

**PROGRAMA DE**  
**FORMACIÓN - ACCIÓN**

# RUTA DE LA COMUNICACIÓN


# DINÁMICA

## ¿Qué es Comunicación?

- Dinámica con tarjetas de colores

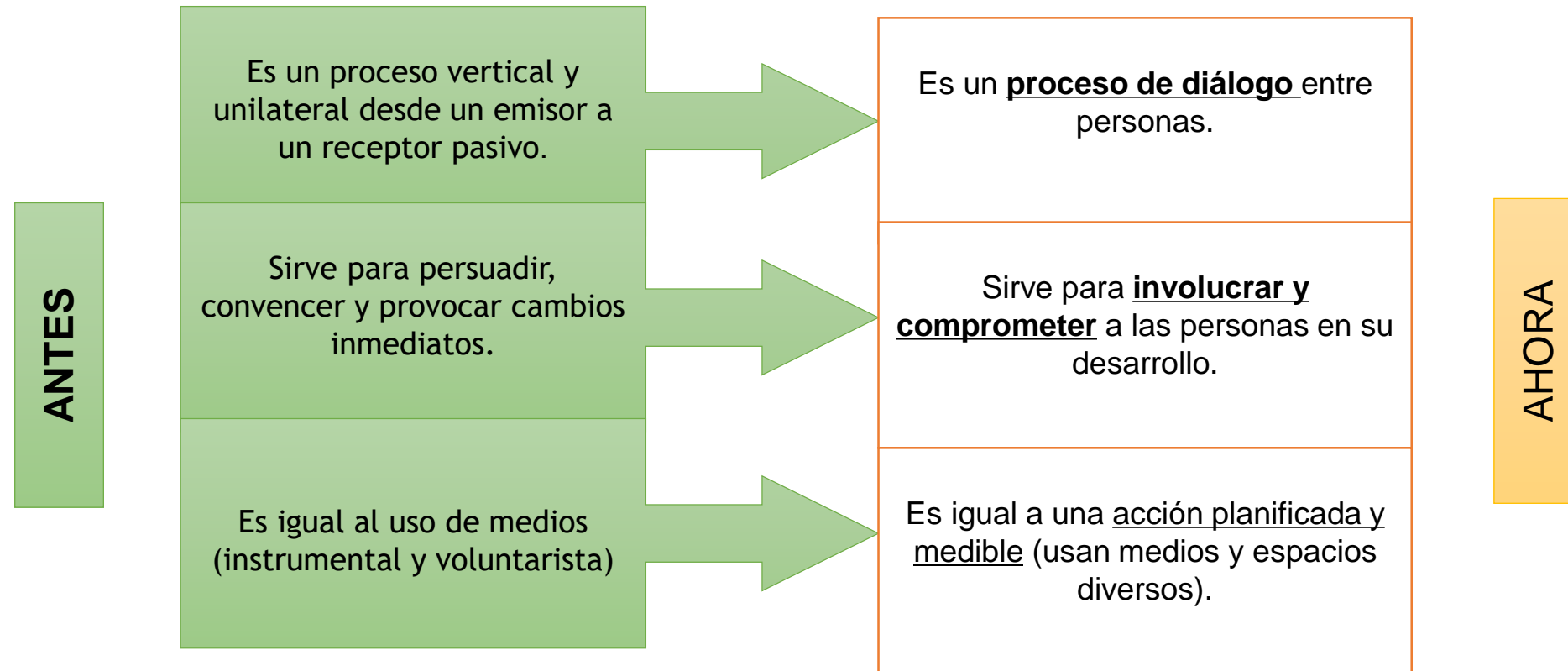


# ¿Qué es **COMUNICACIÓN** ?

- ❑ La **comunicación** es antes que nada una **relación de diálogo e interlocución** (entre individuos y entre éstos y sus instituciones), que ayuda a los sujetos a superarse y aprender unos de otros.
  - ❑ La **comunicación** permite que las personas **pongan en común imágenes, percepciones, dudas, ideas y propuestas**, posibilitando dialogar a partir de ellas y llegar a consensos sobre lo que hay que cambiar o continuar para ser mejores personas y vivir en sociedad.
- 

