

Imágenes y textos para la educación popular



IMAGENES Y
TEXTOS
PARA *M/m*
LA EDUCACIÓN
POPULAR



Imágenes y textos
para la
educación popular



Orientaciones metodológicas con énfasis en la elaboración de impresos para neolectores/as
Olivier Berthoud

**Imágenes y textos
para la educación popular**

portada: Olivier Berthoud, Diane Morin.

dibujos: Diane Morin.

fotografía: Edmundo Lobo.

fotografía de la tapa: Grover Hinojosa.

textiles: GUATEMALA (portada), BOLIVIA (contraportada).

Imágenes y textos para la educación popular

Orientaciones metodológicas con énfasis
en la elaboración de impresos para neolectores/as

Olivier Berthoud



cimca La Paz



Comunica Tegucigalpa

Mis agradecimientos a Peter Abbott, Isolda Arrita, Carmen Avila, Paul Berthoud, María Teresa Blandón, Ernesto Bucher, Mercedes Campos, Pascal Chapui, Ana Criquillion, José Luis Rodríguez Diéguez, Walter Egli, Olga María Espinoza, Begoña Fernández, Manolo Fernández, Edmundo Lobo, Viviane Luisier, Diane Morin, Claudia Perez-Ayala y Jean-Pierre Zutter, por sus aportes al manuscrito.

diseño gráfico: Olivier Berthoud, Edmundo Lobo, Diane Morin.

diagramación: Diane Morin.

co-edición: CIMCA-La Paz y Comunica-Tegucigalpa, 1992

impresión: ediciones gráficas EG, La Paz

autor: BERTHOUD, Olivier,

título: *Imágenes y textos para la educación popular,*

orientaciones metodológicas con énfasis en la elaboración de impresos para neolectores/as.

edición: CIMCA-La Paz y Comunica-Tegucigalpa, 1992

105 páginas, 58 ilustraciones.

descriptores: Educación popular / Medios de comunicación impresos / Neolectores /
Manuales de capacitación / Materiales educativos.

Primera edición, abril 1992, 3000 ejemplares. Depósito legal en Bolivia: 4-1-241-92

©Fuera de los documentos marcados con ©, partes de este libro pueden reproducirse o transmitirse por cualquier procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, siempre y cuando se cite la fuente y que **no sea con fines de lucro individual o empresarial.**

Las opiniones aquí vertidas no son necesariamente compartidas por las instituciones mencionadas.

Esta publicación a contado con una contribución de la Cooperación Suiza al Desarrollo (COSUDE-COTESU)

CIMCA, casilla 11365, La Paz, Bolivia, tel.++591-2- 78 49 45

Comunica, apartado 3457, Tegucigalpa, Honduras, tel.++504- 37.50.49, fax. 38 42 45

Los puntos • indican las palabras definidas en el glosario, p. 101.

“Los adultos recién alfabetizados
no merecen ser tratados como niños grandes.”

“El esfuerzo requerido por el neoelector
es inversamente proporcional
al esfuerzo del equipo de producción.”

Javier Reyes

Indice

Introducción	10-11
---------------------------	--------------

PRIMERA PARTE

Utilizar materiales educativos

Las cuatro funciones de los materiales educativos	13
1. Motivación	14
2. Estudio	14
3. Consulta o referencia	15
4. Información	15
El uso de materiales educativos.....	16
cine, video, sonovisos	16
impresos, láminas, pizarrón	17
Seis pasos a dar antes de elaborar materiales educativos	18
1. La actividad educativa.....	18
2. Las partes de la actividad que necesitan refuerzo	19
3. Los/as destinatarios/as	19
4. La función del material educativo	19
5. La cobertura del material educativo	20
6. Los recursos	20

SEGUNDA PARTE

Imagen y texto

La imagen.....	22
“Una imagen vale mil palabras”	22
Cómo leemos las imágenes	24
Criterios para elaborar	
imágenes más fáciles de entender.....	32
representar algo familiar	32
ser realista	33
ser exacta en los detalles.....	33
ser completa.....	34
ser clara.....	34
Algo más	35
Dibujo o fotografía	36
El dibujo.....	36
La fotografía	37
¿Conseguir imágenes?	39
El texto	40
Leer y entender	40
Para redactar de manera más comprensible	41
Seleccionar las ideas	41
Ordenar las ideas	41
Escoger con cuidado las palabras	41
Seleccionar el vocabulario	42
Utilizar una mayor cantidad de verbos	42
Escoger con mucho cuidado los sustantivos	42
Construir frases sencillas con oraciones cortas	43
Redactar párrafos cortos	43
Redactar textos cortos	44
Utilizar titulares llamativos	44
Simplificar la puntuación	44
Cuidar las letras	44

TERCERA PARTE
Elaborar impresos

El proyecto	50
Las tareas de los/las autores/as	51
1. Definir el estilo	52
2. Definir la relación entre texto e imagen	53
3. Escoger el género del impreso	55
Los manuales de consulta	55
Los manuales de estudio	56
La guía técnica	57
La historieta	58
La fotonovela	59
4. Organizar y adaptar los contenidos	60
Las tareas del/la diseñador/a	62
1. Definir el diseño general	62
2. Definir la tipografía	64
Las tareas del/la editor/a	66
Los medios de impresión	68
Los costos del impreso	69
La utilización de computadoras personales	70
Los pasos para elaborar un impreso	72
Producir materiales audiovisuales	75
Anexos	77
Bibliografía	98
Glosario	101

Introducción

Esta guía pretende facilitar a las instituciones que trabajan con los sectores populares de América Latina algunas herramientas para mejorar la comunicación y la educación a través de sus impresos. No nos proponemos establecer aquí criterios definitivos. Estamos convencidos sin embargo de que existen pautas y experiencias que pueden ser útiles a muchas instituciones que carecen de conocimientos profesionales para la elaboración de impresos.

Estos criterios profesionales, de orden técnico, no determinan el enfoque ideológico o programático de los medios producidos. Muy a menudo se confunden medios artesanales con medios populares, medios alternativos con medios rústicos. Lo popular se ha visto hasta hace poco como algo exclusivamente local y los medios de comunicación producidos, como obras necesariamente de aficionados.

La calidad comunicacional de un material no tiene mucha relevancia, cuando está hecho por y para la gente que lo va a leer, porque este material tiene una carga afectiva para las personas que lo hicieron y se ven reflejadas en él. Esto ya no es cierto para otro barrio o otra comarca. Salir de lo comunitario implica enfrentarse a la competencia comercial dominante, y esto es solamente posible con una alta calidad comunicacional.

Estamos convencidos de que un mayor profesionalismo es una condición imprescindible para pasar de lo local a lo masivo, y buscar una proyección más amplia como un impacto más profundo, objetivos ambos de todas las instituciones.

A veces, por pertenecer a organismos sin fines de lucro, no consideramos prioritaria una organización eficiente del trabajo: confundimos eficiencia y ganancia lucrativa. La eficiencia pasa sin duda por cierta especialización. Sólo siendo igual o más productivos que el sector económico o comercial podremos hacer creíbles y viables a largo plazo nuestros proyectos.

Esta guía pretende ser una pequeña contribución en este sentido.

En la **primera parte**, exponemos algunas consideraciones generales sobre el uso de medios de comunicación en actividades educativas.

En la **segunda parte**, planteamos elementos sobre el uso e interpretación de imágenes y textos en los sectores sociales con los que trabajamos. Creemos que estas consideraciones son útiles tanto para una lámina, un afiche, unos apuntes sobre un pizarrón, como para una revista, un manual o un boletín.

En la **tercera parte**, definimos pautas para la elaboración de impresos, dando algunos elementos referentes a las funciones o tareas a realizar y a la organización del trabajo. La guía resulta aquí algo esquemática. Muchas instituciones no cuentan con el personal adecuado (educador/a, autor/a, editor/a, fotógrafo/a, dibujante, diseñador/a, diagramador/a, impresor/a). Sin embargo esto no quiere decir que las tareas de cada uno no sean necesarias. En muchos casos concretos, el o la educador/a es también el o la editor/a: tendrá que cumplir conscientemente con estas dos funciones, capacitarse mejor en los dos oficios, o especializarse en uno solo.

Por otro lado los pasos propuestos no siempre se ajustan a la realidad y podrán realizarse cabalmente en la práctica: pretenden ser una guía para organizar más eficaz y racionalmente el trabajo y no una camisa de fuerza.

En los **anexos**, les proponemos algunos documentos complementarios que nos parecen de interés sobre el tema de esta guía.

En el **glosario**, proponemos algunas definiciones de palabras que se utilizan a menudo sin conocer su significado exacto.

Si con esta guía los responsables de programas e instituciones que toman decisiones sobre materiales educativos, toman mayor conciencia de la complejidad de este trabajo, y los educadores y comunicadores encuentran algunas herramientas útiles para su actividad, habremos logrado nuestro objetivo inmediato.

Nos interesa mucho, por supuesto, cualquier comentario suyo sobre este material. Si esta guía puede ser un pretexto para un mayor intercambio de experiencias, a través del correo, de encuentros, de nuevas publicaciones, entonces habremos alcanzado nuestro objetivo fundamental.

PRIMERA PARTE:

Utilizar materiales educativos

1

En esta primera parte veremos brevemente cuáles son las principales funciones de los medios de comunicación en la enseñanza. En efecto, los materiales educativos pueden jugar papeles diferentes dentro de una actividad educativa. Luego veremos seis de los medios utilizados más comunmente, con sus ventajas y limitaciones respectivas.

Las cuatro funciones de los materiales educativos

Los medios de comunicación pueden tener funciones muy distintas dentro de una actividad educativa. Estos diferentes papeles pueden combinarse a veces, pero, en general, es mejor que los cumplan por separado, aunque sea dentro de un mismo material. Las 4 funciones principales: de **motivación**, de **estudio**, de **referencia** y de **información**. Con frecuencia, se confunden, lo que resta fuerza a las ayudas didácticas. Es importante tener muy claro lo que se pretende apoyar en un actividad educativa para decidir, con claridad, los materiales más importantes a elaborar y definir la ubicación precisa, y el papel exacto que van a desempeñar.

1. Motivación

Se trata de crear o reforzar el interés por una situación o un tema, de impulsar un proceso de reflexión y de participación. Un material de motivación se utiliza, en general, al inicio o antes de la actividad educativa propiamente dicha. Es un material catalizador, que pretende suscitar una reflexión. Tendrá que ser breve, llamativo, quizás espectacular o hasta provocador. No busca explicar un tema o aclarar una situación nueva. El mensaje tiene que ser muy abierto. Se trata de reforzar el interés y la reflexión sobre un tema, no de aclararlo o justificarlo.

Las láminas, los montajes audiovisuales, el vídeo en particular, las imágenes en general, son muy adecuadas para motivar.

2. Estudio

Con este tipo de material se pretende apoyar un proceso de estudio, de aprendizaje de un tema. Los conocimientos tienen que ser organizados de manera sistemática, sobre la base de una progresión ordenada, de lo conocido a lo desconocido, de lo particular a lo general. Su acción se sitúa en el mismo momento de la actividad educativa.

Este tipo de material puede ser un vídeo, pero el impreso es en general el más conveniente. Está basado en el desglose pedagógico de un tema. Lleva orientaciones metodológicas incluidas o en un cuaderno aparte. Estas orientaciones pueden ser muy explícitas, con una descripción paso a paso de todas las actividades a realizar, o más libre, dejando mayor iniciativa al/ a la educador/a y a los/las educandos/as.

3. Consulta o referencia

Este tipo de material pretende servir de recordatorio, de memoria de una actividad educativa. Contendrá los conocimientos más relevantes sobre un tema y se utilizará principalmente después de la actividad educativa. Se consultará posteriormente, para refrescar conocimientos, o tener acceso a datos fastidiosos que no es necesario memorizar.

Este tipo de ayuda es en general también un impreso, que las y los educandos/as pueden llevarse a casa, y tener a mano en caso de necesidad. Implica organizar los conocimientos de manera que sean muy accesibles, fáciles de encontrar, con titulares grandes, índices, numeración clara de páginas.

Parecido a un material informativo, el material de referencia es más sistemático sobre un tema dado, mientras que el informativo no es necesariamente así.




4. Información




Todo material didáctico tiene también alguna función informativa.

El material específicamente informativo puede ser parecido al de consulta, pero no necesariamente tan profundo. Su objetivo es relatar noticias sobre algo, facilitar datos que estén relacionados con los temas de capacitación. Los impresos, las grabaciones, el video, el cine son los materiales de información más adecuados.

El uso de materiales educativos

Presentamos aquí un cuadro comparativo de los seis principales medios de comunicación utilizados como materiales educativos

	Condiciones de uso	Funciones posibles	Tamaño del grupo	Ventajas	Inconvenientes
Cine 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener un proyector. - Poder transportarlo. - Saber instalar y manejar el proyector. - Local oscuro, o sólo de noche. - Luz eléctrica, o generador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Información. 	más de 30.	<ul style="list-style-type: none"> - Muy motivador. - Muy atractivo y concentra la atención. - Información visual y auditiva. - Reutilizable. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se puede modificar según las necesidades de los/las educandos/as. - Necesita equipo especial y local adecuado. - Muy pocas producciones adecuadas. - Muy caro.
Video 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener un televisor y una casetera video. - Poder transportarlos. - Saber instalar los aparatos. - Luz eléctrica o generador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación - Información. - Estudio de los gestos de las actitudes y de los movimientos técnicos en particular. 	no más de 30.	<ul style="list-style-type: none"> - Muy motivador. - Atrae y concentra la atención. - Información visual y auditiva. - reutilizable. - Fácil retroceso o paro sobre imagen, para un uso más activo. - Equipos cada vez de mayor difusión. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se puede modificar. - Necesita equipo especial. - No hay muchas producciones adecuadas. - Pequeño tamaño de la pantalla, la imagen tiene poco detalle. - Caro.
Audiovisuales 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener un proyector y una grabadora de reproducción. - Poder transportarlos. - Saber manejar los aparatos, y la sincronización. - Local oscuro, o sólo de noche. - Luz eléctrica, o generador 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Información - Estudio. 	20 a 50.	<ul style="list-style-type: none"> - Motivador. - Atrae y ayuda a concertar la atención. - Información visual y auditiva. - Muy fácil retroceso y excelente paro sobre una imagen. - El uso puede ser muy activo. - Imagen fija grande con mucho detalle. - Reutilizable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Muy poco modificable. - Sincronización delicada, muchos fallos en la práctica. - Equipos escasos. - Muy pocas producciones adecuadas.

	Condiciones de uso	Funciones posibles	Tamaño del grupo	Ventajas	Inconvenientes
Impresos 	<ul style="list-style-type: none"> - Ningún equipo ni local especial. - Transporte fácil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Todas: <ul style="list-style-type: none"> • Motivación. • Información. • Estudio. • Consulta. 	Individual o grupos, sin límite.	<ul style="list-style-type: none"> - Motivador. - Uso individual o en grupos sin equipos, en cualquier lugar. - Permite el uso, estudio o consulta, al ritmo de cada uno, y cuando cada uno lo desea. - Versátil, para grupos limitados o programas muy masivos. - Permite el uso de imágenes. - Reutilizable y permanente. - Muy barato. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se puede modificar. - La producción propia por una institución es posible sin muchos equipos, pero implica tener un personal especializado, o poder contratarlo. - Producir impresos de calidad requiere mucho tiempo. - Imprimir color es muy caro. - Implica saber leer.
Láminas 	<ul style="list-style-type: none"> - Ningún equipo ni local especial. - Transporte muy fácil. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Información. - Estudio. 	No más de 20.	<ul style="list-style-type: none"> - Atrae y ayuda a concentrar la atención. - Información visual. - Uso puede ser muy activo. - Adaptable. - Fabricación en el momento. - Permite el uso del color. - Reutilizable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Poco duradero si se transportan mucho. - Más que todo dibujos.
Pizarrón 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener el pizarrón y tiza. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Información. - Estudio. 	No más de 30.	<ul style="list-style-type: none"> - Ayuda a concentrar la atención. - Uso puede ser muy activo. - Muy adaptable a la actividad educativa. - Muy barato. 	<ul style="list-style-type: none"> - Calidad gráfica limitada por las habilidades del usuario. - Sólo dibujos. - No es duradero. - Implica saber leer. - Toma tiempo al que lo utiliza.
<p>El retroproyector, el rotafolio, las diapositivas solas con comentarios verbales, demostraciones, sociodramas, títeres, maquetas en 3 dimensiones, objetos reales, la radio, son otras ayudas didácticas.</p>					

Seis pasos a dar antes de elaborar materiales educativos

A menudo los materiales de comunicación que se utilizan en actividades educativas, que sea un video o un folleto, se limitan a un simple resumen o presentación de un tema dado. También, falta muchas veces claridad sobre como utilizarlos, y aprovecharlos lo mejor posible en función de los objetivos educativos que se plantean.

Antes de elaborar un material educativo cualquiera, es importante definir con mucha claridad varios elementos. Este trabajo de clarificación es responsabilidad más que todo del/la educador/a y del/la autor/a, aunque un trabajo en equipo con los/las comunicadores/as¹ es lo mejor. Así, estos/as últimos/as pueden entender con mayor facilidad las intenciones pedagógicas del material a elaborar.

Antes de seleccionar el tipo de material educativo y, por supuesto, antes de elaborarlo, es importante definir los siguientes aspectos:

1 La actividad educativa

¿Como se va a desarrollar la actividad educativa?

Es importante tener claro cuales son los objetivos educativos que se persiguen, cuales son los diferentes pasos que se van a seguir. Esto se puede plasmar en una guía metodológica que lleva los contenidos claramente desglosados, y los procedimientos que se van a utilizar para abordar cada tema.

