

Promotoría ambiental

Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo
Sustentable (Cecadesu)

M. en E.A. Teresita del Niño Jesús Maldonado Salazar

INTRODUCCIÓN

Con frecuencia encontramos en los programas de promotoría ambiental objetivos orientados hacia el manejo adecuado de los recursos naturales, a reducir los daños causados al ambiente, la modificación de las pautas de consumo en los individuos, la erradicación de la pobreza y a elevar la calidad de vida de la población, entre otros.

Para el logro de estos objetivos, se hace necesario fomentar el conocimiento y aprecio de los recursos naturales y de los procesos ecológicos que los mantienen, dar a conocer las posibles causas que afectan nuestro medio ambiente y cómo repercuten en nuestra calidad de vida. Además de estos aspectos, se requiere entender los factores económicos, políticos, sociales, culturales e históricos que también inciden en la problemática ambiental y son relevantes para lograr un relación diferente con el medio y los recursos naturales y para promover la participación corresponsable de la población en las acciones de mejoramiento ambiental.

La elaboración de programas no es un proceso fácil, ni rápido, es necesario disponer de tiempo para planear los objetivos, las estrategias, las actividades y prever los recursos necesarios para operar este programa. Una buena planeación puede asegurarnos una parte del éxito del programa, si se plantea cuidadosamente tomando en cuenta las características y las necesidades del público destinatario.

Este Manual pretende proporcionar las herramientas mínimas necesarias para la elaboración de un **Programa de Promotoría Ambiental**, que dadas las condiciones ambientales cobra especial importancia en la formación de cuadros técnicos que contribuyan a establecer una nueva relación sociedad-naturaleza.

A través de esta herramienta se busca atender las demandas de los diversos grupos que están interesados en fomentar la formación de una cultura ambiental.

I PROMOTORIA AMBIENTAL

Uno de los problemas ambientales más graves que se presentan en las sociedades modernas está relacionado con el manejo inadecuado de los recursos naturales y la desigualdad social, esto hace necesario instrumentar programas de concientización ambiental para la modificación de los patrones de consumo y los hábitos y conductas de la población en el manejo de los recursos naturales, es decir, una de las tareas más urgentes es gestar una nueva cultura ambiental sentada en valores alternativos a los difundidos por los estilos de desarrollo imperante.

La pregunta es cómo cambiar el rumbo para construir una sociedad equitativa, un mundo más justo. La propuesta no puede ser unívoca, debe reconocer a cada comunidad, su cultura y sus posibilidades de organización.

En este contexto las estrategias de intervención comunitaria son parte esencial de las acciones tendentes a promover el desarrollo del país, responden a las necesidades de un contexto determinado, y se dirigen a satisfacer las necesidades humanas de quienes intervienen, lo que permite mejorar constantemente la calidad de vida de la población tanto en los aspectos económico, social, político, cultural, como en el personal, familiar y comunitario. Contribuyen a conformar el sentido y el proyecto de vida de una localidad o un grupo social, encaminado la búsqueda y construcción de un futuro mejor.

Es imprescindible la formación de promotores que desarrollen acciones de educación ambiental y desarrollo comunitario, que contribuyan al tránsito hacia el desarrollo sustentable.

En este marco, destaca el papel de la educación no formal, que pretende a partir del conocimiento de las condiciones socioculturales de la población atender a los grupos que la conforman para motivar su participación corresponsable en la solución de sus problemas específicos. Se trata de fomentar una educación, diversificada, acorde a los contextos, diferenciada en sus medios y modalidades, centrada en el aprendizaje y adecuada a los distintos escenarios en los que se desarrolla (casa, trabajo, barrio, comunidad). Es decir, una educación alejada de uniformidades, atenta a la calidad de aprendizajes útiles, que fomente el desarrollo y el raciocinio, de aptitudes y valores, que potencien las capacidades para la solución de necesidades básicas.

La educación ambiental no formal, tiene como objetivo dar atención a los grupos de la población en general. Colaborar con los grupos y comunidades existentes, participar en la planeación de los procesos en cada caso e intervenir en las demandas concretas a través de la planeación de acciones, con intenciones compatibles a la educación ambiental, para llevar a cabo planes de desarrollo, que tendrán como objetivos el bienestar de la población y la capacidad para resolver los problemas ambientales de su localidad.

La contribución de la educación ambiental en la gestión comunitaria, es incorporar la sustentabilidad en los programas de desarrollo, mediante la sensibilización a todos los sectores de la población con respecto a los problemas prioritarios del medio ambiente.

El promotor ambiental desarrolla su labor en distintos contextos sociales: urbanos, semiurbanos, marginados y rurales y con los distintos sectores y grupos de la población, por ello requiere contar con elementos que le permitan una lectura analítica de la realidad de los destinatarios, a fin de tener la posibilidad de tomar las decisiones que realmente estén más relacionadas con los proyectos que desarrolla, y pueda así, insertarlas en las acciones de educación ambiental no formal como un medio para gestar el desarrollo comunitario, estrechamente vinculado a la problemática ambiental. Desde esta perspectiva podemos decir que la promotoría es un proceso educativo social que fortalece las actitudes y comportamientos orientados a la organización participativa y al desarrollo autogestivo.

1.1 ¿Qué es la promotoría?

La promotoría es un instrumento estratégico para el desarrollo de una comunidad, está orientada a provocar un cambio de actitud y a vencer las resistencias de la población hacia ese cambio.

La base principal de las actividades de promoción es la participación organizada de la población a partir de su cultura y sus condiciones socioeconómicas. La población es el sujeto y el protagonista de su propio crecimiento.

La base de la promotoría es el trabajo organizado en torno a un objetivo común, apoyado en un proceso educativo que tiende al cambio de actitudes del individuo, la familia y el grupo social. Está siempre vinculada a un programa que persigue metas y objetivos establecidos de acuerdo a las necesidades del contexto físico, ecológico, social, político, económico, histórico y cultural de la comunidad y la idiosincrasia de los individuos.

La promotoría tiene las siguientes características:

- Está estrechamente ligada a la vida de las comunidades
- Los proyectos se planifican con la participación de la población
- Instrumenta metodologías acordes a las necesidades reales de la población
- Su finalidad es la toma de conciencia y el aprendizaje
- se debe llevar al seno de las comunidades, para dar respuesta a los problemas que éstas enfrentan.
- Propone líneas de acción que articulen los esfuerzos de los miembros de la comunidad

1.2 ¿Cuál es el papel del promotor?

El promotor cumple múltiples funciones: difunde el programa de la promotoría, dinamiza un proceso educativo social que fomente la participación de la población. El promotor **apoya** a la comunidad y lo hace a través de tres ejes: educación, investigación, organización buscando siempre y en todo momento la unidad.

