

## **Denominación de la materia: INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL II: MÉTODOS NO PERSONALIZADOS.**

### **Objetivos generales**

Que los estudiantes

- Comprendan la importancia de la interpretación del patrimonio como una herramienta de la educación ambiental.
- Aprendan las herramientas, estrategias y técnicas de la comunicación efectiva, que tienen como fin ayudar a los visitantes de áreas naturales a conectarse intelectual y emocionalmente con el entorno.
- Aprendan a planificar e instrumentar ofertas interpretativas no personalizadas: carteles, folletos, senderos, centros de visitantes.

### **Contenidos**

- La educación ambiental. Su importancia. Medios para hacerla posible. La interpretación del patrimonio como herramienta de manejo. Las áreas protegidas y la gente. Los planes de manejo. El público: visitantes y vecinos. Entidades que colaboran. Oportunidades para participar.
- La Planificación interpretativa. Objetivos generales. Planificación interpretativa como parte del plan de manejo. Objetivos cognitivos y objetivos de experiencia. Posibilidades y limitaciones de la planificación.
- Recepción. El personal como elemento clave y básico. Selección y capacitación. Voluntarios. Indicaciones en accesos al área protegida. La portada. Información básica. Cartelera. Oficinas de informes. Servicios mínimos para la comodidad del visitante.
- La comunicación efectiva. El diseño. Imagen y estilo institucional. Niveles de lectura. Cartelería interpretativa. Senderos. Criterios para su desarrollo. Tipos de senderos. Miradores y observatorios. Los centros de visitantes. Objetivos. El edificio. Los materiales. Kioscos. Laboratorios infantiles y piletos educativos.
- Materiales impresos: folletos, afiches, libros, guías. Títulos y contenidos. Ilustraciones. Relación con la imprenta: indicaciones. Evaluación y monitoreo de las tareas de interpretación. Técnicas. Posibilidades y limitaciones.

### **Bibliografía**

- Ham, S. 1992. *Interpretación ambiental, una guía práctica para la gente con grandes ideas y presupuestos pequeños*. Idaho: Universidad de Idaho.