
INTRODUCCIÓN A LA EDUCACIÓN AMBIENTAL Y A LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO.



SAGUNTO, 5 DE Abril de 2011



Centro de Educación Ambiental de la C. Valenciana

**Inaugurado el 5 de junio de 1999,
Día del Medio Ambiente**

Titularidad pública (C.M.A.A.U.V.)

**Centro de referencia de la educación ambiental
en la Comunidad Valenciana**

¿QUÉ ES LA EDUCACIÓN AMBIENTAL?

“La educación ambiental es una corriente internacional de pensamiento y acción. Su meta es procurar cambios individuales y sociales que provoquen la mejora ambiental y un desarrollo sostenible”

**Libro Blanco de la Educación Ambiental en
España en pocas palabras.**

La E.A representa un nuevo modelo teórico, metodológico y práctico, enmarcado en un nuevo paradigma (Novo, 1990) que no afecta únicamente al sistema educativo o a sus contenidos sino también al modo de concebir el medio ambiente y el tipo de relaciones que con él establece la Humanidad. Se trata de un modo distinto y nuevo de pensamiento y acción.

Ramón Lara Tebar, 2010

OBJETIVOS DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL:

- ***Capacitar* en el análisis de los conflictos**
- ***Debatir* posibles alternativas ante los conflictos.**
- ***Tomar* decisiones individuales y colectivas.**

ETAPAS:

- 1. Acercamiento* afectivo hacia la naturaleza, cuyos únicos destinatarios son los niños.**
- 2. Cambio en el comportamiento* del ser humano con su entorno mediante actividades en la naturaleza. Adultos.**
- 3. Participación* de la sociedad en la mejora de su entorno. Se define el concepto “desarrollo sostenible”. Comunidades y gobiernos.**

UN PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PASO A PASO

•DIAGNÓSTICO DE LA REALIDAD:

¿Es necesario un programa de Educación Ambiental?

¿Para qué necesitamos un programa de Educación Ambiental?

¿En qué medida mejorará la gestión del paraje?

- **Oferta de equipamientos de EA.**
- **Estudio demográfico.**
- **Estudio del paisaje, climatología, relieve (viabilidad)**
- **Disponibilidad de terrenos.**
- **Inventario de recursos (naturales, patrimoniales, enclaves industriales, playas, ciudades)**
- **Oferta de restaurantes, bares y hospedaje.**