El promotor cumple diferentes funciones:

- En primer lugar es **educador**. Educar significa propiciar experiencias de aprendizaje que permitan la participación activa de todos los sujetos. El promotor procura que las personas construyan conocimientos, desarrollen habilidades, valores y actitudes que les permitan actuar mejor sobre su realidad.
- Es un **investigador**. Investigar significa analizar la realidad, distinguir la apariencia de la esencia y las causas de los efectos, sistematizar, innovar, buscar respuesta a los problemas. El investigador no investiga *para* la comunidad, investiga *con* la comunidad. Esta tarea inicia con el diagnóstico.
- Es un **organizador**. El promotor auxilia a las comunidades para detectar sus recursos humanos y materiales y para articularlos en la forma más adecuada. El proceso organizativo estimula la participación de la población en la toma de decisiones y los capacita para el manejo autogestivo de sus asuntos. La tarea organizadora del promotor incluye el manejo de técnicas de dinámicas de grupos para fomentar la participación, la prevención de posibles obstáculos.
- El promotor ambiental debe conocer y manejar técnicas de participación comunitaria que pueda relacionar con los aspectos ambientales, afín de orientarlas a la concientización, la reflexión y la acción de la comunidad. Entre estas podemos mencionar, las técnicas de motivación, de cooperación y liderazgo, así como las de animación social y de trabajo grupal

1.3 ¿Qué relación existe entre el promotor y la comunidad?

La forma en que el promotor se relacione con la comunidad va a determinar en gran parte el éxito o el fracaso del proyecto. La relación con la comunidad implica:

- Respeto por sus ideas, sus costumbres y su cultura
- Compromiso con el trabajo y con la gente
- Relación de igualdad
- Actitud de autocrítica
- Disposición a retirarse

1.4 ¿Cómo iniciamos la formulación de un proyecto de trabajo?

El **Proyecto** es únicamente un instrumento de apoyo a los procesos de transformación, la única garantía de continuidad es la organización bajo formas democráticas y participativas. Por lo que es importante fomentar que la comunidad se *apropie del proyecto*, esta apropiación sólo será posible si existe una organización dispuesta a ello y la capacitada para generar, planear, operar y evaluar los proyectos.

1.5 Algunas consideraciones sobre las previas a la formulación y de seguimiento de un proyecto participativo?

Las fases en la formulación del proyecto son:

1. **Diagnóstico participativo**, nos permite conocer y analizar los problemas que afectan a las personas de la comunidad.
2. **Planeación**: es una acción innovadora, crítica y propositiva que parte del conocimiento del medio y la población y en la cual se involucra la población como principal actor del proceso ayuda a:
 - definir las posibles alternativas de solución
 - determinar: actividades, compromisos, recursos, necesidades para la puesta en marcha del proyecto.
 - definir los instrumentos de evaluación
3. **Realización y seguimiento del proyecto**
4. **Evaluación**, es importante valorar en forma permanente la realización del proyecto con indicadores claros. La evaluación es un proceso sistemático que identifica, capta y aporta información para apoyar la toma de decisiones. Los principios de la evaluación, son que esta sea:
 - Integral
 - Sistemática
 - Permanente
 - Participativa
 - Funcional
 - Didáctico

1.6 Algunos ejes de investigación para la promotoría ambiental

- ◆ Estilos de vida y modelos de desarrollo

- ◆ Impacto ambiental originado por prácticas sociales
- ◆ Procesos productivos y uso de los recursos
- ◆ Manejo de desechos
- ◆ Hábitos de consumo
- ◆ Hábitos de convivencia respecto al ambiente
- ◆ Niveles de responsabilidad y posibilidad de acción

II DISEÑO DE PROYECTOS Y MATERIALES

La planeación es una actividad que se reconoce en las diversas actividades del ser humano, aun cuando esta no se identifique como tal, pero es preciso reconocer su importancia y por lo tanto su utilidad.

En el diseño de cualquier estrategia educativo-ambiental, el proceso de planeación debe estar presente, para proporcionarnos una visión del contexto que permita fundamentar y desarrollar nuestro proyecto, programa, actividad, o acción, a fin de darle un sentido a nuestro trabajo, y poder así articularlo con otras acciones.

Las fases en las que se presenta el diseño de esta estrategia nos sirven para reflexionar sobre lo que se requiere para desarrollarlas y definir las características de nuestro trabajo específico, a fin de obtener mejores resultados.

La flexibilidad de la presente propuesta estriba en la creatividad del promotor para incluir, desagregar o adaptar los contenidos de las fases de acuerdo a la propia realidad de la comunidad en la que se trabajará.

2.1 Diagnóstico de la situación ambiental

Generalmente, la primera aproximación en la elaboración de proyectos relacionados con cuestiones ambientales nos plantea la necesidad de seleccionar el problema ambiental que queremos abordar y pensar en las medidas necesarias para enfrentarlo.

A partir de identificar el problema y tener una idea sobre las medidas elegidas para abordarlo, es cuando podremos tener los elementos para definir el proyecto y por consiguiente a los destinatarios, el contenido, los métodos, los medios, los mensajes y los criterios de evaluación.

Existen múltiples elementos que nos presentan cuando abordamos un problema dentro de un contexto, muchos de estos pareciera que no tiene sentido tomarlos en cuenta porque aparentemente están fuera de nuestro alcance o simplemente no los podemos vincular con nuestro trabajo. Estos elementos siempre son piezas importantes que posteriormente podrán determinar ciertas acciones. Muchos los podremos distinguir anticipadamente y otros aparecerán en el desarrollo del trabajo.

2.1.1. Seleccionar el problema ambiental

Sin duda, al tratar de seleccionar algún problema ambiental de los ya identificados, nos encontraremos con una amplia gama de situaciones que también nos parecerán importantes de atender, por lo que es necesario *priorizar*

los problemas de acuerdo a las necesidades y a los intereses de la comunidad, definir y determinar el personal local, el personal técnico, así como con los recursos de que disponemos.

2.1.2. Identificar las posibles soluciones

Una vez identificado el problema ambiental, es necesario reflexionar sobre las distintas maneras de abordarlo; también, deberemos visualizar creativamente las posibles soluciones, cualquiera que sea su grado de complejidad. Pero nunca debemos olvidar que estas requieren de la aceptación de la comunidad, por lo que de igual manera se requiere pensar en las acciones que necesitamos para lograr la motivación de la población. En la propuesta de las soluciones, ya se debe contemplar un trabajo conjunto entre comunidad y promotor.

2.1.3. Elaborar las soluciones con la participación de la comunidad

Como hemos venido mencionando la participación de la comunidad es vital en cualquier tipo de proyecto y consideramos necesaria su inclusión en todas las fases de su desarrollo. Normalmente la gente se ve más comprometida a promover el proyecto y trabajar en las acciones si ella misma ha participado desde un inicio. Las personas, en general, apoyan las propuestas que sienten propias, ya que reflejan sus necesidades, sus sentires, sus preocupaciones y sus tradiciones, pero sobre todo, la participación de la comunidad es un aspecto primordial que determina el éxito de cualquier proyecto. Además no podemos negar que la comunidad es la que tiene un mayor conocimiento de su ambiente local, sus recursos naturales y conocen como se ha dado esta relación.

Preguntas que nos pueden orientar

A continuación presentamos algunas preguntas que nos debemos plantear al hacer cualquier diagnóstico sobre las condiciones ambientales de una comunidad.

