



Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: “ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

CURSO FM4: USO RECREATIVO EN EL MEDIO NATURAL: ESPACIOS NATURALES Y RURALES



TEMA 3. APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN PARA FORMACIÓN Y/O INFORMACIÓN DE USUARIOS DE ZONAS DE USO RECREATIVO EN MEDIO NATURAL

Duración: 30 horas

Modalidad Mixta: 2 horas presenciales/ 28 horas on line

[\(https://raxiaformacion.es/\)](https://raxiaformacion.es/)

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

ÍNDICE

1. COMUNICACIÓN DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

1.- TIPOS DE COMUNICACIÓN

2. PRESENTACIÓN DEL TEMA

3. LENGUAJE Y COMUNICACIÓN POSITIVA

4.- CLAVES PARA QUE UNA ACTIVIDAD SEA DINÁMICA Y EFECTIVA

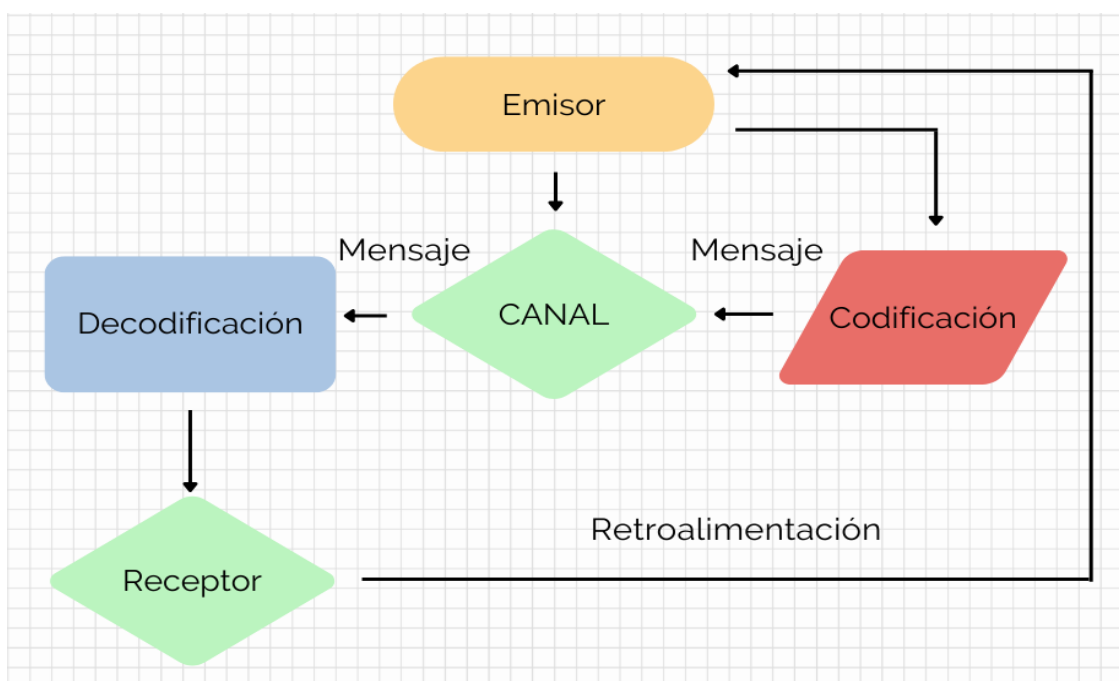
5.- ACTITUD FRENTE A LAS CRÍTICAS Y LOS ELOGIOS

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: “ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

1. COMUNICACIÓN DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

La comunicación es la capacidad que tenemos las personas para intercambiar pensamientos, ideas, órdenes y conocimientos. Nos permite transmitir a los demás nuestros deseos, necesidades, experiencias y sentimientos por medio del lenguaje oral o escrito.

Es un proceso que puede esquematizarse del siguiente modo:



Emisor: es aquel que transmite la información, puede ser un individuo, un grupo o una máquina.

Receptor: es aquel que recibe la información, al igual que el emisor, puede ser un individuo, un grupo o una máquina.

Código: Conjunto o sistema de signos de cualquier naturaleza que el emisor utiliza para codificar el mensaje (transmitir) y el receptor para decodificarlo (entender).

Canal: Elemento físico por donde el emisor transmite la información al receptor. Tanto el medio natural (aire, luz) como el medio técnico empleado (impresión, radio, teléfono, televisión,

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

ordenador, etc.) y se percibe a través de los sentidos del receptor (oído, vista, tacto, olfato y gusto).