PROGRAMA

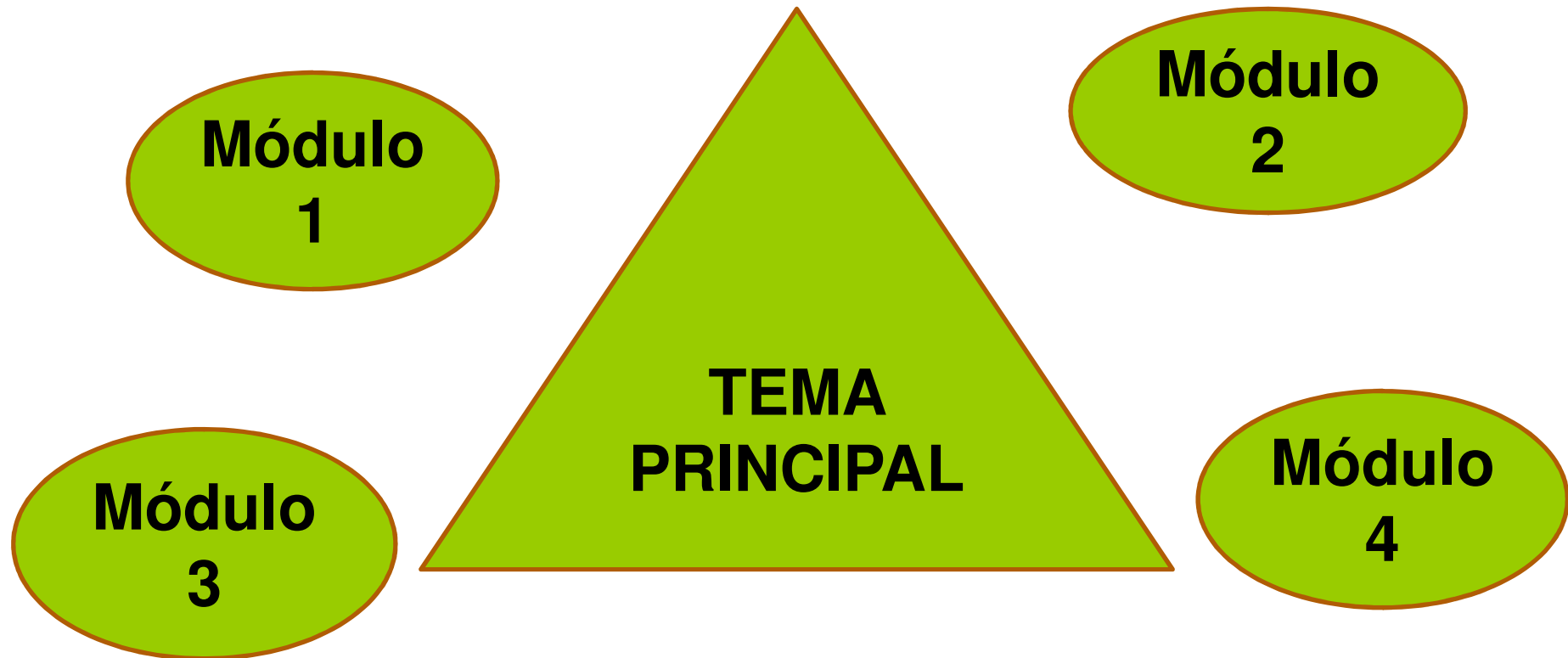
Gastos

**¿Recursos
humanos?**

- **Sensibilizar**
- **Apoyar procesos educativos**
- **Crear un espacio formativo**
- **Mejorar el atractivo cultural y turístico de la comarca**



OBJETIVOS





CONTENIDOS

TEMA PRINCIPAL:

Relación del hombre con el entorno, “*Hacia el desarrollo sostenible*”

MÓDULOS COMPLEMENTARIOS:

BBPP ambientales: energía, agua, residuos, transporte, consumo, ordenación del territorio, biodiversidad...



DESTINATARIOS*

- **Escolares**
- **Público general (grupos organizados y no organizados)**
- **Universitarios**
- **Formación ocupacional**
- **Discapacitados**

- **Itinerarios guiados y autoguiados**
- **Formación Ambiental**
- **Semanas temáticas**
- **Domingos familiares**
- **Jornadas y seminarios**
- **Publicaciones**



ACTIVIDADES



EVALUACIÓN

¿HACIA DONDE NOS DIRIGIMOS?*

**Crisis
actual**

**Bajo
presupuesto**



**Protagonismo del
Educador**

QUÉ ES LA INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO

“La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones mediante el uso de objetos originales, experiencias de primera mano, y medios ilustrativos, en lugar de simplemente transmitir la información de los hechos”.

(Tilden, 1957)

“La IP implica la traducción del lenguaje técnico de las ciencias a términos e ideas que la gente que no es especialista los pueda comprender fácilmente”.

Ham, 1992

“La IP es el “arte” de revelar in situ el significado del legado natural o cultural, al público que visita esos lugares en su tiempo libre.”

Morales, 2001

“La Interpretación es un proceso creativo de comunicación estratégica, que produce conexiones intelectuales y emocionales entre el visitante y el recurso que es interpretado para que lo aprecie y lo disfrute”.

Morales y Ham, 2008

INTERPRETAR ES:

ARTE

REVELAR

COMUNICAR

TRADUCIR

ENTENDER

OBJETIVO DE LA IP

Transmitir significados, conectando los valores inherentes del recurso con las experiencias e intereses de los visitantes

PRINCIPIOS DE LA IP (Tilden, 1957)

- **Relaciona el recurso con la experiencia del visitante.**
- **La IP no es información, es revelación.**
- **Es un arte que puede aprenderse.**
- **Es provocación, no persigue la instrucción.**
- **Presenta el todo y no las partes de forma aislada.**
- **La IP dirigida a niños requiere de programas específicos.**

FINES DE LA IP

- PARA EL LUGAR: Contribuir a la conservación del sitio.**
- PARA LAS INSTITUCIONES: Mejorar la gestión y el aprovechamiento educativo y recreativo.**
- PARA EL VISITANTE: Enriquecer su visita con significados, para que adopte una actitud de custodia.**

FASES

- **INTERPRETACIÓN INICIAL: Análisis científico, “voy a brindarles una visión de algo”**
- **2ª INTERPRETACIÓN: Traducción, “voy a traducirles para que comprendan mejor ese algo”**
- **3ª INTERPRETACIÓN: Provocación del pensamiento, “voy a hacerles pensar respecto a ese algo”**