# Evolución de concepto

ANTES la comunicación era difusión  
AHORA es diálogo y debate



# Enfoques de la **COMUNICACIÓN**

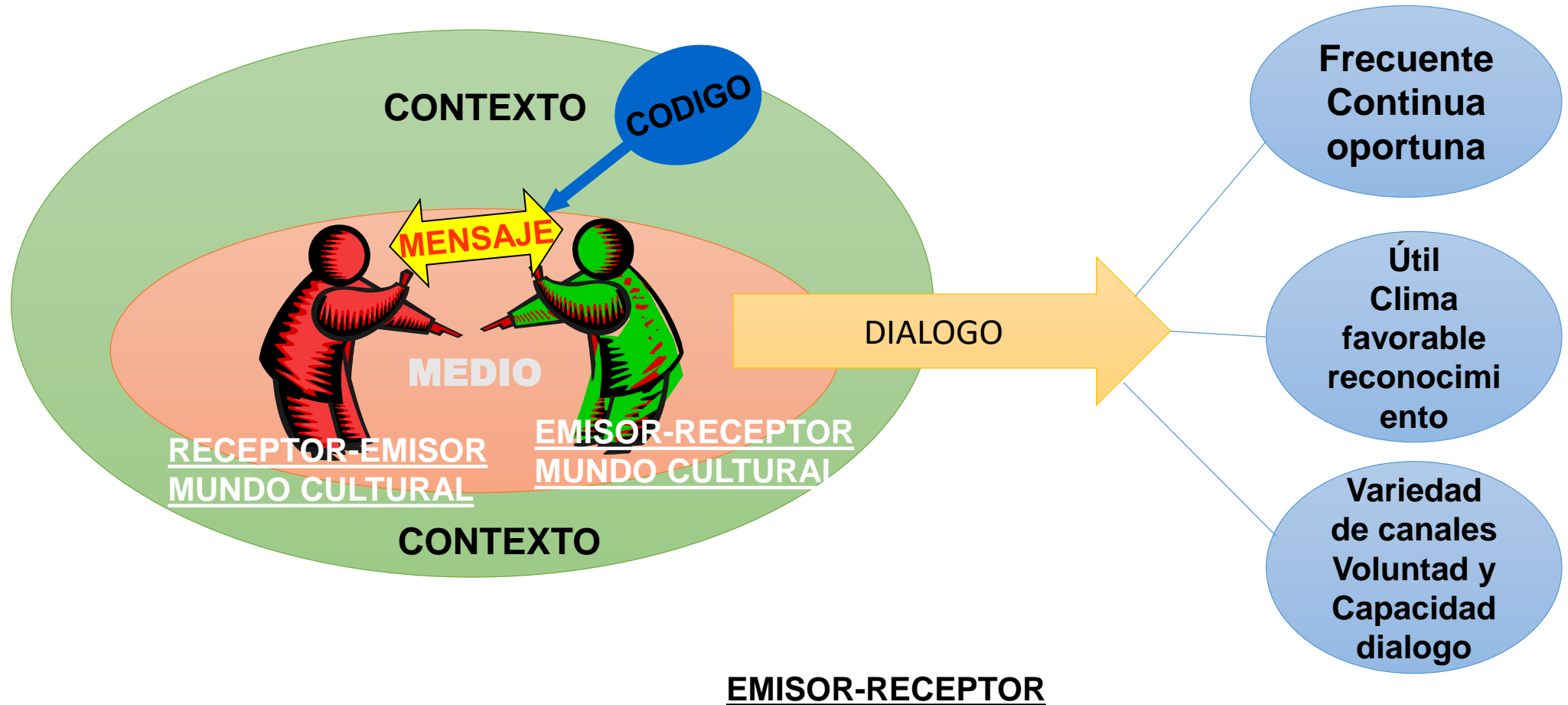
- La comunicación se asocia a **difusión** de mensajes y transmisión de información
- La comunicación se asocia al **sopORTE tecnológico** es decir a los medios de comunicación.
- La comunicación se asocia a **persuasión y marketing para convencer y posicionar.**



# La **COMUNICACIÓN** como **derecho** ciudadano



# Proceso de la COMUNICACIÓN



# Funciones de la **COMUNICACIÓN**

- Difundir, convocar e informar,
- Opinar , debatir y argumentar,
- Sensibilizar y motivar
- Conocer, expresar y movilizar,
- Influir, mediar, educar,
- Visibilizar y legitimar temas y actores
- Integración, cohesión e identidad