Mensaje: La propia información que el emisor transmite. Existen algunos aspectos que deben tomarse en cuenta cuando se elabora un mensaje como tener en mente al receptor, pensar el contenido con anticipación, ser breve y organizar el mensaje cuidadosamente, esto quiere decir que lo más importante debe ir al principio.

Contexto: Circunstancias temporales, espaciales y socioculturales que rodean el acto comunicativo y que permiten comprender el mensaje en su justa medida.

1.1 Tipos de comunicación

La comunicación puede clasificarse en tipologías diferentes atendiendo a varios aspectos:

- Por la naturaleza del acto de comunicación efectuado puede ser comunicación oral, comunicación escrita o comunicación por medios técnicos, mecánicos o electrónicos.
- Por el objeto de la información puede ser operativa (cuyo objeto es la realización del trabajo), motivadora (cuyo objeto es mantener el clima relacional favorable) y a su vez informal (un hecho familiar) o formal (cartas de jefes, congresos o reuniones recreativas).
- Por el sentido representado en el esquema del proceso de comunicación puede ser unidireccional en la que un emisor se dirige hacia uno o varios receptores y el canal de comunicación es en un solo sentido, recíproca donde el emisor y el receptor cambian sucesivamente sus papeles, multidimensional en la que intervienen varios interlocutores (los distintos participantes van turnándose en los papeles de emisor y receptor) y de transferencia donde la comunicación sigue un orden jerárquico en el que el emisor es el que tiene la información y conocimiento y
- lo transfiere a un receptor y éste al siguiente, si es necesario.

El proceso de comunicación de la educación ambiental afecta a grupos destinatarios muy diferentes (receptores) y trata un amplio catálogo de problemas (código del mensaje), así que necesita adoptar una actitud flexible y abierta a la integración de otras metodologías e

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

instrumentos para poder abarcar su objetivo de transmitir valores de protección al medio ambiente.

Tradicionalmente, las instituciones han utilizado instrumentos de carácter normativo y disuasorio para garantizar la protección ambiental y evitar acciones perjudiciales o inadecuadas. Sin embargo, aunque son necesarios, su uso exclusivo no asegura la aceptación por parte de la población de actitudes y comportamientos pro-ambientales.

El desarrollo de instrumentos basados en el aprendizaje social, la responsabilidad y la participación resulta indispensable. La información y la comunicación forman parte de esos instrumentos de los que dispone la educación ambiental para conseguir sus objetivos.

A través de la información, se dan a conocer hechos, situaciones o procesos, haciéndolos llegar al público de forma comprensible. Con la comunicación, además, se consigue una determinada actitud, provocar una reacción o motivar un determinado comportamiento, ofreciendo argumentos o valoraciones que apoyen una postura al respecto.

Así, los sistemas informativos son unidireccionales, mientras que los comunicativos bidireccionales.

La comunicación ambiental es un proceso de interacción social que ayuda a la población a entender los factores ambientales clave y sus relaciones, pero posibilita también la retroalimentación (feedback) constructiva.

Para ello, cuenta con un abanico de recursos muy amplio. A través de la combinación de diferentes recursos expresivos -texto, sonido e imágenes- y de la utilización de un enfoque atractivo e interactivo, se contribuye a facilitar un acercamiento personal a los temas ambientales.

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: **“ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.**



Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: **“ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.**

Conseguir formación y un empleo de calidad. Acción gratuita cofinanciada por el FSE

2.- PRESENTACIÓN DEL TEMA

La principal estrategia de comunicación en educación e interpretación ambiental es el uso de un **tema** (idea o eje principal del mensaje) que el público pueda recordar al final. Este eje principal se consigue sintetizando el mensaje de un conjunto de información.

Un tema es una frase formada por sujeto verbo y predicado que se prepara respondiendo a estas preguntas:

1. ¿Qué se quiere explicar? “Queremos explicar el relieve de una montaña”.
2. Más concretamente ¿qué parte del relieve? “Queremos explicar la relación de la roca caliza y el agua en la formación de este tipo de relieve”.
3. Entonces, ¿qué queremos que el público sepa al terminar la actividad? “Que la disolución de la roca caliza origina estas formas de relieve”.

Una vez decidido el tema, se desarrolla con más explicaciones o subtemas entorno a él que deben estar entre los 5 y 9 como máximo.

El tema debe ser pertinente, es decir, debe ser comprendido e interiorizado; la pertinencia está compuesta por dos elementos fundamentales: la significancia y la relevancia, en la medida en que los mensajes sean significativos y relevantes resultarán más interesantes y trascendentes para el público.