**LO QUE UNE ESTOS PRINCIPIOS
ES EL AMOR POR LOS VALORES
DEL LUGAR Y LA NECESIDAD DE
COMPARTIRLO CON OTRA GENTE.**

LOS TRES PILARES DE LA IP

**Conocimiento
del Recurso**

**Conocimiento de
la Audiencia**

**OPORTUNIDAD
INTERPETATIVA**

Técnicas apropiadas

EL RECURSO

Es el icono a partir del cual se desarrollan significados relevantes. Pueden ser:

- Objetos**
- Construcciones**
- Plantas**
- Animales**
- Paisajes, etc. que merezcan ser revelados**

EL RECURSO:

- **Atributos tangibles**
- **Atributos intangibles**
- **Valores profundos**
- **Conceptos universales que dan relevancia personal al mensaje, conectando con el ego de los visitantes**

AUDIENCIA:

- **Edad**
- **Intereses**
- **Creencias**
- **Nivel cultural**
- **Procedencia**

**AUNQUE, LA IP DEBE PROCURAR
SIGNIFICADOS A CADA PARTICIPANTE.**

TÉCNICAS APROPIADAS

- **Comparaciones**
- **Citas**
- **Actividades prácticas**
- **Demostraciones**
- **Preguntas**
- **Uso del humor**
- **Ironía**

**...Hablamos de Técnicas
Comunicación**

LA OPORTUNIDAD INTERPRETATIVA SURGE CUANDO...

- **Diversificamos las técnicas interpretativas**
- **Ampliamos los enlaces entre el recurso y los conceptos universales (intangibles)**



MAYORES CONEXIONES*

LA IP TIENE QUE SER:

- **AMENA:** agradable y atractiva
- **RELEVANTE:**
con mensajes comprensibles
relevante para el ego
- **ORDENADA:** con un guión lógico
- **TEMÁTICA:** Con un tema claro y potente

(Ham, 1992)

AMENA
público no
cautivo

ORDENADA
Que el público la
siga sin perderse

COMUNICACIÓN

RELEVANTE
que involucre
al público
(vitamina R)

TEMÁTICA
Que provoque
pensamientos
profundos

EL TEMA

- **Es la idea central del mensaje, el meollo de una presentación**
- **Oración simple, breve y completa (una única idea)**
- **Específico, interesante y motivador**
- **Expresado en positivo → creencia**

TAM

Tema Abre Mentes

PROCEDIMIENTO PARA ELABORAR UN TEMA

1. **Determinar el tópico o asunto de la presentación**
2. **Determinar el tópico específico**
3. **Formular la **oración-tema** (¿qué quiero que la gente sepa?). Esta frase es la que aparece en la presentación.**

“El itinerario interpretativo guiado o autoguiado, por su sencillez, es una de las herramientas más efectivas para llegar a ese sector de la población que visita sitios históricos o espacios naturales, pero que no acostumbra a andar grandes distancias ni espera asistir a explicaciones eruditas. Es el equipamiento adecuado para satisfacer las necesidades recreativas de un grupo típico: dos niños, sus padres y alguno de sus abuelos.”

Morales, 2001

¿QUÉ SON LOS ITINERARIOS INTERPRETATIVOS?

- **Son rutas guiadas o autoguiadas**
- **Se desarrollan en diversos entornos**
- **Destinados a un público general**
- **Suponen un contacto directo recurso-público**
- **Explican los elementos que conforman el espacio y su necesidad de conservación.**
- **Son diferentes de los *itinerarios educativos***

PARTES DE UN ITINERARIO

- 1. CARTEL DE PRESENTACIÓN: Tema, Bienvenida, Motivación y Explicación de las características.**
- 2. PARADAS: Señalizadas, con un título-tema, textos breves y claros, no más de 65 palabras por parada, que no superen el minuto y con paradas de transición.**
- 3. PARADA FINAL: Conclusión y refuerzo del Tema.**

- **Público autónomo, numeroso y no cautivo**
- **Necesidad de medios interpretativos**
- **Disponibilidad permanente**
- **Reducen la presión en la zona**
- **Dan seguridad**
- **Bajo presupuesto**



AUTOGUIADOS

- **Grupos reducidos**
- **Figura del guía o interprete**
- ***Feed-back***
- **Versatilidad**
- **Mayor calidad del mensaje**



