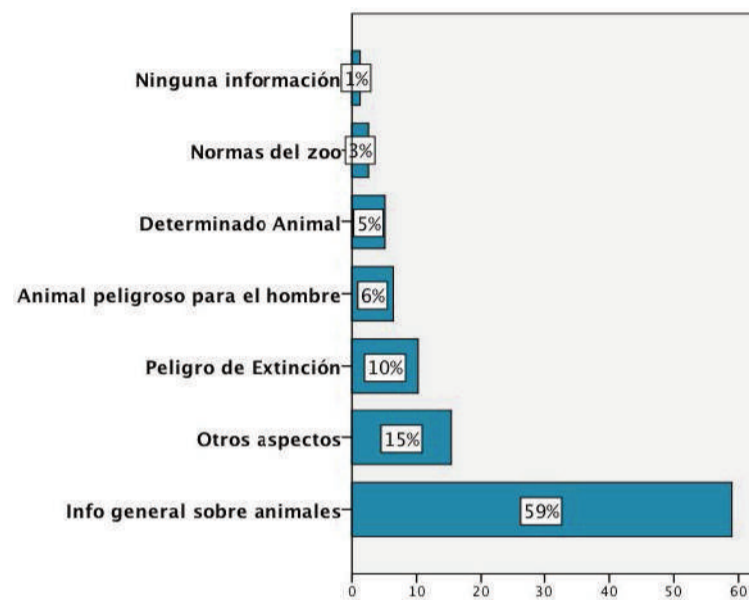




2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

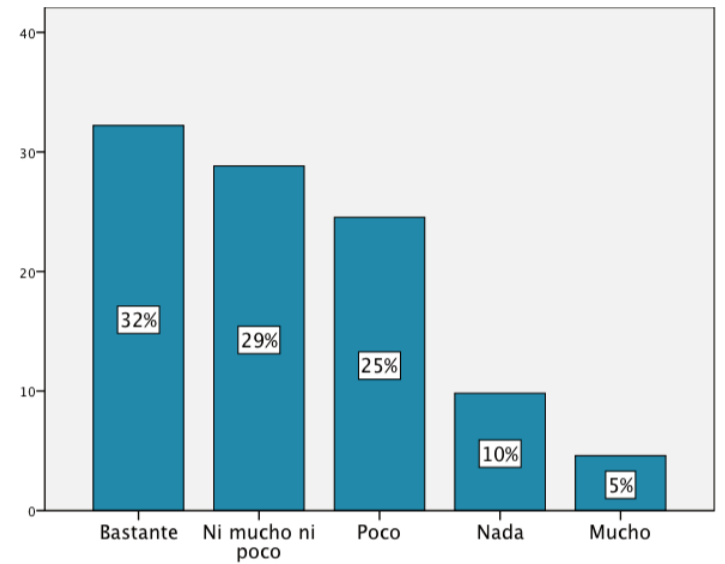
Gráfico Conocimiento 3 Recodificada



Para conocer la percepción que tiene el visitante sobre el conocimiento que el mismo/a ha obtenido en el PZB con la lectura de los paneles informativos, se le pide que sitúe su conocimiento en una escala de 5 puntos - escala Likert de 5 puntos (1. Nada; 2. Poco; 3. Ni mucho ni poco; 4. Bastante; 5. Mucho) .

Los resultados registran que gran parte de los encuestados respondieron con Bastante (32%), Ni mucho ni poco (29%) seguida de Poco (24%). La categoría menos escogida por los entrevistados/as ha sido Mucho con un 5% de la distribución.

Gráfico Conocimientos obtenidos a partir de la lectura de los paneles informativos



Recordemos que los resultados anteriores ponían de manifiesto una enorme dificultad para llegar a explicitar un segundo conocimiento aprendido y en las condiciones formales que lo expresaron (sólo el 52% de los encuestados pronunciaron un segundo conocimiento). Lo cual, muestra que los visitantes después de la lectura de los paneles informativos no han llegado a asumir un conocimiento sobre los temas que el PZB propone.

En la investigación se ha querido conocer si los visitantes habían recibido información sobre los ítems fundamentales que la Ley 31/ 2003, art. 4b sobre parques zoológicos establece. Para ello se creó una pregunta múltiple con una categoría de respuesta dicotómica (1. Si ; 2. No).



2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

TABLA. Pregunta Múltiple ítems Ley 31/2003 Art.4b

	Información SI recibida	Información NO recibida	NS/NC
Conservación de los ecosistemas del planeta.	36%	64%	0%
Grado de amenaza de las especies expuestas.	68%	32%	-
Programa de cría en cautividad en el PZB y los programas de reintroducción en sus hábitats naturales.	50%	49%	1%
Colaboraciones del PZB con entidades educativas y de sensibilización para la conservación de la fauna silvestre.	44%	55%	0%

Los aspectos informativos donde de forma más generalizada se niega haber recibido información son:

- ▶ La conservación de los ecosistemas del PZB 64% respuestas negativas.
- ▶ Información sobre la Colaboración del PZB con entidades educativas y de sensibilización para conservación del medio ambiente 55% respuestas negativas.
- ▶ Programas de cría y reintroducción de animales en sus hábitats naturales 49% respuestas negativas.

El aspecto que nuestros encuestados afirman haber recibido más:

- ▶ Grado de amenaza de peligro de extinción 68% respondido de forma afirmativa.

Se concluye que destacan porcentajes de respuesta muy elevados en la categoría de respuesta 2 - Información no recibida - en casi todas las variables de la pregunta.

Prácticamente el 50% de los encuestados no tenían constancia de la mitad de los aspectos fundamentales que la ley establece como obligatorios para la formación del público en general.

De forma anecdótica, en el proceso de recogida de datos, muchos de los entrevistados expresaron que donde habían aprendido más y donde habían escuchado los temas que les estábamos preguntando fue en el espectáculo de los delfines ya que el entrenador les había dado una explicación argumentada de la vida de los animales del zoo. La doctora López de la Osa, especialista en régimen jurídico y bienestar animal en parques zoológicos explica que "Las demostraciones o shows, utilizando el término inglés, con animales en directo son las más aplaudidas por el público, ya que es donde las explicaciones de los educadores y encargados de la representación sobre la importancia de la biodiversidad, del hábitat o las adaptaciones del animal a un entorno determinado, quedan grabadas de una manera más activa y práctica en la memoria del público" (De la Osa; 2013:163).

Desde una perspectiva crítica, resulta contradictorio pretender un mensaje educativo en el show de unos animales, cuando el mensaje debería mostrar los condicionantes que tienen los animales sacados de sus hábitats. El problema es que la información que se da sobre los animales es desde una perspectiva biológica: número de aletas, número de dientes, número de orificios, etc ; y una perspectiva de etología conductista. Esto no dice mucho de cómo son realmente los animales ni como se comportan. El día que se enseñe comportamiento de los animales desde una perspectiva de la etología cognitiva (Beckoff; 1999) y no desde una perspectiva de etología conductista, basada en aprendizajes bajo condicionantes, el mundo de los zoológicos habrá dado un paso adelante. Ya no serán posibles en el modo en que lo son hoy.



2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES
DEL PARQUE
ZOOLOGICO DE
BARCELONA

PERCEPCIONES: ASPECTOS POSITIVOS Y ASPECTOS NEGATIVOS

Con el análisis de las percepciones se han querido conocer cuales son los aspectos positivos y los aspectos negativos más relevantes para los visitantes acercarnos al pensamiento colectivo. Los indicadores han sido:

- Pregunta abierta sobre aspectos positivos del PZB
- Pregunta abierta sobre aspectos negativos de PZB.

ASPECTOS POSITIVOS DEL PZB

Sobre los aspectos positivos del PZB se han categorizado las respuestas más repetidas - utilizando los procedimientos de recodificación antes mencionados- de los visitantes dando como resultado una distribución de respuesta bastante desagregada. Se han tenido en cuenta los dos primeros conceptos que los visitantes han expresado, creando dos variables: Aspectos positivos 1 y Aspectos positivos 2.

Después de agrupar por conceptos las respuestas generadas las categorías de respuesta fueron numerosas:

Ningún aspecto; Lugar agradable; Áreas de descanso; Zona infantil; Infraestructuras para visitantes; Limpieza de infraestructura de visitantes; Diversidad de especies; Animales exóticos; Animales de La Granja; Espectáculo de los delfines; Espacio educativo; Tener proximidad con los animales y la naturaleza; Ver animales; Programas de conservación de especies; Nuevas jaulas y recintos; Ambiente familiar; Los animales; Otros aspectos.

Lo cual dio estos resultados:

► **Aspectos positivos 1:** Otros aspectos 13% ; Espectáculo de los delfines 11%; Diversidad de especies 9%.

► **Aspectos positivos 2:** Otros aspectos 23%; Animales exóticos 8,2%; Ver animales 8%.

Los visitantes que respondieron nombrando con más de un Aspecto positivo fueron 171 siendo el 44% de la muestra. Ejemplos: “Molt bè pels visitants, zona de descans amb molta ombra”, “Delfinari i espectacle”; “Neteja”; “Ara mateix tot està molt bé”; “Hay muchos baños”; “Esta muy lindo para los niños”; “Lloc ideal per anar amb nens perquè no hi ha cotxes”...

Seguidamente, agrupamos esta variable en un menor número de categorías:

“Instalaciones para visitantes”; “Animales & Naturaleza”; “Espectáculo de los delfines”; “Aspectos edu-

cativos”; “Instalaciones para animales”; “Programas de conservación”, “Otros aspectos”; “Ningún aspecto”.

Lo cual nos remitió a los resultados finales:

► **Aspectos positivos 1 recodificada:** Instalaciones para visitantes 30% ; Animales & Naturaleza 30%, Otros aspectos 13%, Espectáculo delfines 11%.

► **Aspectos positivos 2 recodificada:** Instalaciones para visitantes 33%; Animales & Naturaleza 29%, Otros aspectos 23%, Espectáculo de los delfines 7%.

Se concluye que son las Instalaciones para visitantes el aspecto positivo que, de forma generalizada, los encuestados han valorado más positivamente del PZB.

Grafico Aspectos positivos 1 recodificada

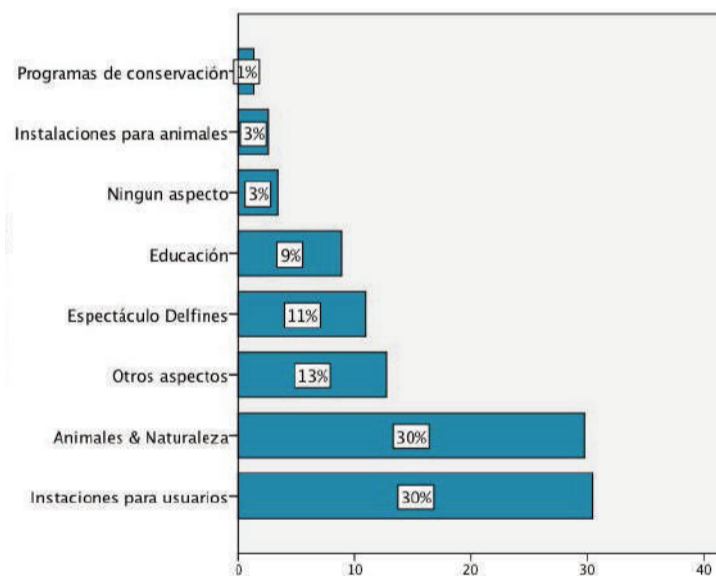
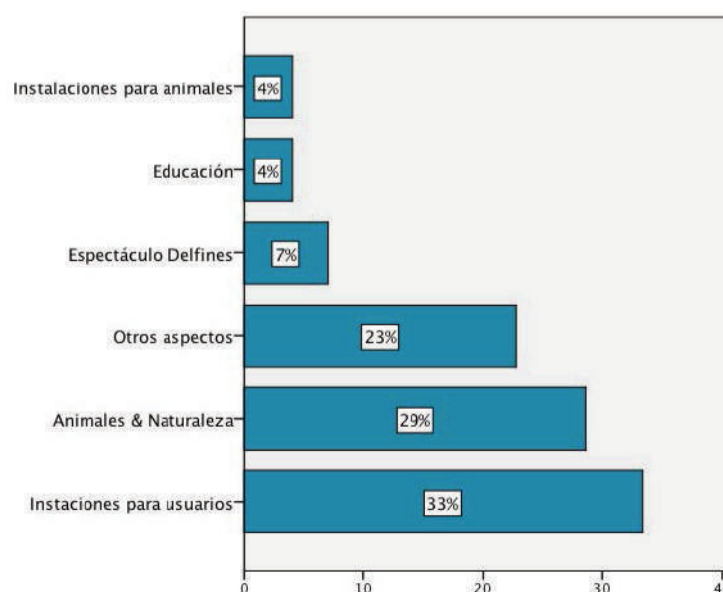


Gráfico Aspectos positivos 2 recodificada





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

ASPECTOS NEGATIVOS DEL PZB

Las categorías de respuesta para los Aspectos negativos se procesaron con la misma metodología que en la pregunta anterior, creando así dos variables Aspectos negativos 1 y Aspectos negativos 2.

Ejemplos: “El preu de l’entrada”; “Espectacles curts”; “He vist gaceles amb dards”; “Instalacions descuidades”; “Em fan pena els animals perquè tenen poc espai”, “Me he fijado muy poco”; “Animals tancats”; “Gabies petites”; “Tigres i lleons ben pasadets per dir algo”; “Nada, todo estaba estupendo”, “Animales que no se mueven”...

Después de agrupar por conceptos las respuestas generadas por los entrevistados, las categorías de respuesta también fueron numerosas:

“Ningún aspecto; Precio de la entrada al PZB; Precios dentro del PZB; Espectáculo de los delfines; Colas para entrar al espectáculo de los delfines, Duración del espectáculo de los delfines; Dimensiones del delfinario; Obras; Incivismo de los visitantes hacia los animales; Percepción de salud física de los animales; Percepción de salud psíquica de los animales; Estado de cautividad; Dimensiones de jaulas y recintos; Ausencia del animal expuesto y/o mala visibilidad del animal expuesto; Sopor de los animales; Accesibilidad; Otros aspectos.

Los resultados de esta distribución, fueron muy desagregados por lo que los porcentajes son bajos y se deben de contemplar varias categorías como destacables. Sin embargo, el 96% de los encuestados quienes respondieron aportando algún aspecto negativo, una gran participación en esta pregunta.

► **Para Aspectos negativos 1** : Dimensiones de las jaulas y recintos del PZB 16%; Estado de cautividad de los animales 10%; Otros aspectos 10%; Ningún aspecto 7%; Percepción de salud física de los animales 7%; Precios dentro del PZB 6%.

► **Para Aspectos negativos 2**: Otros aspectos 18%; Dimensiones de las jaulas y recintos del PZB 16%; Percepción de salud física de los animales 8%; Percepción de salud psíquica de los animales 8%; Limpieza de jaulas y recintos 7%.

El 49% de la muestra llegaron a manifestar un segundo aspecto negativo del PZB.

Ejemplos: “El preu de les begudes, fotos, tot car”, “Animals amb poc espai”, “Els animals fan pena tancats”, “Fa pudor!”, “Animals apàtics”, “Tristeza de los animales”; “Falten animals”, “Moltes parts en obres”; “He vist un mico que volia sortir”, “Delfinari petit”...

Posteriormente, se ha llevado a cabo la agrupación

de variables dando lugar a ocho variables: Instalaciones de los animales; Instalaciones de los visitantes; Percepción de salud de los animales de PZB; Precio; Estado de Cautividad; Espectáculo de los delfines; Incivismo de los visitantes hacia los animales.

Resultados:

► **Aspectos negativos 1 Recodificado**: Instalaciones de los animales 30%; Otros aspectos 16%; Percepción de salud de los animales 15%, Estado de cautividad 10%.

► **Aspectos negativos 2 Recodificado**: Instalaciones de los animales 32%; Otros aspectos 20%; Percepción de salud de los animales 19%; Precios 15%.

Concluye que los aspectos que menos gustan del PZB, según la muestra son numerosos pero principalmente se concentran sobre estos aspectos y en este orden: 1) Instalaciones de los animales; 2) Otros aspectos; 3) Percepción de salud de los animales; 4) Estado de cautividad de los animales ; 5) Precios. .

Gráfico Aspectos negativos 1 recodificados

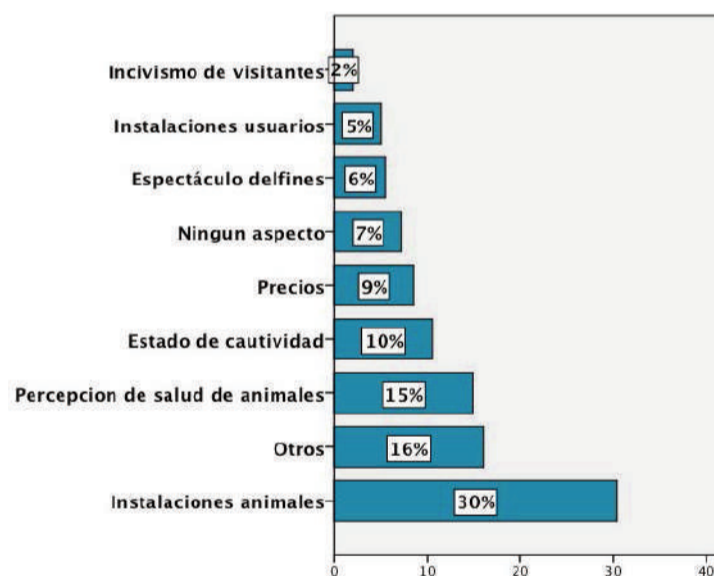
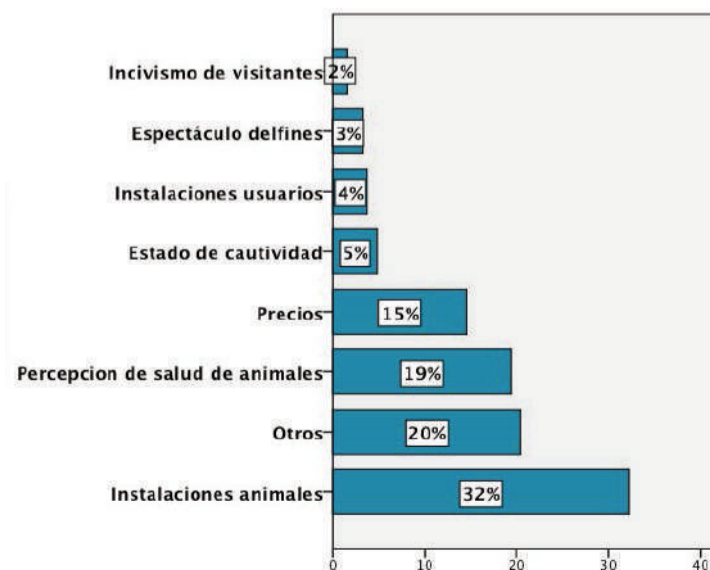


Gráfico Aspectos negativos 2 recodificados





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

Los encuestados/as entraron sin formación previa ni de zoología ni de biología, en muchos de los casos no sabían la diversidad que iban a encontrar, pero salieron del PZB con la idea de que los animales no estaban bien en el PZB porque había condicionantes que no potenciaban el bienestar de los animales, es decir, había aspectos del entorno que no tienen en cuenta la etología concreta de cada especie. El PZB ha actualizado muchas de las jaulas e instalaciones para animales sin embargo, no con ello ha conseguido evitar que los visitantes capten el malestar de los animales, lo cual lleva a entender que hay medidas de enriquecimiento o factores para el bienestar de los animales que no se están dando o si se están dando no están funcionando como deberían por algún motivo.

CONCIENCIACIÓN

Para conocer las actitudes de los encuestados respecto a diferentes aspectos referentes a la conservación de las especies y actitudes empáticas hacia los animales, se ha utilizado una escala Likert de 5 de puntos (1. Totalmente en desacuerdo; 2. Desacuerdo, 3. Indiferente; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo) y así determinar cual es la posición más frecuente ante estas cuestiones. Resultados:

Resumiendo, el estudio indica que:

Para la recodificación de estas últimas 4 variables, se han agrupado en tres categorías de respuesta: 1. De acuerdo, 2. Indiferente, 3. Desacuerdo.