<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuáles son los mayores problemas ambientales de la región?
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál es la escala del problema?<ul style="list-style-type: none">- local, de una sola comunidad- regional, limitado a una zona- nacional, afecta todas las zonas del país- internacional, afecta recursos que se encuentran en dos países
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuál de todos los problemas identificados es posible y viable abordarlo?
<ul style="list-style-type: none">• ¿La comunidad ve esta situación como un problema?
<ul style="list-style-type: none">• ¿Cuáles podrían ser las posibles soluciones?

• ¿Qué pensaría la comunidad sobre estas posibles soluciones?
• ¿Este problema, cómo ha modificado la calidad de vida de la comunidad?
• ¿Con qué recursos necesitamos contar para llevar a cabo la solución del problema?
• ¿Qué estrategias proponemos para motivar a la población?

Finalmente debemos pensar que nuestro objetivo más importante como promotores ambientales es modificar la manera cómo se relacionan las personas con el ambiente. Por ello, el promotor requiere determinar cuáles son los problemas ambientales críticos y cuáles pueden ser resueltos por las mismas personas de la comunidad. Asimismo, esto nos debe dar la pauta para identificar a los destinatarios, los contenidos y los métodos que aplicará. Este proceso, muchas veces complejo y tardado, puede hacernos perder de vista la necesidad de trabajar con el apoyo de la comunidad durante todas las fases de su desarrollo, lo que significaría un grave error para el logro de los objetivos.

2.2 Identificación del público destinatario

Una vez que identificamos los problemas ambientales y seleccionamos uno prioritario y quizá varios más vinculados a este, es necesario detectar a los grupos que tienen una relación directa o indirecta con el problema, a fin de determinar con cuales se puede aplicar el proyecto. En esta búsqueda es conveniente conocer la estructura de la comunidad y los diversos grupos sociales que interactúan entre sí, así como las actividades que cada uno realizan, las interacciones que han desarrollado y de que manera pueden tener una influencia significativa en la comunidad. Conocer a los grupos específicos con los que podemos trabajar, nos permite evaluar con cual de ellos sería más efectivo desarrollar acciones, a fin de alcanzar el logro de los objetivos.

Es importante recordar que ningún proyecto podrá tener resultados adecuados si su diseño está orientado y dirigido a un público equivocado, por lo que se debe considerar, qué tanto puede contribuir este grupo, de una manera significativa, a la aplicación del proyecto y si este grupo podrá percibir los posibles cambios que resulten del proyecto, como beneficios para la misma comunidad.

Para identificar a los grupos destinatarios de una manera acertada, podemos considerar los siguientes puntos:

• ¿Cómo aprovechan cada uno de los grupos los recursos naturales?., (de una manera directa o indirecta)
• ¿Cómo se involucran con el problema?
• De tratarse de un grupo técnico, ¿tienen una estrecha relación con la comunidad por el apoyo técnico que proporcionan en relación a los recursos naturales del lugar?
• ¿Cómo interactúan en esta problemática los líderes locales?
• ¿Qué grupo es parte del gobierno local? y ¿Cómo inciden ellos en la problemática?
• ¿Qué grupos están considerados importantes por la comunidad? y ¿Cómo ejercen influencia sobre ella misma?

<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué grupo forma parte del público en general? y ¿Cómo interactúan con la problemática?
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Se puede considerar importante algún grupo del ámbito escolar, como estudiantes, maestros y/o padres de familia?

2.2.1 Identificar las necesidades de los destinatarios

El sentido de los proyectos deberá estar orientado a proporcionar alternativas reales y prácticas que cubran las necesidades de los grupos. Una buena estrategia es identificar a los líderes naturales de cada grupo con el que se pretende trabajar y encaminar las acciones con ellos

Es importante no olvidar que aun cuando los grupos pueden pertenecer a la misma comunidad, cada uno de ellos tiene necesidades absolutamente específicas, y por lo tanto pueden diferir de las del resto de la comunidad. Por ello, debemos partir del concepto que nos dice, que los cambios de comportamiento en las conductas de la gente se logran, entre otras cosas, gracias al sentido común y la lógica, lo que se fundamenta en que las personas harán lo que creen que les aportará más y mayores beneficios. Esto significa que cuando tenemos que convencer a la gente para hacer algo, sin duda, los aspectos abstractos que no le reportan resultados tangibles, por lo tanto, no son las mejores herramientas a utilizar; a diferencia de los aspectos materiales que pueden aportar desde beneficios económicos, de alimentación o de gestión.

Preguntas que nos pueden orientar

A continuación presentamos algunas preguntas que nos pueden ayudar a identificar el grupo con el que debemos trabajar.

¿Qué grupo está directamente afectando los recursos naturales?
Este grupo, ¿cómo percibe la problemática?
¿Es de su interés cambiar este comportamiento?
¿Qué los puede hacer cambiar esta práctica?
¿Quiénes son el más afectado por la degradación de los recursos naturales?
¿Quiénes serán beneficiados por la aplicación del proyecto?
¿Quiénes se sentirán afectados por las acciones de este proyecto?
¿Quiénes son los grupos de la comunidad que pueden convencer más efectivamente a la comunidad?
¿Quiénes son los grupos de la comunidad que pueden proporcionar ideas e incentivos para el cambio de conducta de la gente?
¿Las soluciones ambientales requieren participación de cual grupo del gobierno?
¿Qué dependencias gubernamentales pueden participar en la solución de esta problemática y cómo?

Como podemos apreciar, es necesario identificar precisa y claramente al sector destinatario que ejerce una mayor presión sobre el problema que queremos abordar. Al no dirigirnos al destinatario correcto podemos desperdiciar muchos esfuerzos y recursos. Bien vale la pena, invertir unos esfuerzos por identificar el grupo que puede involucrar a un mayor número de personas en la comunidad.

2.3 Identificación del contenido

Es crucial una cuidadosa selección y organización de los contenidos para el éxito del proyecto. Este es un reto muy difícil, puesto que muchas veces nos enfrentamos a la tarea de seleccionar entre mucha información que consideramos relevante para la gente, pero para lograr un buen contenido, debemos ser selectivos y elegir únicamente la información que pueda proporcionar modificaciones en la forma de pensar o de actuar de los individuos con respecto al medio ambiente.

2.3.1. Planear el programa

Antes que nada debemos identificar por que consideramos de que determinadas personas requieren un proyecto de educación ambiental, y a su vez, que tanto están conscientes estas personas de la necesidad de un proyecto educativo orientado a la solución de la problemática

¿Están conscientes de los problemas ambientales que existen?
¿Están conscientes del problema pero no se ven relacionados con él?
¿Están conscientes del problema y la relación que tienen con él, pero no encuentran solución alguna?
¿Están conscientes del problema y las soluciones pero no están en lo absoluto motivados para realizar acciones?

2.3.2. Dar a conocer el problema al público destinatario

Con el objeto de obtener mejores resultados es necesario motivar a las personas a fin de que participen activamente en la solución del problema, para ello realmente deberán estar convencidas de que el problema existe y que les afecta.

Se requiere llegar al público destinatario de una manera directa y sencilla, con información clara y accesible a fin de tener su atención. Nunca debemos perder la objetividad y caer en situaciones que reflejen una postura emocional, ya que esto puede ser contraproducente, tanto en el presente proyecto como en futuras actividades que se pretendan realizar con la comunidad.