➡ *Un curso o un taller mal preparado no tendrá remedio, ni con los mejores materiales de comunicación.*

1. El/la diseñador/a, la/el fotógrafa/o, la/el dibujante, el/la diagramador/a, la/el impresor/a.

2 Las partes de la actividad que necesitan refuerzo

Es necesario anticipar cuáles son los puntos débiles de la actividad educativa (falta de motivación, falta de conocimientos sobre un tema o un aspecto particular, dificultad de comprensión de un tema). Lo más probable es que no será posible ni necesario elaborar materiales para todos los pasos de la actividad, para todos los aspectos del contenido

➔ *Los materiales deben concentrarse y apoyar las partes importantes o difíciles no solamente del contenido, sino también de la metodología utilizada.*

3 Los/as destinatarios/as

¿Qué conocen de los contenidos del evento?

¿Cuáles son las palabras y las expresiones que utilizan para hablar de ello?

¿Cuál es el nivel de lectura-escritura? ¿Que grado de familiaridad tienen con el manejo de imágenes?

➔ *Las respuestas deben permitir escoger o descartar ciertos lenguajes (textos, imágenes) que vayan a ser usados en los materiales.*

4 La función del material educativo¹

Las 4 funciones básicas son:

- la motivación,
- el estudio,
- la referencia o la consulta,
- la información.

➔ *Es mejor definir una sola función a la vez para cada material, o parte de un material (una página, una lámina o una ilustración[•]). Así, un folleto podrá tener varias funciones, pero cada parte del mismo sólo tendrá una; lo mismo que con las láminas de un rotafolio por ejemplo. Esto facilita y aclara mucho el trabajo del/la educador/a.*



dibujo: Claudia PEREZ-AYALA

camión
(México)

ómnibus
(Perú)

flota
(Bolivia)

liebre
(Chile)

guagua
(Cuba)

autobús
(España)

1. Ver: Las 4 funciones de los materiales educativos, página 13.

5 La cobertura del material educativo

¿Cuántas personas estarán presentes en cada evento?

¿Cuántos eventos se realizarán?

Es decir: ¿Cuántas personas utilizarán efectivamente las materiales?

➔ *Estos datos permiten descartar ciertos materiales¹ (si son 50 personas, en promedio, por evento, será difícil utilizar rotafolios, a menos de hacerlos muy grandes; si son 80 personas en total las que se capacitarán, es anti-económico pensar en impresos con offset*, pero sí, se pueden hacer fotocopias)*

6 Los recursos

Es necesario estar muy claros de los recursos que se van a necesitar y con los cuáles se pueden contar, tanto humanos (autor/a, ilustrador/a, diseñador/a), técnicos (equipos varios), como financieros.

Se seleccionará entonces el tipo de material más adecuado, sobre la base de estos datos y tomando en cuenta las condiciones concretas de uso.

Es útil dejar éstos y algunos otros elementos ordenados en forma de un proyecto de material educativo o de un proyecto de impreso², en caso de optar por un impreso.

1. Ver: Utilizar materiales educativos, p. 16, y Producir materiales audiovisuales, p. 75.

2. Ver: El proyecto de impreso, p. 50.

SEGUNDA PARTE:

Imagen y texto

2

En esta segunda parte, veremos algunos aspectos de las imágenes y de los textos, independientemente del medio de comunicación que se utilice. En efecto, que se trate de una lámina elaborada rápidamente por un educador o de un voluminoso libro de estudio, se utilizan en todos los casos imágenes y textos. Si estos responden a ciertos criterios, aumentarán mucho su eficiencia y la posibilidad de ser descifrados y entendidos con mayor facilidad por los/las destinatarios/as.

La imagen •

“Una imagen vale mil palabras”

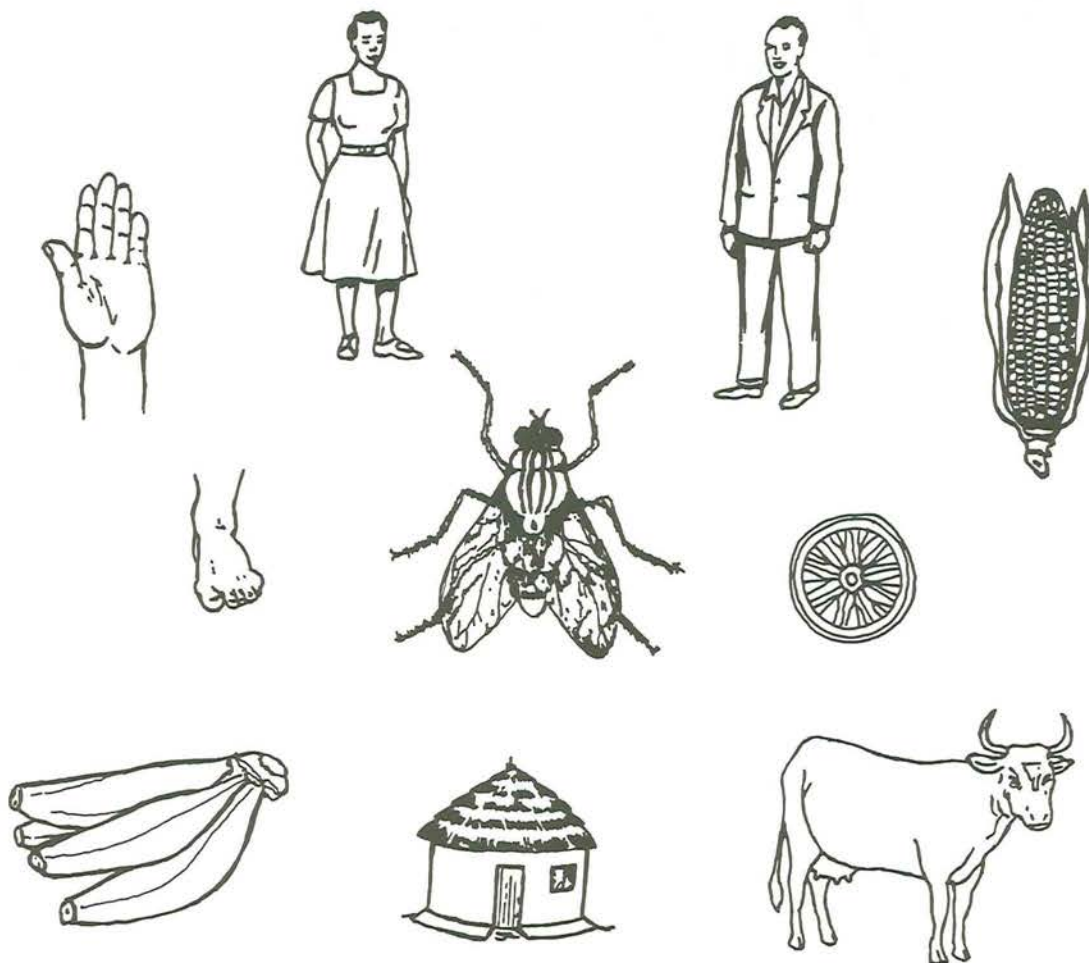
La cantidad de información que podemos retener viendo, es mucho mayor a la que nos acordarnos escuchando solamente . Muchas de las cosas que sabemos del mundo que nos rodea, las hemos aprendido viendo. Aprendemos más y con mayor rapidez viendo. De todos los sentidos que tenemos, la vista es, sin duda, el más eficiente para captar y retener información.

Esto es más válido todavía para personas que no han podido estudiar en una escuela. Los y las analfabetas han aprendido solamente viendo y haciendo. Pueden tener conocimientos muy amplios de la vida o de su oficio, sin haber conocido nunca una escuela. Tienen en general un sentido de observación más desarrollado. Pero ver, observar, interpretar el mundo que nos rodea, no es lo mismo que comprender imágenes.

Las imágenes no son la realidad, sino que reflejan una cierta percepción de esta realidad, una manera de ver la realidad. Interpretar algo es hablar de algo con algún lenguaje, con un idioma como el quiché, el aymará o el español por ejemplo. Leer una imagen, es entender una interpretación de la realidad. Contar, hablar con la ayuda de imágenes, implica utilizar un lenguaje, el lenguaje de las imágenes.

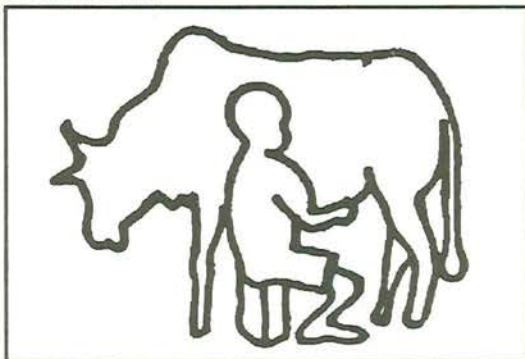
Olvidamos muchas veces que las imágenes tienen también un lenguaje, porque hemos aprendido este lenguaje fuera de la escuela, sin conocer conscientemente sus reglas. Aprendemos el lenguaje de las imágenes por la práctica, viendo más y más imágenes.

Las experiencias de percepción de imágenes con analfabetas son útiles porque nos permiten medir mejor lo que es más obvio en el lenguaje de las imágenes y lo que necesita algún aprendizaje.



Observe un momento estos dibujos, y reflexione sobre lo siguiente: ¿Qué representa cada dibujo? ¿Está claro cada uno de ellos? ¿Qué dificultades podría haber para su correcta interpretación?

Pocos detalles



Más detalles



Cómo leemos las imágenes

La variedad de interpretaciones (o de lectura de las imágenes) que no coinciden con las intenciones del dibujante puede provenir de lo siguiente:

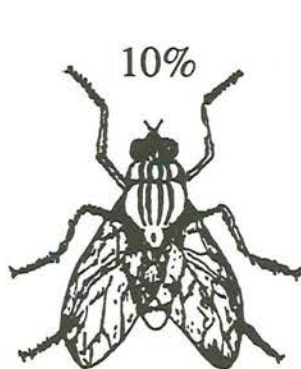
- ➔ *La representación de la parte de un todo, que no existe en la realidad como parte aislada (el plátano es parte del racimo, el útero es parte del cuerpo)*
- ➔ *La representación de manera poco usual de un objeto familiar: la mazorca tiene o no tiene tuza: en la realidad no se ven mazorcas medio destuzadas como esta.*
- ➔ *La representación a un tamaño muy diferente del tamaño real.*
- ➔ *La representación de algo desconocido, o poco conocido, como esta raza de vacas para la población entrevistada.*

La comprensión correcta de una imagen depende de la cantidad de detalles significativos y reconocibles que incluye. Son esos detalles que conocemos, los que nos permiten reconocer una imagen (una cola+unos cachos+otros=una vaca).

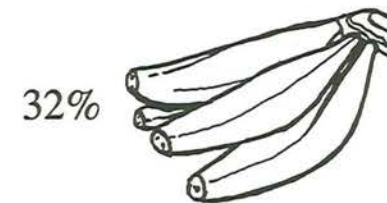
Mientras que la figura esquemática fue reconocida por 71%, la figura con detalles más realistas fue comprendida por 88% de las personas.

Este estudio a sido realizado en Brasil por Luiz Fonseca. Sin embargo la mayoría de los estudios que se han hecho sobre interpretación de imágenes por analfabetas, y que presentamos aquí, se realizaron en otros continentes y en los años 1960 y 1970. Las condiciones de "total" aislamiento encontradas allí y entonces, prácticamente ya no existen sobre el planeta. El valor de estos estudios reside justamente en las condiciones extremas, "puras", en las cuales se realizaron. En anexo, presentamos los resultados de dos estudios, realizados uno en Brasil por Luiz Fonseca y el otro en Colombia por Milton Muñoz.

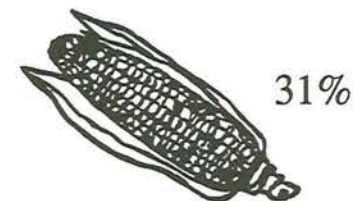
Los porcentajes indican las repuestas correctas de adultos rurales analfabetos en pruebas de campo con grupos que fluctuaron entre 162 y 793 personas.



Concepto Erróneo: mariposa, abeja, langosta, araña, mosquito, saltamonte, cucaracha, cangrejo.



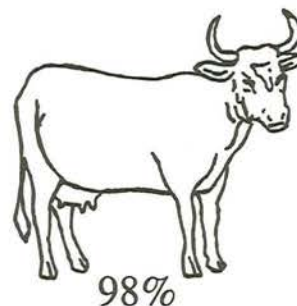
Concepto Erróneo: dedos, palma, pájaro, flores, árbol, hombre.



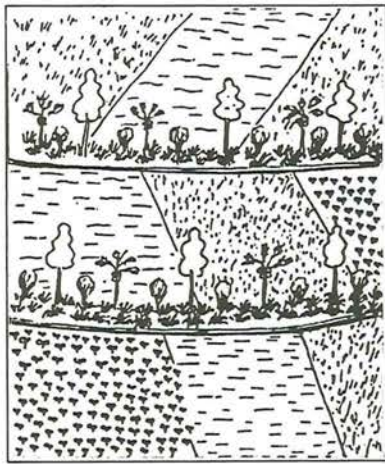
Concepto Erróneo: tortuga, cocodrilo, piña, pájaro, pez, mosquito, hombre.



Concepto Erróneo: reloj, luna, estrella, sombrilla, taza.



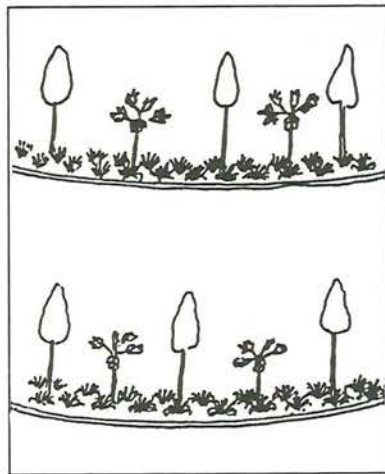
Adaptado del estudio de Bernard Shaw "Encuesta Símbolos Visuales: Informe de Reconocimiento de Dibujos en Kenia", Center for Educational Development Overseas, diciembre 1969. Tomado de Educación Mundial, Ideas para seminarios de capacitación de educadores, s.f.



Este dibujo realizado y evaluado en Ruanda¹, país del Este de Africa, pretendía representar unas tierras debidamente protegidas contra la erosión mediante una doble fila de árboles. Fue interpretada como un campo lleno de pájaros -que son temidos por los campesinos- de serpientes y de árboles. “Los árboles impiden ver el bosque”.

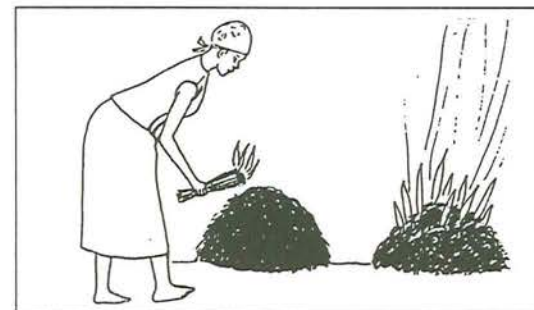
Todos los/las entrevistados/as entendieron este dibujo que sólo reproducía las filas de árboles, es decir que se limitaba al mensaje que se deseaba transmitir.

➡ Son los detalles los que nos permiten identificar una figura. Pero el exceso de detalles puede interferir de manera negativa en la lectura.



1. B. BIMENYIMANA y Regina GÖRGEN, *Perception et compréhension du matériel didactique para la population rurale au Ruanda*, Service animation et formation, Kibuye, Rwanda, s.f.

Con esta imagen se quería mostrar una mujer prendiendo fuego a un montón de maleza. El fuego no fue reconocido. La mayoría de los/las entrevistados/as dijeron que la mujer estaba recogiendo flores.



Se introdujo la imagen de una caja de fósforos, suponiendo que el nuevo detalle ayudaría a la interpretación deseada. Pero los/las campesinos/as sólo veían una caja de fósforos, y una mujer recogiendo flores. No establecían una relación entre esos elementos.



En este dibujo se añadió una vasija apoyada en tres piedras, método tradicional de preparar la comida - y solo entonces la actividad de la mujer fue interpretada por el 80% de los/as entrevistados/as como prender fuego.

➡ *La asociación con situaciones conocidas ayuda a la interpretación de objetos o de fenómenos difíciles de representar en una imagen.*



Uno de los estudios más sistemáticos sobre estilos de imágenes fue realizado, en Nepal, por UNICEF¹. Más de 400 personas fueron entrevistadas. Observaron 20 temas diferentes, de su propio ambiente, representado cada uno en 6 estilos distintos. Se les preguntó qué es lo que veían.

Cabe señalar, como lo hicieron las autoras de esta investigación, la muy buena calidad de los dibujos con sombra. Esto explica en parte los resultados.



1. Diana FUSSELL, Ane HAALAND, *Communicating with pictures in Nepal*, UNICEF, Kathmandu, 1976.

Los resultados fueron los siguientes:



1. Dibujo de línea con sombra :
72% de reconocimiento



2. Foto recortada : 67%



3. Dibujo de línea simple : 62%



4. Silueta negra : 61%



5. Foto : 59%



6. Dibujo estilizado : 49%



La evaluación de estos dibujos en Papua Nueva Guinea¹, también con analfabetas, se orientó hacia la preferencia por un estilo u otro. La pregunta era: ¿qué imagen le gusta más? Las conclusiones fueron las siguientes: antes que todos, el dibujo de colores le gustó mucho más a la gente. Luego venían el dibujo de línea con detalles y la fotografía. Los dibujos sin detalles o estilizado, en general, gustaban mucho menos. El autor, Bruce L. Cook, concluye que ninguno de los tres primeros estilos mencionados se puede considerar como el mejor. A algunos/as les gustará más uno u otro, pero esto no afecta la lectura correcta de la imagen. Al escoger un estilo, el realismo• tendría que ser prioritario.