La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la Biodiversidad : De acuerdo 95% de las respuestas.
Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bienestar en el zoo : De acuerdo 96% de las respuestas.

Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado: De acuerdo 94% de las respuestas.

Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoológicos: De acuerdo 99% de las respuestas.

De forma general, los visitantes tienen una actitud favorable a la conservación de la naturaleza y sienten empatía con los animales, incluso llegando a estar de acuerdo con la no cautividad de la fauna silvestre en zoológicos.

	1.TD	2.D	3.I	4A	4A
La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la biodiversidad	-	-	-	21%	74%
Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bienestar en el zoo.	-	-	-	20%	76%
Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado	-	-	-	34%	60%
Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoológicos	-	23%	-	35%	28%



2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

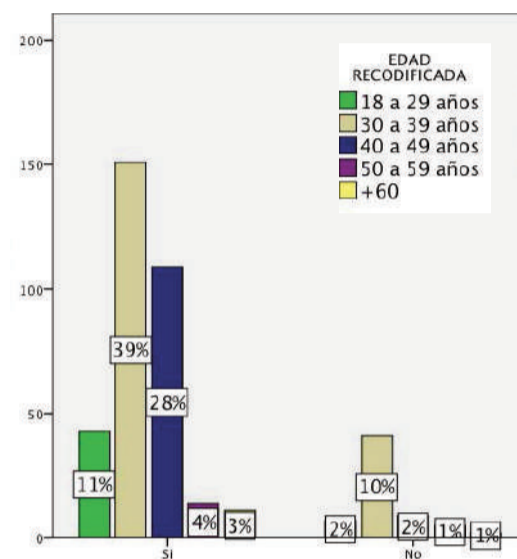
RELACIONES SIGNIFICATIVAS ENTRE VARIABLES CUESTIONARIO A

Más allá de los resultados obtenidos de la muestra, los datos que ofrecemos a continuación muestran relaciones no azarosas entre variables producto de cruces de las mismas en las tablas de contingencia.

LECTURA DE LOS PANELES Y EDAD

Se ha determinado que la Edad esta relacionada con la Lectura de paneles informativos, justamente repunta en el intervalo de edad de 30 a 39 años seguido de 40 a 49 años. Estos intervalos de edad responden a las edades de maternidad o paternidad de niños en edad infantil -de 3 a 6 años donde todavía necesitan que se les lea - concretamente, en España, la edad media de maternidad de las mujeres españolas es de 31,3 años y para los hombres es de 34 años (Instituto Nacional de Estadística)-.

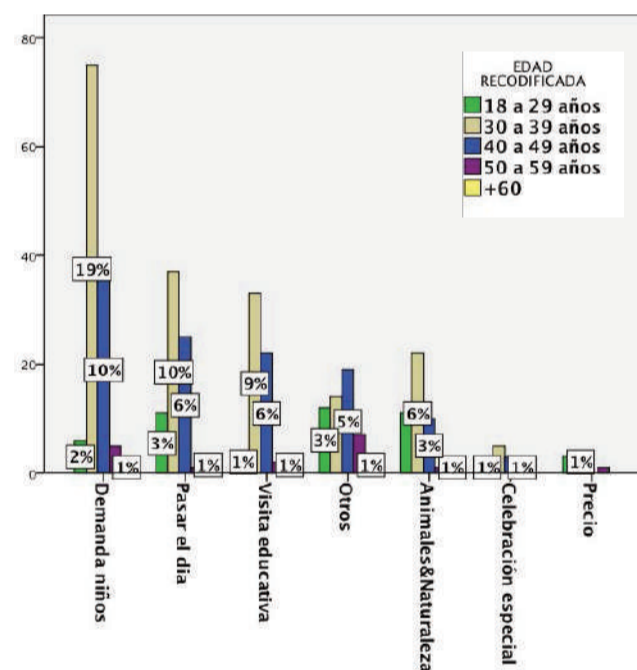
Gráfico Lectura de paneles y Edad



MOTIVACIÓN 1 RECODIFICADA Y EDAD

La motivación por visitar el PZB depende de la edad de los visitantes. Las motivaciones vendrán suscritas por las necesidades que en cada etapa de la vida se entiendan como necesarias. Esta relación no es fortuita sino que atiende a un colectivo muy concreto que demanda ocio al aire libre y que responde a: Demanda de los niños, Pasar el día y Visita educativa. Ello remite a interpretar que, en parte, la decisión final no esta tanto arraigada en los consumidores-decisores -adultos de 30 a 39 años y de 40 a 49 años- sino que son los niños quienes prescriben la visita al PZB.

Gráfico Motivación 1 recodificada y Edad recodificada

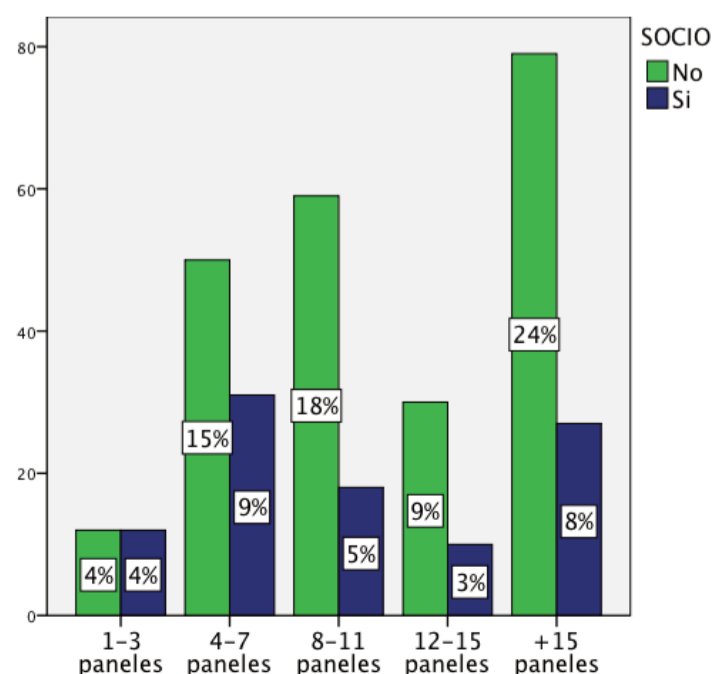


NÚMERO DE PANELES LEÍDOS Y SOCIO

Destaca la relación entre número de Paneles leídos y Socio ya que fueron justamente los no-Socios los que afirmaron haber leído más paneles en todas los intervalos de respuesta. En cambio, los socios destacan en el intervalo 4-7 paneles leídos con un 32% de la distribución de la categoría socio.

Consecuentemente, los socios son los que menos paneles informativos leen, ello da pie a entender como se da y como es el uso generalizado del PZB: ocio y entretenimiento aunque descrito por los visitantes en vistas a una utilidad educativa que no se cumple.

Gráfico Número de paneles leídos y Socio





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

MOTIVACIÓN 1 RECODIFICADA Y SOCIO

La motivación por visitar el PZB esta directamente relacionada con la posibilidad de ser socio. Para los socios del PZB la motivación principal es la Demanda de los niños (41%) y Pasar el día (27%). Los No-socios están motivados por la Demanda de los niños (29%) y Visita educativa (19%). Destaca que los no-Socios están motivados por un mayor numero de intereses –categorías- que los Socios que copan las principales motivaciones.

Por tanto, se establece que los Socios están muy interesados en visitar el PZB -a un precio menor y con más posibilidad de frecuencia- por sus dos grandes motivaciones: la Demanda de los niños, Pasar el día y –se intuye que también pasar el rato-. Y los no Socios tienen mayor número de intereses por los que ir al PZB.

Gráfico Motivación 1 recodificada y Socio

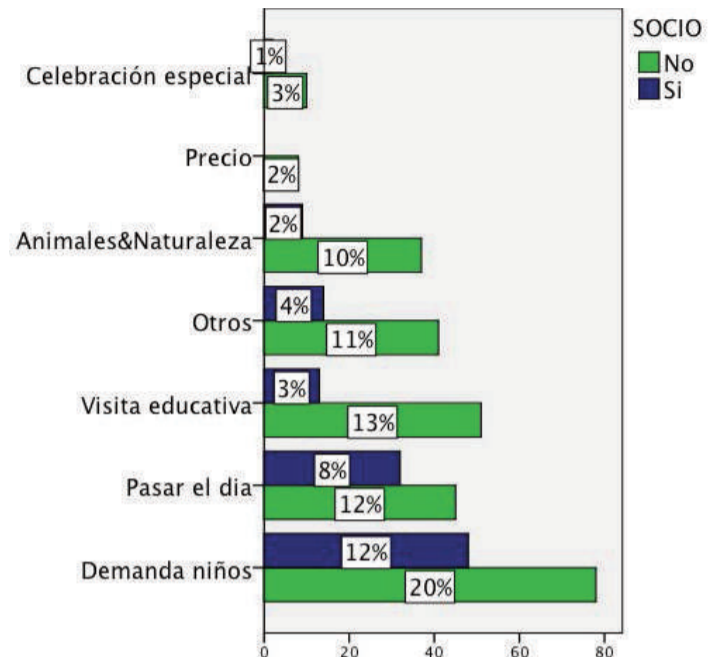


Gráfico Número de paneles y Duración de visita recodificada

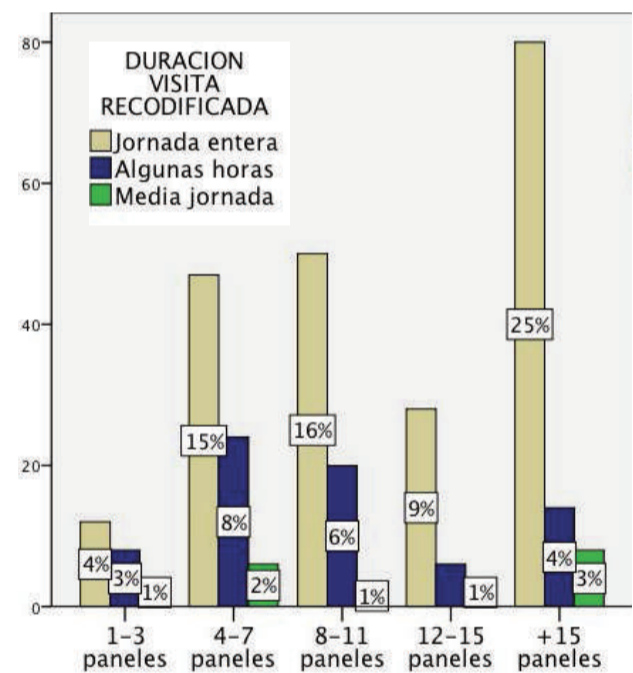
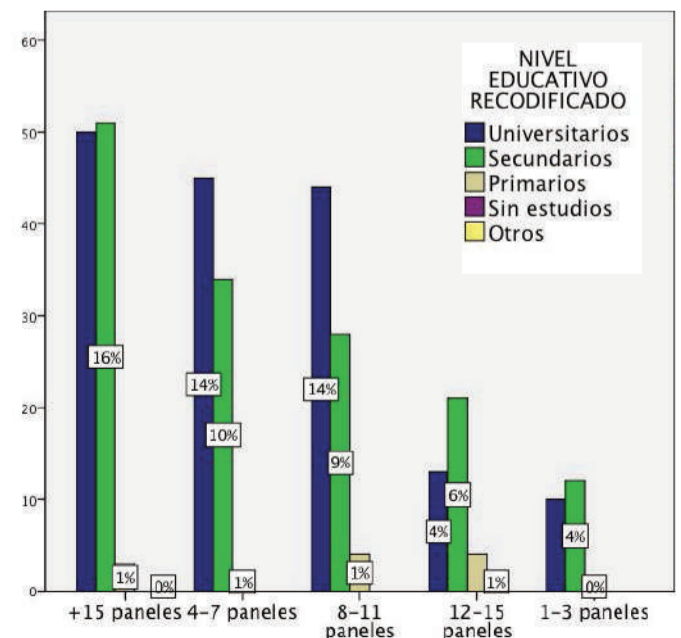


Gráfico Número de paneles leídos y Nivel educativo



NÚMERO DE PANELES LEÍDOS Y DURACIÓN DE VISITA RECODIFICADA

Las personas que leyeron más paneles informativos -intervalo más de 15 paneles - según la Duración visita recodificada fueron los que estuvieron la Jornada entera.

Adelantándonos a los resultados, sabemos que las personas que más tiempo pasan en el PZB son las que tienen una frecuencia de visita anual mayor o igual a los dos años y medio. En consecuencia, las personas que leen más paneles tienen una duración de visita mayor y, además, frecuentan el PZB de forma anual y/o con lapsos de tiempos igual o mayor a dos años y medio.

NÚMERO DE PANELES LEÍDOS Y NIVEL EDUCATIVO RECODIFICADO

Las personas que afirmaron leer más paneles informativos corresponden al nivel educativo secundarios seguido de universitarios. Existe relación entre estas dos variables pero es en sentido invertido: cuando se leen más paneles el nivel educativo tiende a ser menor y cuando se leen menos paneles el nivel educativo tiende a ser mayor.

Por los resultados obtenidos, parece que las personas con niveles educativos universitarios toman como irrelevante la información que se ofrece en los paneles informativos del PZB. En cambio, los visitantes de nivel educativo inferior tienden a prestar más atención siendo los lectores más activos. Aunque globalmente, como se ha comprobado, no recuerdan aspectos concretos de las informaciones leídas.



2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

ESTACIÓN Y COMPAÑÍA

La estación del año más elegida para visitar el PZB es primavera que aglutina a la gran mayoría de la muestra. Los visitantes que más utilizan el PZB durante esas fechas son las Familias y los Grupos. En segundo lugar figuran Familias que visitan el PZB todas las estaciones. Establecemos que existen dos tipologías de visita relacionadas con los visitantes colectivos, concretamente las familias:

- Familias – usuario mayoritario - que visitan el PZB en primavera.
- Familias – usuario mayoritario - visitan el PZB durante todas las estaciones.

DURACIÓN DE VISITA RECODIFICADA Y MOTIVACIÓN 1

Los visitantes que están mas tiempo en el parque tienen un mayor interés en las tres primeras categorías: Demanda de los niños, Pasar el día y Visita educativa. Los visitantes que están menos tiempo, mantienen el mismo orden en sus motivación excepto en el caso de Media jornada que no aprecian motivos educativos en la visita.

Gráfico Estación 1 y Tipo de visitante

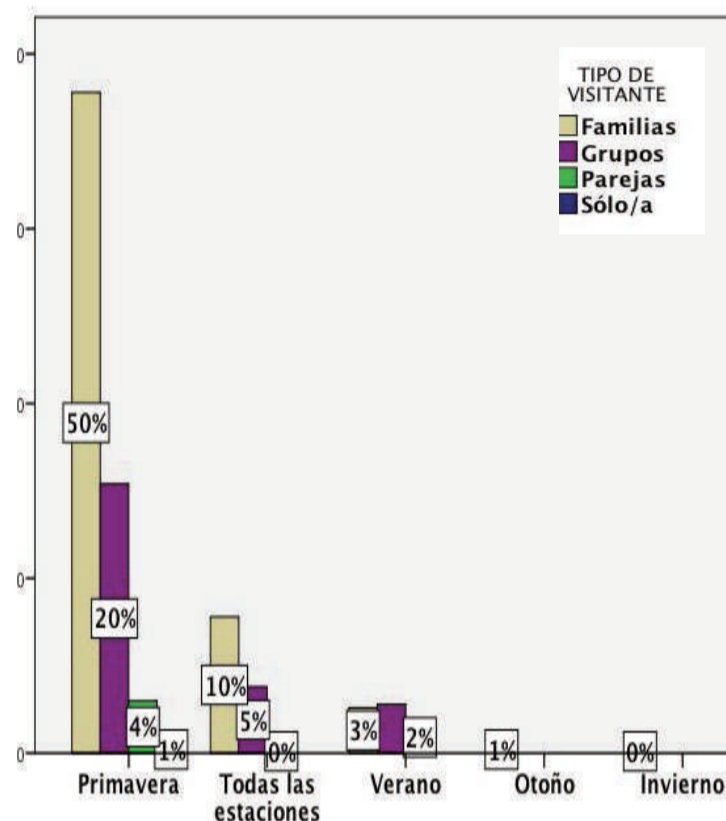
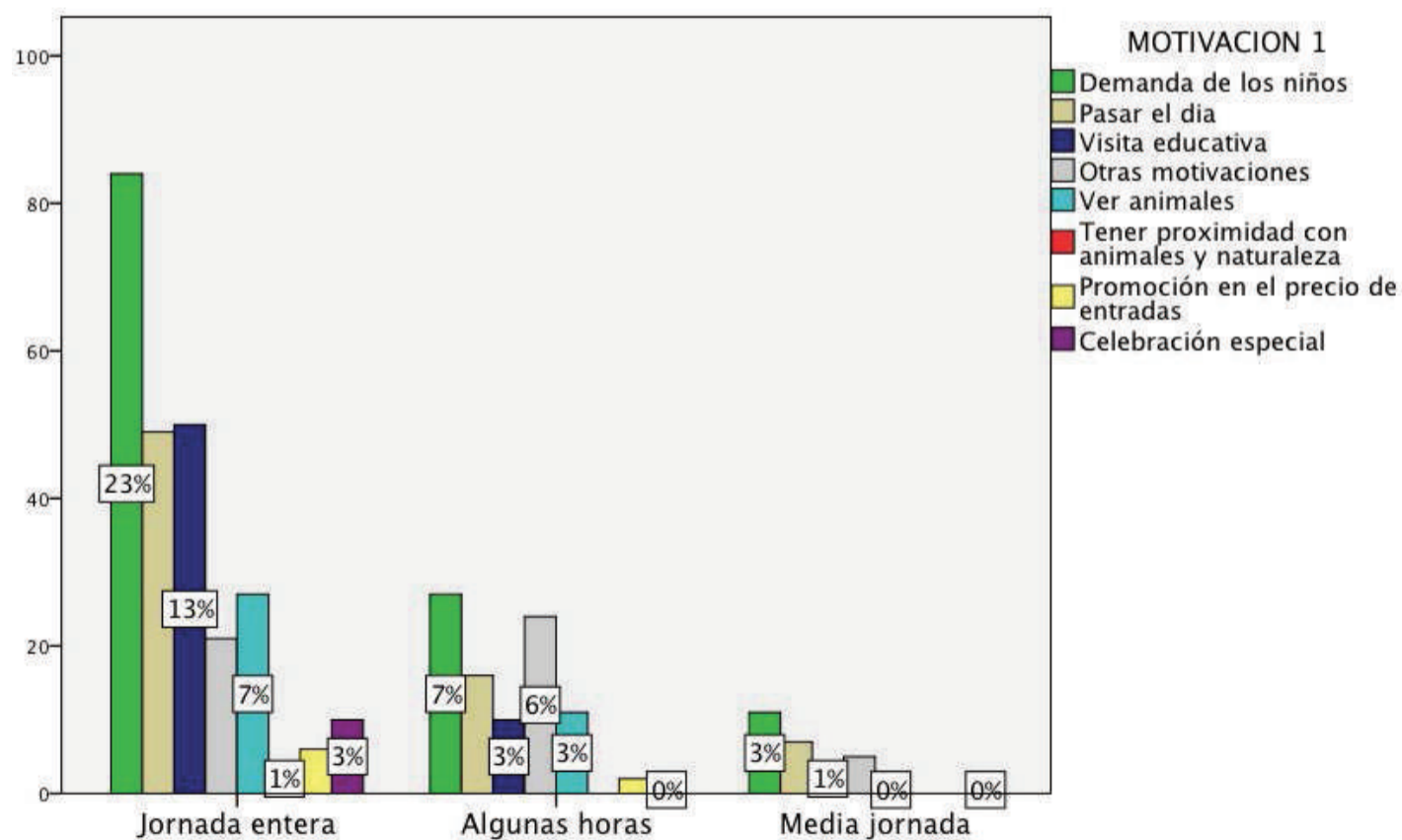