2.3.3. Promover la responsabilidad del público destinatario

Siempre se debe relacionar el problema con los intereses del público para demostrar objetivamente como es afectada la comunidad y como las prácticas que realizan afectan al medio ambiente. En este sentido, conocer a nuestro público es un aspecto fundamental, ya que los problemas deberán ser presentados de tal manera que causen un impacto y nos den las posibilidades de modificar las conductas, pero ser sumamente cuidados para no lastimar susceptibilidades.

2.3.4. Buscar soluciones

Este es un trabajo de grupo, donde la gente debe entender y tener muy claro cómo puede resolver los problemas ambientales previamente identificados y donde el promotor deberá saber cómo orientar a la gente a lograr este entendimiento.

Se debe tener mucho cuidado al sensibilizar a la gente, ya que de no ofrecer propuestas claras y concretas a la acción se puede caer en algo contraproducente al generar el disgusto de la gente en este y en futuros proyectos.

2.3.5. Motivar al público

El público deberá mostrarse interesado en la búsqueda de soluciones que a simple vista le ofrecen beneficios, de no ser así se requiere buscar la razón de esta falta de motivación.

Las causas pueden estar centradas en que la comunidad, no cree que la propuesta les traiga beneficios, pueden estar involucrados factores relacionados con aspectos de cultura, religión o política; puede estar relacionado con la validación de los líderes, o que el desarrollo de este proceso no se realizó con una participación significativa de la comunidad.

De no encontrar un motivo, se requiere una revisión desde el inicio que permita dar a conocer como se llevó el proceso desde la elección del problema hasta sus posibles soluciones.

2.3.6. Identificar el contenido

La mejor manera de conocer lo que piensa la gente sobre ciertos temas, es a partir de la utilización de instrumentos elaborados para tal fin, como los son las entrevistas y los cuestionarios. La diferencia fundamental entre estos estriba en que los primeros nos permiten conocer ciertos puntos de una manera fácil y poco costosa y los segundos requieren más tiempo pero se puede profundizar más y obtener información muy valiosa. Por otro lado, no cabe duda que para aprender más sobre cualquier comunidad, la convivencia que se establece con la gente es determinante en este proceso.

Las preguntas de estos instrumentos deben plantearse de una manera clara, imparcial y objetiva. Antes de aplicarlos debe explicarse a la gente el objetivo de los mismos y solicitar su permiso para utilizar la información que puede o no ser anónima.

2.3.7. Seleccionar el contenido

Después de identificar que necesitan los grupos a quién nos vamos a dirigir, es conveniente dar a conocer información sobre el problema, proporcionar orientación práctica, estimular actividades que lleven a la acción o una combinación de los tres factores. Para tal efecto se debe establecer la orientación que tendrá el proyecto educativo, para facilitar esto se pueden seguir los siguientes pasos:

1. Relatar el problema , al describir el problema que estamos por abordar podremos enfocarlo desde una perspectiva ambiental.
2. Justificar el proyecto , nos explica por qué se necesita un proyecto educativo, que requiera recursos y tiempo. También nos servirá de marco de referencia para el diseño de los objetivos específicos del programa.
3. Definir las metas a alcanzar , es decir lo que pensamos que se puede lograr con la instrumentación del del proyecto. Debemos describir claramente lo que deseamos lograr con base en la resolución de los problemas ambientales a través de la modificación de las pautas de conducta en la relación hombre-naturaleza. Estas metas deben ser específicas al proyecto.
4. Definir los objetivos , es apuntar el rumbo que den tomar las acciones que nos permitirán alcanzar las metas. Es aterrizar las metas en posibles productos.
5. Determinar el resultado deseado es aquello que la población requiere para que se cumplan las metas. En este apartado podemos incluir, hechos ideas, principios y destrezas. Nos debemos preguntar ¿qué tiene que comprender y creer el público para cambiar su comportamiento con respecto al medio ambiente?
6. Buscar los factores de motivación a fin de adecuar las actitudes, creencias y valores que ya tiene la gente. Tratar de modificar y cambiar estos aspectos es un proceso difícil y con poca posibilidad de lograrlo, por ello es mejor adecuarse a las circunstancias de la comunidad.
7. Organizar la información de tal manera que esta adquiera sentido en el contexto que se va a aplicar. Los conceptos generales deben retomarse para ir de lo general a lo particular.

A través de una lluvia de ideas podemos hacer una lista que nos permitirá convertir los conocimientos de la gente, los conocimientos ambientales y los sociales en instrumentos educativos.

Preguntas que nos pueden orientar

Las siguientes preguntas nos sirven para identificar el contenido que más nos conviene.

¿Cuáles problemas ambientales serán abordados en el proyecto?
¿Por qué el proyecto se debe dirigir a este problema y no a otro?
¿Cómo puede el proyecto contribuir a la resolución del problema ambiental?
¿Cuáles es el público destinatario?
¿Por qué ellos?
¿Qué conocimientos y actitudes deben adquirir los grupos destinatarios para poder hacer un aporte efectivo a la resolución del problema ambiental?

¿Está incluida esta información en le proyecto?
¿Qué información se ha recabado sobre las creencias, costumbres y nivel educativo del público al que nos vamos a dirigir?

Este es el momento en que podemos conocer el contenido del programa. Los puntos antes mencionados nos permitirán orientar que el programa contenga una vertiente ambiental y no se distraiga hacia otros problemas.

2.4 Estrategia educativa

Las estrategias educativas pueden ser diversas, pero no debemos caer en lo que comúnmente los promotores hacen, cuando elijen la estrategia que conocen mejor y se cierran a otras posibilidades, que quizá estén más orientadas a las características y a las necesidades de su público destinatario. En un Proyecto cuya visión pretende tener un alcance mayor, generalmente se contemplan varias estrategias que al combinarse pueden ofrecer excelentes resultados.

2.4.1. Definir una estrategia

Fundamentalmente, la estrategia debe lograr llegar al público meta y comunicar la información de una manera eficaz. Los siguientes factores nos pueden servir para orientar el diseño y la estructura de la estrategia.

¿Cuál es la escolaridad de los destinatarios?
¿Cuáles son los intereses más significativos de los destinatarios?
¿Cuál sería el mecanismo más efectivo para comunicarnos con nuestro público destinatario, a fin de que reciba la información de una manera correcta?
¿Qué mensajes son fundamentales para el proyecto?
¿Qué tan complejo deberá ser el mensaje?
¿Qué medios de comunicación son más accesibles en la comunidad
En cuanto al proyecto, ¿qué tanto deberá durar?
De la comunidad, ¿quién tiene la disposición y las posibilidades para participar en él?
¿Cuánto tiempo debo invertir en su capacitación?
¿Cuánto dinero requiero para equipo?
¿Se han dirigido otras estrategias educativas a este público?
¿Qué metodología fue utilizada?
¿Qué resultados tuvieron?