1. Bruce L. COOK, *Understanding Pictures in Papua New Guinea*, David C. Cook Foundation, Eglin, USA, 1981.

Este símbolo• de la calavera, que representa en nuestras sociedades el peligro, fue también sometido a analfabetas en Nepal¹. Algunas respuestas fueron: algo que da miedo 23%; una calavera 21%; no sabe 16%; un monstruo 10%; un fantasma 9%; una persona muerta 3%, y muchas respuestas más. Obviamente nadie puede conocer espontáneamente la respuesta exacta, porque como para cualquier símbolo, este tiene un significado convencional, acordado en una cultura o una época dada. En este caso el grado de realismo de la figura, sólo permitiría reconocer mejor una calavera y dos huesos cruzados, pero no le daría su significado convencional que es: peligro.

Sin embargo la calavera con los dos huesos cruzados es un excelente símbolo: 61% de las personas entrevistadas manifestaron que el dibujo les resultaba desagradable. Esto obviamente nos ayuda a recordar su significado, una vez que lo hemos aprendido.

Las flechas también son símbolos, muy utilizados, pero no siempre entendidos por todos. Solo 8% de los/las entrevistados/as en Nepal dijeron que este dibujo indicaba una dirección.



1. Diana FUSSELL, Ane HAALAND, *Communicating with pictures in Nepal*, UNICEF, Kathmandu, 1976.

Criterios para elaborar imágenes más fáciles de entender



comida

Programa de alfabetización de la CNTC,
Honduras.

Las múltiples experiencias sobre comunicación visual, así como el uso, cada vez mayor, de imágenes desde hace varias décadas, permiten establecer algunas pautas sobre la interpretación de imágenes en sectores socialmente desfavorecidos. Para que una imagen sea entendida correctamente por una persona con poco hábito de interpretar imágenes - mejor dicho, que sea entendida conforme a las intenciones de su autor/a- tendría que responder a 5 características principales:

representar algo familiar

La interpretación de imágenes tiene algo de egocéntrico: la gente entiende con más facilidad imágenes en que aparecen personas, y mejor todavía si estas personas se parecen a ellas. Uno reconoce en una imagen lo que ya conoce.

Sin embargo, a pesar de que sean familiares y conocidos, son difíciles de representar algunas cosas o fenómenos, como una mosca o el fuego, que se perciben siempre asociados a sus ruidos y movimientos propios.

También ciertas situaciones que pueden ser familiares son difíciles de representar en una imagen, como actividades organizativas por ejemplo.

ser realista•

Una imagen realista es la que imita con mayor fidelidad el mundo que nos rodea. Es la más adecuada para ser entendida por cualquiera, con cualquier formación cultural, en cualquier situación, porque es cercana a lo que podemos ver en todo momento a nuestro alrededor. Aprender el lenguaje adecuado para poder entenderla es muy fácil.

En definitiva, no importa mucho si se trata de una foto en blanco y negro o a colores, de un dibujo de línea con o sin sombra. La semejanza, lo parecido entre el original y la copia, entre el sujeto de la imagen y la figura tiene que ser grande. Es más importante lo que se representa en la imagen y el realismo de la misma, que el estilo utilizado, para una interpretación adecuada de cualquier figura.

Dicho de otra manera, es mejor un buen dibujo que una mala foto, es mejor una buena foto que un mal dibujo.

ser exacta en los detalles

Es la observación y el reconocimiento de varios detalles conocidos lo que nos permite entender una imagen. La exactitud de los detalles en la imagen son la base de una representación realista. Las imágenes tendrán que enseñar una cantidad adecuada de detalles: la comprensión de una imagen disminuye con la presencia de detalles inútiles y, a lo inverso, con la ausencia de detalles útiles.

La capacidad de observar detalles en una imagen es, en general, mayor para una persona que no esté saturada de imágenes, como suele ocurrir en sectores urbanos acomodados. Esta capacidad de observar el detalle hace importante cuidar la ropa, las actitudes, las situaciones que se representan para facilitar la identificación de la imagen.

Es importante respetar la diferencia de tamaños entre diferentes objetos representados en una figura, o en figuras cercanas. El aumento desproporcionado de un objeto representa un obstáculo serio para su buena interpretación, más que su reducción.



gallina

Programa de alfabetización de la CNTC,
Honduras.

Obviamente, el uso del color hace más atractiva y exacta una imagen, siempre y cuando se usan colores también realistas. Puede jugar un papel importante en la belleza de una imagen. También puede facilitar la identificación de ciertos objetos, como frutas o plantas por ejemplo. Pero en general el uso del color no mejora de manera significativa la buena interpretación de una imagen, pero sí aumenta de manera importante el precio de reproducción de la imagen, si se pretende multiplicarla por alguna técnica de impresión.

ser completa

Gente con poco hábito de mirar imágenes no interpreta fácilmente representaciones parciales, que cortan una parte del cuerpo, o del objeto. Interpretan mejor figuras completas y realistas.

ser clara

Cada imagen tiene que representar una sola idea, una sola situación. Las figuras demasiado cargadas de situaciones diferentes producen confusión.

Todo detalle de fondo que no sea imprescindible para la comprensión tiene que ser removido. Puede crear confusión, sin aportar nada a la idea principal.

Los símbolos• como flechas, cruces, círculos no tendrían que ser utilizados antes de evaluar si son realmente conocidos y bien interpretados por los/las destinatarios/as.

Si no se puede prescindir de símbolos, es necesario entonces que explicar su significado¹.



Símbolos utilizados en el manual para monitores de programa de alfabetización de la CNTC, Honduras.

1. También habrá que tomar en cuenta el contexto de uso del material: en caso de uso en grupo, se podrá orientar al/ a la educador/a para que explique los símbolos utilizados.

Algo más

Por supuesto que estas 5 características no son las únicas, ni quizás las más importantes, que pueden tener imágenes. Son las 5 condiciones mínimas que aseguran que el mensaje de la imagen será entendido por la gran mayoría.

Con estas 5 características, el/la lector/a de la imagen podrá decir: *"Entiendo lo que me dices"*.

Esto no quiere decir, obviamente: *"Me interesa, me gusta bastante, me llama la atención, nunca lo había visto, no lo había pensado, quiero ver más"*.

Para llegar a esto, la imagen tendrá que ser bella, original, llamativa, emocionante, fantásica, o humorística, además de ser comprensible.

Introducir estos últimos elementos en una imagen, implica probablemente el uso de códigos• visuales. Será entonces imprescindible averiguar el nivel de manejo de estos códigos por los destinatarios, y hacer pruebas antes de utilizar las imágenes así creadas.



CIA, para la Contra nicaraguense, Manual del combatiente por la libertad, USA, 1984.

Dibujo o fotografía

No hay normas definitivas para elegir¹ representar una situación con un dibujo en lugar de una fotografía. No existe una solución única, ni un recetario para resolver este dilema. Las limitaciones más serias con todas las imágenes se sitúan al nivel de su concepción, al inicio del proceso de creación, y de su realización².

No se puede afirmar de manera tajante que se entiende mejor la fotografía (entera, recortada, a colores) o el dibujo (de línea, con sombra). Cuando hay posibilidad de elegir, hay que tomar en cuenta varios elementos que no tienen que ver solamente con la buena interpretación de una imagen.

El dibujo

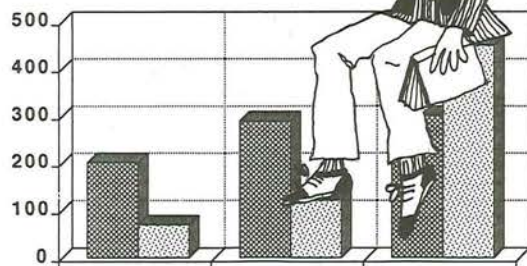
La insuperable ventaja del dibujo es que permite representar cualquier cosa. En un dibujo, uno puede plasmar las situaciones más reales así como las más fantasiosas, con apariencia de realidad o de total fantasía•.

Una de las limitaciones habituales reflejada en los dibujos, es el poco conocimiento de la realidad en sus detalles por parte del dibujante. Su trabajo es solitario delante de una mesa y pocas veces tiene la posibilidad de salir al campo a tomar notas, a hacer bocetos•.

La amplia y rica tradición de las historietas hace también que con frecuencia se asocie el dibujo con el dibujo humorístico (el que se ríe de la realidad), con el dibujo de caricatura (el que se burla de la realidad) o con el dibujo de fantasía (el que deja correr la imaginación al margen de la realidad). Sin embargo, el dibujo realista tiene un potencial poco utilizado hasta ahora.

El dibujo permite también representar ideas más generales o abstractas a través de esquemas, diagramas o mapas, cargados todos de códigos• visuales, pero de indudable fuerza comunicativa.

1. Poder escoger entre utilizar dibujos o fotos es una ventaja que no tienen todas las instituciones.
2. No es el objeto de esta guía explicar técnicas de dibujo o fotografía. En la bibliografía citamos algunas obras.



dibujo: Olivier BERTHOUD y Claudia PEREZ-AYALA

La fotografía

La ventaja primera de la fotografía es la ilusión de la realidad que crea. *"Una fotografía no miente"* dicen. No es siempre cierto y no es por nada que la publicidad utiliza más que todo la fotografía, a veces retocada, maquillada, montada. Ilusión de la realidad, porque una fotografía puede decir cualquier cosa, incluso mentir. Teniendo recursos suficientes, se pueden inventar con decorados, luces y personajes, situaciones que no existen en el mundo real, pero que por ser fotografiadas, aparentan ser ciertas.

El recorte de la fotografía permite en ciertos casos eliminar detalles no relevantes y facilitar así su lectura.

A continuación, se presenta un cuadro comparando las ventajas y desventajas de la fotografía y del dibujo.



diseño: G. RAMBOW, G. LIENEMEYER y M. DE SAND

FOTO	DIBUJO
Cámara, películas, laboratorio, más caro.	Material sencillo y barato.
Viajes y viáticos, el/la fotógrafo/a tiene que salir al campo, al lugar de los hechos.	El/la dibujante puede trabajar encerrado, pero la calidad de los dibujantes se puede resentir.
Se logra con más facilidad la ilusión de lo real.	Crear la ilusión de lo real implica un trabajo minucioso de dibujo.
Permite mejor la identificación por parte de los sujetos <i>"este es el fulano de tal"</i> . <i>"Este ñato, lo conosco"</i> .	La tendencia a utilizar la caricatura es opuesta a la identificación. No es así con el dibujo realista.
El problema de los detalles significativos se resuelve más fácilmente, porque se reproducen directamente a partir de la realidad.	Requiere de un conocimiento muy grande de la realidad, y trabajar con un archivo fotográfico.
Implica trabajo de puesta en escena para todos los elementos escogidos, ni más ni menos.	Se quitan, modifican, añaden fácilmente los detalles, personajes, decorados.
Impresión más cara y delicada.	Impresión más fácil y barata en caso de los dibujos de línea.

¿Conseguir imágenes?

A primera vista, la solución más sencilla sería utilizar imágenes ya existentes, para evitarse el problema de tener que elaborarlas.

En sí, no habría mayor problema para proceder de esta manera, siempre y cuando se respetan los derechos de autor, indicando el/la autor/a de la fotografía o del dibujo, así como la fuente de donde proviene. Pero, en la práctica, resulta casi siempre inadecuado el uso de imágenes realizadas por otros. Esto se debe a que la gran mayoría de las imágenes se realizan con una intención muy precisa, y esta intención, pocas veces, coincide con la que puede plantearse en un trabajo nuevo. Los archivos son una fuente secundaria, a partir de la cual se pueden reelaborar dibujos por ejemplo.

Otra manera de conseguir imágenes, cuando no puede producirlas uno mismo, es encargarlas a algún/a dibujante o fotógrafo/a. En este caso es importante:

- ➡ *Evaluar la calidad que se puede esperar, viendo algunos trabajos anteriores del/la ilustrador/a, eventualmente haciendo una prueba previa.*
- ➡ *Dar las indicaciones más precisas posibles, y discutir las con el/la ilustrador/a. Cuanto mejor definidas sean las indicaciones, más posibilidad tendrá el/la ilustrador/a de acercarse de la idea original.*
- ➡ *Definir claramente los derechos sobre la obra.*

El texto

Leer y entender

La gran mayoría de los adultos de los sectores populares de América Latina no tienen la costumbre de leer. Muchos habrán pasado algún tiempo en la escuela, pero pocos tienen la posibilidad de practicar el arte de la lectura de manera seguida por falta de recursos, de materiales adecuados o simplemente de oportunidades.

Menos todavía son los que tienen hábito de estudiar textos, de aprender con textos. Aprender leyendo requiere práctica. Pero el problema del uso de textos no se limita a la falta del hábito de leer; también tiene mucho que ver con el lenguaje.

El lenguaje escrito es diferente del lenguaje hablado. El lenguaje hablado de las clases acomodadas no es el mismo que el lenguaje popular. Un lenguaje técnico, especializado, como el que utiliza un agrónomo, por ejemplo, es diferente al que utiliza un campesino, hablando ambos de la misma realidad. La gran mayoría de los periódicos, revistas, libros, no están escritos en lenguaje popular, sino en lenguajes ajenos a la práctica de la mayoría.

También, al momento de redactar textos, hay que tomar en cuenta el contexto de uso del escrito, es decir quien, cuando, donde, y como se va a utilizar el material. En general los impresos serán tan leídos como escuchados. En una actividad de capacitación, todas y todos escucharán el texto, leído por otro. En la casa, un niño o una hermana leerá el texto para los demás. En la iglesia, también, los textos se escuchan más que se leen.

¿Una imagen = 1.000 palabras?

Para un/a neolector/a, el signo leído, la unidad de percepción de un texto es la letra aislada. E s t e / a neolector/a principiante no logra leer más de 800 palabras seguidas sin cansarse. Al contrario, para un lector formado, el signo leído es la palabra entera, o un grupo de palabras. Sabiendo leer bien, uno puede captar una gran cantidad de informaciones, de sensaciones y de sentimientos exactos y precisos. Leerse vuelve una necesidad, y también un placer.

Las palabras vuelan *lentamente*, los escritos quedan *abundantes*.

La lectura y los libros no han existido siempre, ni en todas las partes del mundo. La diferencia entre lo escrito y lo oral tampoco. En hebreo antiguo no existe una palabra que signifique *leer*. La misma quiere decir, *llamar, gritar, proclamar y leer*. Los escritos han sido, y lo son todavía en gran medida, de uso de las clases privilegiadas. Los códices de los Mayas y Aztecas eran reservados a unos pocos. Hasta hace no mucho tiempo, la Biblia no se traducía en los idiomas *vulgares*, es decir los idiomas hablados por todo el mundo. No se separaban las palabras al escribirlas. *Lo que hacía difícil una lectura visual fluida*. Los primeros escritos eran antes que todo testimonios de la palabra hablada.

Elogio de la lectura, Fabulosa escritura. Si consideramos que la velocidad pro-media de un locutor (hablar) es de 9.000 palabras por hora, la podemos comparar hoy con la

de un/a lector/a medio/a quien revisa 27.000 palabras por hora, y a un/a lector/a rápido/a quien barre con 60.000 palabras en el mismo tiempo.

Las técnicas de lectura rápida permiten sobrevolar una enorme masa de informaciones, en muy poco tiempo. Y a pesar de esto, es imposible incluso para un especialista, leer todas las informaciones relacionadas a su campo.

Porque hoy por hoy, la producción de los/as científicos/as e investigadores/as es de unas veinte millones de palabras *por día*, equivalente a todo lo que se ha escrito desde el invento de la escritura hasta los años 1960, en todo el mundo. Leer se vuelve entonces más que todo un proceso de búsqueda y de selección de la información.

La televisión, las computadoras y los nuevos multi-medias

No nos engañemos: media hora de tele-diario no podrá reemplazar media hora de lectura. Las mejores imágenes no reemplazarán un buen texto, para captar la misma información. El modo de comunicación de las computadoras será todavía para mucho tiempo la lectura/escritura, a pesar del multi-media tan anunciado. Ni la dudosa desaparición del papel, reemplazado por las pantallas en el siglo 21, amenaza la escritura como vehículo fundamental y formidable de comunicación entre los hombres.

Para redactar de manera más comprensible

Seleccionar las ideas

Es importante seleccionar bien las informaciones que deseamos transmitir y limitarnos a unas cuantas ideas claves. Es mejor unas pocas ideas claras que muchas ideas confusas.

Ordenar las ideas

El orden de las ideas puede ser paso a paso, cronológico, o temático. Es mejor desarrollar las informaciones de lo conocido a lo desconocido, de lo simple a lo complejo, de lo particular a lo general, de lo práctico a lo teórico.

Escoger con cuidado las palabras

En todos los idiomas, las palabras más **cortas** son las que más se utilizan, son las más conocidas. Las palabras cortas son también las más antiguas, las más comunes, las que tienen el sentido más amplio, y muchas veces varios sentidos. Las palabras cortas se perciben más rápidamente, y se leen más de prisa que las palabras largas.

Las palabras poseen un **carácter afectivo**, tienen vínculos más o menos fuertes con el/la lector/a. Palabras más personales como "mamá", "gente", "pueblo" actúan sobre la atención y la memoria.

A primera vista, uno podría pensar que las palabras que se repiten, o sea las palabras **redundantes**, sólo alargan la lectura de un texto. En general es cierto; sin embargo repetir ciertas palabras claves ayuda a comprender y a acordarse mejor de una lectura. La redundancia es una de las técnicas fundamentales de la enseñanza. Se repiten también palabras-instrumentos como pronombres por ejemplo. Estas palabras ayudan a prever y a retener la estructura de la frase, aunque no tengan gran sentido en sí.

Además repetir ciertas palabras puede a veces aumentar la belleza de un texto, y estimular así el interés y la afectividad de los lectores.

Las palabras situadas al inicio de una frase son las que mejor se retienen.