Gráfico Duración de la visita y Motivación 1





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

DURACIÓN DE LA VISITA RECODIFICADA Y MOTIVACIÓN 2

Igual que en el apartado anterior, la Duración de la visita y Motivación 2 son variables relacionadas significativamente. En este caso, la dependencia entre la Duración de la visita y las motivaciones se explica por los segundos motivos, también importantes para los visitantes que destacan por este orden:

- 1) Ver animales
- 2) Visita educativa
- 3) Demanda de los niños

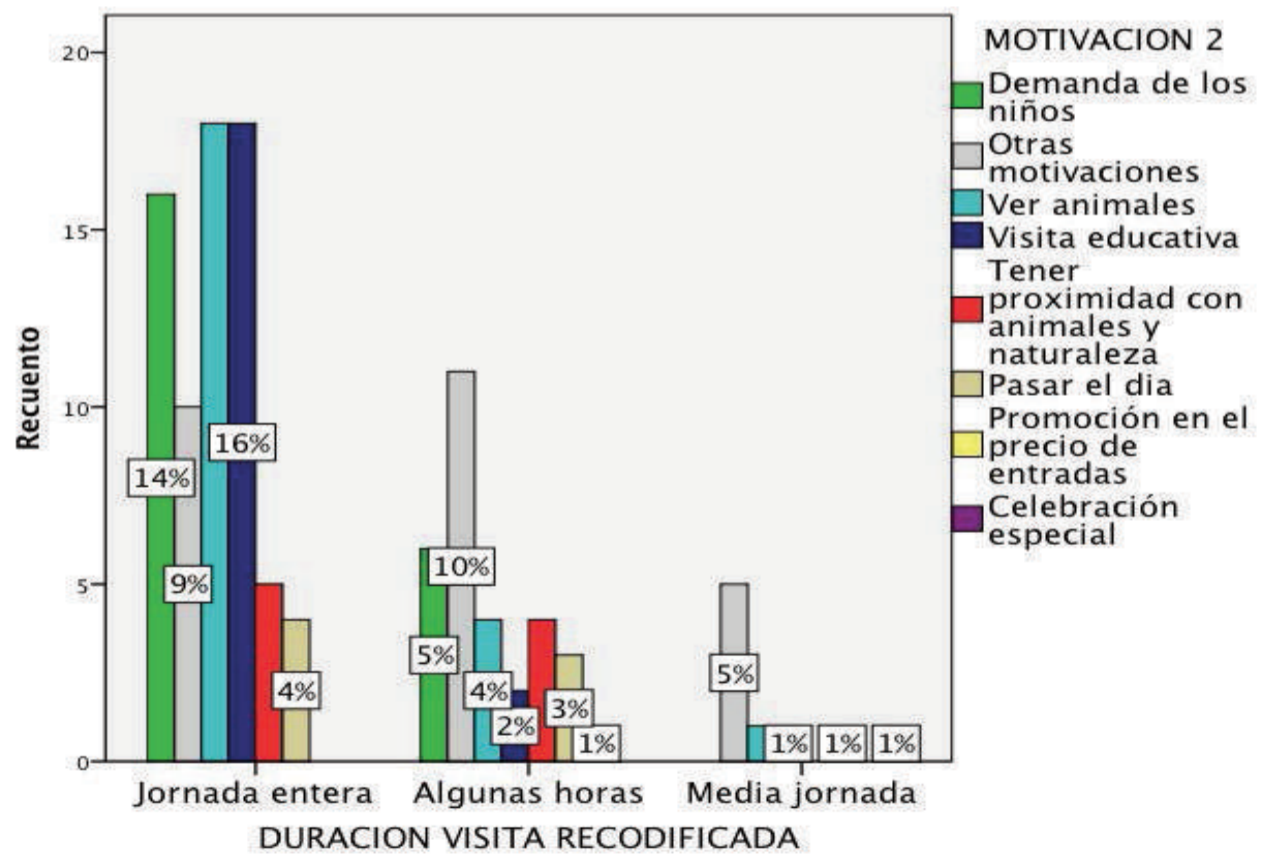
En consecuencia, lo determinante del tipo de visita es que tenga una duración prolongada ya que a mayor tiempo visitando el PZB más importancia tiene Demanda de los niños, Ver animales y Visita educativa, entendiendo esta última como parte informal de aprendizaje mediante el recreo y el entretenimiento. Por otro lado, la última motivación para ir al zoo es el

Precio de las entradas. En algunos servicios este figura como barrera de acceso, sin embargo, en el caso de los visitantes del zoo generalmente no es así. Las demandas de los niños y niñas tiene más peso en la toma de la decisión que el precio. El pago de este servicio no es determinante sino que lo son las ideas de proporcionar este servicio a los niños, lo cual tiene mucha base emocional y cultural.

Las promociones en el precio no son indicadores que resulten en pasar más tiempo en el zoo, sino que actúan como un incentivo a la visita de sus grandes visitantes –las familias–, que a su vez si que tienen una duración más prolongada por razones de tipo ocupacional para los infantes.

El resto de visitantes, que no vienen acompañados por niños y niñas, tienen una duración de visita menor y buscan tener proximidad con la Naturaleza & Animales, así como Pasar el día –o pasar el tiempo.

Gráfico Duración visita recodificada y Motivación 2





2. CUESTIONARIO A

LOS VISITANTES DEL PARQUE ZOOLOGICO DE BARCELONA

MOTIVACIÓN 2 RECODIFICADA Y DURACIÓN RECODIFICADA

Recordando la relaciones establecidas en el punto anterior, aquí queda plenamente constatado que ambas variables se retroalimentan ya que encontramos expreso que la variable Motivación 2 hará depender la Duración de la visita recodificada y viceversa. Destaca el interés por los Animales & Naturaleza (29%) ya que de ello va a depender que la visita tenga una duración mínima de 6 horas -Jornada completa-.

MOTIVACIÓN 1 Y FRECUENCIA DE VISITA RECODIFICADA

Establecemos que las principales motivaciones para visitar el PZB llevan a los visitantes a tener una frecuencia de visita anual y/o menor. Los encuestados/das que eligieron como principal motivo de visita al PZB Demanda de niños son los que también tienen más Visitas anuales y Otras frecuencias de visitas (2 años y medios).

Los encuestados/das que eligieron como principal motivo de visita al PZB Pasar el día son los que también tienen más Visitas anuales y Otras frecuencias de visita (2 años y medios).

Los encuestados/das que eligieron como principal motivo de visita al PZB Visita educativa son los que menos frecuentan el PZB con Otras frecuencias de visita (2 años y medios).

De esta forma, la frecuencia de Visita mensual queda relegada a un tercer lugar minoritario, para las tres principales categorías de la variable Motivación 1.

En consecuencia, las propuestas para visitar el PZB con una motivación educativa se llevan a cabo de forma muy puntual -destaca en la categoría Otras frecuencias de visita que atañe visitas a partir de los dos años y medio- y no recoge el principal interés para la visita ni el grosor del conjunto de la población de la muestra.

Grafico Motivación 2 recodificada y duración visita recodificada

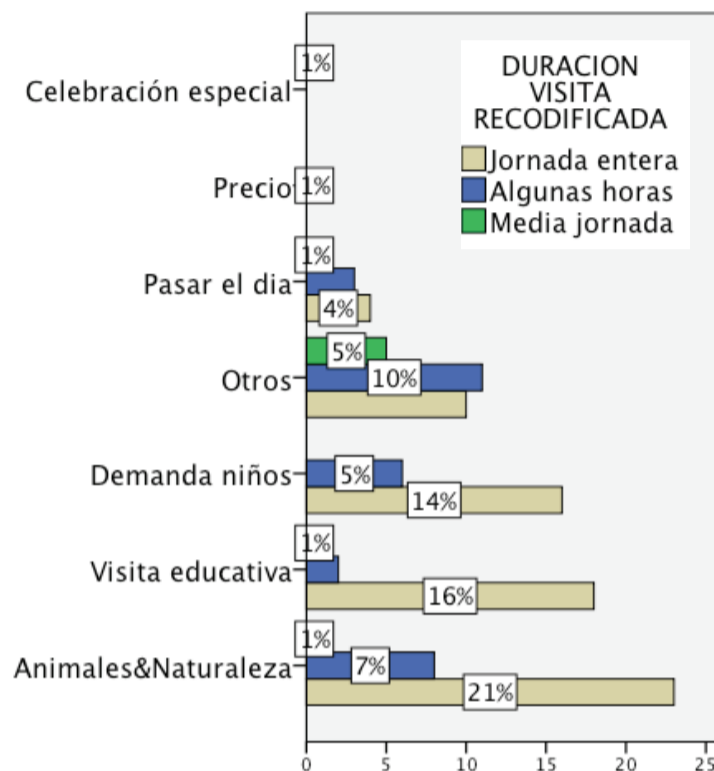
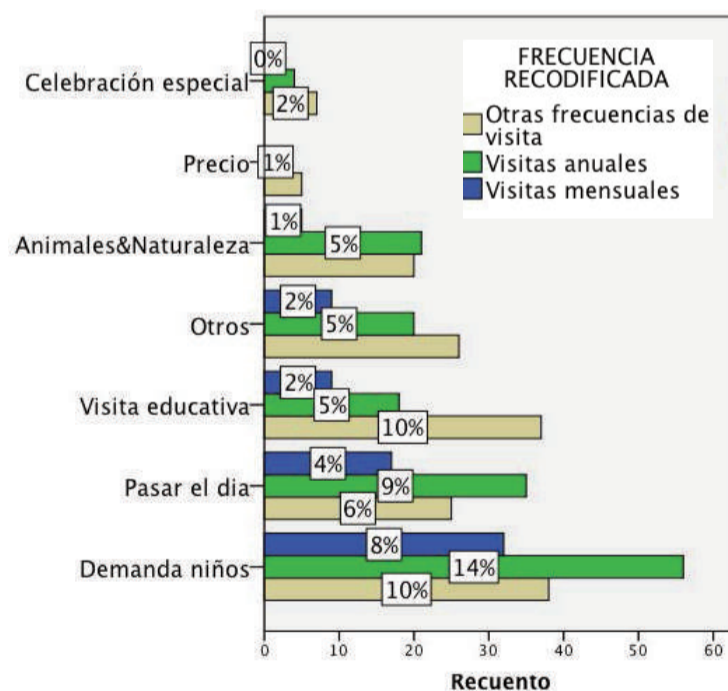


Grafico Motivación 1 recodificada y frecuencia recodificada





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DE LOS RESULTADOS

VARIABLES SOCIOLÓGICAS

De igual forma que en el caso de la cuestionario A, se inicia el análisis de los resultados haciendo una primera aproximación a las características sociológicas de la población encuestada para posteriormente dar paso a la descripción del resto de variables. La muestra de el cuestionario B, aunque menor en volumen que la primera, esta representada por individuos mayores de 18 años, los cuales el 64% son mujeres y el 35% son hombres. La edad media ha sido de 34 años y la edad más repetida, de 22 años.

Después de recodificar la variable, el intervalo donde más se concentra las frecuencias es en el intervalo 18 a 29 años (39%) seguido de 30 a 39 años (21%). Estos dos representan el 60% de la población encuestada. En comparación con el cuestionario A, se trata de una distribución más centrada en valores menores, es decir, personas más jóvenes. Respecto al nivel educativo, la mayoría tienen una carrera universitaria (55%) o estudios secundarios (42%), los niveles educativos son altos.

El 54% de los entrevistados/das eran residentes de la ciudad de Barcelona, concretamente destacan del distrito del Eixample (24%) y el de Sant Andreu (17%). Los entrevistados/das residentes fuera de la ciudad fueron el 46% de la muestra, de entre los cuales destacan personas del Área metropolitana 42% y de otras procedencias 57%. En conjunto, la muestra esta representada por posibles y potenciales visitantes del PZB.

VISITANTE

Mayoritariamente, los encuestados/as han visitado el PZB en alguna ocasión (87%) y las personas que no lo hicieron son una opción reducida dentro del conjunto (13%). Estas últimas justificaron su rechazo a ir, principalmente porque “No me gusta ver los animales privados de libertad” (37%) y Otros motivos” (26%).

Se corrobora que visitar el PZB es un acto social ampliamente generalizado y aceptado llegando a ser un ritual. A este respecto, muchos de los entrevistados/das manifestaron que habían ido una o dos veces en su vida: la primera visita fue con el colegio - iniciados en la creencia- y, la segunda, con sus

padres y/o familiares- reforzados en la creencia. Estas excursiones al zoo, diferentes a las ordinarias, aun cuando se podrían practicar con más frecuencia -como escolares y/o como hijos- ejercen una fuerza decisora a la hora de que las personas justifiquen la necesidad de la existencia del mismo y repitan el ritual con su descendencia cuando son adultos: se trata de recuerdos infantiles que fueron transmitidos como costumbre por personas relevantes en la vida: maestros y padres. De esta manera, se genera un vínculo inquebrantable entre las personas y el PZB. Este ritual escenifica valores sociales dado que son las expresiones simbólicas reguladoras de ciertos sentimientos de los que depende una vida social ordenada entre los seres humanos. La función de los ritos en las palabras de Radcliffe-Brown (1996:180) es “regular, mantener y transmitir de una generación a otra los sentimientos de los que depende la constitución de la sociedad”. Las actitudes y los comportamientos hacia todos los animales tienden a ser basadas en las experiencias de la infancia (Hall, et al., 2006:144)

La mayoría de encuestados recuerdan haber tenido una duración de visita prolongada - 61% Jornada completa- , el resto se debate entre Algunas horas 20% y Media Jornada 19%. La frecuencia de visita más popular de la muestra ha sido Otras frecuencias 81% - la cuál engloba todas aquellas visitas con una frecuencia mayor o igual a los dos años y medio-. Los datos describen que las visitas al PZB se realizan de forma muy puntual exceptuando las opciones minoritarias -que lo hacen mensual y anualmente- y tienen una duración de todo el día o de algunas horas.

INTERÉS Y MOTIVACIÓN

El análisis de las motivaciones en el cuestionario B remite a diferentes resultados que en el cuestionario A: se trata de personas más jóvenes donde todavía el grosor de la población no ha llegado a la edad media en Cataluña -según dato del Idescat para el 2013 la edad media para la maternidad es de 31,6 años-. Por lo tanto, no han tenido que dar salida a la Demanda de los hijos y Pasar el día. Fueron ellos, en su día, los que motivaron las salidas familiares... y trasladan su opinión desde aquel momento. De hecho, los datos así lo constatan cuando las categorías de respuesta más populares son: Salidas familia-



3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

res 40% y Excursiones con el colegio 25%. También han quedado retratadas aquellas personas que posiblemente tengan hijos en edad infantil y que han ido al PZB a Pasar el día 10% y Estar en contacto con la naturaleza 16%.

LECTURA DE PANELES INFORMATIVOS

Los encuestados han respondido en un 53% que si leyeron los paneles, en un 35% que no lo hicieron y en un 12 % que no saben si lo hicieron o no. Los porcentajes son muy elevados aunque en contraste con el cuestionario A, se desvela un mayor número de visitantes no interesados en obtener conocimientos mediante la lectura de paneles informativos del PZB. Recordemos que los resultados de la cuestionario A retrataban a unos visitantes casi modélicos donde el 84% afirmaban haber leído la información de los paneles informativos.

NÚMERO DE PANELES LEÍDOS

Respecto al Número de paneles leídos, el mayor colectivo es el de Ningún panel leído 51% seguido de Muchos paneles 21% –categoría recodificada que agrupa a un número igual y/o superior de 15 paneles leídos-.

Cabe destacar que durante el proceso de recogida de datos muchos de los encuestados detallaron no poder expresar con exactitud el número de paneles leído dado que hacia muchos años -remitiéndose a su infancia- de la visita al PZB, de ahí es más asequible entender la cifra del 9% de las personas que no supieron responder -NS/NC-. Además, algunos encuestados especificaron, primero, que si habían leído los paneles aunque más tarde no supieron dar un número concreto incurriendo en contradicción, la cual cosa también quedó reflejada en los datos.

Gráfico Motivación recodificada

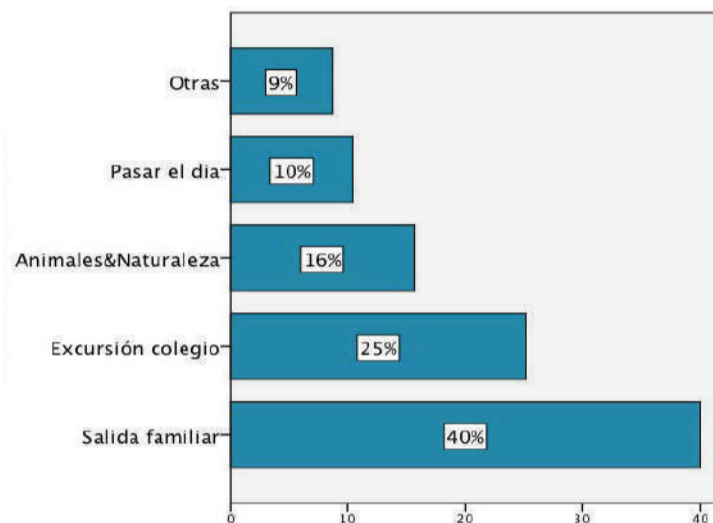


Gráfico Lectura de paneles informativos

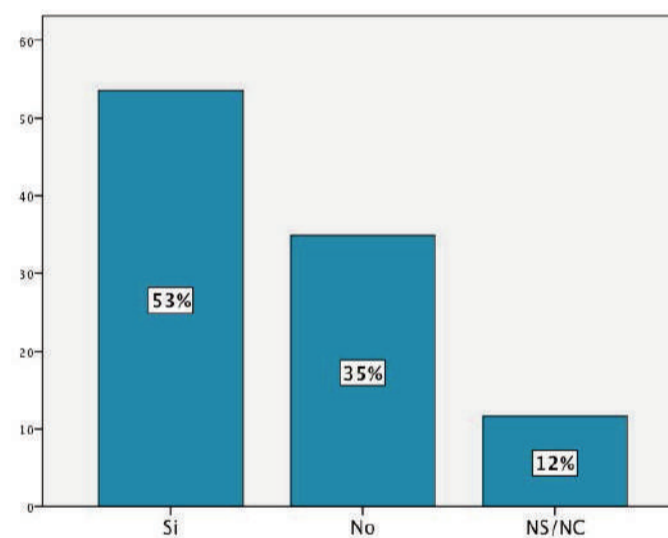
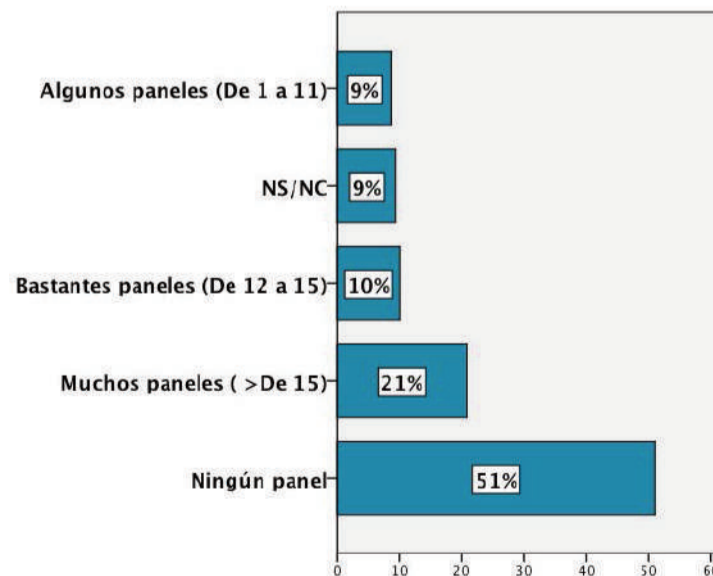


Gráfico Número de paneles leídos recodificado





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS DE BARCELONA ANTE EL ZOO

CONOCIMIENTOS

A la pregunta ¿Qué información recuerda de los paneles informativos? El 33% de la muestra respondió explicitando algún tipo de concepto sobre los paneles informativos.

Ejemplos: “On viuen”, “Origen del animal”, “Cuidado con el león”, “No tocar”, “Nombre del animal”, “Especies”, “Ubicación por especies”, “Procedencia”, “No donar de menjar”, etc.