2.4.2. Elegir estrategias

De acuerdo a la información que nos proporcionan estas preguntas podremos identificar las actividades de aprendizaje que se inscriben en la estrategia que vamos a utilizar. Entre las más utilizadas podremos mencionar las siguientes:

Talleres de capacitación	Son programas para capacitar a los adultos en determinadas habilidades que responden a una necesidad y a un tema específico determinado por la comunidad. Generalmente son de tipo técnico.
Programas escolares	Si bien, los programas ambientales en la escuela se asocian a las asignaturas de ciencias naturales, hay que promover que estos también puedan ser contemplados desde una perspectiva social. Este puede ser un buen mecanismo de aproximación a los estudiantes, siempre y cuando la misma escuela favorezca el programa.
Programas de grupos organizados y ONG's	Estos grupos generalmente representan un grupo determinado de la población, cuyos intereses varían. Sin embargo, son excelentes elementos en la promoción y se pueden realizar múltiples actividades con la participación de sus miembros.
Medios de comunicación	Los medios de comunicación, son emisores que no tienen público definido, pero su alcance es muy amplio. Si el medio tiene apertura pueden instrumentarse diversas actividades, sin embargo, hay que evaluar los costos económicos que implica desarrollar actividades en estos ámbitos, así como sus resultados. Otras veces la ideología de los mismos no permite que se propongan acciones.
Material impreso	Los materiales impresos son herramientas adecuadas para promover información, sin embargo hay que evaluar su permanencia y sus costos sobre los resultados que ofrecen.
Exposiciones	Son mecanismos temporales que permiten involucrar a la población de diferentes maneras, las actividades que se pueden desarrollar dentro de ellas son múltiples y con altos efectos de sensibilización.
Actividades especiales	Esto se refiere a campañas temporales en días determinados, donde se puede aprovechar el tema para llevar a cabo diversas acciones, también con altas posibilidades de sensibilizar e involucrar a las personas.

Este tipo de actividades y materiales, no pueden ser concebidas de manera aislada ya que deberán estar inscritas en programas, cuyas perspectivas son más amplias, de lo contrario perderán su validez al convertirse en simples actividades de momento.

Preguntas que nos pueden orientar

¿Cuales son las características del sectores del público hacia el que se va a dirigir el proyecto educativos?. (Edades, ocupaciones, y relaciones que establecen con los problemas ambientales).
¿A través de que medios asimilan nueva información los miembros de estos sectores?
¿Cuál es el mensaje educativo que está dirigido a sensibilizar, a comunicar, a informar o a promover acciones?
¿El mensaje educativo es real, accesible, práctico y contiene información que aliente al público a actuar?
¿Es viable las estrategia, dada las limitaciones de la situación?
Si el mensaje educativo incluye conceptos complejos ¿Cómo se van a abordar?

A partir de una visión creativa, el promotor puede utilizar múltiples recursos que deberán ser incluidos en su proyecto pero nunca debe olvidar las características de su público destinatario, a fin de asegurar óptimas condiciones para la realización del mismo. Muchas veces estas actividades deberán utilizarse de manera combinada a fin de alcanzar los objetivos antes planteados

2.5 Evaluación del programa

Constantemente la evaluación se deja en un apartado al final de cualquier documento con uno o dos párrafos al respecto o simplemente al estructurar los proyectos no se profundizan, con el objeto de otorgar libertad a aquellas personas que trabajan directamente en el campo, para que lo resuelvan de acuerdo a su criterio. Esta situación es común en muchos de los proyectos que atienden la problemática ambiental, y precisamente por las dificultades que esta presenta se omiten en muchos trabajos., sin embargo aun cuando la evaluación es realmente difícil, es necesario hacer un esfuerzo para modificar el concepto que se tiene de ella.

Desde el ámbito escolar es común no diferenciar entre calificar (se refiere al grado de aprendizaje del alumno de acuerdo a una escala valorativa), acreditar (se emplea dentro del sistema escolar para autorizar o no el tránsito del estudiante a un grado superior) y evaluar (se refiere más que nada a un proceso donde la comprensión, valoración asimilación y acción posterior que adquiere un proyecto), lo que ha provocado una actitud reduccionista ante este proceso

En esta propuesta consideramos que la evaluación debe de concebirse no como un proceso mecánico, una actividad final o administrativa que proporciona resultados acabados, pues esta *debe ser considerada como un proceso permanente, amplio, complejo y profundo que abarca todo lo que sucede dentro de una actividad en un tiempo determinado.*

La evaluación debe obtener una caracterización de los aspectos más importantes del proyecto, así como los obstáculos a enfrentar en el acontecer humano dentro de un recorte de la realidad.

Este aparatado propone la evaluación grupal participativa, donde deben considerarse los siguientes aspectos, necesarios en un proceso:

- **totalizador**, que permita una integración de todo el proceso y a su vez desagregar los elementos de este para conocerlo desde su interior.
- **histórico**, que promueva una recuperación histórica de las dimensiones sociales del acontecer del grupo,
- **comprensivo** que además de aportar elementos sobre la situación del desarrollo del grupo, nos permita contar con elementos de interpretación de la situación ambiental.
- **transformador**, que además de promover una lectura correcta de la realidad, facilite la construcción de conocimientos para actuar en dicha realidad y la pueda modificar.

En una experiencia grupal, la evaluación, se preocupa fundamentalmente por conocer el proceso de aprendizaje en su totalidad, así como una serie de apreciaciones sobre el acontecer humano. Al plantear este proceso como una revisión constante se sugiere que al finalizar cada fase se revise lo más significativo para plantear, analizar y elaborar grupalmente los problemas que podrían entorpecer la dinámica de la fase, en relación con el logro de sus objetivos. Esta revisión puede servir como una síntesis para determinar una reorientación o elaboración de nuevas propuestas y encaminarse correctamente a la siguiente fase.

Para sintetizar la evaluación diremos que es conveniente tomar en cuenta dos vertientes:

<i>Como un proceso grupal</i>	<i>Como un aprendizaje</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Autoevaluación, como el proceso de autoanálisis del trabajo individual dentro del trabajo grupal 	<ul style="list-style-type: none"> • De lo planteado, ¿qué se aprendió? y ¿qué no se alcanzó?
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de grupo, como la observación del trabajo de los demás desde una perspectiva de participación, responsabilidad y compromiso 	<ul style="list-style-type: none"> • De lo no planteado, ¿Qué se alcanzó?
<ul style="list-style-type: none"> • Participación crítica, como la observación de los grupos destinatarios 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué factores propiciaron u obstaculizaron el aprendizaje?

Es muy importante ver a la evaluación como la posibilidad de mejorar el proyecto. Los proyectos relacionados con las cuestiones ambientales y otros temas, generalmente apuntan en sus objetivos la modificación de pautas de conducta, reorientación de actitudes, entre otros. Estos resultados son difíciles de medir, sin embargo, es importante plasmar los mecanismos que nos indique, los tiempos de evaluar, la existencia de cambios, los conceptos aprendidos, entre otros.

Si un proyecto no produce cambios es necesario identificar claramente los objetivos propuestos en el proyecto y revisar los resultados obtenidos, así como confirmar si los destinatarios han adquirido los conocimientos, actitudes o destrezas o ha sido promovida la reflexión.