Significancia

Se dice que una información es significativa cuando la entendemos en el contexto de algo que ya sabemos. La significancia va unida a la capacidad de recordar otros conceptos o hechos, implica entendimiento conceptual, es decir una comprensión absoluta. A mayor significancia, mayor interés por un mensaje.

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: “ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

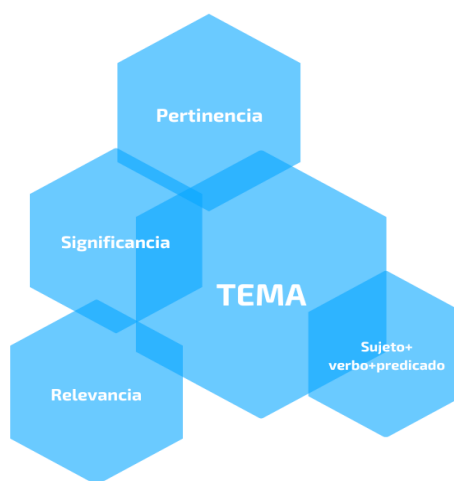
Relevancia

Es el grado en el cual la persona destinataria siente su relación con el tema que se está tratando. Lógicamente, está influenciada por sus propias experiencias anteriores. En interpretación la relevancia es mucho más importante que la significancia, es decir, conceptos como hijos, abuelos o hogar, son mucho más relevantes que descendientes, ancestros o casa. A mayor relevancia, mayor profundidad en la captación del mensaje, por lo que se recordará con mayor facilidad.

Estrategia de couminación

Elaboración de un tema:

- ¿Qué se quiere explicar?
- ¿En qué detalle?
- ¿Qué tiene que saber el público?



Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

3.- LENGUAJE Y COMUNICACIÓN POSITIVA

Es necesario esforzarse para que el lenguaje sea sencillo, evitando tecnicismos y conceptos científicos. También es importante que sea amable y espontáneo, cercano al público. En la misma línea, por ejemplo, puede afirmarse que las fechas significan poco para la mayoría de las personas, por lo que es más interesante asociarlas a hechos y acontecimientos históricos concretos que faciliten al público su localización en el tiempo.

Hay tres componentes importantes a tener en cuenta para una comunicación positiva y eficaz: el mensaje, los aspectos verbales y los aspectos no verbales.

El mensaje que queremos sea captado por nuestra audiencia tiene que estar bien organizado y tener en cuenta algunos elementos que permitan mejorar la comunicación. Debe ser:

- Relevante, por tanto apropiado a las condiciones de las personas receptoras y adaptado al contexto.
- Simple, sencillo, claro y concreto.
- Estructurado en fases, relacionando cada una con la explicación de la anterior.
- Repetido, insistiendo en los conceptos clave.
- Comparado, utilizando ejemplos, destacando similitudes y diferencias.
- Sintetizado y resumido al final.

Aspectos verbales de la comunicación para sintonizar con las personas receptoras:

- El tono de la voz debe ser lo más armonioso posible. Se debe modular la voz, es decir, hacer inflexiones o cambios de melodía, evitando que el discurso resulte monótono y aburrido, para que el mensaje que queremos transmitir no pierda eficacia.
- El volumen adecuado al espacio y al número de personas.
- La velocidad al hablar no ha de ser muy rápida ni demasiado lenta.
- El timbre que acentúe solo lo que queremos destacar.