Seleccionar el vocabulario

Conviene manejar una selección de palabras conocidas y familiares a los lectores y evitar así el uso de palabras especializadas, particulares a tal o cuál oficio o ciencia. Estas palabras especializadas sólo deben ser usadas cuando sean indispensables al logro de los objetivos educativos. Se vuelve entonces imprescindible aclarar su significado.

No existe la costumbre de utilizar un glosario, es decir una lista de palabras con sus respectivas definiciones, ubicada en general al final de un texto. Es mejor explicar una palabra poco conocida en el texto mismo, como se ha hecho para *glosario* en la frase anterior, por ejemplo.

Utilizar una mayor cantidad de verbos

Conviene introducir el mayor número de verbos posibles. Tratar de que aparezca un verbo por cada tres o cuatro palabras. Los verbos, con los sustantivos, son mejor retenidos que los adjetivos y los adverbios.

Escoger con mucho cuidado los sustantivos

Una de las plagas de los textos de educación popular son los sustantivos abstractos: evitarlos a como sea. Lo podemos lograr utilizando verbos y no sustantivos derivados de verbos, adjetivos y no sustantivos derivados de adjetivos. Podemos también sustituir los sustantivos abstractos por sustantivos concretos.

Construir frases sencillas con oraciones cortas

Una oración corta con una construcción simple es lo que mejor se entiende. Tenemos todos una capacidad limitada para recordarnos de las palabras leídas. Esta capacidad aumenta con la práctica de la lectura, pero es reducida cuando no sabemos leer muy bien.

Conviene entonces redactar oraciones con una o dos ideas como mucho cada una. El **máximo de palabras** por oración no tendría en todo caso que pasarse de las **ocho a diez**.

Se entienden mejor las frases **deductivas** que las frases enumerativas¹. El uso de “*que*”, “*quien*”, “*porque*” permite anticipar lo que viene a continuación en la frase, y ayuda a la comprensión.

Para aplicar estos criterios al momento de redactar y luego agilizar la lectura, facilita utilizar la **línea controlada**. Consiste en redactar de manera que cada línea sea una oración, o parte de una oración con una unidad de sentido. El cambio de línea, momento de receso que puede ser largo para un/a neolector/a, substituye la coma o el punto, si es que no se utiliza en este momento. Cada final de línea será entonces como una coma, o un punto imaginarios. Es un poco como escribir poemas, sin tener que ser poeta.

Redactar párrafos cortos

Los párrafos permiten agrupar unas pocas frases que expresan una misma idea general. Esforzarse por redactar en párrafos cortos ayuda también a lograr una redacción más clara.

1. Por ejemplo “*No está lloviendo, y el maíz se secó*” es enumerativo. “*Como no ha llovido, el maíz se secó*” es deductivo.

Redactar textos cortos

Es mejor redactar textos de no más de una página, o de una doble página. En general la doble página es la unidad básica del impreso, delante de la cual el lector va pasar un rato. Doblar la página es como irse a descubrir otra cosa.

Utilizar titulares llamativos

Los titulares tienen que ser llamativos y si posible contener un verbo y dar a entender el contenido del texto. Es mejor que sean redactados todos en el mismo estilo.

Simplificar la puntuación

Conviene limitarse a una puntuación elemental. (Paréntesis), “comillas”, punto y coma ; signos de exclamación ! son signos mal conocidos que no son indispensables en la mayoría de los textos. Uno puede limitarse a los puntos . comas , y ¿signos de interrogación?

Cuidar las letras¹

Es más fácil leer palabras en minúsculas, que son las letras más habituales, que en mayúsculas. Se puede destacar un texto utilizando minúsculas grandes.

En caso de escribir el texto a mano, ayuda mucho a la lectura utilizar letras de molde, y separar bien cada letra y cada palabra.

Si no se redacta en línea controlada, evitar, de todos modos, cortar las palabras al final de las líneas, es decir no justificar• el texto.

1. Ver: Definir la tipografía, p. 64.

Dos redacciones de un mismo tema¹

El método de comercialización de la cosecha de maíz puede afectar los ingresos agrícolas de este año, e influir en las ganancias de uno o dos años. Para los productores existen diversas formas de comercializar su maíz.

¿Que hacer con su maíz?
 ¿Ya pensó lo que debe hacer con el maíz que cosechó?
 De su decisión va a depender lo que Usted ganará este año, y también el próximo año.
 Ahora algunas sugerencias.

1. Adaptado de Juan E. DIAZ BORDENAVE, *¿Que es comunicación rural?*

Refrescamiento gramatical¹

Puede ser útil refrescarnos un poquito la memoria y recordar que son los sustantivos, los verbos y los adjetivos.

Los verbos

Los verbos indican una acción o un estado. Es fácil reconocerlos. Siempre podremos colocarle un pronombre personal delante para conjugarlos.

Ejemplos:

Compartir.....Yo comparto. Nosotras compartimos.

Estimular.....Tu estimulas. Ustedes estimulan.

Respetar.....Ella respeta. Ellos respetan.

Los verbos, en la forma de infinitivo siempre terminan en **-ar, -er, -ir**.

Los sustantivos

Los sustantivos indican personas, animales o cosas que son independientes. Siempre podremos colocarles delante un artículo **la, el**.

Ejemplos: la casa; la redacción; el caballo; el progreso; el país.

Los adjetivos

Los adjetivos indican siempre la cualidad de algún sustantivo. Por eso son dependientes de los sustantivos.

Ejemplos: la casa azul; la redacción popular; el caballo grande; el progreso técnico.

Hay veces en que un adjetivo puede convertirse en sustantivo. Para eso es necesario que lleve delante un artículo: **el, la, lo**.

Ejemplos: el técnico, lo popular, la nacional.

1. Adaptado de Arturo JIMENEZ y Agustín NAVARRO, *Guía de redacción para la comunicación popular*.

Los adjetivos derivados

Entre los adjetivos hay muchos que son corrientes en la lengua popular.

Ejemplos: pobre, serio, abusador, falsa, vieja.

Sin embargo, hay otros que se usan sobre todo en la lengua dominante. Estos son muchas veces adjetivos derivados. Por eso podemos reconocerlos si observamos sus terminaciones. Las terminaciones más frecuentes de estos adjetivos son:

- al : social, regional, estatal, conceptual.
- ivo : representativo, operativo, masivo.
- ario : monetario, autoritario, unitario.
- orio : notorio, promisorio, decisorio.
- able : palpable, inexplicable, alcanzable.
- ible : previsible, descriptible, comprensible.
- ático : democrático, diplomático, dramático.
- ante : moralizante, beligerante, determinante.
- ista : economicista, capitalista, legalista, caudillista.
- ticio : crediticio, alimenticio, ficticio.

Los sustantivos abstractos y concretos

Nosotros no conocemos los objetos más que por sus cualidades, y éstas por las impresiones que producen en nuestros sentidos. Conocemos

el azúcar por su color, por su sabor, por su aspecto, que consideramos inseparables del concepto o idea que nosotros tenemos del azúcar. Cuando oímos la palabra azúcar se nos sugiere en seguida aquel conjunto de cualidades sin las cuales no podemos concebir esta sustancia; por el contrario, la presencia de estas cualidades nos evocará inmediatamente la palabra azúcar. Así para nosotros, un sustantivo no es sino un conjunto de cualidades mayor o menor, según sea nuestro conocimiento del objeto. Para una persona común, la palabra azúcar encierra un número de cualidades mucho menor que para un químico, por ejemplo. Ahora bien, podemos apreciar una misma cualidad en varios objetos; la blancura del azúcar la encontramos asimismo en la leche, en el algodón. La blancura nombra no un objeto, sino una cualidad que puede encontrarse en distintos objetos independientemente. Sin embargo, esta cualidad no puede ser separada o aislada de un modo material de ninguno de los objetos que la poseen. ¿Será posible sacar la blancura del azúcar? No se puede separar una cosa de otra, en una mano el azúcar y en otra la blancura. Esta separación sólo puede hacerse por el mecanismo mental que se llama abstracción.

Del mismo modo, las sustancias no presentan sólo cualidades permanentes, sino también otras accidentales, o fenómenos, por las cuales se ponen en comunicación con el mundo que las rodea. Así, por ejemplo, de moverse, o sea el movimiento, se observa en otros muchos objetos, y solamente por

una abstracción, como hemos dicho antes, podemos separarlo de los seres en quiénes lo observamos.

Así distinguimos dos primeras especies de nombres: los sustantivos concretos, o sea los nombres de los seres u objetos que tienen una existencia real, como azúcar, perro, guante, casa; y los sustantivos abstractos, o sea los nombres de las cualidades, o fenómenos, separados mentalmente o abstraídos de los objetos a que se refieren, como blancura, movimiento, grandeza.

Como las cualidades se expresan con adjetivos, gran número de nombres abstractos de cualidad son sustantivos derivados, o sea, procedentes de adjetivos. Así, blancura y grandeza se han formado a partir de los adjetivos blanco y grande. Del mismo modo, como los fenómenos se expresan por verbos, suelen ser los sustantivos derivados de estos mismos verbos, como movimiento, alabanza, de mover y de alabar. Sin embargo, hay muchos sustantivos abstractos que no proceden de una derivación, como por ejemplo *luz*, *vida*, *sueño*, *noche*, *ocio*.

Los sustantivos abstractos derivados son también muy frecuentes en la lengua dominante. Para reconocer los sustantivos abstractos derivados podemos fijarnos en su terminación.

Aquí tenemos una lista de las terminaciones más usuales de sustantivos abstractos:

-ción	: producción, relación, evolución, revolución.
-ión	: confusión, unión, diversión, rebelión.
-miento	: planteamiento, conocimiento, entrenamiento.
-ismo	: idealismo, capitalismo, burocratismo.
-ía	: categoría, ideología, burguesía, economía.
-encia	: paciencia, coherencia, esencia, vivencia.
-ancia	: tolerancia, instancia, constancia, infancia.
-ez	: desnudez, sencillez, rapidez, estrechez.
-eza	: riqueza, torpeza, destreza, franqueza.
-ad	: lealtad, continuidad, especialidad, realidad.
-ura	: blancura, estructura, coyuntura, amargura.

Preguntas antes de elaborar un impreso¹

Antes de decidir elaborar un impreso, es útil hacerse las siguientes preguntas:

- 1 ¿Se disponen de los recursos humanos necesarios como un/a educador/a, un/a autor/a, un/a editor/a, un/a diseñador/a ?
- 2 ¿Dispondrá este colectivo del tiempo suficiente para elaborar el impreso?
- 3 ¿La inversión de tiempo necesaria será compatible con las otras actividades de la institución?
- 4 ¿Se disponen de los recursos financieros necesarios?
- 5 ¿Existe ya algún impreso parecido, sobre este tema o un tema similar, aquí o en otro país o idioma?
- 6 ¿Si existe, pensamos poder hacer uno de mejor calidad?
- 7 ¿Existe alguna posibilidad de coedición con otras instituciones interesadas?
- 8 ¿Se ha evaluado con atención el nivel promedio de los/as educandos/as, en su habilidad para la lectura y conocimiento del tema?
- 9 ¿Cuál es el nivel de experiencia y formación educativa de los/as educadores/as?
- 10 ¿Cuál va ser la función del impreso (de motivación, de consulta, de estudio, de información)?
- 11 ¿Qué importancia va tener el texto?
- 12 ¿Qué tipo de ilustraciones y aproximadamente cuantas se van a utilizar?
- 13 ¿Qué tipo de impresión se podría realizar, en base a los fondos disponibles?
- 14 ¿Cuál va a ser el primer tiraje?
- 15 ¿Se contemplarían reediciones, y en qué cantidad?
- 16 ¿Se tienen ofertas de imprenta, para tener una idea del costo total?

1. Adaptado de François RICHAUDEAU, *Concepción et producción de manuales escolares*.

TERCERA PARTE

Elaborar impresos

3

Los impresos son hoy en día el principal vehículo de difusión e intercambio de los conocimientos científicos y este fenómeno a ido acelerandose.

Además de permitir una difusión masiva de los conocimientos, los impresos facilitan un aprendizaje individual y adaptado al ritmo de cada quien, porque no necesitan de ningún soporte para ser utilizados, contrariamente al video o a la informática por ejemplo, y son relativamente baratos de producir. A pesar de la difusión cada día mayor de otros medios, como la televisión por ejemplo, uno no puede seriamente imaginar la desaparición de este soporte fundamental de difusión del conocimiento.

El proyecto

El proyecto contendrá una presentación de los siguientes aspectos:

1. Los antecedentes

¿Qué experiencia se tiene ya en editar publicaciones?

¿En qué contexto se ubica el uso de la publicación (proyecto, institución, actividades educativas)?

2. La justificación

¿Por qué se necesita la publicación?

¿Cuál es la problemática que pretende enfrentar?

3. Los objetivos

¿Qué se pretende lograr con la publicación?

4. Beneficiarios/as

¿Quiénes son los/las beneficiarios/as, qué se pretende lograr con ellas y ellos?

5. Descripción de la publicación

¿Cuál es el contenido, los temas abordados, los objetivos educativos que se persiguen?

¿Cuales son las características generales del diseño?

¿Cuál va a ser el tiraje y la periodicidad?

¿Cómo se va a distribuir?

¿Cómo se va a utilizar la publicación? ¿en actividades de capacitación, en grupos, individualmente?

6. Recursos necesarios y recursos disponibles

¿Cuales son los recursos, humanos, técnicos y financieros necesarios, y cuales son los que ya se tienen?

7. Presupuesto

8. Cronograma de actividades

9. Seguimiento y evaluación

¿Quien se encargará del seguimiento del proyecto?

¿Cuales serán los criterios para evaluar la publicación?

Las tareas de los/las autores/as

En la práctica, un material educativo es siempre una obra colectiva. Pero las tareas a realizar son fijas, sea cual sea la cantidad de personas que participan en su elaboración. También varias tareas pueden ser realizadas por la misma persona. Por ejemplo muchas veces el/la diseñador/a es al mismo tiempo el/la editor/a. Lo importante, en todo caso, es repartir claramente las funciones y las responsabilidades dentro del equipo.

En el trabajo de los/las autores/as interviene la experiencia del/la educador/a, la habilidad del/la redactor/a, la creatividad del/la ilustrador/a. Las autores/as tendrán que:

- 1 Definir el estilo**
- 2 Definir la relación entre texto e imagen**
- 3 Escoger el género de impreso**
- 4 Organizar y adaptar los contenidos**
- 5 Redactar los textos y realizar las imágenes**

1 Definir el estilo

El estilo **narrativo** cuenta lo que pasa. Qué hace la gente y cómo lo hace. Cómo suceden las cosas. El enfoque es hacia las cosas que ocurren, es decir hacia la práctica.

El estilo **descriptivo** enfoca hacia cómo son las cosas o la gente. Define las cosas tal como existen, la gente cómo se puede ver o sentir. Dice lo que podemos observar.

El estilo **expositivo** o **analítico** pretende explicar las cosas o la gente, a partir de las ideas que nos hacemos de ellas. Estas ideas pueden ser más o menos abstractas. Enfoca hacia el por qué de las cosas, el por qué la gente es lo que es, y hace lo que hace.

El estilo **imaginario** crea algo que no existe en la realidad, a partir de la misma mente del autor o de la autora. Algo que no está en la realidad tal como nosotras o nosotros la podemos ver, razonar, o sentir.

Para los materiales de educación popular, evitaremos el estilo expositivo, que implica muchas veces el uso de ideas abstractas, manejadas con dificultad por la mayoría de la gente. En un material amplio se podrá, si necesario, combinar varios estilos en función de los objetivos educativos perseguidos.

2 Definir la relación entre texto e imagen

Son cinco las posibles relaciones entre texto e ilustración•. Estas cinco relaciones definen si es el texto o bien la imagen que determina el contenido y el significado global de la página o del material.

Texto solo

Los únicos elementos gráficos a considerar en este caso son la tipografía¹ y los componentes de la diagramación• (subrayados, cuadros) que tienen como función aumentar la legibilidad, reforzar la jerarquización o mejorar la apariencia del texto.

Texto con imagen de apoyo

En este caso, el texto determina el sentido y la ilustración viene a introducir, completar o redondear• parte de la información básica, que está en el texto.

Texto e imagen complementarios

No hay imposición de sentido, sino que el texto y la imagen tienen el mismo valor.

Imagen con texto de apoyo

En esta relación la imagen es la que impone el sentido al texto, rebasándolo en información y aportando más elementos que éste. El texto viene a completar o a precisar la información de la imagen.

Imagen sin texto

El sentido de la imagen podrá ser completado por la explicación o los comentarios orales, pero se supone que se entiende por sí misma.

Este capítulo ha sido adaptado de INCA-Rural,SARH,FAO,PNUD; *Manual para la elaboración de material impreso para campesinos*.

1. Ver: Definir la tipografía, p. 64.

¿Qué elegir?

SECUENCIA 1	PLANO C.U.	TITULO	el mundo
TOMA 1	NIVEL 2	RESPON	
IMAGEN		TEXTO	T.P. T.A.
REFERENTE	MUSICA	EFFECTOS	DISOLVENCIA TATE OBSERVACIONES
SECUENCIA 2 PLANO M.C.U. TITULO Gritos en el eco. TOMA 1 NIVEL 1/2 RESPON IMAGEN  TEXTO Gritos en el eco. REFERENTE MUSICA OBSERVACIONES EFECTOS			
SECUENCIA 3 PLANO M.G. TITULO TOMA 1 NIVEL 2/3 RESPON IMAGEN  TEXTO REFERENTE MUSICA OBSERVACIONES EFECTOS			

Dibujo: Claudia PEREZ-AYALA.

Concebir un material con un peso fuerte de las imágenes (lo que corresponde a las tres últimas opciones) implica diseñar, concebir con imágenes, el material, y no pensarlo en término de oraciones y textos. Aquí está una gran dificultad. Es más fácil, por costumbre, redactar un texto, que bocetear una imagen. Sin embargo no es necesario saber dibujar, para poder hacerlo. Antes de redactar, se intenta plasmar todas las ideas en bocetos*. El texto se utilizará solamente para lo que no cabe en las imágenes. Por supuesto que ciertos temas se prestan más que otros a la representación con imágenes.