De ese porcentaje destacan los conceptos asociados a Información general de los animales 23%, Nada 11% y las Normas del PZB 6%. Destaca ampliamente la opción NS/NC con un 57% de las respuestas, los encuestados no saben o no recuerdan los conceptos obtenidos en la visita dado que la gran mayoría no había vuelto al zoo desde su infancia.

Esta pregunta es un ejercicio complejo para los encuestados aunque no por ello dista de indicar que los contenidos formativos del zoo no tuvieron un impacto emocional en los encuestados. El valor pedagógico de la visita al PZB –de entonces- no promovía la educación en la defensa de los valores medioambientales. Los zoos fueron creados como lugares de entretenimiento y ocio, y sólo en los últimos 30 años la cuestión de la conservación y la educación ambiental se esta planteando formalmente.

Sólo un 15% de la muestra llegaron a dar una segunda información recordada. Y el conocimiento más recordado fueron conceptos asociados a Información general de los animales en un 11%, Otros 2% y Normas del zoo 1%.

Ejemplos: “Las características de los animales”, “Alimentación”, “Procedencia”, “No t’acostis”, “El mono más pequeño del mundo”, “Lo que no hay que echarles”, etc.

PERCEPCIÓN DE CONOCIMIENTOS OBTENIDOS CON LA LECTURA DE LOS PANELES INFORMATIVOS

La posición que adoptaron los encuestados sobre cuanto había aumentado su conocimiento tras leer los paneles informativos es:

NS/NC un 58%; Poco un 13%, Ni mucho ni poco 11% ; Bastante 9%; Mucho 2%. Llama la atención el alto porcentaje de NS/NC 58% por lo que se intuye sea causado por los largos lapsos de tiempo en la frecuencia de visita al PZB y la escasa reflexión sobre los conocimientos aprendidos en los paneles informativos.

Gráfico Conocimientos 1 recodificados

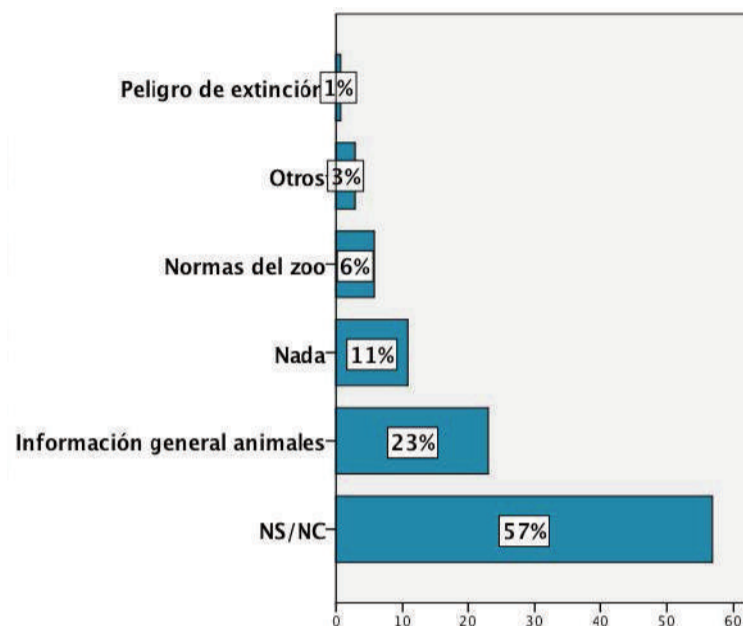


Gráfico Conocimientos 2 recodificados

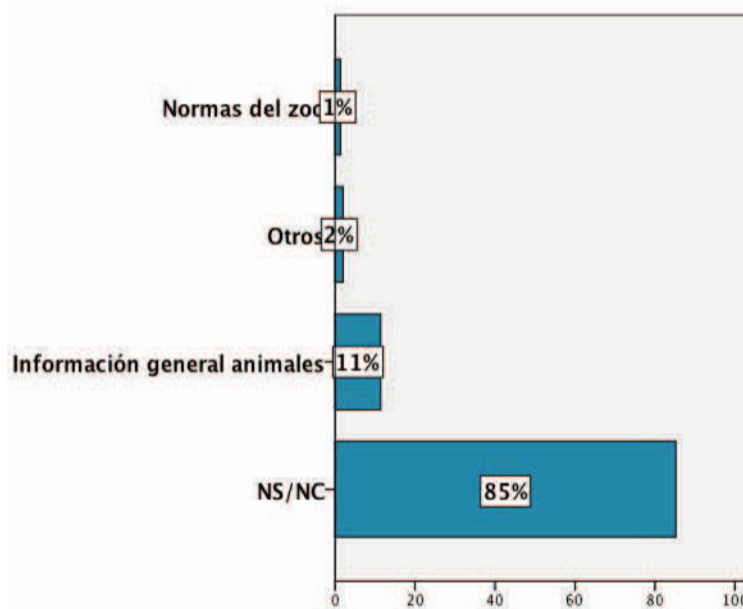
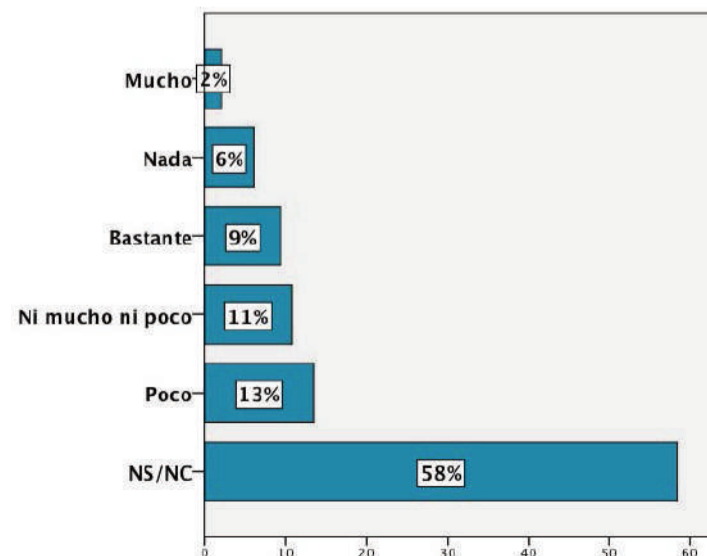


Gráfico Conocimientos obtenidos mediante la lectura de paneles informativos





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

PERCEPCIONES: ASPECTOS POSITIVOS Y ASPECTOS NEGATIVOS

ASPECTOS POSITIVOS DEL PZB

El aspecto más positivo que los entrevistados han dado al PZB está relacionado con estar en contacto con la Naturaleza & animales 27%, Otros 17%, Ningún aspecto 16%. Solamente el 8% hizo referencia a la Educación y un 1% aludió a los Programas de conservación de especies del PZB.

Ejemplos: “El verde”, “El paseo”, “La limpieza”, “Ver los mamíferos”, “La varietat d’animals”, “Els nens aprenen, veuen animals”; “Els tenen ben cuidats”, “Sitio para ir con la familia”, “L’espectacle dels dofins”, “Els llops, que de petita no hi havia”, “Es gran”, “Res”, “Que els animals tenen menjar”, “Diversitat d’animals”, “No se, que les dan de comer a los animales”, “Conocer animales que no ves en la calle”...

Las personas que expresaron un segundo aspecto positivo del PZB fueron un 15% de los entrevistados ya que el 85% optaron por no pronunciarse -NS/NC-. El aspecto que destacaron fue relacionado con estar en contacto con la Naturaleza & animales 10%.

En comparación con el cuestionario A, los aspectos positivos están asociados a estar en proximidad con la naturaleza, lo cual es útil en aras de explicar los valores de las nuevas generaciones.

La literatura actual pone mucho énfasis en la interacción con la naturaleza por sus grandes beneficios para la salud, tanto física como psicológicamente. Esta es la futura línea de negocio de la industria del entretenimiento y hacia donde se dirige la demanda de los consumidores de zoos: entornos verdes y experiencias de aprendizaje sobre la naturaleza. La reestructuración del sector pasa en buena medida por dar servicios de máxima calidad basados en lo sostenible, natural y respetuoso.

Gráfico Aspectos positivos 1 recodificados

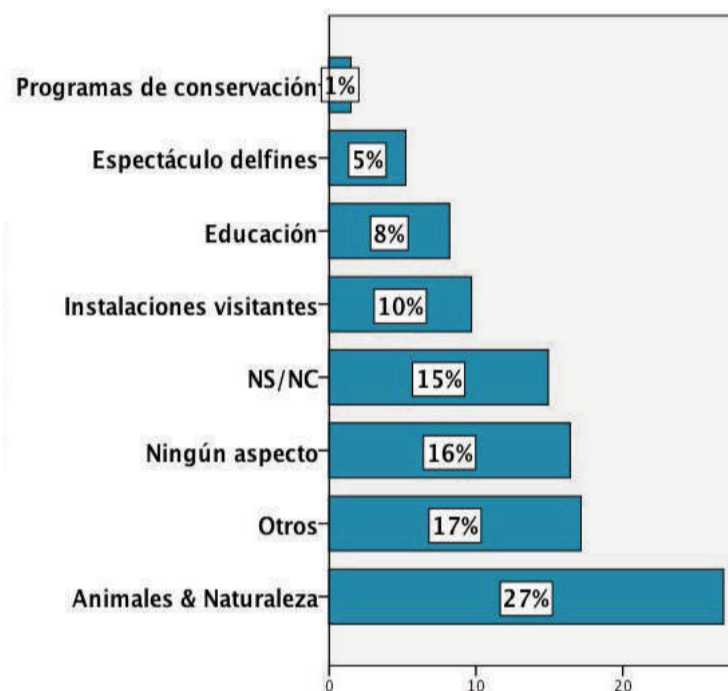
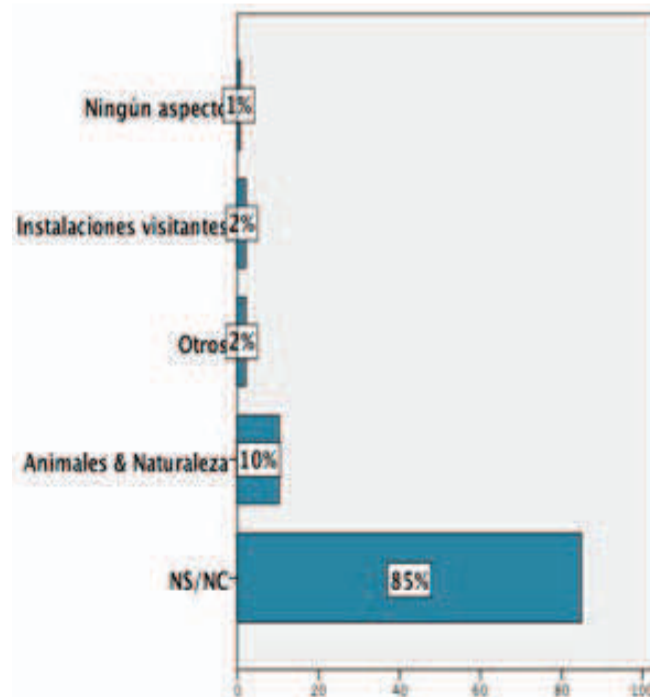


Gráfico Aspectos positivos 2 recodificados





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

ASPECTOS NEGATIVOS DEL PZB

Respecto a lo que menos gusta del PZB, los encuestados respondieron que se trataba del Estado de cautividad de los animales en un 32% seguido de las Instalaciones de los animales en un 19% , Otros 12% y el Estado de salud de los animales 11%.

Ejemplos: “Els bitxos están tancats”, “Es una crueldad tener a los animales encerrados”, “Veure els animals grans en espais petits”, “No me gusta como los tratan”, “les gabies dels llops són molt petites”, “Mucha gente”, “Zona de picnic descuidada”, “Es caro”, “Animals descuidats: la olor, no netegen!”, “Tot en obres, no vaig poder veure els animals”, “Animals tristos en condicions no idonees”, “Tigres tancats en gabies feien pena”, “Estat d’ànim dels animals”, “No lo veo positivo”, “No s’ho curren, els animals no s’entretenen”, etc.

Estos resultados priorizan el aspecto negativo de la cautividad , en cambio, los resultados en el cuestionario A fueron, en primer lugar, las Instalaciones de los animales. No pasa desapercibido que los ciudadanos no antepongan el estado de las jaulas y/o las instalaciones , al interés por que el animal no este cautivo toda su vida. Existe un interés generalizado de los visitantes por el bienestar de los animales, como se observa de sus comentarios.

Muchos de los encuestados, el 70%, no llegaron a dar un segundo aspecto negativo, pero los que si lo dieron - el 30% restante - se centro en las Instalaciones de los animales 7%, Otros 7% y Percepción del estado de salud de los animales 6%.

Gráfico Aspectos negativos 1 recodificados

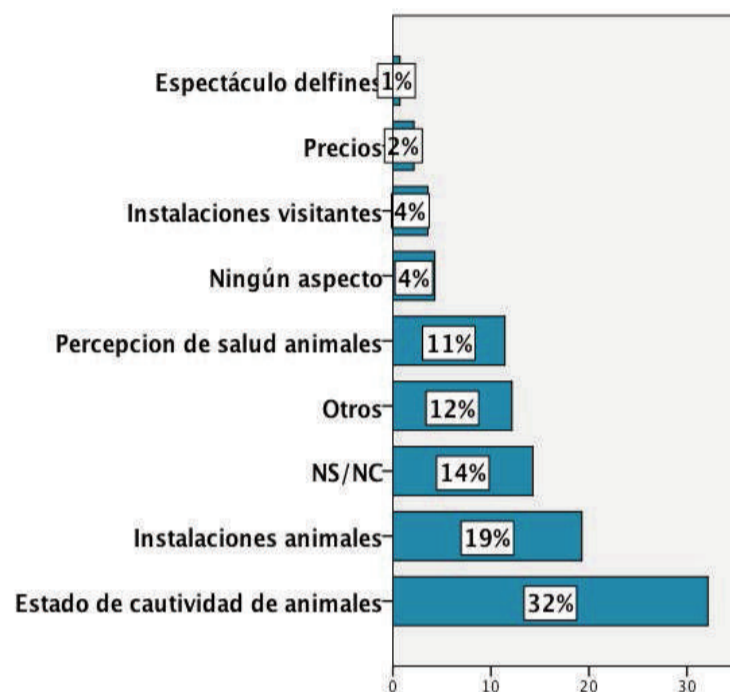
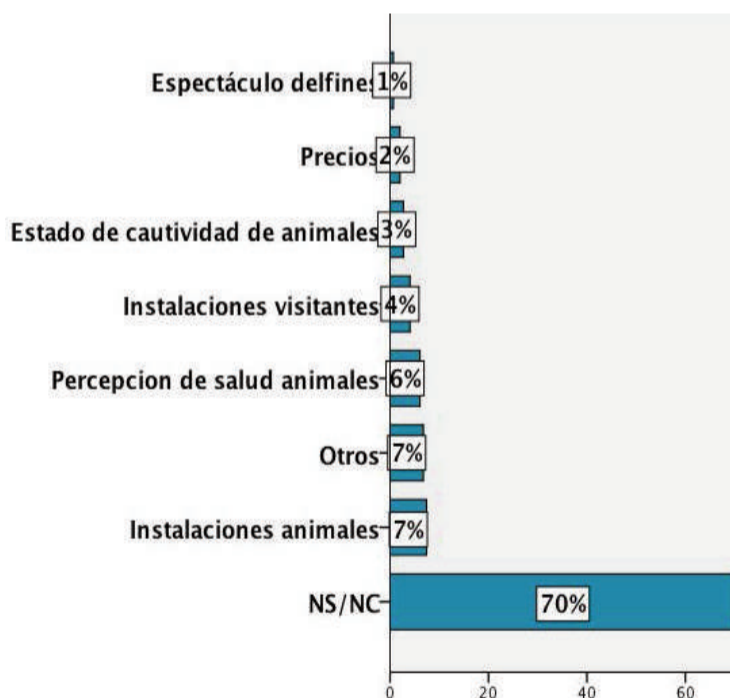


Gráfico Aspectos negativos 2 recodificados





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

CONCIENCIACIÓN EN TEMAS FUNDAMENTALES DE EDUCACIÓN PÚBLICA

en la Ley 31/2003 Art.4b

Para corroborar si los visitantes habían captado la información sobre los temas fundamentales para la concienciación en biodiversidad y fauna silvestre, se hizo el mismo ejercicio que en la cuestionario A, preguntar sobre si habían recibido información sobre los diferentes ítems. (1. Si; 2. No; 99. NS/NC).

► Los aspectos informativos donde los ciudadanos, de forma generalizada, niegan haber recibido información son:

► La conservación de los ecosistemas del PZB 52% no lo habían recibido.

► Información sobre la Colaboración del PZB con entidades educativas y de sensibilización para conservación del medio ambiente 44%

► Programas de cría y reintroducción de animales en sus hábitats naturales 44%

El aspecto que nuestros encuestados afirman haber recibido de forma más unánime es:

► Grado de amenaza de las especies expuestas 28%

La categoría de respuesta NS/NC es muy alta dado que los entrevistados hacia mucho tiempo que no visitaban el PZB. Sin embargo, los encuestados/as han otorgado el mismo orden sobre los ítems que si obtuvieron información que en la entrevista A. Se podría intuir que la comunicación de paneles informativos no ha variado desde hace muchos años y en consecuencia, se recuerdan aquello mejor transmitido.

Los resultados fueron estos:

Tabla 2. Pregunta Múltiple ítems Ley 31/2003 Art.4b

	Si	No	NS/NC
Conservación de los ecosistemas del planeta.	9%	52%	38%
Grado de amenaza de las especies expuestas.	28%	39%	33%
Programa de cría en cautividad en el PZB y los programas de reintroducción en sus hábitats naturales.	21%	44%	36%
Colaboraciones del PZB con entidades educativas y de sensibilización para la conservación de la fauna silvestre.	18%	44%	38%



3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

ACTITUDES ENCUESTADOS/DAS

De igual forma que en la cuestionario A, se ha querido conocer las actitudes de los encuestados respecto a diferentes aspectos conservacionistas y empáticos hacia los animales.

Se ha utilizado una escala Likert de 5 de puntos (1. Totalmente en desacuerdo; 2. Desacuerdo, 3. Indiferente; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo) y así determinar cual es la posición más frecuente ante estas cuestiones. Los resultados concretan que por amplia mayoría -92% de los casos- los entrevistados están de acuerdo con los enunciados explicitados.

Tabla 3. Actitudes encuestados/das

	T.D	D	I	A	T.A
La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la biodiversidad	-	-	-	22%	76%
Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bienestar en el zoo.	-	-	-	24%	75%
Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado	-	-	7%	36%	55%
Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoos	-	-	12%	31%	47%

IMPORTANCIA

La importancia que otorgan los ciudadanos al PZB es un tema fundamental para entender las prioridades y los intereses que podrían regir en materia de zoos la ciudad de Barcelona. A este respecto, los resultados indican que el PZB tiene relevancia para un tercio de la población (36%) aunque para el resto de los encuestados (64%) no la tiene. Los porcentajes son muy elevados en las dos categorías por lo que hay intereses muy polarizados.

Para mejorar este conflicto de intereses no explícito entre ciudadanos, las instituciones deberían buscar un modelo de zoo donde todos o la mayor parte de los intereses queden representados: hacer del PZB un lugar de utilidad pública, de relevancia educativa y científica así como un lugar con cabida para el ocio familiar. Adaptar el PZB a las nuevas tenden-

cias globales del conocimiento de los animales salvajes desde una perspectiva humanitaria es inevitable para que, también en este ámbito, Barcelona, sea, “la mejor tienda del mundo”.

Tal evolución implicará un giro de 360° hacia otro tipo de filosofía, misión y valores: formación al público en general desde el punto de vista emocional, cognitivo y social. A este respecto, el psicólogo Daniel Goleman (2012: 20-21) lo explica a partir de estas cinco estrategias: 1) Desarrollar la empatía con todas las formas de vida; 2) Adoptar la sostenibilidad como práctica en comunidad; 3) Hacer visible lo invisible para identificar los efectos del comportamiento humano en el medioambiente; 4) Anticipar consecuencias inesperadas desarrollando el Principio de precaución; 5) Hacer entender cómo la naturaleza sustenta la vida.