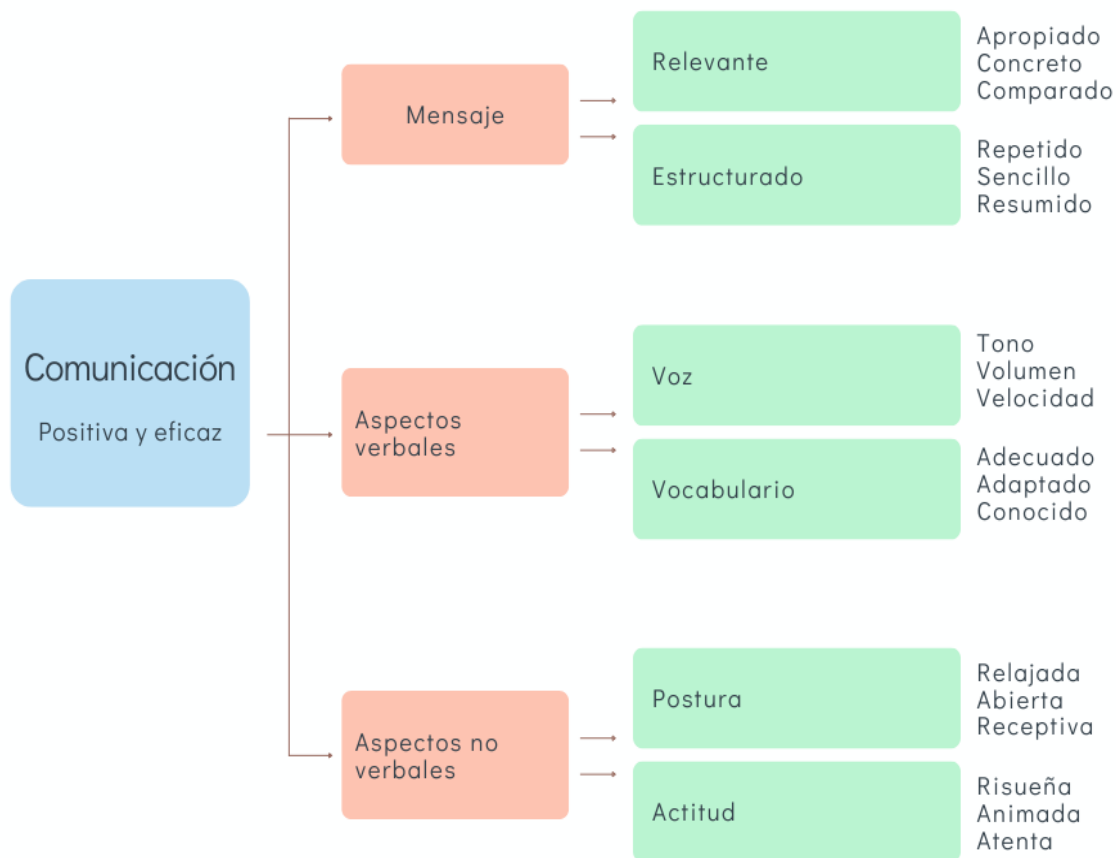
Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

- El vocabulario adaptado al grupo en función de su edad y sus conocimientos. Debe ceñirse al tema del que se está hablando, ser concretos y no divagar, evitando los cambios del tema sin sentido.

Los aspectos no verbales tienen relación con la expresión del cuerpo. Hacen referencia a un gran número de señales, entre los que se podrían citar como los más importantes el contacto visual, los gestos faciales, los movimientos de brazos y manos o la postura y la distancia corporal. Muchas señales comunicativas son conscientes y voluntarias, de forma que el emisor puede controlarlas, pero la gran mayoría son involuntarias e inconscientes y por lo tanto incontrolables. Algunos aspectos no verbales que sí pueden controlarse son:

- La postura ha de ser relajada, atenta.
- Las manos relajadas, a la vista, sin ponerlas delante de la boca.
- Los brazos en posición abierta, de recepción.
- La utilización de la sonrisa en la recepción del grupo y en los juegos de preguntas y respuestas para animar a la participación.
- La mirada ha de ser limpia y dirigida frecuentemente a los ojos de las personas interlocutoras.
- La ubicación respecto al grupo ha de estar siempre cuidada.
- Actitud de escucha activa. "El secreto de un buen comunicador no es ser interesante sino estar interesado".

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.



En resumen, una buena comunicación puede resumirse en:

- ✓ Ponerse en el lugar de la otra persona (ser empático).
- ✓ Mostrar una actitud positiva.
- ✓ Mirar y escuchar comprensivamente.
- ✓ Demostrar que interesa mediante: gestos faciales y corporales (asentir, mirar a los ojos,...).
- ✓ Educación y respeto.
- ✓ Lenguaje positivo y correcto.
- ✓ Tono y volumen de voz adecuado.

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: "ECONCELLOS" desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

4.- CLAVES PARA QUE UNA ACTIVIDAD SEA DINÁMICA Y EFECTIVA

Sin duda la primera clave es alentar a la participación mediante preguntas o la realización de actividades. Existen niveles de preguntas que se hacen para motivar al público y lograr una mayor integración en la actividad:

- **Preguntas para recordar:** Se formulan en tiempo pasado o condicional y buscan la conexión entre la vida cotidiana y las experiencias de las personas participantes y el lugar que se está visitando. Ejemplos: ¿Podría alguien decirme qué tipo de fruto produce el saúco? o ¿Sabría alguien decir dónde nace el Xallas?
- **Preguntas para analizar:** Se formulan en tiempo presente y su propósito es analizar, comparar o razonar. Ejemplos: ¿Recuerdan alguna planta que tenga las hojas parecidas a ésta?; ¿Saben decirme en qué se diferencian las culebras de las víboras?
- **Preguntas de nivel profundo.** Se formulan también en condicional y tienen como objetivo pronosticar, evaluar y aplicar información ya trabajada. Ejemplos: ¿Qué creen que ocurriría con las aves carroñeras si en esta zona desapareciera la ganadería? ¿Cómo sería la vegetación de esta zona si no hubiese tenido lugar un incendio?