Las técnicas de elaboración de historietas pueden ayudar en este caso. Concebir un material en imágenes y textos tiene también similitudes con elaborar el guión* de un material audiovisual¹, o de una obra de teatro.

1. Ver: Producir materiales audiovisuales, p. 75.

3 Escoger el género del impreso

Los manuales de consulta

Estos manuales tienen solamente una función de consulta o de referencia, es decir que presentan una serie de información sobre un tema sin ninguna organización previa del aprendizaje.

El contenido está organizado de manera que sea fácilmente accesible, sin que sea necesario leerlo desde el inicio hasta el final. La presente guía pretende ser un manual de consulta.

El manual de consulta recoge, ordena y presenta la información sobre un tema dado. La información tiene que ser: **accesible** a través de herramientas como índices, glosarios, titulares, jerarquías tipográficas, referencias; fácilmente **entendible** por el tipo de textos e imágenes utilizados. Esta información tiene también que ser **adaptada** a los/las destinatarios/as y corresponder a la situación y al medio en que viven. Sin embargo, cuanto más específico es un manual, más difícil será seguir utilizándolo cuando algún elemento que determinó su concepción cambie (condiciones locales, estilo pedagógico, lenguaje, entorno institucional).

Un manual de consulta no es entonces simplemente la exposición¹ de un tema, sino que implica un tratamiento específico del contenido.

1. Ver: Definir el estilo, p. 52.

Instrumentos para ubicarse en una publicación

Aquí los principales instrumentos que facilitan el ordenamiento y la búsqueda de la información en una publicación:

anotaciones: notas aclaratorias impresas en el margen del texto. Se dice también notas de pie de página.

anexo: Parte añadida al final de un trabajo, sin que forme parte íntegra del mismo. En general es de otro autor.

apéndice: Texto que se agrega al final de una obra como una continuación de la misma.

glosario: Lista ordenada alfabéticamente de palabras que aparecen en un texto, junto con una explicación de su sentido.

índice: Lista de títulos y subtítulos de los capítulos o de las partes de un libro, con la indicación de la página en la cual se hallan. El índice alfabético es la lista de palabras importantes que aparecen en el texto, también con el número de la página donde se hallan.

referencias: Indican las fuentes de las informaciones.

bibliografía: Lista de obras consultadas o existentes sobre un tema dado.

resumen: Texto corto que relata lo esencial de la obra.

Los manuales de estudio

Estos manuales tienen una función de estudio, es decir que presentan el contenido con una progresión, un ordenamiento sobre la base de un proceso de aprendizaje bien definido y concreto.

Están organizados a partir de actividades educativas establecidas de antemano. Esto se refiere tanto a la presentación del contenido como a la inclusión de orientaciones metodológicas (en el mismo material, o en un folleto aparte). Podrán tener además, por supuesto, una función de consulta, con la inclusión de un índice, por ejemplo.

Los manuales de estudio son más complejos de realizar porque implican un diseño pedagógico riguroso y detallado del contenido. Todas las actividades tienen que ser desglosadas, organizadas y medidas en el tiempo. Este ordenamiento rígido de las actividades no conlleva automáticamente, ni mucho menos, la utilización de una metodología educativa autoritaria o tradicional. Se utilizan manuales de estudio con gran variedad de enfoques pedagógicos.

La inversión de tiempo, trabajo y dinero que implican se justifica solamente en el marco de programas educativos masivos. Son de mucha utilidad, o imprescindibles cuando no se cuenta con educadores profesionales o por lo menos bastante experimentados.

La necesaria rigidez que tiene el manual de estudio lo hace rápidamente obsoleto, y su uso, fuera de la actividad educativa, es casual y en general poco significativo. Queda más que todo como un recuerdo para el/la capacitando/a.

La guía técnica

La guía técnica pretende explicar cómo realizar alguna acción, o como funciona alguna herramienta o máquina. El desglose del contenido más adecuado es paso a paso, o parte por parte. Puede tener una sola página o más de cien.

Lo importante es que cada paso esté claramente definido y delimitado, aunque sea de manera un poco esquemática. En este caso, más que en otros, el realismo de las imágenes es decisivo: la fotografía puede ser utilizada en algunos casos simples, pero no supera al dibujo que permite representar con más claridad los detalles estrictamente necesarios.

6. Clavar el travesaño

Se alinea cuidadosamente / se clava el palo travesaño sobre las 2 señas anteriores. Para lograrlo mejor se puede usar una estaca como cuña debajo del aparato. Una vez clavado, se chequea que la apertura del aparato A sigue de 2 metros. Si no, se corrige abriendo o cerrando las patas del aparato.



7. Amarrar la plomada

Sólo les falta amarrar al clavo de unión de las 2 patas, el mecatito o manilla. A su extremidad libre, se amarra una piedra a por lo menos una cuarta, por debajo del travesaño. Esa plomada sencilla va a ser el indicador de nivel.



8. Plantar las 2 estacas

A una distancia de 2 metros, que se puede medir con el mismo aparato A, se plantan las 2 estacas en forma de trompos. Para que el martillo no dañe la cabeza de la estaca, se recomienda usar un taco de madera.



Revista ENLACE, Nicaragua, 1991.

7 Desigualdad de oportunidades



CELADEC, *La situación de la mujer en América Latina*, Lima, 1984.

La historieta

Los *comics* en inglés, muñequitos, pasquines o historietas en América Latina, están compuestos por una serie de dibujos en los que se incluyen, en general, textos. Juntos cuentan alguna historia. Tienen un lenguaje propio que permite expresar sentimientos, actitudes, movimientos.

La historieta, por su estilo narrativo, es apta para una gran variedad de temas, principalmente para motivar y sensibilizar sobre una situación.

En general se asocia la historieta con un estilo caricaturesco o fantasioso. Hablar de temas serios, de temas de estudio de manera cómica o burlona debe hacerse con muchísimo cuidado. La identificación con los personajes de caricatura obviamente no se da o muchas veces se recibe como una ofensa, más en sectores poco familiarizados con ella. El desarrollo de la fantasía[•] y de la imaginación (perros y mazorcas que hablan por ejemplo) es importante para los niños (¡y los adultos!), pero tiene un interés muy específico, para no decir limitado, en la educación de adultos.

También la historieta se reduce, a veces, a ponerle globitos a un diálogo, sin que el dibujo aporte ninguna información relevante.

Más que las técnicas o la calidad de los dibujos, lo que falta muchas veces a las historietas es un trabajo más profundo del guión[•]: el relato, la historia es a menudo poco convincente. Una colaboración entre cuentistas populares y dibujantes podría ser de gran provecho.

La fotonovela

La fotonovela tiene características similares a la historieta. El uso de la fotografía en vez del dibujo le da un carácter de realidad, de verdad¹ que no logra, ni muchas veces busca, la historieta.

La fotonovela tiene dos limitaciones propias frente a la historieta: la calidad de impresión que requieren las fotos es mayor y más cara. No permite por otro lado representar el movimiento, lo que le puede restar dinamismo.

Pero la sencillez de los códigos[•] visuales utilizados la hace accesible prácticamente a cualquier persona con un nivel mínimo de lectura.



LA VENADA, Quito, 1989.

1. Ver: El dibujo y la fotografía, p. 36.

4 Organizar y adaptar los contenidos

Los contenidos se ordenan y adaptan tanto a un nivel general como tema por tema.

Ordenar la secuencia

Es mejor comenzar por los conocimientos ya manejados por los/las destinatarios/as, para aportar nuevas informaciones a partir de ello. El orden debe responder a una lógica clara.

En un enfoque descriptivo, las informaciones se ordenarán de la siguiente manera :

- de lo simple a lo complejo
- de lo particular a lo general
- de lo concreto a lo abstracto
- de lo conocido a la nuevo
- de lo evidente a lo no evidente.

En un enfoque narrativo, las secuencias serán en general cronológicas, es decir según el desarrollo de los eventos en el tiempo.

Obviamente, la organización de las secuencias tomará en cuenta la actividad educativa¹ que el material va a apoyar.

1. Ver: Seis pasos antes de elaborar materiales educativos , p. 18.

Enfocar

Es básico partir de las visiones y necesidades del/la destinatario/a. Las imágenes incluidas en el material deberán referirse al contexto real en el cual viven los/las destinatarios/as.

El contenido debe motivar a reflexionar sobre su realidad directa y también sobre los problemas más generales que rodean el tema abordado en el material.

Dosificar

El contenido debe estar muy bien delimitado, centrándose en lo esencial y evitando la dispersión. La información se dosificará según el perfil del/la destinatario/a y el objetivo del material.

Precisar

La información debe ser precisa, explicando con claridad y exactitud lo estrictamente necesario, evitando palabras poco conocidas o superfluas. El uso de ejemplos ayuda a la comprensión de elementos desconocidos.

Relativizar

Es honesto y necesario explicar el grado de validez de las afirmaciones o recomendaciones que se hacen y promover su propia relativización, para combatir una aceptación dogmática y acrítica. Lo impreso, por ser impreso, toma inconscientemente un valor casi absoluto. *“Mirá esta allí, en blanco y negro”*, y no se puede cambiar. Relativizar es abrir la puerta a una apropiación conciente y crítica del material.

Las tareas del/la diseñador/a

1 Definir el diseño general

El diseño es una tarea fundamental, que a veces no se valora a como se debería. El diseño es esencial para ordenar los diferentes elementos que van a constituir el impreso. Es una tarea previa a la diagramación[•] y no se tiene que confundir las dos funciones.

Para empezar, el/la diseñador/a tomará en cuenta el tipo de **relación texto imagen** definido por el/a autor/a¹. Esto le permitirá hacerse una primera idea del aspecto general que tendrá el diseño.

Luego buscará cómo combinar las imágenes, los textos, los titulares, los plancos, de manera que respete y enfatice las **jerarquías** definidas en los contenidos. Es decir, se tratará de resaltar lo más importante y restar peso a lo que importa menos.

En los materiales que nos interesan, más que en otros, es básico trabajar de manera muy marcada las jerarquías y los contrapesos visuales. No hay que olvidar que el **hábito de leer de izquierda a derecha** y de arriba abajo no es automático, ni en lectores/as ya experimentados. En la página impresa el ojo va guiado por lo que le atrae, y no por un orden pre-establecido y convencional.

Uno de los principales dilemas del/a diseñador/a es de no sacrificar la comprensión de los contenidos a la **belleza** final del trabajo. Pero el resultado tendrá que ser agradable, ameno, armonioso y bonito.

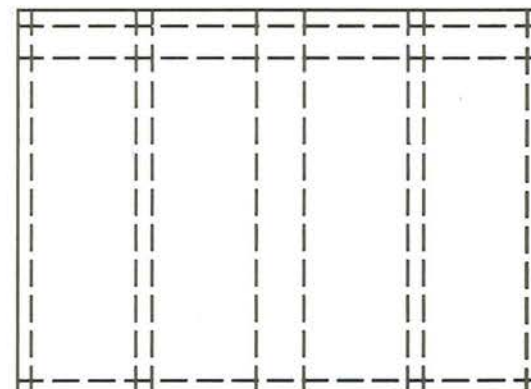
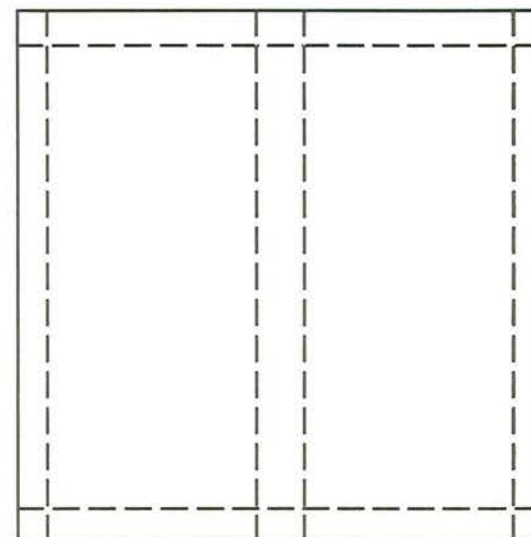
1. Ver: Definir la relación texto-imagen, p. 53.

El uso de los espacios en **blanco** es fundamental. Si el blanco asusta a los/as diseñadores/as novatos/as y responsables de instituciones (porque es malgastar dinero no imprimir cada pedacito de papel), el gris de los textos densos o de las páginas rellenas asusta más todavía a gente con poco hábito de lectura. Los espacios blancos son fundamentales para ventilar una página, hacerla accesible y apetecible.

El **formato** también es importante, y para escogerlo se tomarán en cuenta los elementos siguientes: el tipo de impresora que se utilizará, los formatos standard de papel disponibles en el mercado (para evitar desperdicios), así como la calidad del mismo, el uso que se le dará al material (será para llevarlo consigo en el bolsillo, o estudiarlo en una mesa), el diseño gráfico (los formatos muy verticales, como los libros, no se prestan mucho al uso de ilustraciones).

Una de las técnicas que utilizan los/as diseñadores/as son las **retículas** (diagramado). Consiste en establecer una serie de campos, idénticos para cada página, y que van a ayudar a darle coherencia al conjunto de la publicación. La lectora y el lector sentirán seguridad porque sabrán rápidamente dónde buscar la información que necesitan o que les interesan.

Tendrán la sensación de una mano segura que les lleva a través de la obra.



El texto de esta página, por utilizar varias familias tipográficas, da una impresión de confusión.

2 Definir la tipografía

Se prefieren en general **familias tipográficas**• sin serifas porque son las más cercanas a las letras que se aprenden en la escuela. Limitarse a una, o como máximo dos familias por documento: es mejor variar en la misma familia (por el tamaño y el estilo -**negritas**, *cursivas*), para dar a las palabras pesos diferentes. Saltar de una familia a otra le resta mucha coherencia a un impreso, como en esta página por ejemplo, pero un/a lector/a común no distinguirá de inmediato el origen de su confusión.

También es conveniente utilizar un **cuerpo grande** (12 ó 14 puntos) **como base, tomando en cuenta las dificultades de vista de mucha gente que no tiene lentes, la mala iluminación de los locales, y el hecho de que menos letras (¡menos susto!) caben en una misma página con una letra grande (¡esto sí lo puedo leer!).**

La **justificación**• de un texto (alineación de las líneas a la derecha y izquierda), ahorra un poco de espacio (menos blanco) pero representa en muchos casos una dificultad adicional de lectura, por el inevitable corte de palabras y el espacio irregular entre letras y palabras que genera.

El **espacio** regular y claro entre letras, entre palabras y entre líneas también es un factor que ayuda a la lectura.

La **minúscula** es la letra básica, la más fácil de leer. Es mejor levantar el texto y los títulos en minúsculas,

y utilizar una minúscula más grande, si es necesario.

NO UTILIZAR UNA MAYUSCULA DEL MISMO TAMAÑO.

Nuestro ojo tiene una capacidad limitada de distinguir muchas jerarquías y signos de diferente peso en una página. Es mejor no abusar de las negritas, de las cursivas, y de los

diferentes tamaños de letra.

S esta letra tiene serifas

S esta letra no tiene serifas

esta línea está escrita con una letra sin serifa de 12 puntos en la familia Helvética.

esta línea está escrita con una letra sin serifa de 14 puntos en la familia Helvética.

esta línea está escrita con una letra con serifa de 12 puntos en la familia Times.

esta línea está escrita con una letra con serifa de 14 puntos en la familia Times.

Las siguientes reglas tipográficas se aplicaron en el presente manual:

El texto principal se levantó en Helvética Light 12 puntos sin justificar

Los textos anexos o complementos al texto principal en Times 12 puntos, justificado.

Los pies de fotos y ilustraciones, así como los subtítulos arriba de cada página en Times 10 puntos.

Los créditos a las ilustraciones, en Times itálica 8 puntos

Las notas de pie de página en Times 8 puntos

Los titulares de las partes principales en Helvetica 24 puntos negra.

El glosario en Times 12 puntos, en 3 columnas, justificado.

Los anexos en Times 12 puntos, en 2 columnas, justificado.

Las tareas del/la editor/a

El/la editor/a es la persona o la institución responsable de un impreso. Su tarea consiste en coordinar y dar seguimiento a todas las etapas de fabricación del material, velar por los gastos establecidos en el presupuesto y por la calidad final del producto. Su trabajo empieza con las correcciones del manuscrito¹, y termina con la evaluación del uso del material. Tiene que saber de todo un poco: educación, redacción, ilustración, diseño, impresión, evaluación.

En la tradición y en la actualidad, un/a editor/a es un/a comerciante que busca manuscritos, elabora artes finales, los manda a imprimir y los vende. El/a editor/a interviene entonces solamente a partir de la revisión final del manuscrito, a menos que sea una obra por encargo. En este último caso, el/a editor/a define e interviene también en el contenido de la obra.