GUIADOS

TRAZADO*

- **Longitud y duración (long. max. 2 km, 30-90 min.)**
- **Forma (circular o de ocho, unidireccional)**
- **Paradas (15-20/km) concentradas en la primera mitad del recorrido**
- **Accesibilidad (inclinación inferior al 10%, anchura de carrito o silla de ruedas)**
- **Estructuras y elementos adicionales**

PUBLICACIONES INTERPRETATIVAS

- 1. Folletos, panfletos, guías, etc. ¿Gratis?**
- 2. Señales y carteles**
- 3. Exposiciones interpretativas**
- 4. Otros medios: audiovisuales, presentación con diapositivas, charlas interpretativas, interpretación ambulante**

1. DISEÑO DE FOLLETOS ➡ objetivos

- **Lenguaje breve, claro y ameno (fines recreativos)**
- **Evitar tecnicismos y nombres científicos**
- **Redacción persuasiva, no prohibitiva**
- **Incluir recomendaciones (oler, tocar, escuchar...)**

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

- **Tríptico a partir de formato DIN A4**
- **Coherencia en los materiales utilizados**
- **No usar más de dos tipos de letra**
- **Tamaño adecuado de letra**
- **Portada atractiva que incluya el tema**
- **Créditos discretos**

EVALUACIÓN

EL PROCESO DE
DISEÑO
Previo a la publicación

LA EFECTIVIDAD DEL
FOLLETO

- Atractivo y aceptación
- Tirada reducida

2.CARTELES Y SEÑALES

- **MENSAJE**

Atractivo, comprensible, creíble y breve
Título, párrafos y créditos

- **DISEÑO FÍSICO**

Forma, tamaño, materiales, color, letras,
espacios en blanco, resistentes al vandalismo

- **UBICACIÓN**

Visible, de fácil lectura y poco impacto visual

2.CARTELES Y SEÑALES

- **Redactar las restricciones en tono positivo**
- **Solicitar ayuda al visitante (implicarlo)**
- **Reforzar la idea de que el lugar pertenece a sus visitantes**
- **Incluir el vandalismo dentro del presupuesto**

3. EXPOSICIONES INTERPRETATIVAS

- **Deben crear un clima acogedor**
- **Interactuar “intelectualmente” con el visitante**
- **Invitar al visitante a aprender**

FASES DEL DISEÑO

- 1. Construir la línea argumental y definir un tema (conceptual)**
- 2. Determinar la forma y el diseño de la exhibición (creativo-artístico)**

PASOS A SEGUIR

- **Mensaje sencillo, no más de 5 ideas y pocas palabras (45 segundos o menos de lectura)**
- **Títulos y subtítulos atractivos**
- **La exhibición debe contar por sí misma una historia que debe ser creíble y demostrable**
- **Calidad en los diseños y en los contenidos**
- **El técnico en IP debe actuar como coordinador**

RECOMENDACIONES GENERALES

- **Evitar textos en cristales transparentes**
- **Audiovisuales en auditorios cerrados**
- **Mantenimiento: evitar botones y elegir estructuras fácilmente cambiables**
- **Evitar la secuencia de los *stands*: autonomía**
- **Evitar exposiciones permanentes**

EVALUACIÓN INTERPRETACIÓN IP

- **Encuesta de opinión (visitantes)**
- **Cuestionario de asimilación de contenidos (para escolares)**
- **Comportamiento del público (observación)**

4. OTROS MEDIOS INTERPRETATIVOS*

- **Audiovisuales (auriculares, circuito cerrado de TV, película...)**
- **Presentación con diapositivas (nº100-120, en 20 min)**
- **Charlas interpretativas (frescura, 5-15 min, material de apoyo)**
- **Interpretación ambulante (ambiente familiar, 3-5 min, planificación)**

GESTIÓN AMBIENTAL

- **Conocer los impactos ambientales que se generan en el paraje (actividades y visitas)**
- **Difundir las buenas prácticas ambientales**
- **Mejorar la gestión interna del paraje**
- **Formar y sensibilizar al personal implicado**
- **Ofrecer al usuario servicios ambientales de calidad**

Sistema de Gestión Medioambiental del CEA



Implantado en 2002

**Primera Unidad Administrativa de la Generalitat
Valenciana con EMAS e ISO 14001**

**Primer Centro de Educación Ambiental de Europa
con EMAS e ISO 14001**



CENTRO DE
EDUCACIÓN
AMBIENTAL
CEA
COMUNIDAD
VALENCIANA

Centro de Educación Ambiental de la C. Valenciana

E



CENTRO DE
EDUCACIÓN
AMBIENTAL

CEA

COMUNIDAD
VALENCIANA