La evaluación es parte vital de un buen proyecto, muchas veces la parte que más descuidamos por considerarla difícil o poco útil. Sin embargo, los programas requieren disponer de tiempo para reflexionar sobre las preguntas claves: ¿por qué evaluar?, ¿para qué evaluar?, ¿qué evaluar? y ¿cómo evaluar?, que nos pueden orientar para conocer los posibles resultados. De esta manera la evaluación puede servir como instrumento eficaz de planificación en vez de una pesadilla que muchos llaman "un mal necesario".

¿Por qué evaluar?, ¿para qué evaluar? y ¿qué evaluar?, estas preguntas encuentran respuesta de acuerdo con los apópsitos y los contenidos (conocimientos, valores, hábitos, destrezas, actitudes y aptitudes) de los proyectos de educación ambiental.

El ¿cómo evaluar?, requiere construir herramientas como las escalas estimativas, ensayos, diario de campo, impactos en la comunidad, entrevistas, establecer indicadores, entre otros. Estas herramientas carecen de sentido, por si mismas, la decisión de utilizarlas depende del proyecto y de lo que se va a evaluar.

Preguntas que nos pueden orientar

<p><i>Si es porque el mensaje no ha sido bien comunicado</i></p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Será que el público no recibió el mensaje?• ¿El mensaje habrá llegado al público deseado.• ¿Quiénes llegaron a los cursos?,• ¿Quiénes escucharon los diversos mensajes a través de los diferentes medios? <p>⇒ Es necesario ajustar el método didáctico</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Las personas no comprendieron el mensaje? <p>⇒ Hay que ajustar la forma de presentar los contenidos</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Será que las personas no confían en el promotor ambiental? <p>⇒ Hay que tomar más tiempo o cambiar la estrategia</p>
<p><i>Se ha captado el mensaje pero las personas no han modificado sus acciones</i></p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Existen presiones sociales adversas?• ¿Será que algunas personas clave de la comunidad desconfían del programa? <p>⇒ Hay que incluir al grupo que ejerce la presión social</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Las acciones emprendidas no son realistas?• ¿Las acciones no aportan beneficios aparentes para la comunidad? <p>⇒ Hay que ajustar las soluciones técnicas propuestas</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Las personas se sienten nerviosas respecto a las posibles consecuencias?

⇒ Hay que tomar más tiempo, concentrar los esfuerzos en los líderes comunitarios, cambiar los métodos educativos por demostraciones más objetivas, alentar a las personas con otros medios.

Las personas si han llevado a la práctica las medidas impulsadas por el programa, pero la situación ambiental no ha mejorado.

- ¿Será que la solución técnica impulsada por el programa es adecuada?

⇒ Hay que ajustar la solución técnica del programa

- ¿Será que el programa educativo llegó a las personas que nada tiene que ver con él?

⇒ Hay que ajustar el público destinatario

III PLANEACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La creciente demanda de educación y los limitados recursos para atenderla, nos plantean la necesidad de usar medios de comunicación educativa que sean poco costosos y que se puedan elaborar empleando técnicas sencillas y materiales de uso corriente.

Hay que considerar que cualquier material y técnica utilizada, no es por sí sola educativa o que por ser utilizada para un programa educativo adquiere la etiqueta de didáctico. Estos elementos siempre deben estar inscrito en un programa que les dé una orientación y un sentido determinado, en función de los objetivos que se quieren alcanzar. De tal manera que el material o las técnicas tan sólo son herramientas de apoyo que nos facilitan el trabajo de comunicación y educación que nos ayuda a lograr los objetivos planteados dentro del programa. Lo anterior no quiere decir que cada material y técnica no deban tener sus propios objetivos, al contrario, cada material tienen sus propios fines y por lo mismo características únicas que los hacen adecuarse a situaciones específicas.

Por lo tanto, un medio de comunicación es una herramienta que combina el texto con la imagen y nos permite optimizar nuestro trabajo al transmitir lo mejor posible, los mensajes que queremos enviar. Esto se logra a través de un lenguaje gráfico que fomenta el interés, facilita la comprensión y estimula la participación.

Un medio de comunicación, puede ser muy costoso o puede ser de bajo costo y no por ello perder sus propiedades de comunicación, siempre y cuando se le de el uso y manejo adecuado.

El caso que nos interesa está relacionado con la elaboración de materiales de bajo costo que apoyen nuestras actividades. Por lo general este material es:

- de uso común, barato y fácil de conseguir.
- de fácil elaboración, cualquier persona puede producirlo aun cuando no tenga experiencia
- simple de instrumentar ya que no requiere de instalaciones complicadas, ni equipos y herramientas de alto costo.
- de aplicación frecuente, en las diversas actividades educativas.
- fácil de usar.

3.1 Planeación en el desarrollo de apoyos didácticos

El proceso de planeación para la elaboración de los medios de comunicación para ser utilizados como apoyo didáctico se contempla en las siguientes etapas

3.1.1. Concretar la idea que se desea comunicar

Con base en los objetivos, y los contenidos de nuestro proyecto es necesario definir de una manera clara la idea que queremos comunicar, para ello, podemos analizar la idea a través de las siguientes preguntas:

• ¿Qué se desea lograr?
• ¿Por qué se desea lograr?
• ¿A quién se desea comunicar
• ¿En qué condiciones se desea establecer la comunicación?

3.1.2. Formular los objetivos que se pretende alcanzar

Después de clarificar lo que queremos comunicar, necesitamos definir las metas que se pretenden alcanzar, los aprendizajes que queremos propiciar, las nuevas actividades que queremos impulsar o los cambios de conducta que queremos promover en las personas que reciban nuestro mensaje.

Los objetivos deben estar relacionados con el proyecto y deben indicar acciones que han de realizar los destinatarios como resultado de la presentación del tema, también deben indicar la forma de medir estas acciones.

Para formular los objetivos es necesario tomar en consideración el público al que está dirigido el mensaje, la edad de los destinatarios, el nivel de conocimientos sobre el problema, el nivel socioeconómico y el medio ambiente. Cualquier información adicional nos proporciona valiosa ayuda para estructurar los objetivos y el medio en sí.

3.1.3. Cómo localizar la información

Ya definido el tema y los objetivos, es necesario proceder a buscar la información que va a sustentar nuestros mensajes y nos va a permitir complementar los conocimientos sobre el contenido del tema. Esto nos dará una idea sobre las imágenes que nos pueden ser de utilidad.

Hay diversas fuentes para obtener información, las más recomendables para consultar son:

• bibliotecas, textos, libros, revistas, periódicos, etc.

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • especialistas o con personas relacionadas con tema. |
| <ul style="list-style-type: none"> • las personas que tienen experiencias prácticas relacionadas con la comunidad |
| <ul style="list-style-type: none"> • nosotros mismos podemos experimentar sobre el tema, a fin de que esto nos permita conocer de que estamos hablando |

3.1.4. Tratamiento del tema

Después de definir la idea, de formular los objetivos que se pretenden alcanzar, de buscar las fuentes de información, se procede a determinar aquellos enfoques que se consideren más adecuados para comunicar la información. Como ejemplo tenemos la siguiente estructura de acuerdo al tema agrícola

- La idea general es: el mejoramiento de la producción agrícola
- La idea específica es: cambiar un cultivo de bajo rendimiento por otro de más alto
- Los objetivos son:
 1. Que los destinatarios seleccionen los cultivos más apropiados de acuerdo con clima y el tipo de tierra de la región.
 2. Que los destinatarios realicen una producción agrícola que les proporcione un rendimiento más alto.