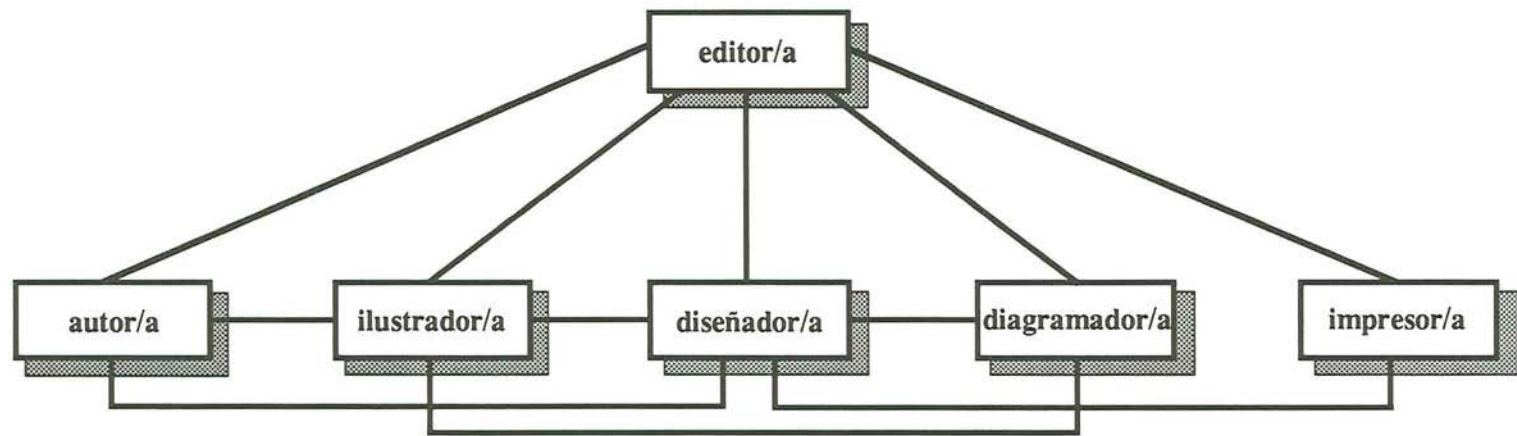
Nuestro contexto es más parecido a esta segunda opción, es decir obras por encargo, considerando que casi todas las instituciones editan sus propios materiales, y los conciben desde la idea inicial, hasta la evaluación de uso. Son autoras, editoras, distribuidoras. Por esta razón utilizamos a veces la palabra de editor o editora en su sentido más amplio, más acorde a nuestra práctica.

En inglés, "*the editor*", en los medios de la prensa, es el equivalente de la directora o del director de una publicación en nuestros países.

El surgimiento de la **autoedición** ("*desktop publishing*" en inglés), término atribuido a la edición asistida por computadoras personales¹, va también en el sentido de ampliar el concepto de editor/a.

1. Ver: La utilización de computadoras personales, p. 70.

Relaciones en un equipo de edición



Los medios de impresión

Artes gráficas

Sector profesional de varias especialidades que intervienen en la realización de un impreso. Comprende 4 procedimientos básicos tradicionales:

1. La **composición** de textos, que puede ser manual o mecánica, por fundición de tipos, por procesos fotográficos (fotocomposición) o electrónicos.
2. El **grabado** que consiste en realizar, sobre un material resistente, en relieve en plano o en hueco, el dibujo de lo que se va a imprimir.
3. La **impresión**, que consiste en reproducir una cantidad de ejemplares del impreso, que tradicionalmente se realizaba con tipos de relieve (tipografía), y hoy más que todo en plano (offset), y en hueco (hucograbado).
4. La **encuadernación**, que puede ser manual o mecánica.

La **electrónica** está transformando profundamente este sector, potenciando el cambio incluso en esta división tradicional en 4 procedimientos básicos. Permite, a costos hoy todavía muy elevados, pasar directamente de la redacción de un texto, a su grabado listo para imprimir.

La fotocopia es el medio más práctico y barato para pequeños tirajes (hasta 50 ejemplares). Permite incluir dibujos y fotografías, y escribir los textos y titulares a mano en el original. Está limitada a unos pocos formatos standard. La calidad de reproducción del original es excelente. No permite, a un costo razonable, utilizar directamente el color que, sin embargo, se puede añadir a mano, considerando el pequeño tiraje.

La **serigrafía** es un recurso de grandes posibilidades para tirajes medianos (de 50 a 500 ejemplares). Permite utilizar textos, dibujos y fotografías tramadas*, así como el color con toda su fuerza de impacto. No es de uso muy común, y puede ser limitada por la importación de algunos insumos difíciles de encontrar en el mercado. Es relativamente cara. No tiene limitaciones de formato, lo que permite producir afiches grandes, por ejemplo.

El **mimeógrafo** de tinta es ideal para tirajes medianos y grandes (100 a 2.000 ejemplares) cuando no se van a utilizar muchas ilustraciones, y que se dispone de recursos financieros limitados. No permite reproducir ilustraciones con mucha definición*, fuera de los dibujos de línea. Es barato y de uso común. El quemador de estencil electrónico mejora mucho la presentación final del impreso en mimeógrafo: permite levantar el original en cualquier tipografía y utilizar fotografías de alto contraste.

Las impresoras de **offset*** son las que permiten la mayor calidad de reproducción. Son aptas para tirajes de más de 500 ejemplares, y prácticamente no tienen límites máximos. Es también el procedimiento más caro, y el más utilizado. Las fotografías y los dibujos se pueden reproducir con calidad, pero esto requiere un delicado trabajo de elaboración de las planchas de impresión.

Estimado de tiempo en mano de obra para la elaboración de un impreso

Es difícil estimar el tiempo, y en consecuencia el presupuesto en mano de obra de un impreso. Demasiados factores inciden en el volumen real de trabajo. Le presentamos aquí un cuadro muy arbitrario, en base a una estimación sobre el presente trabajo, que esperamos ayude a los no profesionales de la edición darse cuenta del volumen de trabajo que representa elaborar un impreso. Como muchos leemos impresos y vemos televisión, pensamos a veces que es simple elaborar textos y programas. Más, escribir en particular para neolectores/as implica no solamente saber escribir en general, pero además manejar un estilo particular, adaptado a este público específico.

Características del impreso:

160 páginas
75 dibujos
30 fotografías

Tiempo estimado para su elaboración:

autor/a	90 días
editor/a	45 días
diseñador/a	45 días
dibujante	75 días
fotógrafo/a	15 días
diagramador/a	20 días
corrector/a	6 días

En la práctica, la división del trabajo nunca es tan rígida: el autor/a participa a la edición, al diseño, el diseñador/a dibuja y diagrama.

Los costos del impreso

Al momento de hacer el presupuesto, el editor tomará en cuenta los factores que hacen variar los costos.

El **tiraje** incide fuertemente en el costo total de un impreso. Más ejemplares se imprimen, más cara es la edición• en su conjunto. Ahora bien, más ejemplares se imprimen, más barato sale cada ejemplar ya que hay una serie de gastos que tienen que realizarse, ya sea que se impriman 20 o 20.000 ejemplares: la redacción, la ilustración, la edición, el diseño y la elaboración de placas de imprenta son tareas inevitables y de costo fijo sea cual sea el tiraje.

La **calidad del papel** utilizado incide también en el costo final de un impreso. Los papeles de mejor calidad son más blancos - lo que mejora el contraste con la tinta, y por consecuencia la lectura; menos porosos - lo que evita que la tinta se diluye en el papel y que las letras y las ilustraciones sean menos definidas; más duraderos - lo que permite conservar el impreso en buenas condiciones por varios años.

El **formato del papel** influye igualmente en el costo: más grande es el tamaño de la hoja impresa, más alto será el costo total.

El uso del **color** aumenta también el costo. La impresión de imágenes en color es mucho más costosa que la impresión con una sola tinta porque implica separar los colores en tres colores básicos, más el negro, proceso muy delicado para obtener calidad, y luego imprimir cuatro veces la misma página (una impresión por color, más el negro).

Colores adicionales pueden utilizarse "sólidos": la separación es mucho más sencilla, el costo menor y el resultado más seguro.

La utilización de computadoras personales

Las computadoras personales (PC), o micro-ordenadores, tal como vienen desarrollándose desde mediados de los años 80, están transformando profundamente el mundo de la edición y permiten hoy en día, a grupos pequeños, con recursos limitados, realizar por sí mismos y en tiempos muy cortos, tareas que eran impensables hace todavía pocos años. Por US\$ 3.000 se consigue, en el mercado, equipos que permiten fabricar de manera prácticamente independiente artes finales• de calidad profesional, siempre y cuando se pueda contratar los servicios de una impresora láser.

¿En qué consiste este equipo mínimo?

- Una pequeña computadora para el tratamiento de texto.
- Una computadora personal mediana para la composición, el diseño y la diagramación.
- Una impresora de puntos para las pruebas. Habría que contar US\$ 2000.- más para una impresora láser, o de chorro de tinta (US\$ 800.-), con la cual se puede producir originales listos para imprimir.
- Un programa de tratamiento de texto, uno de diseño gráfico, uno de dibujo y algunos utilitarios.

¿Cuales son las ventajas de tales sistemas?

El tratamiento de texto permite un trabajo de redacción mucho más rápido y eficiente. Ya no es necesario pasar borradores en limpio. Desde la primera idea, hasta imprimir se hacen modificaciones al texto sin tener que levantarlo más que una primera vez. No solamente limita el número de correcciones, sino también la cantidad de errores que se suelen añadir cada vez que se vuelve a levantar un texto. Es el mismo texto que se escribe, lee y relee hasta el arte final.

Escoger la marca de una computadora no es cosa fácil. Macintosh tiene la preferencia de la mayoría de los profesionales del diseño gráfico y de la autoedición, tanto en Europa que en las Américas. Son máquinas bastante más fáciles de aprender a manejar, más adaptadas a este tipo de trabajo, y disponen, hoy por hoy, de más y mejores programas. Hasta 1990, Macintosh era más caro, e incompatible con el mundo IBM y compatibles IBM, quien domina el mercado de computadoras en general. Los más recientes modelos de Macintosh son ahora de precio parecido a los IBMs, y pueden importar y exportar archivos del universo IBM, saliendo así de su ghetto. Los últimos modelos de IBM compatibles y más que todo algunos programas, también están resolviendo una de sus principales debilidades, es decir una dificultad de aprendizaje y de uso mayor al Macintosh.

Permite visualizar de manera casi inmediata el texto en su forma definitiva, prácticamente tal como estará impreso.

Permite, a partir de un diseño, probar y visualizar varias soluciones de manera instantánea, y realizar los debidos reajustes.

Asegura la independencia relativa del equipo frente a trabajos tradicionalmente contratados comercialmente, como el levantamiento o la fotocomposición de textos. Un solo aparato efectúa la composición de los textos y titulares, sin tener que pegar galeras y correcciones.

Son aparatos ya accesibles por sus bajos costos a instituciones con pocos recursos.

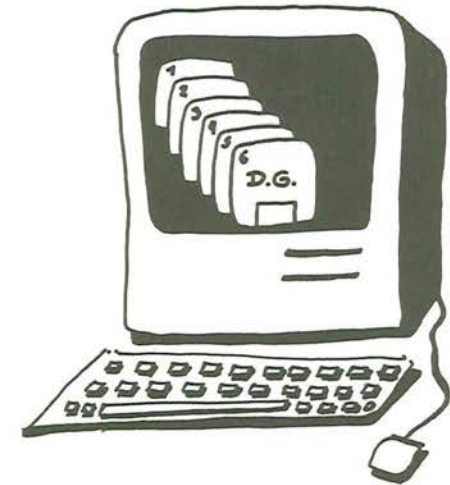
¿Cuales son las limitaciones de estos sistemas?

Implican un tiempo de formación relativamente largo (un par de meses) antes de poder realmente aprovecharlos, y ganar tiempo y calidad.

Siguen teniendo cierta fragilidad lo que, en caso de problema, puede causar la parálisis temporal de un equipo humano no preparado.

Estos sistemas ni redactan, ni diseñan. El computador le ayudará, y mucho, a realizar estas tareas, pero es incapaz de hacerlas. Un mal redactor con una buena computadora siempre escribirá mal.

Un equipamiento de precio asequible, es decir sin un scanner de alta resolución, no permite digitalizar imágenes eficientemente. Hoy por hoy, el proceso de fotomecánica seguirá siendo el mismo (confección por separado de los negativos de línea y los de medio tono, y luego montaje).



dibujo: Claudia PEREZ-AYALA

1. **Programa de tratamiento de texto**
(redacción y corrección)
2. **Programa de dibujo**
(dibujos, esquemas, correcciones)
3. **Programa de diseño gráfico**

Los pasos para elaborar un impreso

Detallamos a continuación, de manera muy esquemática

➡ **los principales productos** a crear, y **las principales actividades** a desarrollar para elaborar un material impreso. A partir del proyecto de impreso se procede a

Completar la información,

más que todo en lo que se refiere al ordenamiento de la actividad pedagógica (guía del taller), a la selección de los temas más importantes, a la identidad de los/las destinatarios/as. Esto nos permite establecer

➡ **la lista de objetivos educativos y de contenidos**

➡ **el sumario provisional**

Investigar el contenido:

Se trata de buscar y recopilar la información necesaria sobre los temas, en publicaciones existentes, a través de entrevistas, etc... Esta información será ordenada en

➡ **el sumario detallado**

Seleccionar el tipo de tratamiento comunicativo-didáctico, del conjunto del material y posteriormente tema por tema, actividad por actividad. Definir el tipo de imágenes que se van a utilizar, y cómo se van a combinar con el texto. Este trabajo se plasma en

➡ **el primer borrador**

La primera revisión se realizará en este momento por los responsables y algunas personas ajenas al equipo de trabajo.

Desglosar el contenido párrafo por párrafo, imagen por imagen. Esto lleva a una primera redacción de los textos y a bocetos• de las imágenes.

Tenemos entonces

➡ **el boceto• del material**

Redactar los textos y realizar las imágenes se hará después de un nuevo ajuste del contenido, y de los objetivos si fuera necesario. Es muy útil en este momento evaluar el material con una muestra de los destinatarios, a través de

La prueba experimental, que permite afinar el lenguaje de los textos y la legibilidad de las imágenes.

Después de esta evaluación es útil efectuar

La segunda revisión

Todos estos elementos permiten entonces pasar a la redacción definitiva, y a la realización de las imágenes definitivas, plasmadas en

➡ **El original literario• y el original gráfico•**

El diseño gráfico consiste en definir cómo se organizarán los diferentes elementos en las páginas (títulos, textos, imágenes). Se discutirá sobre la base de varios bocetos y finalmente será presentado en

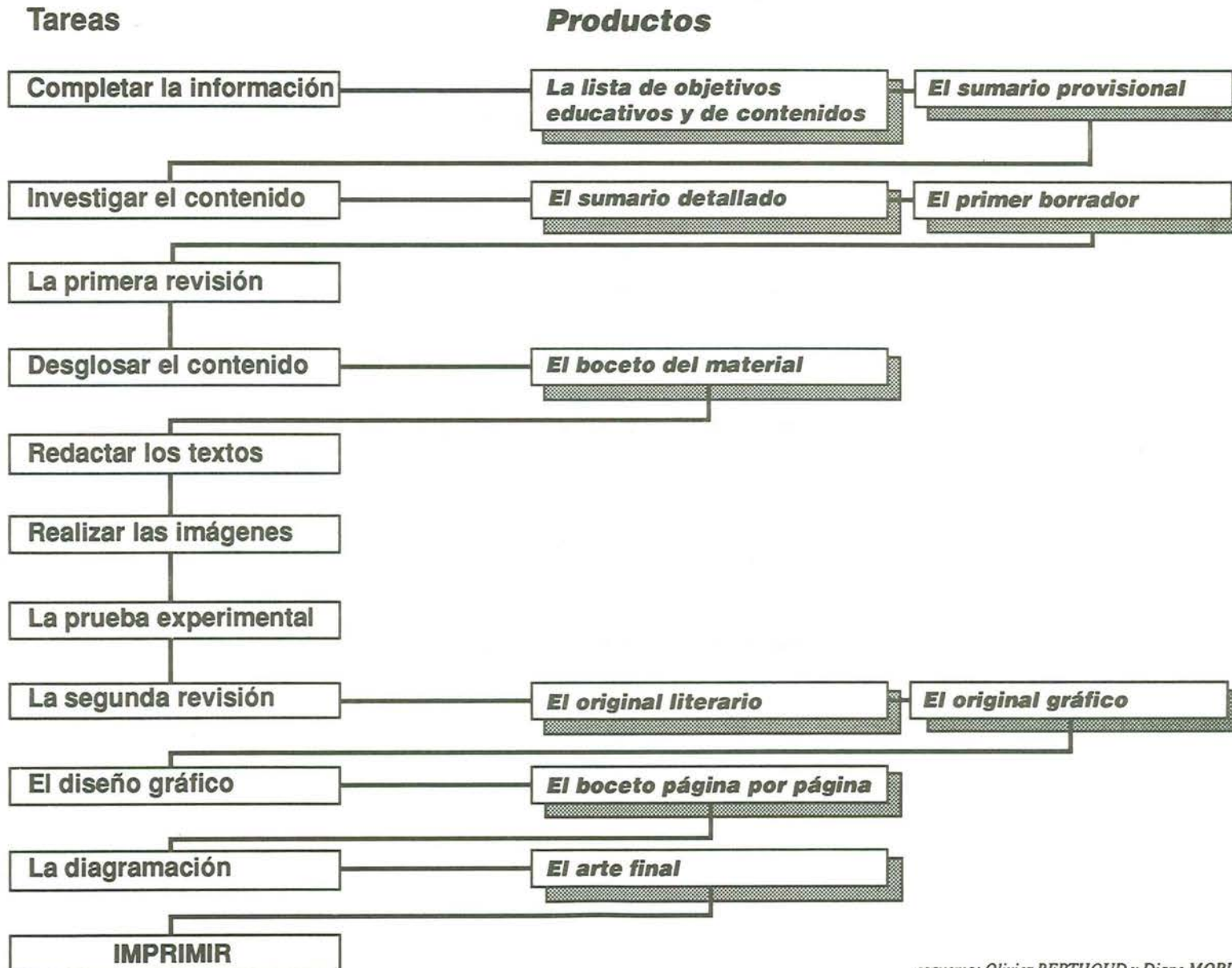
➡ **El boceto• página por página y la maqueta•**

El diseño gráfico lleva a una última revisión de los originales literario y gráfico antes de

La diagramación• que consiste en ensamblar, en componer cada página tal y como será impresa, haciéndolo según los criterios del diseño. El conjunto del material, listo para ser impreso, es

➡ **El arte final•**, listo para imprimir.