**LA INFORMACIÓN** TE ACERCA HECHOS,  
**LA COMUNICACIÓN** TE RELACIONA CON PERSONAS



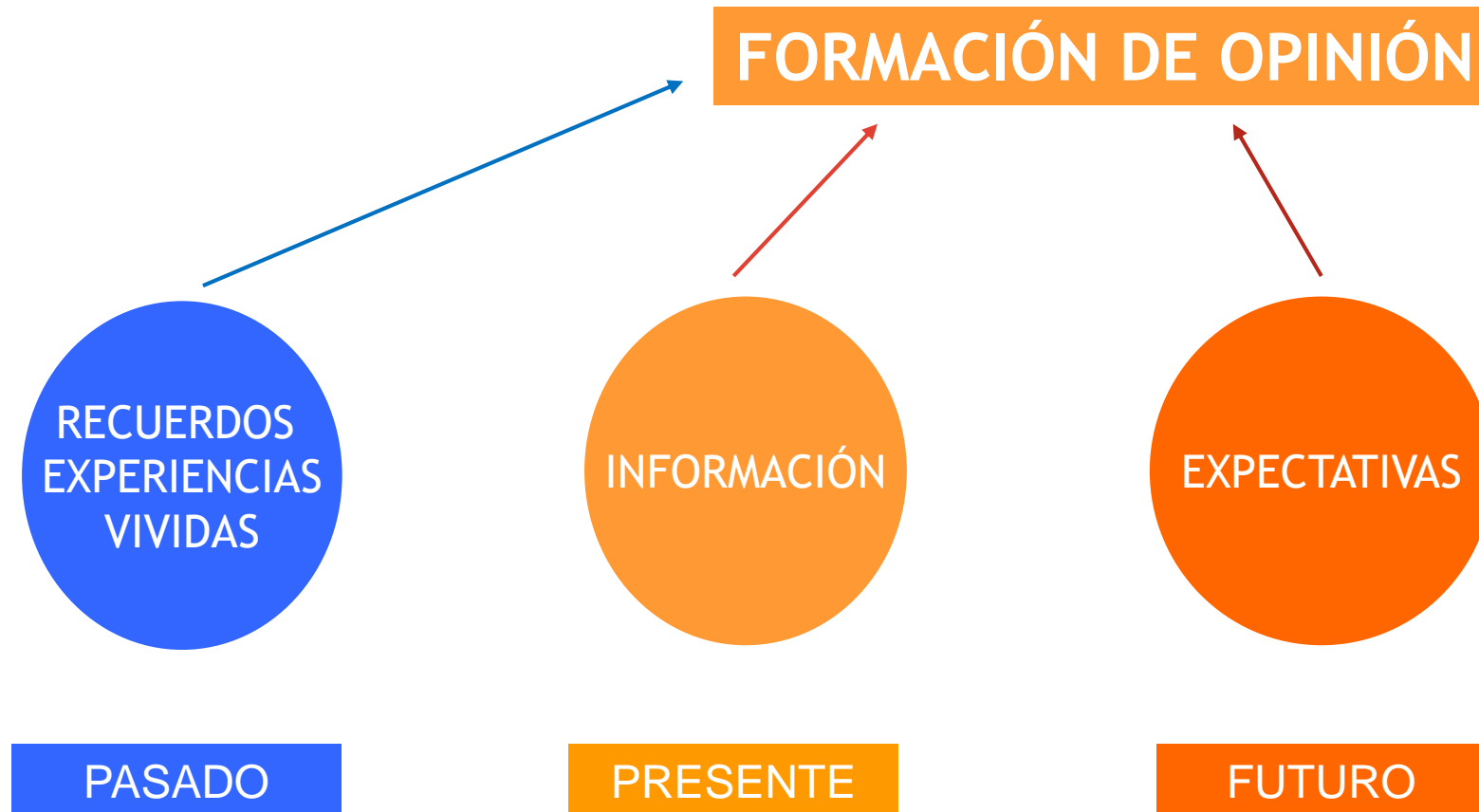


## □ La relación entre **INFORMACIÓN** y **OPINIÓN**

- Si el vaso representa la opinión de las y los estudiantes de la UNALM, y el agua el nivel de información que tienen para formar su opinión sobre las buenas prácticas para el uso responsable del recurso hídrico.
- ¿Con qué llenaría lo que falta? ’



# □ INFORMACIÓN y construcción de OPINIÓN



**PROGRAMA DE**  
**FORMACIÓN - ACCIÓN**

# CAMBIO DE COMPORTAMIENTO

# El cambio...

Es un **proceso individual y personal**. Nadie puede cambiar a otra persona si ésta no quiere cambiar.