3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS
DE BARCELONA
ANTE EL ZOO

Gráfico Importancia del PZB

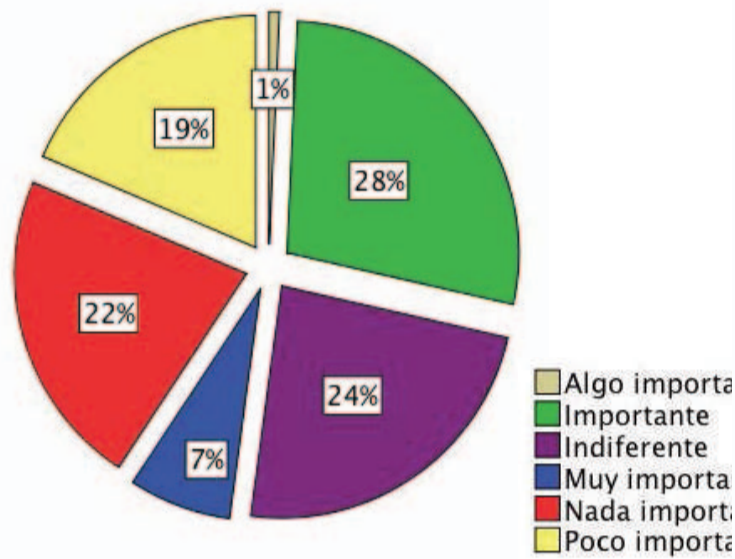
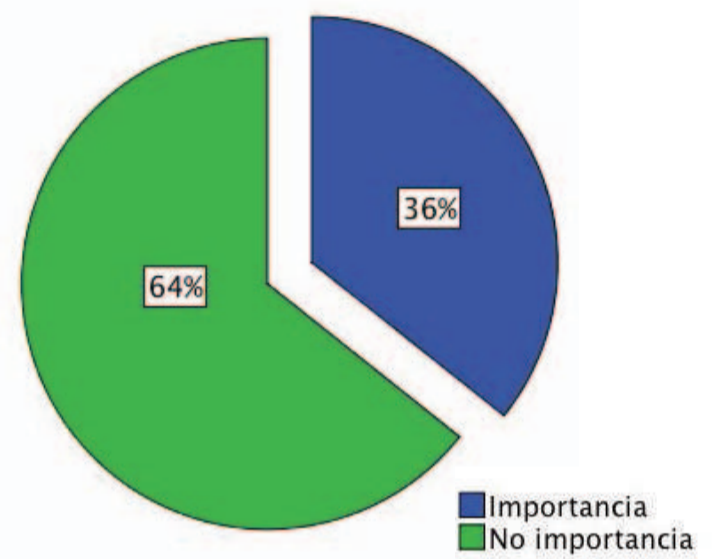


Gráfico Importancia del PZB recodificada



PREFERENCIAS

TIPO DE EXHIBICIÓN

La opción preferida de los encuestados fue el tipo de exhibición de animales en Semi libertad con 54%. En segundo lugar, un Zoo virtual con 39%, y por último, Zoo tradicional con 77%.

Los encuestados prefieren un zoo con animales en Semi libertad, relegando al último lugar el modelo de zoo tradicional, inclusive, optando al Zoo virtual como segunda opción. Se pone de relieve la pérdida de interés de las personas por ver animales confinados en instalaciones o jaulas.

Gráfico Preferencia Semi libertad

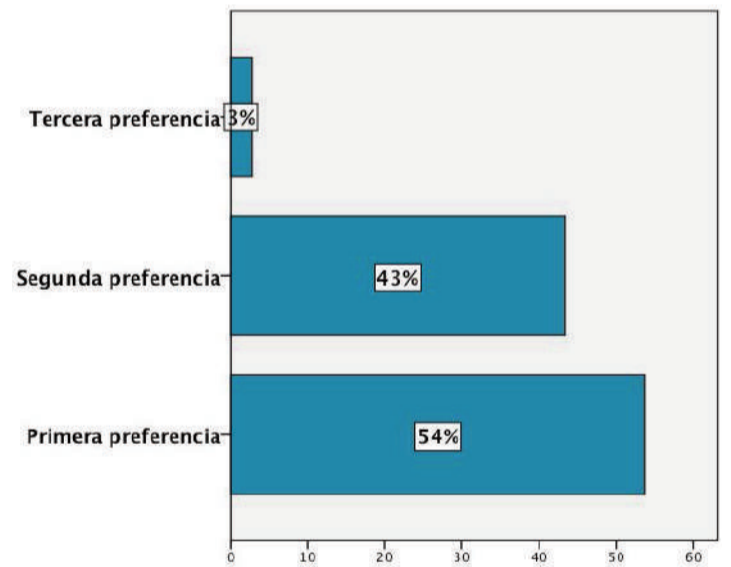


Gráfico Preferencia zoo tradicional

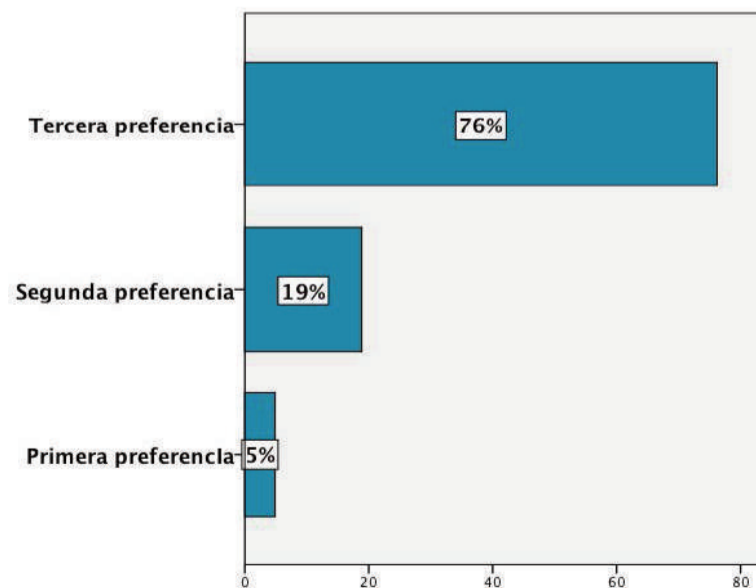
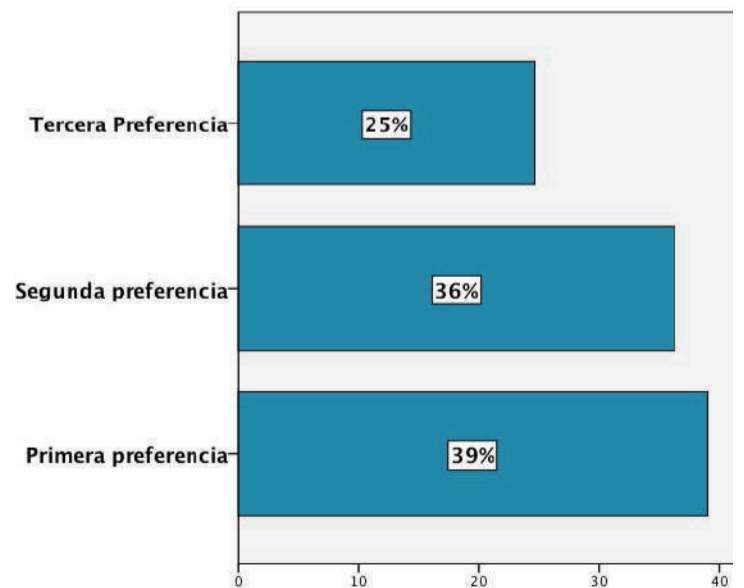


Gráfico Preferencia zoo virtual





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS DE BARCELONA ANTE EL ZOO

TIPO DE ANIMALES

Ante un hipotético cambio de modelo de zoo, la primera preferencia de los encuestados es Todos los animales posibles 39%. Ello respondería a una colección de animales irreal.

En segundo lugar, Especies exóticas y locales 62%. Esta es una categoría intermedia que recoge una situación que se da en la mayoría de zoos, por lo tanto, habitual, familiar y conservadora.

En tercera preferencia, Exóticos 42%. Se trata de la atracción por animales que representan lo lejano y lo desconocido. La curiosidad y el acceso a recursos escasos -tales como animales raros y/o en peligro de extinción- es una máxima para captar la atención de los visitantes, lo cual es una herramienta para atraer al público y aumentar el valor de sus colecciones.

Se debe recordar que los animales exóticos forman parte de la vida del humano desde la infancia a partir de cuentos y leyendas, ello repercute -no de forma casual- en tenerles una especial interiorización y aprecio.

En último lugar se sitúan las Especies locales 25%. Esta son las menos conocidas, de colores menos llamativos y con un menor número de simpatizantes. El desinterés por estos animales se produce por la pérdida progresiva de contacto con la naturaleza en los medios urbanos y los escasos contenidos en los currículos académicos.

Los resultados remiten a contradicciones del tipo: querer un tipo de exhibición de animales en Semi libertad al tiempo que también querer albergar animales exóticos y locales. Llevar ello a la práctica acarrearía no tener en consideración las grandes diferencias de los sistemas naturales de cada uno de ellos y no atender las necesidades particulares.

En general, existen muchas contradicciones en los resultados de esta pregunta. Se ponen de relieve los escasos conocimientos de los visitantes en zoolo-gía, conservacionismo y biología por lo que no sería responsable hacer una argumentación en torno a ese sentir popular en detrimento de la voz de los expertos.

A este respecto la filósofa Úrsula Wolf (2012: 213) explica que para los humanos unos animales son más deseables que otros porque nuestro interés es de tipo estético contemplativo, es decir, la atención recae en las especies bonitas y no las feas. Esta laguna cognitiva de la condición del ser humano es

Gráfico Todos los animales posibles

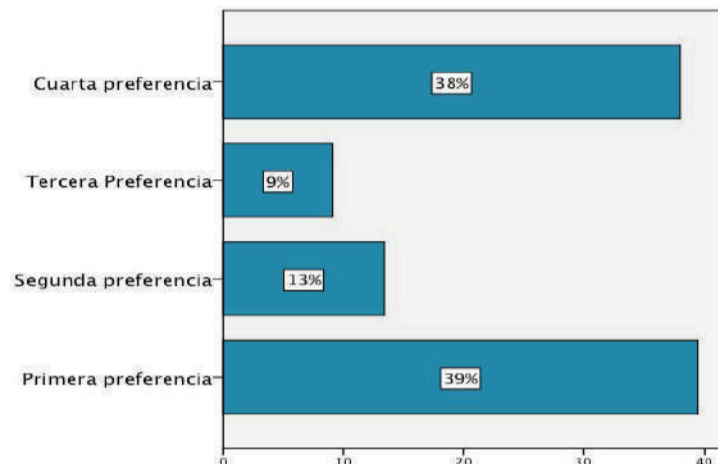


Gráfico Exóticos&Locales

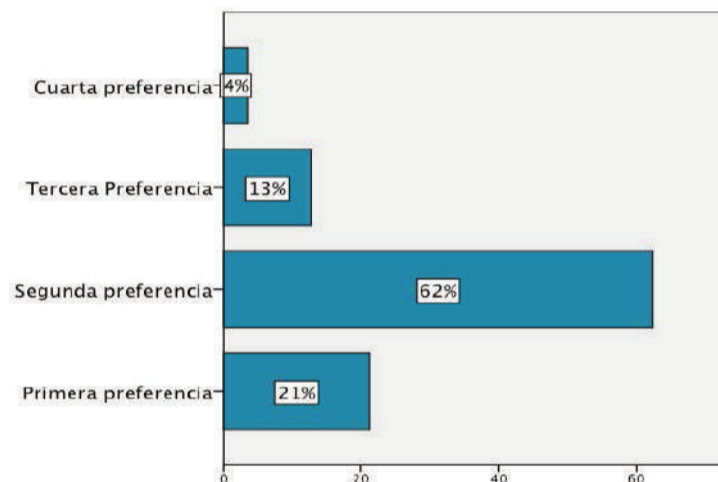


Gráfico Fauna exótica

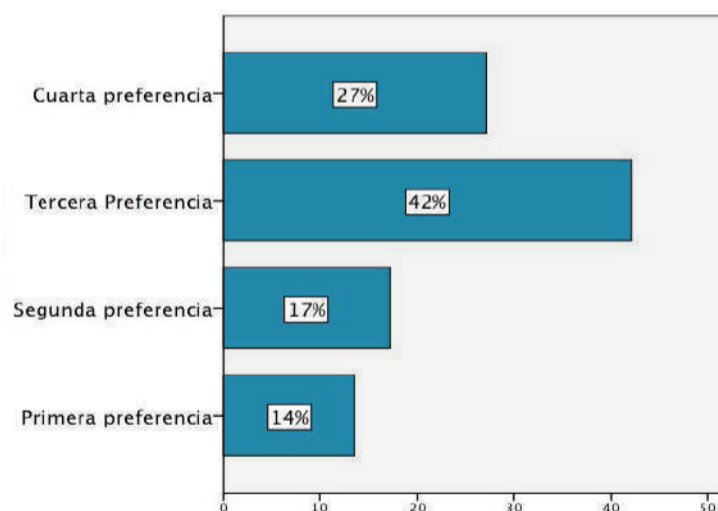
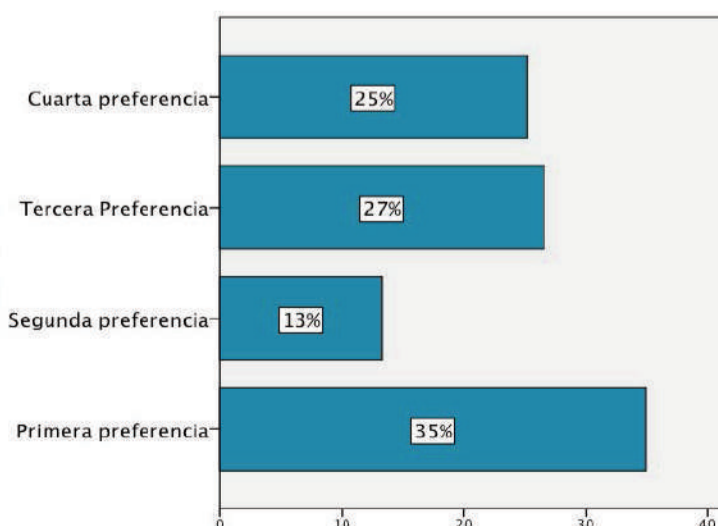


Gráfico Fauna local





3. CUESTIONARIO B

LOS CIUDADANOS DE BARCELONA ANTE EL ZOO

utilizada en la industria del entretenimiento poniendo el acento en lo que Wheeler (2005: 266) se refiere al “culto de lo mimoso” -cult of the cuddly- señalando que las especies de consumo en los zoológicos son aquellas particularmente son más amigables.

También, el biólogo Heini Hediger (Ellenberger, 1974: 73) expresa que determinados grupos de animales tienen la cualidad de atraer la atención del humano: a) animales exóticos -elefantes, camellos, jirafas-; b) grandes felinos; c) grandes serpientes; d) animales que hacen shows e interactúan con el público; e) crías de animales y las variedades de las especies más pequeñas; e) animales que se pueden poner de pie tales como monos, osos, pingüinos...

Los resultados del estudio son muy cercanos a las aportaciones de Hediger. La ciudadanía quiere tener un zoo con los “clásicos” - exóticos y locales- lo cual remite hacia una valoración inconsciente de valía en el sentido más inmovilista. Será mediante una educación persistente a nivel individual y colectiva que se logre adecuar el enfoque empático para que las necesidades de los animales del PZB estén por encima de los deseos infantiles, más despreocupados e impulsivos de los visitantes.

FINALIDAD

Ante la posibilidad de poder elegir la finalidad última del PZB, los encuestados se han posicionado hacia la Conservación de la Biodiversidad, la Educación ambiental y científica de igual forma 46%. El Reconocimiento Internacional se sitúa en una tercera preferencia (18%) y la finalidad de Explotación económica queda relegada a último aspecto (89%). No pasa desapercibido que esta última sea la más rechazada, se dan indicios de que la finalidad de lucro no es bien recibida para una institución pública al servicio de la ciudadanía.

Gráfico Conservación de la biodiversidad

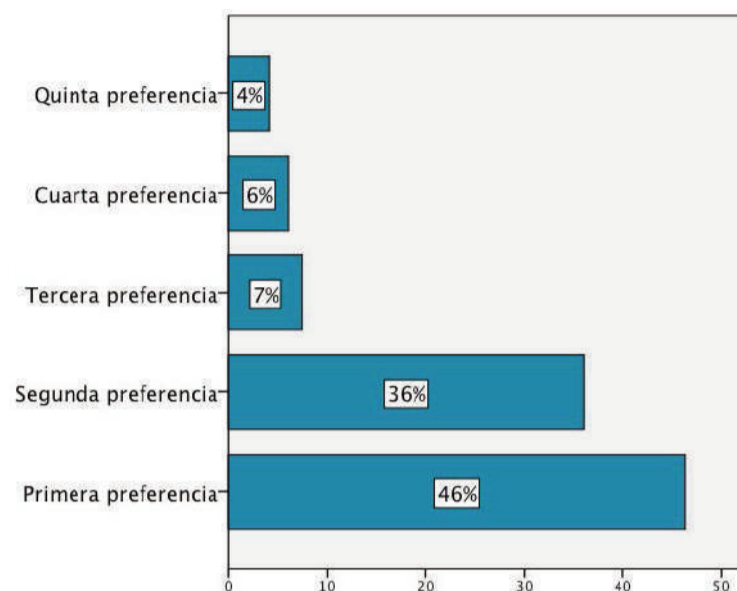


Gráfico Educación ambiental y científica

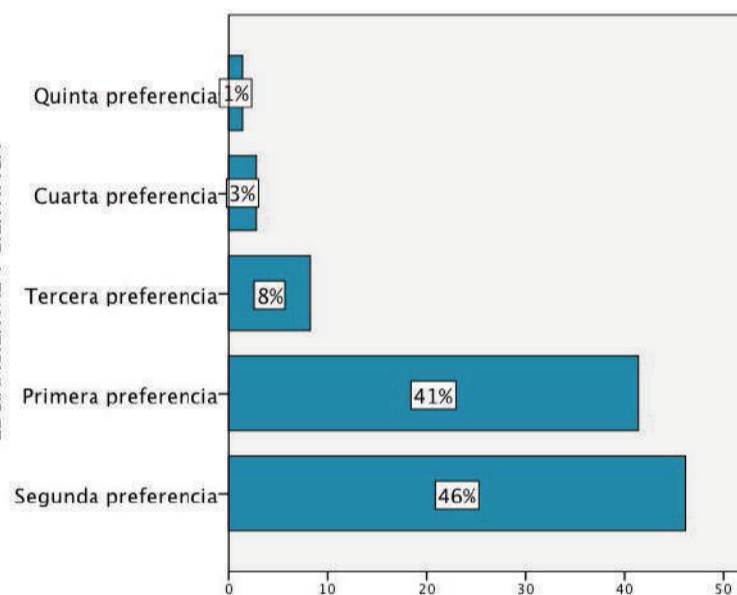


Gráfico Reconocimiento internacional

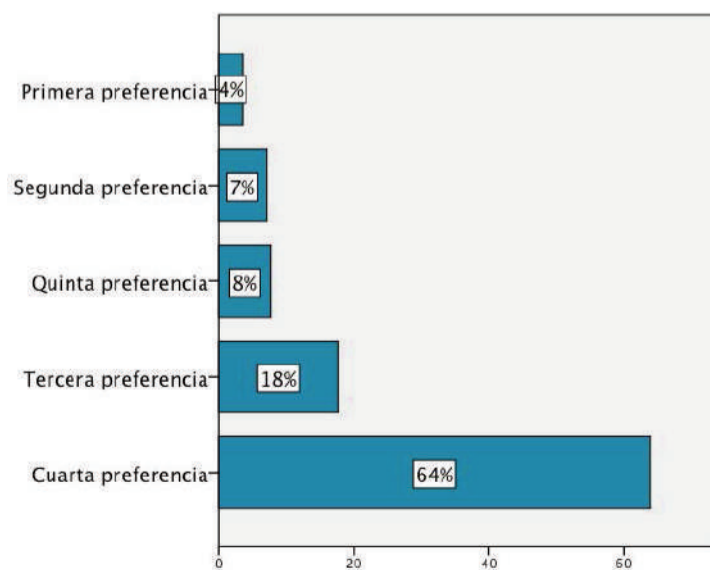
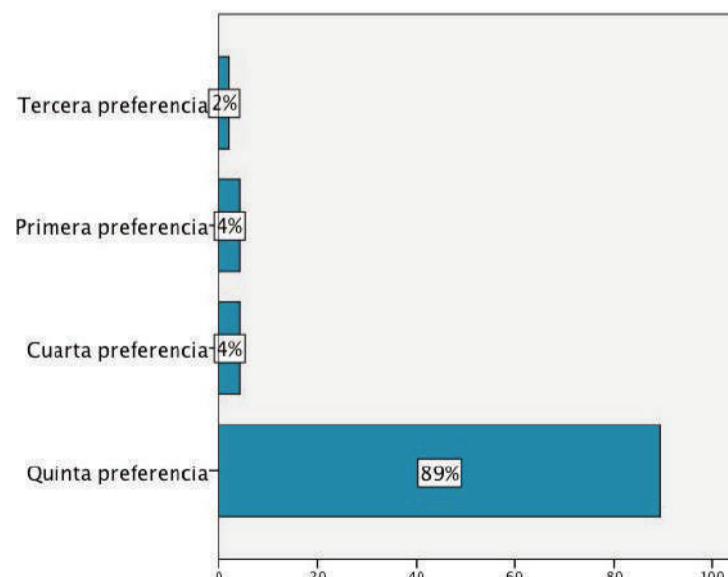


Gráfico Explotación económica





4. POSICIONAMIENTO

ANTE UN HIPOTÉTICO CAMBIO DE MODELO DEL PZB

POSICIONAMIENTO ANTE UN HIPOTÉTICO CAMBIO DE MODELO DEL PZB

La postura de los entrevistados, ante un hipotético cambio de modelo de zoo donde los animales exhibidos fueran sólo especies locales y los fines fueran reintroductorios, ha sido muy favorable con el 85% de la muestra a favor.