Los pasos para elaborar un impreso



esquema: Olivier BERTHOUD y Diane MORIN.

Los pasos para producir materiales audiovisuales

Cine, video o montajes audiovisuales. El proceso de producción es parecido para los tres. Ver: Imágenes y textos, p. 21.

1. Fase de proyecto	<i>objetivos</i>	• Definir lo que se pretende lograr con el material.
	<i>sujetos</i>	• Definir con claridad los destinatarios del material, tanto su nivel de conocimiento del tema, que sus conocimientos generales.
	<i>sinopsis</i>	• Hacer el boceto, a grandes rasgos, de lo que va a ser el material.
	<i>recursos</i>	• Definir el personal, los equipos, los recursos financieros que se necesitan.
	<i>cronograma</i>	• Plasmar las diferentes actividades en el tiempo.
	producto: un proyecto de material audiovisual	<i>presupuesto</i>
2. Fase de pre-realización	<i>investigación</i>	• Conocer los materiales ya existentes sobre el tema, recopilar información directa e indirecta.
	<i>guión literario</i>	• Desarrollar la narración del contenido de la sinopsis, enriquecido y modificado en base a la investigación y ordenado según criterios pedagógicos.
	producto: un guión técnico y un plan de realización	<i>guión técnico</i>
3. Fase de realización	<i>imagen</i>	• Tomar las fotos, filmar los planos.
	producto: imágenes y sonidos revueltos	<i>sonido</i>
4. Fase de post-realización	<i>selección de imágenes</i>	• Seleccionar las imágenes a utilizar y eliminar las otras.
	<i>mezcla de sonido</i>	• Ordenar y juntar los sonidos.
	<i>guía didáctica</i>	• Redactar las orientaciones para el uso del material. Juntar una hoja de evaluación.
	producto: copias de material para uso	<i>copias</i>
5. Fase de seguimiento	<i>promoción, distribución</i>	• Promover el material es una tarea que le da sentido a todo el esfuerzo, y que hay que contemplar en el presupuesto.
	producto: evaluación del material	<i>evaluación</i>

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PH.D. THESIS

BY

DAVID J. GALE

IN

THE DIVISION OF THE PHYSICAL SCIENCES

DEPARTMENT OF CHEMISTRY

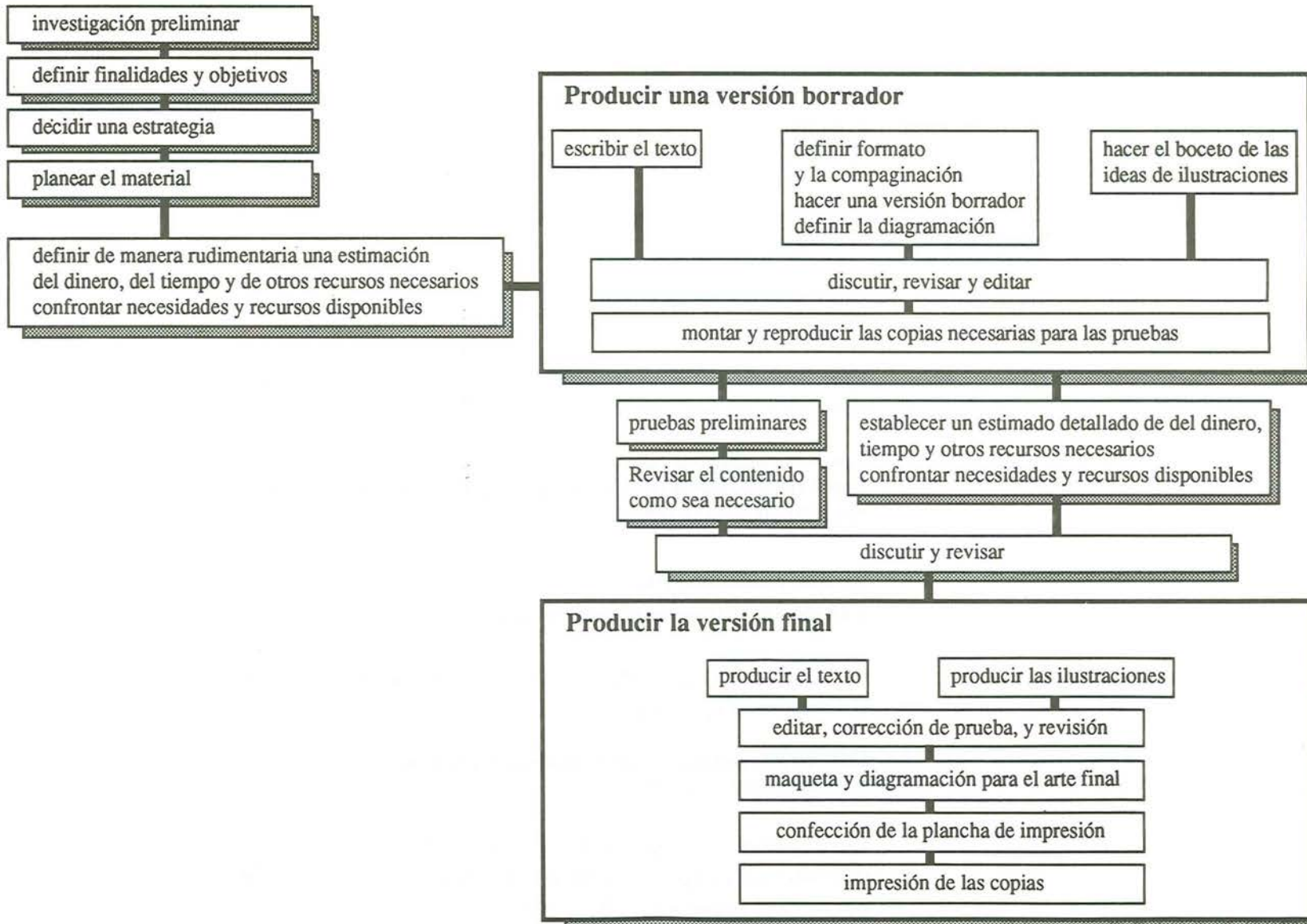
CHICAGO, ILLINOIS

1968

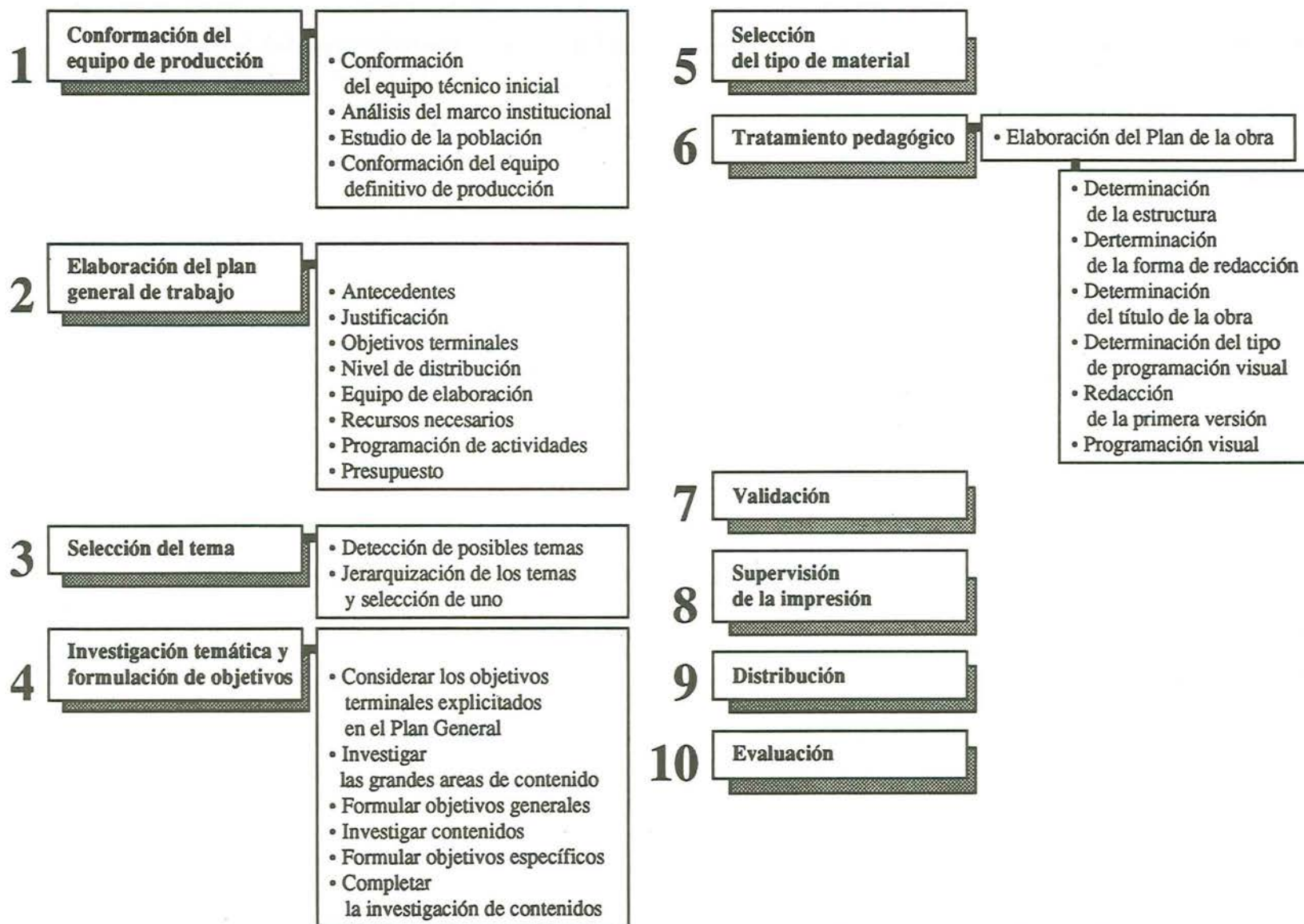
Anexos

Las principales etapas del diseño y de la producción por Judith Wilkinson	78
Las principales etapas de un impreso educativo por Javier Reyes	79
Criterios para la selección de un material impreso por Javier Reyes	80
Conclusiones del estudio sobre comprensión de representaciones gráficas por jóvenes rurales en Brasil por Luiz Fonseca	81
Conclusiones y recomendaciones del estudio sobre percepción visual entre campesinos colombianos por Milton Muñoz	85
Los 8 mandamientos del emisor que desea ser bien retenido, Los 8 mandamientos del emisor que maneja bien las palabras por François Richaudeau	91
El otro punto de vista: Campesinos nicaragüenses hablan de los impresos	92
La función educativa de la imagen en sociedades orales africanas por Andreas Fuglesang	93
Educación popular y comunicación popular por Rosa María Torres	95
Recomendaciones del taller internacional de materiales impresos educativos en el tercer mundo, 1989. por John Macpherson y Douglas Pearce	98

Las principales etapas del diseño y producción / por Judith Wilkinson



Las principales etapas de un impreso educativo / por Javier Reyes



Criterios para la selección de un material impreso / por Javier Reyes

Optar por un tipo los materiales depende de distintos criterios, entre los que destacan:

Objetivos del material de lectura

El tipo de objetivo formulado es un primer elemento a considerar. Por ejemplo, si se quiere enfatizar en el neolector la ejercitación manual para la escritura, entonces el cuaderno de trabajo puede ser una buena opción; si se busca la circulación ágil de información, la decisión puede inclinarse hacia el periódico; en aspectos técnicos, el folleto o los fascículos pueden apoyar mejor que una fotonovela.

Tipo de contenido a tratar

Después de la etapa de investigación se tienen elementos para decidir qué tipo de material seleccionar, de acuerdo con las características del contenido que se va a incluir. Por ejemplo, si se trata de un tema que requiere obligadamente del apoyo de ilustraciones y de un tratamiento monográfico, la selección es diferente si lo que se necesita es desarrollar varios temas afines en forma breve. En el primer caso, el folleto, la historieta y la fotonovela pueden ser escogidos; en el segundo, la revista puede ser una buena opción.

Tipo de circulación

Cuando se elabora un material de lectura para distribuirse a nivel nacional, por lo general se tiende a seleccionar presentaciones más formales y acabadas (libros, folletos, revistas); en cambio, cuando se piensa en el nivel local la preferencia se da por materiales más sencillos (plegable, periódico mural). Desde luego, este no es un criterio que deba seguirse necesariamente; en la práctica se da así por considerarse, casi por inercia, que las publicaciones nacionales -por su mayor cobertura- exigen tipos de materiales más elaborados y generalmente cuentan con más recursos.

Preferencias y necesidades del neolector

Sin duda, un criterio de primer orden son las sugerencias que expresa el neolector, a quien con frecuencia no se le solicita su opinión con suficiente detenimiento.

El tiempo requerido entre la producción y distribución

Un libro o un folleto necesitan, generalmente, mucho más tiempo para su elaboración que un periódico o un boletín. Cuando se tiene prisa por producir, el tiempo disponible se convierte en un factor importante para la selección del material.

Costo del equipamiento y producción

Desafortunadamente, los escasos presupuestos con los que por lo general se cuenta para la elaboración de materiales, determinan que se opte por aquellos que resultan más económicos.

Posibilidad de autonomía

En la producción de los materiales por parte de los neolectores. En este sentido, se puede seleccionar un tipo de material por permitir que en el corto o mediano plazo los neolectores tengan la oportunidad económica y la habilidad técnica para continuar la producción. Es obvio que entre más sencillos sean los materiales, más cercana estará la autonomía.

Seguramente, usted puede complementar esta lista de criterios y aplicarlos basándose en su experiencia sobre producción y uso de materiales de lectura.

© Javier REYES, *Guía metodológica para la elaboración de materiales de lectura*, UNESCO/OREALC, Santiago, Chile, 1990.

Conclusiones del estudio sobre comprensión de representaciones gráficas por jóvenes rurales en Brasil / por Luiz Fonseca

El estudio confirma nuestra suposición de que la capacidad de interpretar muchas clases de representaciones gráficas es adquirida y tiene, en este sentido, mucho de común con la capacidad de interpretación de los símbolos verbales. Los jóvenes iletrados o los de pocos años de escolaridad, tuvieron muchas más dificultades en la interpretación de las representaciones gráficas que los respondientes de mayor edad y más educación. Estas variables -edad y educación- son la llave de las oportunidades del individuo para el aprendizaje y son, el mismo tiempo, las fuerzas principales que influyen en la capacidad de comprender las representaciones gráficas y aprender de ellas.

El análisis de los datos del estudio nos permite generalizar lo siguiente:

1. Las representaciones gráficas, para ser más útiles para los jóvenes de limitada escolaridad, deben poner de manifiesto una inteligente selección del detalle. La comprensión se dificulta sea por exceso de detalles innecesarios o por supresión excesiva de ellos.
2. Los objetos familiares, presentados de modo inconfundible en una ilustración aumentan la comprensibilidad. Contrariamente, la presencia de objetos desconocidos tiende a disminuir las posibilidades de interpretación correcta de los gráficos.
3. La ilustración de un proceso que comprende distintas etapas o acciones debería tener, por lo menos, tantos cuadros o fotografías individuales como principales etapas o acciones hay en el proceso representado.
4. Para lograr mejor la comprensión, las ilustraciones deberían ser tan realistas como sea posible. Cualquier clase de tratamiento imaginativo (tal como la "personificación" de animales) disminuye la probabilidad de comprensión.
5. Se debe tener especial cuidado con los gráficos que son tanto de significado objetivo como figurado, puesto que la gente de educación limitada tiende más a interpretarlos objetivamente.
6. Excepto cuando se trata de ilustraciones que están estrechamente relacionadas con una cultura, los diferentes grados culturales de las regiones geográficas que pertenecen al mismo patrón general tienen sólo una pequeña influencia en la comprensión de representaciones gráficas corrientes.
7. El sexo no es un factor importante ni influyente como para establecer diferencias en el grado de comprensión de las representaciones gráficas de naturaleza común por los jóvenes rurales.
8. Excepto cuando las representaciones gráficas están estrechamente relacionadas con la experiencia diaria de la gente iletrada, ésta las interpreta de manera significativamente más deficiente que la gente letrada.
9. La educación escolástica aumenta vivamente la capacidad de interpretación de las representaciones gráficas que:
 - a) tienen una significación "extendida" o figurativa;
 - b) demandan más capacidad de abstracción;
 - c) que deben ser interpretadas como una serie narrativa;
 - d) que no estén necesariamente relacionadas con la experiencia diaria del espectador.

10. La edad también está relacionada con la capacidad de comprender las representaciones gráficas; pero en menor grado que la educación escolar. En la mayoría de los casos fue imposible separar con precisión la edad y la educación como factores que influyen en la comprensión de los gráficos. La tabulación combinada para la edad y la educación demostró una estrecha correlación entre las dos variables, pero indicó que, en general, la educación tiene una influencia más decisiva en el aumento de la capacidad para interpretar las representaciones gráficas.

11. La tenencia de la propiedad y el tamaño de la finca no tuvieron relación con la capacidad de interpretar las representaciones gráficas utilizadas en este estudio. Puesto que la muestra respecto al tamaño de fincas, con un gran predominio de las pequeñas, es algo limitada, no nos sentimos muy confiados en las conclusiones que nos da el presente estudio para esta variable. También reconocemos que los respondientes no eran precisamente propietarios.

Recomendaciones

En los resultados que acaban de resumirse están implícitas ciertas recomendaciones prácticas. Por añadidura, teniendo por base el estudio, dedujimos algunas otras conclusiones de carácter práctico que podrían aumentar la eficacia del material ilustrativo preparado por azar. Los resultados sugieren que para una óptima comprensión, el ilustrador debe:

1. Hacer diseños de línea gruesa, simples, claros y libres de detalles innecesarios, pero que muestren lo esencial de las acciones o los objetos representados.