- De allí la compleja misión del Promotor, de empoderar a las personas para que sean conscientes de su propia capacidad para conseguir **cambios positivos y duraderos en la vida diaria** → **Cambio de comportamiento**.

-La **motivación**, será un factor importante para este cambio.

-Cualquier cambio personal exige **compromiso, tiempo, energía y estrategias** claras y realistas.

# □ Cambios SOCIALES y de COMPORTAMIENTO

En la comunicación para el desarrollo, se consideran dos enfoques distintos que demandan estrategias diversas y aptitudes especiales.

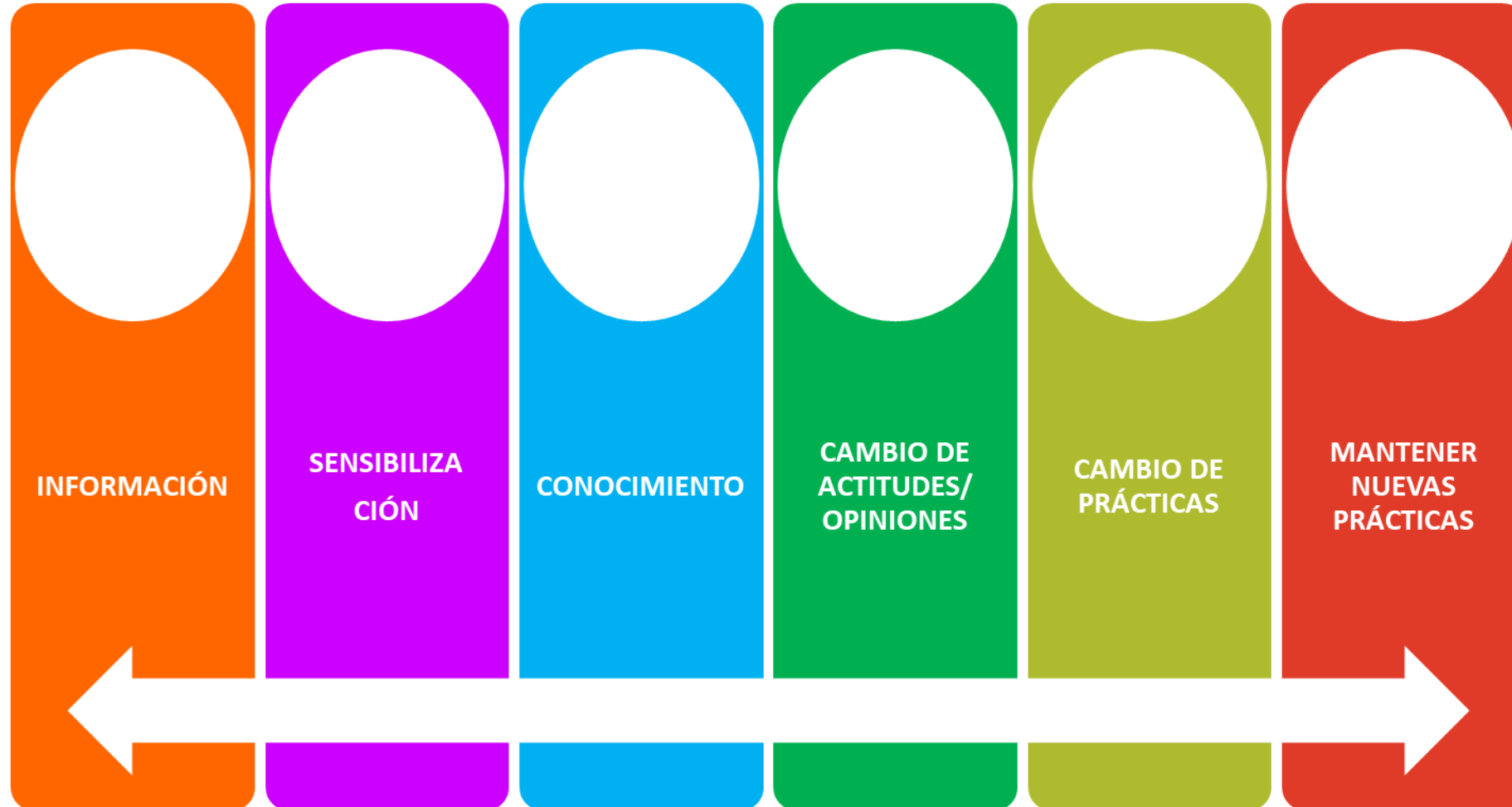
- **Cambio de comportamiento**, proceso basado en los conocimientos, actitudes y prácticas relacionadas a una problemática, donde las estrategias de modificación del comportamiento suelen considerar al individuo como el sujeto del cambio.