Entre más conocimientos se tengan sobre el tema, mejor será el desarrollo del trabajo, si la información es superficial, el trabajo será limitado.

Para seleccionar el tema de acuerdo a las necesidades de la comunidad y a la idea de la cual partimos se pueden tomar en consideración los siguientes criterios:

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • que el trabajo a desarrollar corresponda sólo a un tema específico |
| <ul style="list-style-type: none"> • que exista congruencia entre el contenido, el mensaje y el tema. |
| <ul style="list-style-type: none"> • que el contenido del mensaje permita alcanzar los objetivos propuestos. |
| <ul style="list-style-type: none"> • que sea apropiado para el nivel cultural y los intereses de los destinatarios |
| <ul style="list-style-type: none"> • que se pueda disponer de la información para desarrollarlo. |
| <ul style="list-style-type: none"> • que un grupo de la comunidad participe en la elaboración |
| <ul style="list-style-type: none"> • que se permita a la comunidad la apropiación del medio. |

3.1.5. Seleccionar el medio de comunicación que se va a emplear para desarrollar el tema.

Para la selección adecuada del medio es necesario tomar en cuenta dos factores:

- los destinatarios y sus características

- los medios de comunicación que podemos disponer y sus características

En relación con los primeros, es necesario conocer el tamaño del grupo, su nivel general de conocimientos, la edad, escolaridad, sus intereses, las formas que tienen para adquirir nuevas informaciones, las actividades sociales, recreativas y deportivas. En cuanto a los medios, es necesario identificar las posibilidades y las limitaciones, los alcances de cada uno de ellos para apoyar el desarrollo del tema y las condiciones del lugar en el que se llevará a cabo la presentación.

3.2 Medios de comunicación de uso frecuente

Los siguientes medios, sólo son un ejemplo de los distintos medios que podemos utilizar, sin embargo, lo importante es reconocer que cada uno tiene una estructura determinada que puede ser aplicada a otros medios que no se mencionan en este manual.

a) Rotafolio.

Consiste en una serie de láminas de papel o tela, que por medio de ilustraciones y textos sencillos apoyan el desarrollo de un tema. Estas láminas son secuenciales y están fijadas en su borde superior para que puedan girar. Para grupos de más de 50 personas, se recomienda un tamaño aproximado de 96 x 70 ms. Para un grupo de menos de 15 personas el tamaño puede ser de 70 x 50 ms.

Ventajas:

- fácil de usar y de transportar.
- elaboración sencilla
- materiales de bajo costo
- no requiere de instalaciones especiales.

Aplicaciones:

- útil para grupos no mayores de 50 personas...
- es apropiado para el desarrollo gráfico de un tema
- requiere ser elaborado con anticipación.
- puede ser aplicado para programas educativos, culturales y capacitación.,

b) Franelógrafo.

Es un tablero cubierto de franela sobre el cual se adhieren materiales visuales con un respaldo áspero (lija) que permite colocar estos materiales en cualquier posición quitarlas, o cambiarlas de lugar a voluntad. De acuerdo al uso que se le da, el franelógrafo puede ser de pared, de escritorio, de caballete o enrollable.

Ventajas

- diversidad de uso.
- permite destacar los pasos de un proceso.
- es un buen auxiliar para mantener la atención y fomentar la participación.
- bajo costo.

Aplicaciones:

- Ilustrar temas
- ejercicios colectivos o participativos.

c) Periódico mural.

Es un medio de comunicación formado por imágenes y textos, su público está determinado y su presentación es periódica y permite una selección de la información que se pretende dar. Puede estar relacionado con un tema o temas afines.

Ventajas:

- La posibilidad de tratar uno o varios temas
- Mantiene temas más o menos de una manera permanente
- Ayuda a establecer la comunicación mediante la participación del público en su conformación.
- Es fácil de elaborar.
- Los materiales son de bajo costo.

Aplicaciones

- Difunde efectivamente mensajes destinados a grupos determinados a través de un espacio físico.
- Difunde documentos de interés general.
- Mantiene informado a un público de manera permanente.-
- Permite conocer los intereses y las opiniones del público y lo invita a participar.

d) Historieta.

Utiliza un lenguaje de imagen y verbal con el cual se difunde un mensaje, las acciones se expresan mediante la imagen y la palabra, ambas son necesarias para transmitir el mensaje, su finalidad es entretener, pero es un medio muy difundido por lo cual no es extraño al público, por lo general su publicación es periódica lo que genera suspenso.

Ventajas:

- El uso de imágenes apoyando el texto facilita la comprensión de los temas.
- Su función de entretenimiento unida a un fin educativo ayuda a fijar la atención.
- Es un medio accesible a la mayoría de la población ya sea urbana o rural.
- Es una pseudoliteratura ligera e informal

Aplicaciones:

- Se presta para desarrollar temas educativos o culturales
- Es accesible para personas con capacidad limitada de lectura

e) *Cartel.*

Es un medio de comunicación visual para transmitir mensajes con un mayor porcentaje de imagen que de texto, consiste en una hoja de papel en la que se presenta una o dos ideas a partir de la combinación de texto e imagen, se coloca en un lugar transitado, y a una altura adecuada a las características del destinatario. Se pueden elaborar de diversos tamaños que van desde 0.70 cm x 1 m. a los de 0.40 x 0.60 cm. De acuerdo al tipo de información o la intención estos pueden ser: educativos, informativos, culturales, promocionales, persuasivos (políticos).

Ventajas

- permite proporcionar un mensaje que será captado instantáneamente.
- transmite globalmente un mensaje aún cuando el espectador no esté interesado.
- es de acción continua por la permanencia que adquiere.
- es de bajo costo.

Aplicaciones:

- Proporciona información "a golpe de vista".
- Llama la atención por la novedad.
- Da información abierta a todo público.
- Transmite información perecedera o transitoria por que se usa una sola vez

f) *Teatro guiñol.*

El teatro desde su nacimiento ha servido al hombre para dar a conocer a otros hombres los sucesos reales o imaginarios para que de esto obtenga una enseñanza, una emoción, un juicio crítico, que permite al espectador entender mejor a sus sociedad, el mundo que lo rodea, o a sí mismo, es decir a profundizar en el conocimiento de su propia realidad. Sus efectos son muchas veces mayores a los que resultarían de oír a una persona frente a frente.

Ventajas:

- Es pequeño y accesible. Su presencia no es agresiva.
- Es un muñeco animado el que transmite los mensajes, éste cautiva al reflejar en el nuestros Problemas.
- Posee gracia y presencia naturales, su presencia en el escenario nos involucra inmediatamente.
- Puede animar cualquier cosa, hace hablar a las plantas y a los animales.
- No requiere de un equipo de trabajo complicado, sólo de ingenio y dos manos.
- Puede hacerlo todo, inclusive hasta ir en contra de las leyes naturales.
- Es un excelente auxiliar pedagógico, su mensaje es mucho mejor recibido que por una persona.
- Es un medio de bajo costo, los materiales están al alcance de cualquier bolsillo y son de fácil Adquisición.