La población encuestada siente malestar al contemplar los animales del PZB, saben que no están en las mejores condiciones y demuestran su descontento con la predisposición a querer una restructuración del PZB. Se trata de personas que han adoptado una perspectiva más humanitaria para un trato digno y respetuoso hacia los animales. Por lo cual, estos aspectos deberían ser contemplados como intereses propios de los ciudadanos tales como demandas sociales hacia una evolución más ética de la institución. La legitimidad y la justificación de las exhibiciones penden del hilo que liga el bienestar de los animales y la percepción de ese bienestar por los visitantes.

Respecto a la propuesta de albergar sólo especies autóctonas y no exóticas se explica por conseguir una mejor adaptación al entorno: que los animales que ahí vivan no sufran las inclemencias de un clima que no es propio de su bio-región. Como por ejemplo podría ser albergar a un león del desierto acostumbrado a vivir a una temperatura de 50° para pasar a vivir a una temperatura de 20°C, la cual cosa incrementa los factores de malestar –aparte de muchos otros-. Además de ser algo dañino para el animal, la gran crítica que sufre los zoológicos es que los animales están fuera del contexto natural y como tales, pierden mucho de su significado y valor, inevitablemente diluido en el rol educativo de los zoológicos. (Turley, 1999: 347)

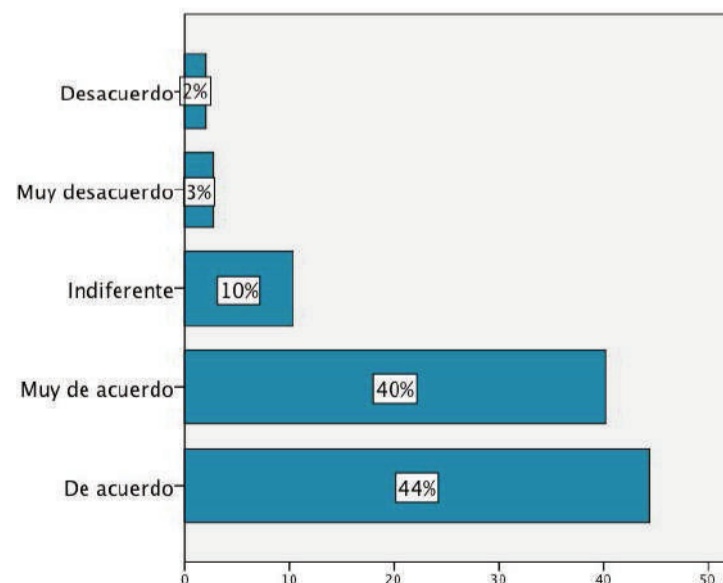
Además, las ventajas de cambiar hacia un modelo de animales locales es parte de la coherencia en el discurso sobre educación ambiental y desarrollo sostenible que la ONU recomienda desde Agenda 21 (programa 21, capítulo 36, actividad h): “Los países deberían [...] preparar instrumentos educativos que abarquen cuestiones e iniciativas regionales en materia de medio ambiente y desarrollo, utilizando materiales y recursos de aprendizaje adaptados a sus propias necesidades” y el propio director ejecutivo de la Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Dr. Klaus Töpfer (2006), explica en el prefacio de dicho programa que “es a través de las perspectivas sencillas de los valores ambientales locales, que podemos aspirar a impulsar acciones que, aunque sucedan en contextos di-

ferentes, se unifiquen para conservar el ambiente global”. Por lo que conociendo la fauna silvestre local y concienciando sobre las problemáticas medioambientales de la región geográfica del PZB, la concienciación del público en general sería más cercana y más efectiva a las perspectivas actuales de los principales organismos internacionales.

El PZB esta, poco a poco, adecuándose internamente a este tipo de líneas de actuación. Prueba de ello es el nuevo “Pla de sostenibilitat del zoo de Barcelona 2013-2016” que pretende llevar a cabo 32 acciones que abarcan objetivos de mejoras ambientales. Parece ser la respuesta a las actuales estrategias de las entidades internacionales: WAZA, UINC y Agenda 21. Concretamente las acciones que quiere implementar en el ámbito de la educación en el PZB son:

- ▶ Hacer difusión en las redes sociales sobre aspectos medioambientales en el zoo.
- ▶ Formar a los empleados sobre residuos y temas de medioambiente.
- ▶ Hacer programas educativos que incluyan temas de sostenibilidad.
- ▶ Constituir un fórum ambiental entre trabajadores del zoo.
- ▶ Favorecer que las políticas ambientales estén comunicadas de forma transversal en toda la actividad del zoo.

Gráfico Postura ante un PZB sólo con especies locales





4. POSICIONAMIENTO

ANTE UN
HIPOTÉTICO
CAMBIO DE
MODELO DEL PZB

RELACIONES SIGNIFICATIVAS ENTRE VARIABLES DEL CUESTIONARIO B

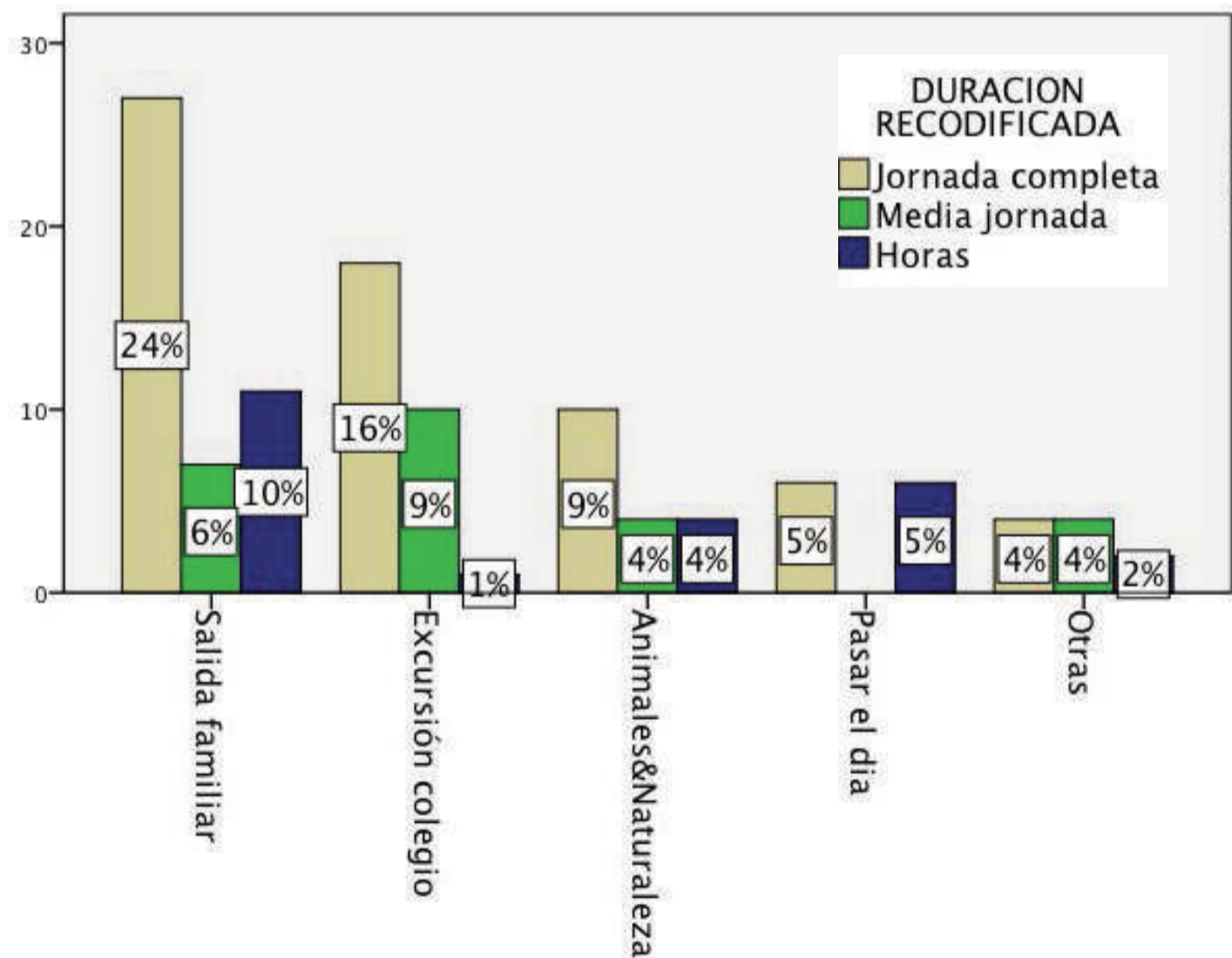
MOTIVACIÓN RECODIFICADA Y DURACIÓN RECODIFICADA

Los datos establecen que las motivaciones para visitar el PZB condicionaron la duración de la visita. Concretamente las que mayor duración tuvieron fueron Salidas familiares, Excursiones escolares y Estar en contacto con Animales & Naturaleza. Las que menos fueron Pasar el día y Otras motivaciones.

Se debe recordar que la población de la cuestionario

B eran personas jóvenes lo cual hace relativizar, en buena medida, los datos y situarlos en una descripción de decisiones ajenas –padres y profesores– pues fueron los otros quienes llevaron cabo establecieron esas visitas y la duración. A grandes rasgos, el PZB fue para las familias y colegios un lugar donde pasar todo el día o la mayor parte del día. De esta forma quedan retratados los dos grandes colectivos que dan vida, literalmente, al PZB. Sin ellos el sentido de ir al zoo dejaría de existir como tal y dejaría de tener los beneficios que se le atribuyen.

Gráfico Motivación recodificada y Duración de visita recodificada





4. POSICIONAMIENTO

ANTE UN
HIPOTÉTICO
CAMBIO DE
MODELO DEL PZB

MOTIVACIÓN RECODIFICADA Y ASPECTOS NEGATIVOS 2 RECODIFICADOS

Las diferentes motivaciones están relacionadas con los diferentes aspectos que se perciben como negativos. El tipo de finalidad en la visita al PZB determina la percepción o la omisión de percepción de determinantes que pueden influenciar en los intereses.

En primer lugar, el mayor colectivo Salidas familiares se percibe como negativo Otros aspectos, Instalaciones de visitantes e Instalaciones de animales.

En segundo lugar, las Excursiones escolares determinan que los aspectos negativos del PZB fueron las Instalaciones de los animales seguidas del Estado de cautividad de los animales. Se trata del discurso de los jóvenes en torno a los valores negativos asociados al zoo.

En tercer lugar, los visitantes que fueron a Pasar el día percibieron como aspectos negativos los Pre-

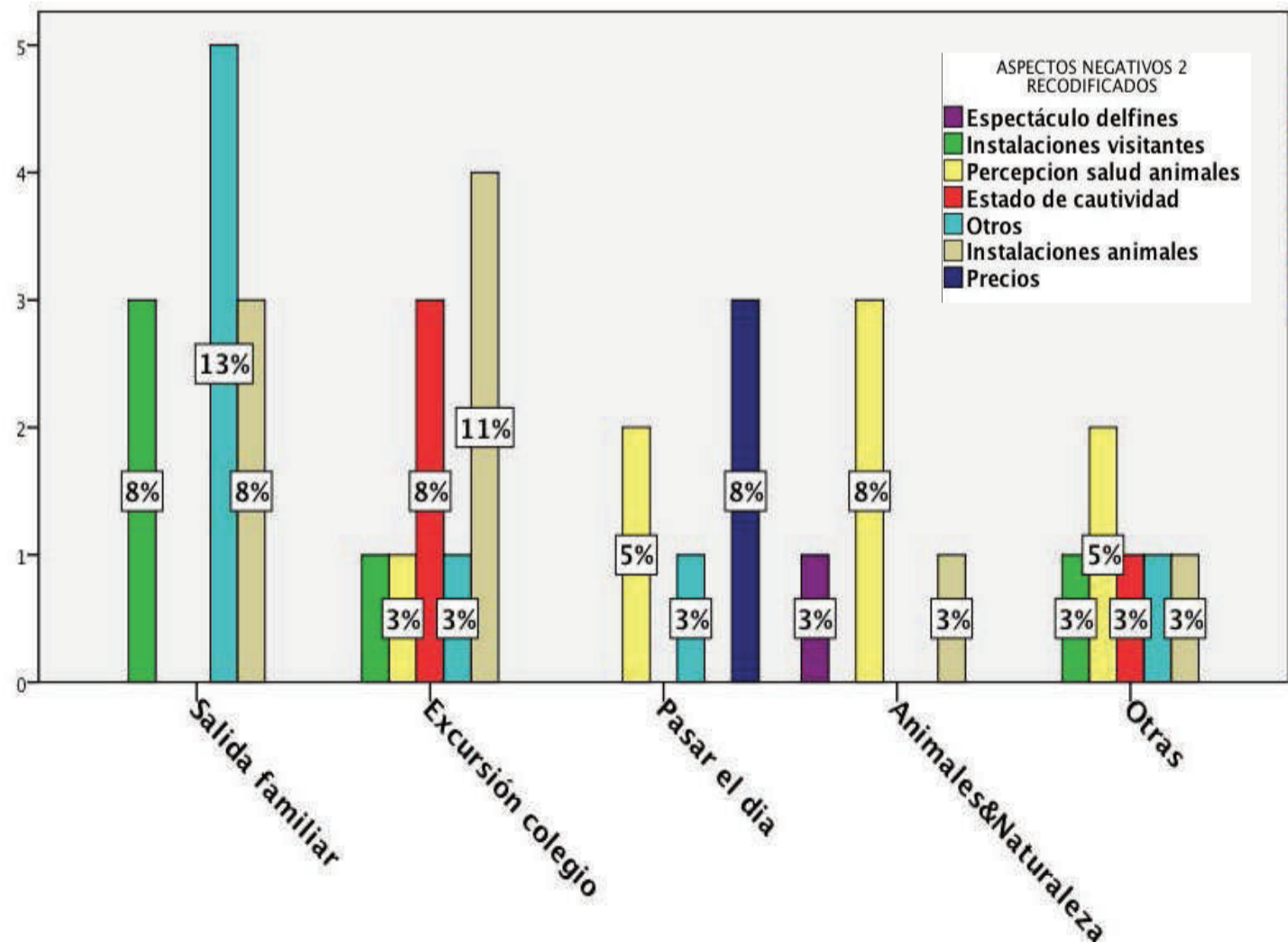
cios y la Percepción de salud de los animales.

En cuarto lugar, los encuestados motivados por el contacto con la Naturaleza & animales percibieron como negativo el Estado de salud de los animales, el espectáculo de los delfines y las Instalaciones de los animales

En último lugar, las Otras motivaciones para visitar el PZB percibieron como Aspecto negativo, principalmente, el Estado de salud de los animales.

De forma unánime, el Estado de salud de los animales fue el aspecto más negativo que en casi todos los colectivos enuncio. Se pone de manifiesto que la percepción de mal-estar en los animales es una percepción transversal que percibieron todos los visitantes exceptuando las Salidas familiares. Destacan que fueron los encuestados del colectivo Excursiones escolares los que mostraron con más contundencia y prácticamente en solitario el desagrado al Estado de cautividad de los animales.

Gráfico Motivación recodificada y aspectos negativos 2 recodificados





4. POSICIONAMIENTO

ANTE UN
HIPOTÉTICO
CAMBIO DE
MODELO DEL PZB

IMPORTANCIA DEL ZOO RECODIFICADA Y FRECUENCIA DE VISITA RECODIFICADA

La importancia que tiene el zoo en los encuestados es directamente dependiente de la frecuencia de visitas. Para la mayoría, 61%, el PZB no tiene importancia y sus visitas son muy espaciadas en los años y/o presentan una frecuencia anual. Para el 39% restante -PZB si tiene importancia- muestran la misma estructura de visita pero con largos lapsos de tiempo entre visita y vista -de más de dos años- y frecuencias mensuales (2%). Por tanto, la frecuencia de visita establece la importancia del PZB, la cual muestra grandes lagunas versus a su utilidad pública y la valoración positiva como bien de interés general.

La importancia que puede llegar a tener el PZB será producto del valor añadido de sus servicios educativos a la comunidad. Poner más atención en la presentación y la interpretación que hacen los visitantes mediante una “apropiada interacción” (Hall, D et al 2006: 149) es clave. Lo cual es sustancialmente diferente a la tradicional relación que se establecen con los animales donde estos figuran como atracción visual.

Esta apropiada interpretación debiera de llevar al visitante a ser capaz de conectar con el animal mediante la empatía: hacerle conocer de la historia individual del animal, de las necesidades de bienestar, de los comportamientos derivados de la cautividad, entre otros. Y para que tal experiencia -de valor añadido- sea exitosa debe implementarse una estrategia de comunicación no omisiva, coherente y directa -sobre todo creíble- que permita al visitante establecer de forma autónoma significados, y al mismo tiempo, debe de imperar un alto grado de bienestar y de respeto hacia los animales cautivos - jaulas y recintos deben ser espacios donde no tenga cabida la dejadez, la improvisación o el bajo presupuesto-. De esta manera, visitantes y ciudadanos pueden otorgar al PZB un sentido de más valía: PZB como institución emocional que vincule al mismo nivel emociones entre animales - humanos y no humanos- e implique el surgir de la responsabilidad personal en temas medioambientales.

IMPORTANCIA DEL ZOO RECODIFICADA Y EDAD RECODIFICADA

La importancia del PZB depende de la edad de los visitantes. Se establece que las personas de más edad le dan importancia al PZB y las más jóvenes no le dan importancia. Los resultados indican que la institución ha perdido valor entre los jóvenes y los de

mediana edad (44% no tiene importancia) mientras que para las personas de edades avanzadas sigue estando arraigada tal importancia (15%).

El PZB no capta la atención ni el interés de colectivos jóvenes y de mediana edad. Los valores de las nuevas generaciones no están en sintonía con los que simboliza la entidad, consecuentemente no convergen ni intereses ni ideas. Cabe señalar que el público objetivo de los zoológicos son familias con hijos en edad infantil y que ese colectivo (de 30 a 39 años y de 40 a 49 años) tampoco otorga importancia (26%). La “magia” del zoo desaparece de las generaciones jóvenes nada entusiastas en tener animales cautivos.