- **Cambio social**, proceso de transformación de la sociedad. Considera a la comunidad como sujeto del cambio.



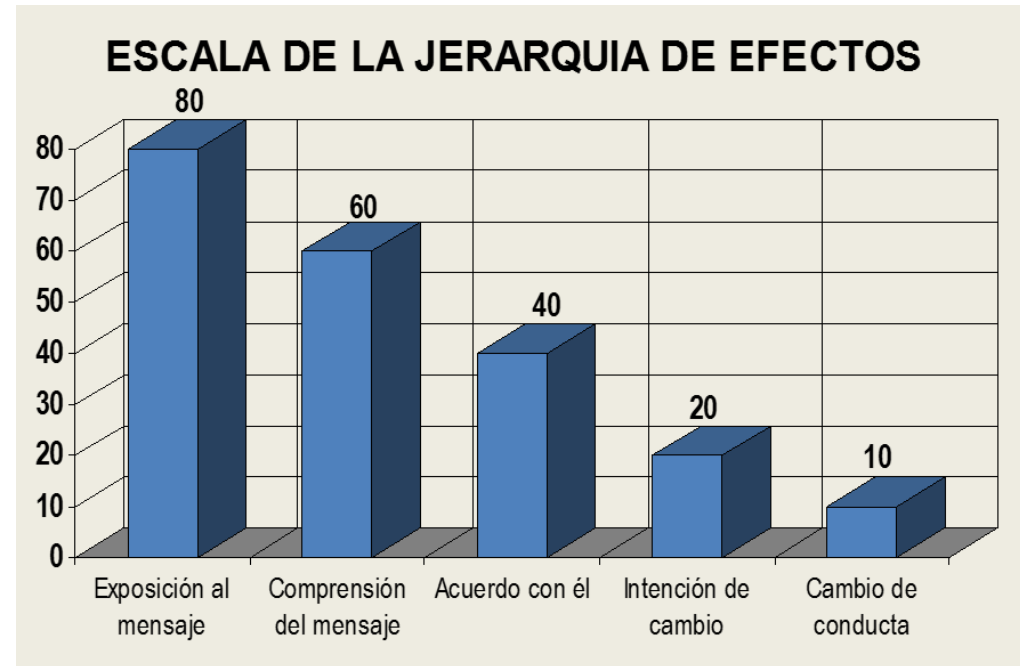
Fuente : UNICEF

Pasar de la información al cambio de **OPINIÓN** y **COMPORTAMIENTO** es un proceso gradual y de mediano plazo , con avances y retrocesos.



# Problemas para cambiar comportamientos

- No todas las personas que están expuestas al mensaje lo entenderán.
- No todas las personas que lo entienden (mensaje) estarán de acuerdo.
- No todos los que están de acuerdo con el mensaje cambiarán su comportamiento.
- Solo una pequeña proporción del público objetivo, expuesto al mensaje, acabará por aceptar y practicar la conducta deseada.



*La adopción de buenas prácticas en el uso del agua, implica un cambio de comportamiento a nivel individual, grupal, social ... por ello, la importancia de ser perseverantes en la promoción de la Cultura del Agua.*





# Gracias