La segunda clave es que todas las ideas que se presenten al público deben estar perfectamente secuenciadas para mantener el interés durante todo el proceso de comunicación y es importante ofrecer la información en pequeñas dosis y con un tono positivo. Mostrar, siempre que sea posible, las relaciones causa-efecto de lo que se explique ya que ello favorece la comprensión del público y lo prepara para responder a las preguntas de nivel profundo.

Otra clave es vincular las ideas con la historia humana o con las vivencias cotidianas. Por ejemplo, para el público el tratamiento de la flora de un lugar será más interesante si se la vincula al uso medicinal o culinario que se hacía en el pasado o a sus posibles usos o aplicaciones en la actualidad. También se pueden vincular a situaciones imaginarias como exagerar dimensiones y

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: “ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

escalas de tiempo, usar analogías o personificar cosas y seres. Ejemplos: Si el tiempo pudiese acelerarse a que cada mil años pasasen en un segundo se podría ver cómo se erosionan las montañas o las piedras pueden contarnos lo que sucedió aquí hace años.

También es útil plantear el uso del humor y del misterio, aunque siempre en dosis adecuadas. Tanto sonreír como usar el humor facilitan el que la actitud del público sea más positiva durante el desarrollo de las actividades. Además, actuar de una manera demasiado seria puede crear una atmósfera excesivamente formal. En interpretación se dice que existe misterio cuando parte de la información visual permanece oculta y sólo puede accederse a ella mediante el cambio de posición o la manipulación de algún artefacto. También puede resultar muy motivante el crear cierta intriga en relación con el final de una historia que se está contando o encontrar la respuesta apropiada a ciertas preguntas mediante la observación de los elementos del medio.

Y, por último, es de gran importancia satisfacer al público en su demanda de conocimiento y afectividad, infundiendo en todo momento confianza y autoestima para que cuenten sus propias experiencias. Utilizar leyendas, cuentos e historias reales o ficticias suele ser de gran ayuda para despertar la imaginación y curiosidad de los visitantes por determinados temas. También da muy buenos resultados hacer referencia a anécdotas personales o sucesos llamativos que hayan podido ocurrir en las inmediaciones. Lo raro e inusual siempre despierta gran interés entre la audiencia.

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: **“ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.**

5. ACTITUD FRENTE A LAS CRÍTICAS Y LOS ELOGIOS

Para averiguar el nivel de satisfacción de las personas participantes al final de la actividad se puede pasar un cuestionario o plantear una pequeña charla sobre su desarrollo y en ella se pueden recibir elogios o críticas. A la hora de saber actuar frente a esta evaluación es importante tener buenas habilidades sociales como el asertividad, que permite a la persona expresar sus sentimientos, pensamientos, opiniones y deseos de una forma adecuada, defendiéndolos, pero sin negar ni violar los de los demás, es decir, sin necesidad de ser agresivo ni tampoco pasivo.

El hecho de ser asertivo hace que uno se controle a sí mismo, que se exprese franca y honestamente, sin sentimientos de ansiedad y culpabilidad. Facilita la integración y comunicación con el medio.



Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: “ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Cuando en el desarrollo de una actividad se reciba alguna sugerencia crítica o que algún participante muestre cierto grado de insatisfacción no es recomendable hacer oídos sordos. En estos casos debemos:

- Escuchar con atención, activamente, esto es, afrontar la crítica no como un proceso pasivo, sino implicándose en lo que la otra persona está contando, con la intención de entenderla perfectamente. Consiste en comprender lo que dice y cómo afecta lo que dice.
- No considerar la crítica como un ataque personal sino como una sugerencia para mejorar el programa.
- Dar la razón al participante, cuando la tengan.
- Intentar comprender el punto de vista de la otra persona, independientemente de que se esté de acuerdo o no.
- Solicitar sugerencias o propuestas viables para solucionar el problema.
- Pedir disculpas si fuera necesario.

Así mismo tiempo, cuando se felicite por el trabajo o se reciba algún elogio, se debe aceptar con buen humor, sonriendo y bromeando, reconociendo el éxito y compartiendo la felicitación con otras personas.

Proyecto ConcellosECO: cualificando para la conservación de la biodiversidad autóctona del medio rural y la prevención de incendios: **“ECONCELLOS” desarrollado por Raxia Formación, cofinanciado por el Fondo Social Europeo a través del Programa Empleaverde de la Fundación Biodiversidad del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico.**