Aplicaciones:

- Proporciona información de una manera indirecta.
- Llama la atención por la novedad.
- Su uso no sólo se limita a público infantil
- Permite tratar problemas de la comunidad
- Ofrece presentar diversos actores asociados con la realidad

3.3. Elaboración del guión

Antes de elaborar el guión hay que darle una estructura al tema que vamos a desarrollar, de tal manera que despierte la atención y mantenga el interés del público. El siguiente esquema nos puede orientar en elaboración del mismo:

1	Introducción	Despierta el interés de los destinatarios
2	Desarrollo	Es el propósito del tema, puede ser informativo, persuasivo o demostrativo
3	Conclusión	Es el resumen o consecuencia sobre el desarrollo y se encamina a proporcionar soluciones o alternativas

Ya con la estructura del tema y habiendo elegido el medio de comunicación se procede a elaborar el guión, pero... ¿Qué es el guión?

El guión es un escrito ordenado que describe la información general de la actividad y se centra en el contenido y el desarrollo de un tema específico. Consta de cinco elementos que podremos puntualizar de la siguiente manera:

a) Los objetivos describen las metas que se pretenden alcanzar por parte

de los destinatarios
b) El contenido temático, aspectos que se consideran necesarios para desarrollar los objetivos.
c) Las imágenes son las informaciones visuales que se requieren para ilustrar el contenido
d) Los textos son los letreros que complementan las imágenes y la síntesis de lo que debe exponerse cuando se hace la presentación
e) Las actividades son las prácticas que deben realizar los destinatarios para alcanzar los objetivos propuestos

A manera de ejemplo se presenta la siguiente carta

1	2	3	4	5
OBJETIVOS	CONTENIDO TEMÁTICO	IMÁGENES	TEXTOS	ACTIVIDADES PARA LLEGAR A LOS OBJETIVOS
1. Que la población identifique las fuentes de contaminación de la basura y el peligro que esto representa para su salud.	<ul style="list-style-type: none"> De dónde viene la basura Contaminación por basura La salud en relación con la basura 	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes de donde proviene la producción de basura. (3 láminas). Cómo se contamina el subsuelo. (2 láminas) 	<ul style="list-style-type: none"> Títulos breves y de tamaño adecuado para ser leídos fácilmente por todo el grupo La persona encargada de desarrollar las láminas explica el tema. 	<ul style="list-style-type: none"> Identificar las formas en las que se dispone la basura en su comunidad y de dónde proviene esta. Buscar información con promotores de salud sobre cuales son las enfermedades ocasionadas por la basura. Difundir entre los vecinos los conocimientos adquiridos sobre el manejo de la basura.
2. Que la población adopte las medidas recomendables para evitar la contaminación y manejar adecuadamente la basura	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de la basura. Separación de la basura Formación de centros de acopio 	<ul style="list-style-type: none"> Formas de manejo de basura (3 láminas) Centro de acopio (2 láminas) 		

3.4 Formular la relación del trabajo para elaborar el medio seleccionado

Una vez elaborado el guión para el tema elegido, se procede a formular la relación de trabajo que servirá de guía para producir el medio de comunicación que se usará en el desarrollo del tema.

La relación debe contener como datos generales, la materia, el tema y el nivel de conocimiento del público, los datos específicos corresponden al medio que se va a elaborar: las imágenes, los textos, las dimensiones, los tipos de materiales, los colores, los procedimientos de trabajo y la indicación de las fuentes consultadas.

3.5 Producción del medio de comunicación

Este es el paso obligado para poder experimentar el material con los destinatarios y evaluar los resultados que nos llevarán a comprobar si se alcanzaron los objetivos previstos.

3.6 Experimentación y evaluación

Ya terminado el medio de comunicación hay que experimentarlo lo que nos servirá para comprobar si la planeación realizada sirvió efectivamente para la elaboración del medio y si el mensaje que se transmitió alcanzó los objetivos propuestos.

Casi siempre el material se modifica lo largo de sus diversas aplicaciones, para que lo van adecuarlo a las circunstancias exteriores, las del tema las del público y las nuestras.

Los aspectos que hay que comprobar se centran en lo siguiente:

• Si el medio es el más apropiado para desarrollar este tema.
• Si su uso nos permite alcanzar los objetivos
• Si hay una secuencia en el desarrollo del tema, tanto en imágenes como en texto.
• Si la amplitud y profundidad del contenido del tema está acorde con el nivel de preparación de los destinatarios.
• Si las imágenes seleccionadas son las indicadas para ilustrar el contenido
• Si los títulos y la narración complementan las imágenes.
• Si la calidad técnica del medio elaborado es buena
• Si el lenguaje usado es claro y comprensible para el nivel de los destinatarios.

3.7. Consejos para la planeación

- Consulte este manual
- Concrete las ideas que desees comunicar (etapa 1)
- Formule los objetivos (etapa 2)
- Localice la información (etapa 3)
- Seleccione el tema (etapa 4)
- Seleccione el medio que va a utilizar (etapa 5)

- Elabore el guión (etapa 6)
- Diseñe la elaboración del medio
- Formule la relación de trabajo para elaborar el medio (etapa 7)
- Elabore el medio
- Desarrolle el tema en el grupo y evalúe los resultados y la calidad técnica del medio producido (etapa 9)
- En caso de ser necesario modifique el guión, realice las correcciones que sean convenientes

Bibliografía

Chávez, Chávez Esteban. Manual de Planeación de medios de comunicación a bajo costo, ILCE, México,

Kent E. Gerald. Planificación y producción de materiales audiovisuales ILCE, México,

Wood S. David y Diane Walton. Cómo planificar un programa de educación ambiental IIED y USFWS,

Horario	Contenido	Objetivos	Técnica	Recursos
	<ul style="list-style-type: none"> Promotoría Ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar los elementos básicos del quehacer del promotor ambiental 		<ul style="list-style-type: none">
	<ul style="list-style-type: none"> Planeación del programa 	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar las fases a seguir en la construcción de un programa 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición 	<ul style="list-style-type: none"> tafolio hojas
	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de medios y mensajes 	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar los pasos necesarios para la producción de medios y mensajes 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición 	
	<ul style="list-style-type: none"> Planeación y manejo de recursos naturales 	<ul style="list-style-type: none"> Proporcionar una herramienta de planeación para el trabajo con comunidades 		<ul style="list-style-type: none">
	<ul style="list-style-type: none"> Realización de un programa 	<ul style="list-style-type: none"> Con base en la problemática y los destinatarios que el grupo identifique, elaborar un programa que atienda a las necesidades de cada situación 	<ul style="list-style-type: none"> Lluvia de ideas Trabajo en grupo Presentación en plenaria 	<ul style="list-style-type: none"> rotafolio hojas
	<ul style="list-style-type: none"> Conclusión del tema 	<ul style="list-style-type: none"> Resumir los contenidos y reflexionar sobre la necesidad de planeas. Que identifiquen que en todos los aspectos de la vida existe una planeación 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición por grupos 	<ul style="list-style-type: none">