Gráfico Importancia del PZB recodificada
y frecuencia de visita recodificada

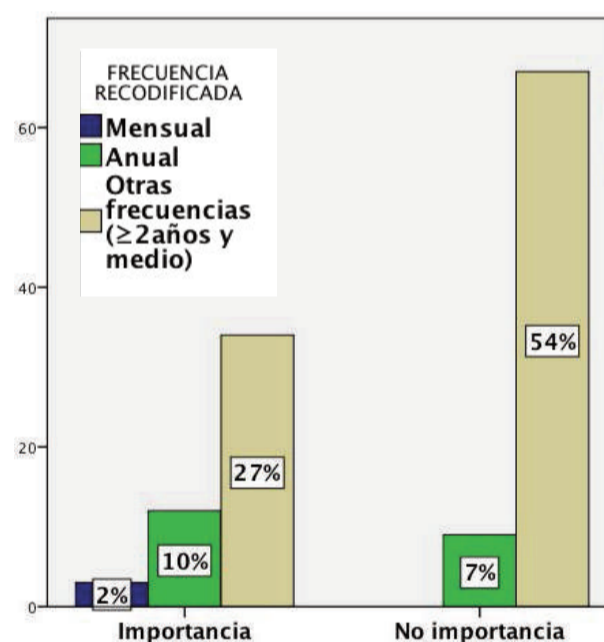
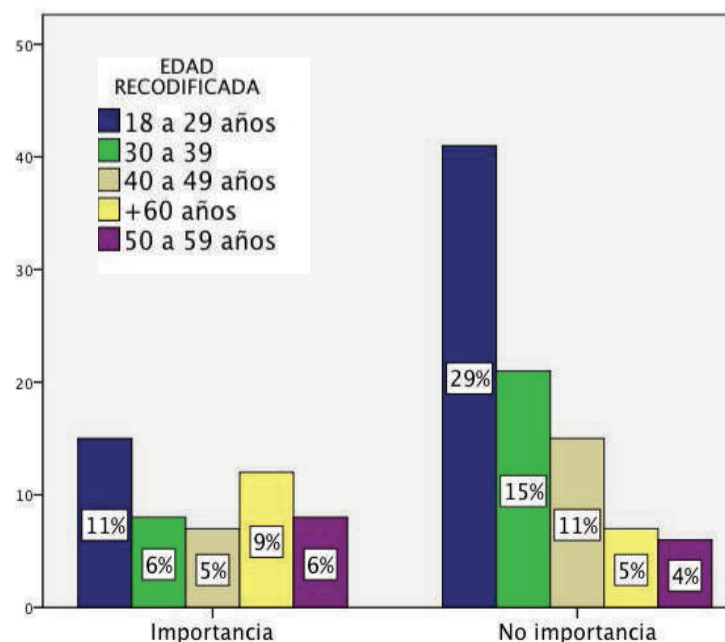


Gráfico Importancia del PZB recodificada
y Edad recodificada





LÍNEAS EDUCATIVAS ACTUALES PARA EL CONOCIMIENTO DE LA NATURALEZA

Según el sociólogo y economista Jeremy Rifkin, desde su libro “La civilización empática” (2010), explica que el nuevo paradigma del siglo XXI es el desarrollo de la conciencia empática en las nuevas generaciones. Se trata de un cambio profundo en la pedagogía educativa y en la estructuración de programas destinados a producir cambios en niños y niñas para aumentar su capacidad de ponerse en el lugar del otro. Porque como dice el autor es la capacidad de cooperación y entendimiento lo que lleva al desarrollo de la empatía y a producir sociedades más equitativas.

Según el autor, el método científico de la Ilustración -conocido por ser la forma tradicional de adquirir conocimientos mediante la compilación de información, la observación de los fenómenos, la cuantificación de los hechos y la reducción en partes-, hoy da paso a la idea opuesta: entender la realidad de forma holística e integral, puesto que la realidad es más que la suma de las partes.

Rifkin (2010: 590-606) explica que en la mayoría de las aulas estadounidense y canadienses ya han incorporado este nuevo currículo con contenidos relacionados con la empatía a partir del proyecto de la docente Mary Gordon, *The Roots of Empathy*, una vez al mes una madre con su bebé acude a las aulas y se pide a los alumnos que observen la interacción de ambos enfatizando la observación en que se comunican entre sí y cómo se responden. A partir de ahí cada alumno comparte los sentimientos e ideas que han detectado invitándoles a explicar sus recuerdos como forma de integrar su propio discurso y comprender lo que el bebé está sintiendo. Durante el año escolar, los alumnos aprecian el crecimiento del bebé y aprenden a percibirlo como un ser único pero con necesidades y deseos muy cercanos a los suyos. Se logra desarrollar una relación empática con el bebé y con su madre al tiempo que el proceso educativo se convierte en una experiencia compartida en el aula. El modelo exige participación, colaboración, empatía y comunicación efectiva entre pares lo cual hace florecer el desarrollo del pensamiento crítico, la responsabilidad social y el liderazgo.

Sin duda, se trata de una educación emocional que la misma Gordon define como “la habilidad de encontrar humanidad en los otros” (Gordon, 2005:6).

Este modelo de observación se podría modificar y adecuar la observación de animales siempre que no fuera una intervención en su vida y en su sociedad. Por ejemplo: utilizar filmaciones y los niños y niñas podrían explicar lo que han percibido, en definitiva, se trataría de diseñar un experimento destinado para producir empatía en el público en general.

Del mismo modo, la primatóloga Jane Goodall ha diseñado un programa de educación ambiental y humanitario *Roots & Shoots* presente en 127 países basado en actividades de voluntariado para cualquier tipo de entidad u organización que desee implementar proyectos basados en la protección de las especies autóctonas, labores en pro de las 3 R's (reducción-reutilización-reciclaje) para la reducción de la huella ecológica. Es un programa destinado a crear responsabilidad y conciencia global. Es una vía para hacer posible un cambio positivo y duradero para las comunidades locales, los animales y el medio ambiente.

En la actualidad las asociaciones internacionales de zoos y acuarios están adoptando una perspectiva educativa basada en valores humanos gestada para y en pro de las nuevas generaciones de Millennials. Esta es una generación que no consume ocio y entretenimiento, como las anteriores, sino que sus intereses y motivaciones están en torno a las nuevas tecnologías, a la inmediatez, a los productos “eco”, a las empresas que practican la responsabilidad social así como por la consideración de los derechos humanos. Por tanto, los Millennials no estarán dispuestos a pagar por servicios que no tengan en cuenta estos valores y no se ajusten a su sentido de identidad. Luego, la reconversión de los zoos pasa por cambios muy drásticos: cambio de mensaje, cambio de formato, cambio en la pedagogía, cambio en la interacción y cambio en los objetivos y por supuesto, una reconversión formativa de sus profesionales (el ejemplo vivo es que EAZA imparte cursos para personal de zoológicos y personas afines tales como *Developing Social and Emotional Aspects into Conservation Programmes; Educational concepts and technologies; Communicating Biodiversity through Visitor Engagement...*

Se observa la misma tendencia en los últimos trabajos presentados en septiembre de 2014 del *Bianual Congreso de IZE* (Asociación Internacional de Edu-



5. LÍNEAS
EDUCATIVAS

cadores de Zoos). Las propuestas más novedosas tratan de la educación en zoos y acuarios aplicando una pedagogía basada en la capacidad empática de los seres humanos y la introducción de las nuevas tecnologías fuera y dentro de los recintos de los zoos.

Uno de esos ejemplos es el de la LZS (London Zoological Society) que potencia el programa SEAL (Social and Emotional Aspects of Learning) mediante actividades o tareas que suponen una experiencia emocional.

A los grupos de estudiantes que acuden al zoo se les pide que sean colaboradores necesarios en las rutinas y necesidades fundamentales de los animales tales como: cuidados, limpieza y alimentación. El objetivo es hacerles percibir, conocer y pensar en las condiciones de vida los animales confinados, y hacerles partícipes de la mejora de las instalaciones para lograr mayor bienestar en los animales y una mayor conciencia empática. El trabajo directo con los animales y el trabajo cooperativo entre pares con objetivos compartidos favorecen la colaboración, el espíritu de equipo, la inteligencia social y la empatía. SEAL está basado en el libro *Ecoliterate* del psicólogo social Daniel Goleman.

También AZA (Asociación de Zoos & Aquariums) propone mediante su programa *Education in Future Zoos and Aquaria: What will success look like?* un sistema para medir los cambios en esta industria y adaptarse más rápidamente a los cambios de comportamiento de los visitantes, así como la evolución psicológica del concepto “conservación”. También se presentan nuevos contenidos para convencer a las audiencias de la necesidad de conocer los impactos medioambientales y se recomienda poner un gran énfasis en la ética y en temas humanitarios. Del igual modo, la tecnología es protagonista mediante realidades aumentadas y experiencias directas con los animales.

Otra de las propuestas de AZA que ha tenido gran acogida en Estados Unidos, Francia, China y Hong Kong ha sido el programa *Children&NatureNetworks*. Se trata de crear “clubs de naturaleza” -los conocidos como *Nature Play Programs*-. Estos son desarrollados, potenciados y subvencionados desde las organizaciones- zoos y acuarios- para conectar a todo tipo de familias con hijos en edad infantil mediante actividades dirigidas en la naturaleza (bosques, campos, playas, ríos...). La idea es promover una conexión regular y directa del infante con la na-

turalidad donde es orientado por los educadores y acompañado por sus padres: prestar atención a los sonidos, tocar texturas, sentir las inclemencias del tiempo, conocer los comportamientos de los animales, entre otros. La finalidad es que niños y niñas se diviertan y estén en contacto con la naturaleza desde una perspectiva de respeto y de orgullo local. El programa está basado en el libro de Richard Louv, *Last Child in the Woods: saving our children from nature-deficit disorder* (2005).

Por último, destaca el trabajo de WAZA que ha creado aplicaciones para dispositivos móviles – smartphones y tabletas- para poner a disposición de las audiencias de zoos y acuarios: contenidos, posters, documentales, códigos QR, introducción en las redes sociales -Facebook y Twitter- con su programa *Biodiversityisus*. Toda una puesta en escena para no dejar pasar la oportunidad de seguir siendo los máximos proveedores de educación ambiental y conciencia conservacionista.

La ONU hace eco de la relevancia mundial de estos temas a través del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) donde ha creado un manual para docentes al uso que hace hincapié a las cuestiones relativas a la conservación del medioambiente a través de situaciones cotidianas donde se deja al estudiante que exprese su opinión y que cuestione las diferentes situaciones que se exponen. Se pretende dar visibilidad a cuestiones no explícitas y abordar las problemáticas desde diferentes puntos de vista para generar debate y ser conscientes de las desigualdades que establecemos entre humanos, los “más-que-humanos” y el medio ambiente. “Existe un vacío de conciencia pública acerca del papel crítico que la diversidad biológica juega en proporcionar elementos esenciales para nuestra supervivencia y bienestar”.

También desde el Convenio de la Diversidad Biológica y la UINC (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) se establecieron las “20 Metas de Aichi” (*Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica*; 2014: 32) basadas en “Vivir en armonía con la naturaleza en 2050”. Estas fueron consensuadas y aprobadas por los miembros de la Convención sobre Diversidad Biológica (CBD) en 2010. Producto de ello se crearon herramientas para la implementación de las metas. Una de ellas es un “kit” de CEPA (Comunicación, Educación y Conciencia Pública) para personas que coordinan las estrategias y planes de acción sobre la diversidad biológica. Su forma de abordar la educación es mediante un plan es-



5. LÍNEAS
EDUCATIVAS

tratégico para cada situación concreta donde prima la escucha activa de las comunidades -para abordar sus problemas versus el medioambiente- y el enfoque comunicativo emocional para propiciar que el mensaje permanezca.

“La nueva ciencia nos transporta de una visión colonial de la naturaleza como un enemigo al que saquear y esclavizar, a una nueva visión de la naturaleza como comunidad a la que debemos cuidar. El derecho a explotar, cultivar y adueñarse de la naturaleza convirtiéndola en propiedad se va atemperando por la obligación de cuidarla y tratarla con dignidad y respeto. El valor utilitario de la naturaleza comienza a dar paso lentamente a su valor intrínseco.” (Rifkin, 2010: 589-590)

Todo apunta a que la concepción de los zoos como los conocemos hoy en día se irá diluyendo, para dar paso a una reestructuración profunda que traerá modelos de zoo más tecnológicos y bienestaristas: los zoos serán aulas donde primará el conocimiento del individuo per se y el conocimiento de las instalaciones como lugares donde se habrán resuelto con éxito los problemas derivados de la falta de enriquecimiento ambiental; las especies nativas serán las protagonistas así como los problemas medioambientales locales.

El respeto hacia la naturaleza será el máximo exponente mediante instalaciones que logren comportamientos propios de la especie evitando enfermedades características de la cautividad –estereotipias, autolesiones, coprofagia, inactividad, aburrimiento entre otras - y otros trastornos derivados de los encierros tales como el deterioro emocional, desorientación, desarraigo de su propio sistema social, estrés, arteriosclerosis (Ellenberger, 1960: 85).

La supervivencia de los zoos estará ligada a hacer efectivo los valores humanos por encima de las contradicciones que genera su misma existencia. Se partirá hacia nuevos modelos para poder seguir teniendo una relevancia pública dentro de las principales urbes. Un ejemplo de ello es el proyecto vanguardista de “e-zoo” que la fundación filantrópica Franz Weber promueve para acercar a las personas al comportamiento natural de los animales mediante los últimos desarrollos tecnológicos. La implementa-

ción de este tipo de zoos conduciría hacia sociedades más éticas garantizando la libertad de los animales y la conservación de las especies en sus hábitats lo cual es primordial para que el tráfico legal e ilegal de animales silvestres no siga incrementándose, las especies no se extingan y no se popularice el síndrome del coleccionista.

El mensaje oculto de las sociedades occidentales mediante la gestación de zoos es el de la posesión privada de los recursos escasos sólo para el deleite de unos pocos; tal egoísmo irá reemplazándose por la toma de responsabilidad colectiva.

La gran mayoría de zoos y acuarios del mundo están desactualizados y se hallan en la omisión del ejercicio de sus obligaciones sociales. Sin embargo, todo apunta a que el cambio de modelo ya está en marcha: nuevos conceptos, nuevos contenidos, nuevos currículos explícitos (Educación ambiental, ética y acción UNEP 2006; Elliot Einer: 10) -más participativos-, nuevas metodologías basadas en el desarrollo de la capacidad empática de las personas.

En palabras de Keith Wheeler - Presidente de la Comisión de la Educación y Comunicación de la UICN en CEPAC - “Si nos limitamos a las tradicionales perspectivas de la comunicación y la educación, no estaremos a la altura de nuestros objetivos para el cambio.” (2006: 6). Además muchas administraciones están acompañando este proceso con una actitud favorable, - sobre todo en aquellas ciudades declaradas petfriendly-. Es vital el desarrollo de la empatía en la ciudadanía promoviendo la re-elaboración del sentido de los zoos: reconocer y validar desde una autoridad formal los beneficios de las alternativas éticas en las prácticas educativas para que se cambien los “supuestos culturales” y las “reducciones autovalidantes” (Educación ambiental, ética y acción 2006; Anthony Weston: 14) desde donde las personas se orienta en su comportamiento social.

“Un programa de educación dirigido a la concienciación y sensibilización del público respecto de la conservación de la biodiversidad, cuyo cumplimiento exige no solo la información sobre las especies expuestas sino también la formación del público y la colaboración institucional [...]” (VVAA, 2010: 64)



6. CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación, se puede afirmar que los objetivos previstos han sido asumidos y las hipótesis planteadas confirmadas. A continuación se disponen los datos más relevantes del estudio. La resolución de las hipótesis principales llevan a explicitar que,

Las principales motivaciones que llevan a la ciudadanía –entendiendo aquellos ciudadanos que son target para el PZB (familias con hijos) y los que no lo son (el resto) - a visitar el zoo son principalmente la demanda de los niños y niñas, pasar el día y estar en proximidad con los animales y la naturaleza. Lo cual, explicita que las motivaciones no nacen ni se nutren, generalmente, de motivaciones educativas tácitas sino que son otros los intereses para decidir ir al PZB.

VISITANTES

Los visitantes del zoo no recuerdan ni captan conceptos fundamentales sobre conservacionismo que les han sido propuestos en la visita. Así lo corroboran los datos que se ciñen a resultados donde la tónica han sido expresiones tópicas sobre animales, que no han llegado a articular una frase concreta. El recuerdo de las normas del zoo y los carteles rojos de los animales en peligro de extinción. Por tanto, los conocimientos obtenidos no son funcionales para la formación del público ni en su concienciación sobre la protección de la biodiversidad.

El discurso de los visitantes sobre los aspectos positivos del zoo pone de manifiesto que dan importancia a las bondades del recinto, principalmente basadas en las instalaciones para los visitantes, la proximidad con los animales y los espectáculos con delfines. Ello da pistas de cuales son las prioridades a satisfacer por la entidad. La interiorización de las cualidades del zoo –servicios e infraestructuras- son clave para justificar la decisión de visitarlo y encuadrarlo dentro de las salidas familiares. Sin embargo, a los visitantes les disgusta las instalaciones de los animales y tienen una mala impresión sobre la salud de los mismos así como de su cautiverio. Se destaca que la amplia mayoría de los visitantes mostraron una actitud favorable hacia la conservación de la biodiversidad, lo cual explica que haya un deseo subyacente para que la visita “sirva” en aras de la utilidad educativa (de sus niños o niñas) aunque las disonancias cognitivas en los discursos son muy frecuentes.

CIUDADANOS

El Estado de salud de los animales fue el aspecto más negativo que en casi todos los colectivos nombraron. Destacan que fueron los encuestados del co-

lectivo Excursiones escolares los que mostraron con más contundencia y prácticamente en solitario el desagrado al Estado de cautividad de los animales, exceptuando para la categoría de Salidas familiares que hicieron referencia a la salud de los animales.

La opinión de los ciudadanos de Barcelona –muestra de población que destaca por ser joven- tiene un discurso distanciado del de los visitantes. Para estos, la decisión de ir al zoo no fue de ellos –en la mayoría de los casos- sino que de sus padres, por lo que las motivaciones fueron salidas familiares y excursiones escolares. Ellos no recuerdan conceptos ni recuerdan haber leído paneles informativos. Para estas personas los aspectos positivos del zoo tienen que ver con estar en contacto con los animales y la naturaleza y otros aspectos. Manifiestan que no les gusta privar de libertad a los animales, tampoco les gusta las instalaciones y/o jaulas, así como percibir el estado de salud de los animales. Para esta nueva generación el zoo no tiene importancia y la gran mayoría está de acuerdo con una hipotética reestructuración del zoo con animales locales, para mejorar su bienestar y reintroducirlos en su medio natural. Muestran actitudes totalmente conservacionistas y empáticas con los animales. El discurso de la ciudadanía es crítico con el zoo y ya no refleja ciertas creencias sobre la educación mediante la visita.

La formación que imparte el zoo es claramente insuficiente para poder satisfacer la norma que marca la ley estatal 31/2003, art.4b . Hecho que ha quedado demostrado en el estudio.

En ambos cuestionarios se ha puesto de relevancia que las personas buscan y desean un contacto directo con la naturaleza. Ello conduce a una demanda efectiva de espacios verdes de calidad en la ciudad. El zoo, es poseedor y sabedor de esta característica por lo que es una “entidad de acceso restringido” para aquellos que no son familias con hijos y se lo pueden permitir, el resto debe de considerar otras opciones o pagar la entrada.

Existe una necesidad de reestructurar el zoo para adecuarlo a las nuevas necesidades, tanto de animales como de ciudadanos, sobre todo considerando el bienestar máximo para los primeros, puesto que el zoo en estos momentos históricos ha llegado a su máxima decadencia y esto se deduce de las informaciones recogidas en la encuesta. El único interés que tiene para los visitantes es que resuelva un día – en el ciclo de toda una vida- de una salida familiar al aire libre en un espacio de naturaleza con animales que no representan ningún riesgo. Y como un ritual, la enseñanza que representa, es la lección para los niños y niñas sobre la domesticación de la naturaleza.



7. REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

Abram, David, (2000) La Magia de los sentidos Barcelona: Kairós.

Allen, Colin; Bekoff, Marc, (1999) Species of mind. The philosophy and biology of cognitive ethology, MIT Press.

Amerigo, Maria, (2006) “La investigación en España sobre actitudes proambientales y comportamiento ecológico”, Medio Ambiente y Comportamiento humano, 7(2), 45-71.

Berger, John, (1980) Modos de ver, Barcelona, Gustavo Gili.

Coetzee, John. M, (2001) Las vidas de los animales, Barcelona, Mondadori.

Collados Sariego, Gustavo, (1997) “El rol de los zoológicos contemporáneos”
<http://www.zoolex.org/publication/collados/collados.pdf> consulta: 7/07/2014.

De Waal, Frans, (2013) La edad de la empatía, Barcelona, Tusquets.

Ellenberger, Henri. F, (1960) “Zoological Garden and Mental Hospital”, Canadian Psychiatric Association Journal num. 5.
<http://www.clas.ufl.edu/users/burt/spliceoflife/ellenberger.pdf>, consulta: 17/08/14.

Fiby, Monika, (2012) “Future of Zoo Symposium”
http://www.zoolex.org/publication/fiby/futureofzoos2012/2012_future-of-zoos_summary.html
consulta: 15/05/14.

Goleman, Daniel, (2013) Eco Educación: educadores implicados en el desarrollo de la inteligencia emocional, social y ecológica, Barcelona, Juventud.

Gómez Galán, José, (2010) Valores medioambientales en la educación: situación del futuro profesorado de Extremadura ante la ecología y el cambio climático, Madrid, Ministerio de Educación, Secretaria General Técnica.

Gordon, Mary, (2005) Roots of Empathy, Toronto, Thomas Allen Publishers.

Hall, Derek y Brown, Frances, (2006) Tourism and welfare: ethics, responsibility, and sustained well-being, CABI, London.

Infozoos & Born Free, (2009) “The EU Zoo Inquiry 2011, Zoo Assesment Protocol.”
<http://endcap.eu/wp-content/uploads/2013/02/EU-Zoo-Inquiry-Report-Findings-and-Recommendations.pdf>, consulta: 04/09/14.

López de la Osa Escribano, Pilar, (2013) El Régimen Jurídico de los Parques Zoológicos y Acuarios, Pamplona, Aranzadi.

Louv, Richard, (2005) Last child in the Woods: saving our children from nature-deficit disorder, New York, Algonquin Books of Chapel Hill.

Lozao-Ortega, Iván, (2004) “El diseño de exhibiciones de fauna en la América Tropical. Memorias: Manejo de fauna silvestre en Amazonia y Latinoamérica”
http://www.zoolex.org/publication/lozano/design_lozano_2004.pdf, consulta: 18/04/14.

Martínez Huerta, Joseba, (2014) “Lecciones de una década”, Centro Nacional de Educación Ambiental (CENAM)
http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2014-04-martinez-huerta_tcm7-322136.pdf, consulta: 2/04/14.



7. REFERENCIAS
BIBLIOGRÁFICAS

- Martínez Huerta, Joseba,** (2013) “Evaluación de programas de educación para la sostenibilidad”, Centro Nacional de Educación Ambiental (CENAM), http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2013-01-martinez-huerta_tcm7-238099.pdf, consulta: 2/04/14.
- Radcliffe-Brown, Alfred Reginald,** (1996) Estructura y función en la sociedad primitiva. Barcelona, Península.
- Rifkin, Jeremy,** (2009) La civilización empática. La carrera hacia una consciencia global en un mundo en crisis, Barcelona, Paidós.
- Turley, Sophie .K,** (2001) “Children and the demand for recreational experiences: the case of zoos”, Leisure Studies, Taylor&Francis, 20 (1), 1–18.
- WAZA,** (2005), Construyendo un futuro para la Fauna Salvaje. Estrategia Mundial de los Zoos y Acuarios para la Conservación. Fuente: www.waza.org, consulta: 10/9/14.
- Weil, Zoe,** (2004) The power and promise of Humane Education, Gabriola Island, New Society Publishers.
- Wheeller, B,** (2005) “Ecotourism/egotourism and development.”, Nature-based Tourism in Peripheral Areas: Development or Disaster?, C.M. and Boyd, Channel View, Clevedon, 263–272.
- Wolf, Ursula,** (2012) Ética de la relación entre humanos y animales, Madrid, Plaza y Valdés.
- WVAA** (1998) Education Estándars, AIZA. http://www.aiza.org.es/pdf/estandares_es.pdf, consulta: 21/11/14.
- WVAA** (2002) Visitor Learning in zoos and Aquariums, a literatura review. American Zoo and Aquarium Association.
- WVAA** (2003) Enhancing the zoo visitor’s experience by public animal training and oral interpretation at an otter exhibit. <http://www.izea.net/education/Enhancing%20the%20Zoo%20Visitors%20Experience%20by%20Public%20Training%20and%20Interpretation.pdf>, consulta: 14/06/14.
- WVAA** (2004) Tècniques d’investigació social Quantitatives, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.
- WVAA** (2006) Tourism and Welfare: Ethics, Responsibility and Sustained well being, Oxford, International library of Congress cataloging in public data.
- WVAA** (2006), Educación Ambiental, Ética y Acción: Un libro de trabajo para poner manos a la obra, CEPA, PNUMA, http://www.oei.es/decada/ethics_sp.pdf, consulta: 8/6/14.
- WVAA** (2007) Why Zoos&Aquariums Matter: Assesing the impact of a visit a Zoo or Aquarium, Colesville: Silver Spring MD. https://www.aza.org/uploadedFiles/Education/why_zoos_matter.pdf, consulta: 5/04/14.
- WVAA** (2010) El parque zoológico, un nuevo aliado de la biodiversidad. Madrid, Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Dirección General de Medio Natural y Política Forestal. http://www.magrama.gob.es/es/biodiversidad/publicaciones/doc_guia_aplicacion_ley_31_2003_zoos_tcm7-327029.pdf, consulta: 22 /05/14.
- WVAA** (2014) Perspectiva Mundial sobre la Diversidad Biológica. Montreal, Secretaria del Convenio sobre la Diversidad Biológica, <http://www.cbd.int/doc/publications/gbo/gbo3-final-es.pdf>, consulta: 12/09/14.
- WVAA** (2014) Building the future of Education: Museums and the learning Ecosystem, Washington, American Alliance of Museums. www.Aam-us.org, consulta: 6/07/14.



8. ANEXOS

CUESTIONARIO A

VISITANTES DEL ZOO DE BARCELONA.
CUESTIONARIO A

1. Es usted socio del Zoo de Barcelona?

1. Si 2. No

2. Generalmente, con que frecuencia visita el zoo de Barcelona?

1. Una vez al mes 2. Dos veces al mes
 3. Más de dos veces al mes 4. Una vez al año
 5. Dos veces al año 6. Más de dos veces al año. 8. Otras

3. Qué día de la semana suele ir al zoo de Barcelona?

1. Fin de semana 2. Día festivo 3. Vacaciones personales
 4. Día laborable 5. NS/NC

4. Que estación del año elige?

1. Primavera 2. Verano 3. Otoño 4. Invierno 5. NS/N

5. Quién le ha acompañado en su visita al zoo?

1. Nadie 2. Mi pareja 3. Mis hijos 4. Otros familiares
 5. Menores no familiares 6. Amigos (adultos) 7. NS/NC

6. Por qué ha decidido visitar el zoo?

7. Cuanto ha durado la visita? (horas)

8. Ha leído los paneles informativos de las jaulas y/o instalación/es?

2. No

1. Si -> 9. Cuántos paneles?

1. De 1 a 3 paneles 2. De 4 a 7 paneles
 3. De 8 a 11 paneles 4. De 12 a 15 paneles
 5. Más de 15 paneles

10. Qué información recuerda de los paneles informativos?

11. Después de leer los paneles, usted diría que su conocimiento en fauna aumento...

1. Nada 2. Poco 3. Ni mucho ni poco.
 4. Bastante 5. Mucho

12. Que aspectos positivos destacaría del zoo?

13. Que aspectos negativos destacaría del zoo?

14. En su visita al zoo de Barcelona

ha recibido información acerca de...	Si	No
a) La conservación de los principales ecosistemas del planeta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Los diferentes grados de amenaza de extinción de las especies expuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Los programas de cría y reintroducción del zoo de Barcelona.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) La colaboración del zoo de Barcelona con entidades educativas (universidades, colegios...) y de sensibilización (ONG's, organizaciones internacionales de protección de la naturaleza...) para la conservación de la fauna silvestre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Después de visitar el zoo, Cuál es su postura respecto a estas cuestiones? TD: Totalmente en Desacuerdo; D: Desacuerdo, I: Indiferente; A: De Acuerdo; TA: Totalmente de Acuerdo	1. TD	2. D	3. I	4. A	5. TA	6. NS/NC
16. La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la Biodiversidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bienestar en el zoo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DATOS DEL ENTREVISTADO/A

Sexo 1. Mujer 2. Hombre

Año de nacimiento _____

NIVEL EDUCATIVO

1. Analfabeto por problemas físicos o psíquicos
 2. Analfabeto por otras razones (no son capaces de leer ni escribir)
 3. Sin estudios (han ido menos de 5 años a la escuela sin contar preescolar)
 4. Estudios primarios o equivalentes (estudios desde los 6 a los 12 años)
 5. Enseñanza General Secundaria 1er ciclo (estudios desde los 12 a los 16 años: ESO, Garantía Social, Graduado Escolar)
 6. Enseñanza Profesional de 2o grado (FP I, enseñanza técnico-profesionales de primer grado, conservatorio de música...
 7. Enseñanza General Secundaria, 2o ciclo (Bachillerato completo LOGSE, BUP (con o sin COU), Estudios eclesiásticos, REM -Reforma de Enseñanzas Medias-)
 8. Enseñanzas Profesionales Superiores (FP II grado medio y superior)
 9. Estudios universitarios o equivalentes (diplomaturas, licenciaturas, ingenierías, doctorados, masters...)
 10. Otros



8. ANEXOS

CUESTIONARIO B

CIUDADANOS DE BARCELONA ANTE EL
ZOO. CUESTIONARIO B

1. En alguna ocasión, ha visitado el zoo de Barcelona?

1. Si
2. No → 2. Porque nunca ha visitado el zoo de Barcelona?
1. No me interesan los animales
2. No tengo tiempo para visitarlo
3. No me gusta ver animales privados de libertad
4. Los zoos están dirigidos a niños
5. Los zoos no contribuyen a la conservación de la naturaleza
6. Los animales del zoo tienen mal aspecto
7. Precio de la entrada
8. Otros
9. NS/NC

6. Leyó los paneles informativos de las jaulas y/o instalación/es?

9. NS/NC
1. Si
2. No → 7. Cuántos paneles?
1. De 1-3 paneles 2. De 4-7 paneles
3. De 8-11 paneles 4. De 12-15 paneles
5. Más de 15 paneles 9. NS/NC

9. Después de leer los paneles, usted diría que su conocimiento en fauna aumentó...

1. Nada 2. Poco 3. Ni mucho ni poco.
4. Bastante 5. Mucho 9. NS/NC

10. Qué aspectos positivos destacaría del zoo?

11. Qué aspectos negativos destacaría del zoo?

Pasar a pregunta núm.20 en el caso de haber respondido NO en la pregunta no. 2

3. En aquel momento, cual fue la motivación para visitar el zoo de Barcelona?

4. Cuanto duró la visita? (horas) _____

5. Generalmente, con que frecuencia visita el zoo de Barcelona (incluyendo esta visita)?

1. Una vez al mes 2. Dos veces al mes
3. Más de dos veces al mes 4. Una vez al año
5. Mas de dos veces al año 6. Otras frecuencias

En su visita al zoo de Barcelona recibió información acerca de...	1.Si	2.No	9. NS/NC
12. La conservación de los principales ecosistemas del planeta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Los diferentes grados de amenaza de extinción de las especies expuestas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Los programas de cría y reintroducción del zoo de Barcelona.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. La colaboración del zoo de Barcelona con entidades educativas (universidades, colegios...) y de sensibilización (ONG's, organizaciones internacionales de protección de la naturaleza...) para la conservación de la fauna silvestre.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Después de visitar el zoo.... Cuál es su postura respecto a estas cuestiones? TD: Totalmente en Desacuerdo; D: Desacuerdo; I: Indiferente; A: De Acuerdo; TA: Totalmente de Acuerdo	1. TD	2. D	3. I	3. A	4. TA	5. NS/NC
16. La conservación de la fauna silvestre en sus hábitats naturales es muy importante para conservar la Biodiversidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Conocer las necesidades ambientales de las especies es muy importante para su bienestar en el zoo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Los animales pueden experimentar emociones similares a las de los humanos pero en diferente grado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Si de mi dependiese, no habría animales en cautividad en los zoos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*20. Como de importante es para usted el Zoo de Barcelona? *

1. Muy Importante 2. Importante 3. Indiferente 4. Poco importante 5. No tiene importancia 9. NS/NC



8. ANEXOS

Ordene de mayor a menor, sus preferencias para el Parque zoológico de Barcelona:

Preferencias:		1ª	2ª	3ª
Tipo de exhibición de animales	21. Jaulas, tanques e instalaciones cerradas: zoo tradicional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	22. Semi-libertad: zoo tipo safari con recorrido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	23. Zoo virtual. Centro de interacción con animales virtuales con la última tecnología.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Preferencias:		1ª	2ª	3ª	4ª
Tipo de animales	24. Fauna exótica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	25. Fauna Local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	26. Mix de fauna local y exótica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	27. Todos los animales posibles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Preferencias:		1ª	2ª	3ª	4ª	5ª
Finalidad	28. Entretenimiento y ocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	29. Conservación de la biodiversidad. Cría y recuperación de animales para su reintroducción en la naturaleza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	30. Educación ambiental y científica para todos los visitantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	31. Lucro. Explotación económica de los animales para la aportación de riqueza a la ciudad de Barcelona	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	32. Reconocimiento internacional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. Cual sería su postura si el zoo de Barcelona dejara de tener especies exóticas en beneficio de tener sólo especies locales, para su posterior reintroducción en el medio natural local?

1. Muy de acuerdo 2. De acuerdo 3. Indiferente 4. Desacuerdo
 5. Muy desacuerdo 9. NS/NC

DATOS DEL ENTREVISTADO

34. Sexo 1. Mujer 2. Hombre

35. Año de nacimiento

36. Reside en la ciudad de Barcelona?

1. No (especificar lugar)

2. Si → 37. En que distrito? 1. Ciutat Vella 2. Eixample

3. Gracia 4. Horta-Guinardo 5. Les Corts 6. Sant Andreu
 7. Sant Martí 8. Sants-Montjuïc 9. Sarrià- Sant Gervasi

NIVEL EDUCATIVO

1. Analfabeto por problemas físicos o psíquicos.
 2. Analfabeto por otras razones (no son capaces de leer ni escribir)
 3. Sin estudios (han ido menos de 5 años a la escuela sin contar preescolar)
 4. Estudios primarios o equivalentes (estudios desde los 6 a los 12 años)
 5. Enseñanza General Secundaria 1er ciclo (estudios desde los 12 a los 16 años: ESO, Garantía Social, Graduado Escolar)
 6. Enseñanza Profesional de 2o grado (FPI, enseñanza técnico-profesionales de primer grado, conservatorio de música...)
 7. Enseñanza General Secundaria, 2o ciclo (Bachillerato completo LOGSE, BUP (con o sin COU), Estudios eclesiásticos, REM -Reforma de Enseñanzas Medias-)
 8. Enseñanzas Profesionales Superiores (FP II grado medio y superior)
 9. Estudios universitarios o equivalentes (diplomaturas, licenciaturas, ingenierías, doctorados, masters...)
 10. Otros: _____



8. ANEXOS

- i **Boletín Oficial del Estado (BOE)**. www.boe.es, consulta: 3 /04/14
- ii **Gómez Galán, José** , Valores ambientales en la educación: situación del futuro profesorado de Extremadura ante la ecología y el cambio climático, 2010. Obra de la que se sigue en este estudio como modelo metodológico la cual obtuvo el Premio Nacional de Medioambiente en España el año 2010.
- iii **Citado por Hall Dereck** et alt en “Tourism and welfare: Ethics, responsibility and sustained well being”, Kidd, A.H., Kidd, R.M. and Zasloff, R.L. Pp. (1995) “Developmental factors in positive attitudes toward zooanimals”. *Psychological Reports* 76(1), 71–81. (1995)
- iv **Turley** (1999) citada en *Tourism’s and welfare: Ethics, responsibility and sustained well being*. (2006)
- v “Es necesario fortalecer, en un plazo de cinco años, el intercambio de información mediante el mejoramiento de la tecnología y los medios necesarios para promover la educación sobre el medio ambiente y el desarrollo y la conciencia del público. Los países deberían cooperar entre sí y con los diversos sectores sociales y grupos de población para preparar instrumentos educativos que abarquen cuestiones e iniciativas regionales en materia de medio ambiente y desarrollo, utilizando materiales y recursos de aprendizaje adaptados a sus propias necesidades”
<http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter36.htm>
consulta: 4/05/2014
- vi **Plan de Sostenibilidad del zoo de Barcelona 2013-2016**.
http://sostenibilitatbcn.cat/attachments/article/61/Pla_Accio_Zoo%20de%20Barcelona.pdf
consulta: 26 /11/14
- vii **Estrategia de WAZA (2006)**
http://www.waza.org/files/webcontent/1.public_site/5.conservation/conservation_strategies/understanding_animals_brochure/Marketing%20brochure.pdf
consulta: 4/05/2014
- viii **Estrategia de UINC (2013-2016)**
http://cmsdata.iucn.org/downloads/programa_de_la_uicn_2013_2016_final_29_nov_12.pdf
consulta: 4/05/2014
- ix **Estrategia Agenda21**
<http://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21toc.htm>
consulta: 4/05/2014
- x **Programa Roots and shoots**, fuente consultada Junio 2014
<http://www.rootsandshootsspain.blogspot.com.es/p/prueba.html>
consulta: 4/05/2014
- xi **Concepto Millenials**, fuente consultada en septiembre 2014:
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2014/04/04/actualidad/1396638618_990658.html
consulta: 4/05/2014
- xii **Programas formativos de “EAZA Academy”**, consulta: 20/09/14
<http://www.eaza.net/activities/academy/Documents/EAZA%20Academy%20prospectus%202014.pdf>
consulta: 4/05/2014.



8. ANEXOS

- xiii **Congreso Bianual de IZE.**
<http://www.oceanpark.com.hk/ize2014/en/programme.html>
consulta: 4/05/2014.
- Programa del congreso Septiembre 2014.**
http://www.oceanpark.com.hk/ize2014/pdf/PresentationSchedule_Aug25.pdf
consulta: 18/10/14
- xiv **Programa SEAL del Zoological Society of London.**
www.oceanpark.com.hk/ize2014/pdf/download/ws4-sarah-thomas.pdf
consulta: 20/09/14
- xvi **AZA, Education in future zoos and aquaria: what will success look like?**
<http://www.oceanpark.com.hk/ize2014/pdf/download/P05-Nette-Pletcher.pdf>
consulta 20/09/2014.
- xvii **Programa Biodiversityisus** para Facebook y Twitter.
<https://www.facebook.com/BioDiversityIsUs>; [@twitter.com/BioDivus](https://twitter.com/BioDivus)
consulta: 20/09/ 2014.
- xviii **Libro de formación en ética ambiental**
http://www.unep.org/training/downloads/PDFs/ethics_sp.pdf
- xix **“Mas-que-humano”** termino acuñado por David Abram en su libro La Magia de los sentidos, Kairós, Barcelona, 2000, y utilizado por PNUMA en su libro de formación Educación ambiental, ética y acción, pp.1, para romper con el antropocentrismo en el termino “no humano”.

http://www.unep.org/training/downloads/PDFs/ethics_sp.pdf
consulta: 20/09/ 2014.