2. Tener en cuenta la claridad de la ilustración por encima de toda otra consideración artística. La inclusión de líneas delicadas, sombras, efectos especiales y perspectivas desusadas, pueden apelar a un sentido estético sofisticado, pero con frecuencia tenderán a confundir al espectador de educación limitada y, por consiguiente, a dificultar su comprensión.

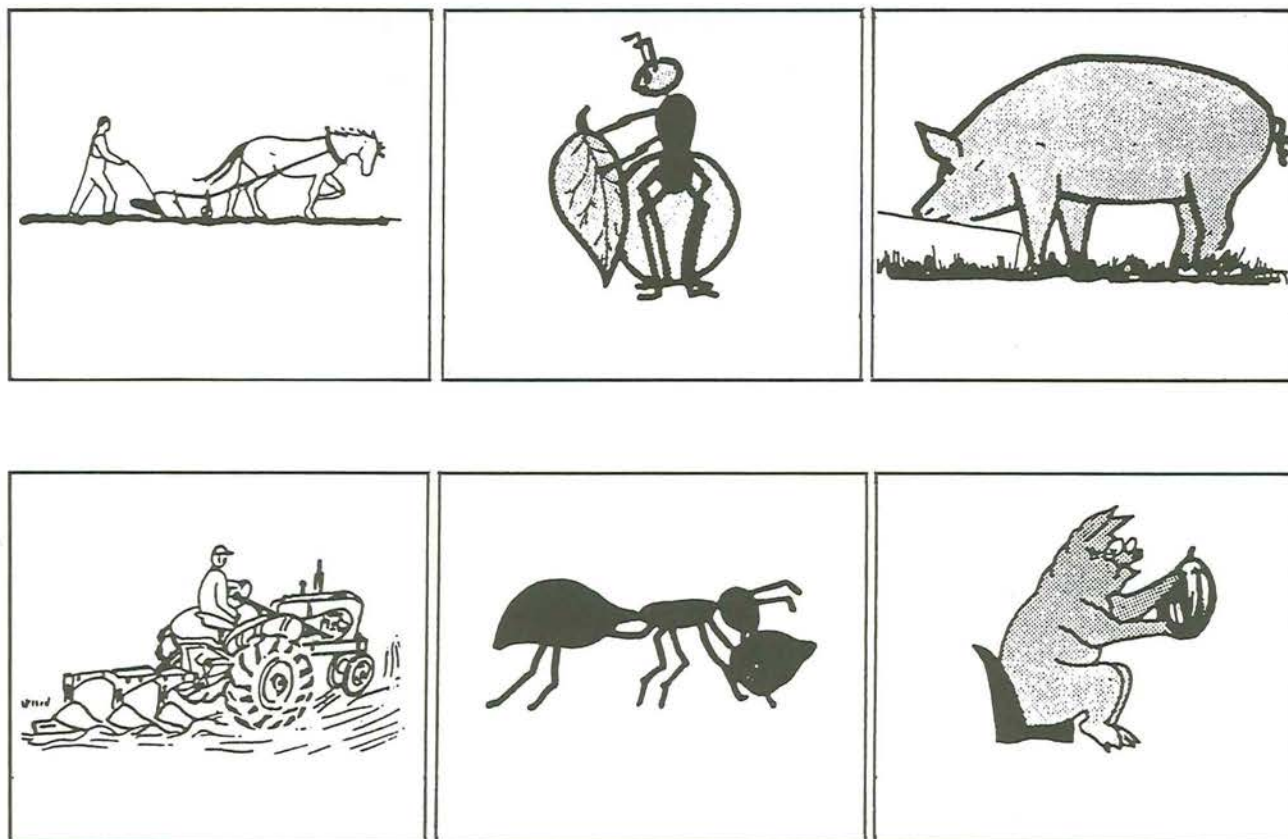
3. Incluir elementos relacionados con la experiencia o que formen parte de la vida diaria del público al que se destinan las ilustraciones. Cuando se introduce un nuevo objeto, deben darse guías claras para permitir al espectador relacionarlo con su experiencia previa, y al hacerlo, usar esto como puente para que se capte el sentido previsto.

4. Si la narración que se propone describe un proceso, disponer del tiempo y el espacio necesarios para mostrar en ilustraciones separadas las principales etapas de ese proceso. Emplear recursos, tales como números, flechas, líneas directoras y otros artificios para indicar el orden en que el espectador debe seguir la serie de gráficos.

5. Dar preferencia a las ilustraciones realistas antes que a las personificaciones y abstracciones. Para determinados grupos de educación elevada, es posible emplear gráficos de más imaginación. Hacerlos muy claros, y, con todo, reconocer que hay riesgo de que el espectador, al interpretarlos erróneamente les dé un significado muy objetivo.

6. Ser especialmente cuidadoso con los signos convencionales (\$, ?, - y otros) cuyo significado no va implícito en sí mismos, sino depende de conocimiento previo. Los jóvenes campesinos pueden no estar tan familiarizados con tales signos como supone el autor.

7. Si se quiere influir en la gente iletrada con las ilustraciones, no se debe temer la excesiva simplificación. Usar sólo representaciones gráficas muy obvias y que sean esencialmente parte de la vida diaria del público al que se destinan. No se le atribuya una capacidad elevada para entender las abstracciones. Cuando sea posible, se debe poner a prueba una representación gráfica entre las personas representativas del público al que se destina, antes de usarla en mayor número con todo el público.



8. Si la publicación está dirigida a un grupo rural de mayor nivel educativo, se pueden usar con mayor liberalidad las alternativas consideradas en este estudio, cuando esas alternativas tiendan a hacer más interesante y atractiva la publicación. Sin embargo, no estimar en exceso la capacidad de ningún grupo para comprender los gráficos abstractos o complejos.

© Luiz FONSECA y Bryant KEARL, *Comprensión de representaciones gráficas*, IICA, Costa Rica, 1963.

Conclusiones y recomendaciones del estudio sobre percepción visual entre campesinos colombianos / por Milton Muñoz

Conclusiones y recomendaciones

Las ilustraciones tienden a ser consideradas como una clase de lenguaje intercultural que todos entienden. Sin embargo, este estudio demuestra que esto no es el caso.

La capacidad de interpretar correctamente las imágenes no es espontánea como se asume habitualmente. Por el contrario, es una habilidad más que todo “aprendida”. Como es el caso con el lenguaje escrito, las imágenes implican una forma de experiencia de codificación simbólica que requiere que la persona que aprenda esté consiente de los códigos de la expresión pictórica y de cómo éstos son usados, para descifrar correctamente su significado. La comprensión de una imagen requiere que uno vaya aún más allá de la información dada y de descifrar y deducir su significado, que está implícito y no directamente dado. Como lo apunta de Spauldin (1955), la ilustración es una experiencia abstracta, y el significado existe solamente en la medida en la que el observador tiene experiencia con la cual interpretar los dibujos; y más, que el observador pueda relacionar las líneas en el papel con la experiencia dada que se representa. Entrevistados con un nivel educacional bajo - especialmente analfabetas- muestran una habilidad significativamente menor en la comprensión de los símbolos pictóricos que los instruidos. De la misma manera, las personas mayores (50 años o más) y aquellas con menores destrezas en ordenar imágenes, se desempeñaron con menor habilidad que los individuos jóvenes (30 años o menos) y aquellos con mayores calificaciones en ordenar imágenes. Las imágenes - dibujos o fotos en blanco y negro- pueden ser usadas para comunicarse con campesinos con poca educación formal básica, pero se debe preferir el uso de formas simples.

Las conclusiones específicas derivadas de este estudio son:

Primera percepción dentro de una página

Los patrones de percepción de campesinos analfabetas e instruidos no difieren significativamente cuando se les pide indicar lo que ven primeramente en una página. En efecto, siguiendo el mismo procedimiento seguido por Fonseca y Lassey (1964) en Costa Rica, no aparecieron diferencias significativas entre instruidos y analfabetas en términos de la primera percepción dentro de una página. Aún para variables tales como el formato de una página no aparecieron diferencias significativas entre estos dos grupos.

Esta divergencia en los resultados entre los dos estudios sugiere la necesidad de mayor investigación en esta área bajo condiciones diferentes. En efecto, la repetición de los estudios anteriores constituye una ruta necesaria para el sostenimiento de la teoría. Como lo expresaron Donohew and Palmgrem (1981) de la siguiente manera: “Cualquier resultado obtenido en un laboratorio debe estar sujeto a una verificación posterior. Otras personas deben repetir el experimento para probar la validez de los resultados. Los hallazgos en sí, como siempre, son tentativos, y su plausibilidad estimada por la probabilidad que cuando el experimento es repetido, obtenga el mismo resultado.”

Otras conclusiones importantes en la primera parte del estudio fueron las siguientes:

- Cuando se usa un formato de página “horizontal” o “vertical”, los instruidos y los analfabetas tienden a percibir primero la ilustración localizada en el medio de la página.

- El valor atribuido a una ilustración no es influido por el nivel de analfabetismo. Entre cuatro imágenes representando una silla, un hombre, un árbol, y un perro, los instruidos y los analfabetas consideraron al hombre como el más importante, seguido por el árbol, el perro y la silla.

- La primera percepción de las ilustraciones dentro de una página no está influenciada por los valores ligados a la imagen. En relación a la comprensión de las imágenes, se desprendieron las siguientes conclusiones específicas:

Secuencia de las imágenes

- En general, la secuencia de las fotos tiende a ser comprendida más fácilmente que la secuencia de dibujos.
- Las secuencias de fotos tienden a ser comprendidas igualmente por instruidos y por analfabetas.
- Las secuencias de dibujos tienden a ser mejor comprendidos por instruidos que por analfabetas.
- La correcta interpretación de las secuencias de fotos y las secuencias de dibujos pueden ser comprometidas por la excesiva presentación o la falta de detalles en un dibujo individual que forma la secuencia.
- Las secuencias conectadas con flechas son más fácilmente comprendidas por instruidos que por analfabetas.
- Comparativamente, los instruidos logran interpretar mucho mejor que los analfabetas las series de dibujos relacionados entre sí con números.
- El argumento de que una serie de dibujos ordenados de izquierda a derecha tiende a ser leída más frecuentemente como una secuencia que una serie cuyos dibujos estén ordenados de arriba hacia abajo, recibió apoyo parcial.
- Los instruidos comprendieron las secuencias de dibujos ordenados de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo mejor que los analfabetas.
- Mientras mayor sea la destreza del lector para interpretar dibujos, más alta será la comprensión de una secuencia de los mismos.



Estos son los dibujos que los/as entrevistados/as tenían que ordenar.

Señales dentro de las ilustraciones

- No existe diferencia significativa en la interpretación de señales tales como una flecha en fotos o en dibujos individuales.
- Los instruidos "leen" mejor señales dentro de las ilustraciones que los analfabetas.

-La comprensión correcta de una ilustración es comprometida cuando se usan simultáneamente múltiples técnicas de señalización.

- Los dibujos individuales que se invirtieron tienden a ser más fácilmente entendidos que los dibujos de línea.

-Los instruidos comprenden mejor que los analfabetas, los símbolos que tienen ambos significados, el literal y el figurativo.

- La comprensión de los dibujos invertidos tiende a no ser afectada por el nivel de instrucción. Sin embargo, la comprensión de los dibujos de línea es influenciada por el nivel de instrucción, donde los instruidos se desempeñan mejor que los analfabetas.

Factores demográficos y socioeconómicos

El nivel de educación incide directamente en la comprensión de las imágenes: mientras más alto sea el nivel de educación más alta será la comprensión.

-La edad incide negativamente con la comprensión de las imágenes: individuos más jóvenes se desempeñan mucho mejor que personas mayores en la interpretación de los símbolos pictóricos.

- Los individuos que viajan más frecuentemente fuera de su comunidad interpretan más correctamente las imágenes que individuos con menor movilidad. Sin embargo, la relación entre la movilidad y la comprensión de las imágenes tiende a ser afectada por la educación, edad y nivel de contacto con los medios masivos de comunicación del individuo.

-El contacto con medios masivos de comunicación -especialmente aquellos que presentan mensajes visuales, tales como los periódicos, televisión, películas, revistas, etc.- tiene relación directa con la interpretación correcta de las imágenes: a mayor exposición, mayor comprensión. Sin embargo, esta relación parece ser afectada por otras variables tales como, la destreza pictórica, la educación, la edad, la movilidad y la exposición del individuo a la información agrícola.

-La exposición a la información agrícola tiene relación directa con la comprensión de las imágenes: mientras más alta sea la exposición a la información agrícola, más alta será la comprensión.

- La habilidad en ordenar imágenes -el mayor revelador en este

estudio- se relaciona directamente con la comprensión de las imágenes: mientras más alta sea esta habilidad, más alta será la comprensión.

- El tamaño de la finca no tiene relación con la comprensión de las imágenes.

- El grado de instrucción influye en el nivel de comprensión de las imágenes, como anteriormente se detalló.

- El género y la ocupación del individuo no influye en la comprensión de las imágenes.

Recomendaciones

Es importante reconocer que el analfabetismo visual es un fenómeno sin fronteras geográficas. No es una característica típica de personas del área rural de países en desarrollo. También se presenta en sociedades altamente desarrolladas. A pesar de eso, se conoce muy poco acerca del analfabetismo visual y sólo recientemente, en base a los trabajos, entre otros, de Debes (1970), Hortein (1980), Cochran *et al* (1980) se ha mostrado cierto interés en esta área.

El nivel de instrucción visual debe ser considerado como una habilidad humana que desarrolla una interacción con el entorno del individuo. Dicho entorno incorpora condiciones socioeconómicas y culturales, así como también habilidades personales. A mi manera de ver, el analfabetismo visual prevalece en sociedades desarrolladas en parte porque no ha recibido la adecuada atención de la investigación o el énfasis en la educación. Pocos colegios dedican algún tiempo enseñando a los estudiantes como leer mensajes visuales. "Las imágenes no son consideradas como problemas," como lo manifiesta Sless (1982). En su perspectiva, "esto ha tenido un efecto muy común en el liderazgo de las tecnologías educacionales para creer que el usar imágenes es sinónimo de simplificar las cosas y hacerlas más comprensibles". En países en desarrollo estos factores están también presentes, pero la situación se agrava por la falta de oportunidades educacionales, especialmente en las áreas rurales.

Basado en estas consideraciones, se necesitan crear condiciones que mejoren las destrezas visuales, especialmente entre aquellos

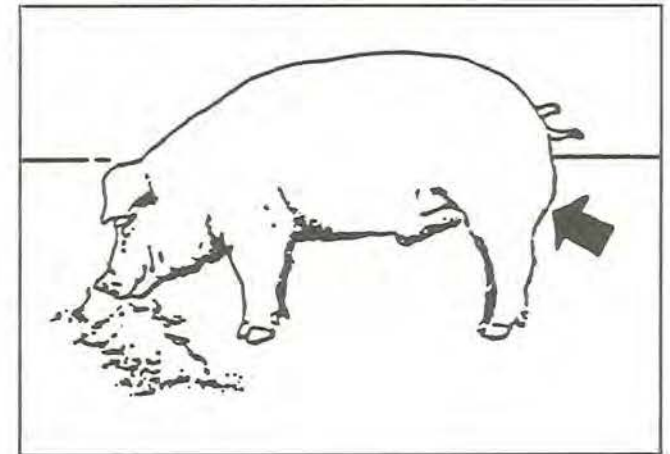
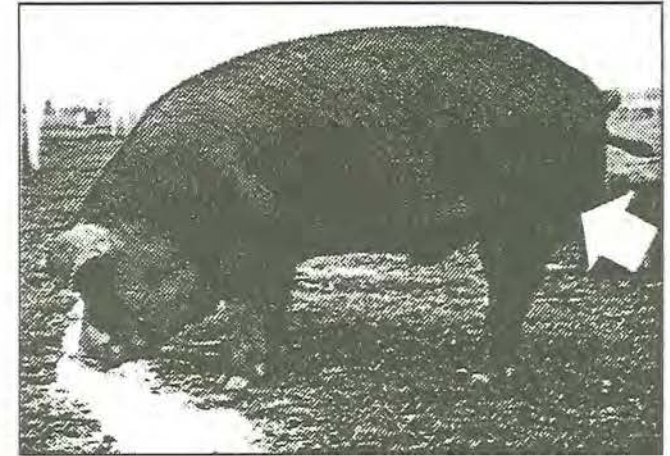
quienes no han tenido la oportunidad de desarrollarlas. Una manera mediante la cual se puede facilitar esto es el incrementar las oportunidades educacionales en áreas rurales de los países en desarrollo, donde parece que el problema es mucho más acentuado. Rediseñar el currículo de las escuelas de tal manera, que la comprensión de las representaciones simbólicas reciban una alta prioridad. Los profesores y otros “comunicadores” deben recibir preparación en aspectos relacionados con la alfabetización visual. Se recomienda fuertemente la incorporación a nivel universitario de cursos relacionados con estos temas. Algunos intentos preliminares al respecto han sido iniciados, ver Walker *et al* (1984).

En cualquier caso, estas actividades necesitan ser apoyadas con investigación que incremente nuestro conocimiento teórico de: (a) cómo se desarrollan las destrezas visuales en diferentes medios y (b) cómo tales destrezas visuales pueden ser mejoradas. El trabajo de Cochran *et al* (1980) y Winn (1982) es altamente prometedor en relación a esto. Este estudio también muestra la importancia de replicar estudios previos y la necesidad para comprobar las generalizaciones teóricas bajo diferentes condiciones. Se recomienda enfáticamente una validación de los resultados obtenidos aquí.

Sugerencias para investigaciones futuras

Las sugerencias específicas de investigaciones posteriores en la comprensión de los mensajes visuales, incluyen las siguientes: -Explorar las técnicas del protocolo de Cloze, con dibujos y fotos interrelacionados—tales como la secuencia de ilustraciones—con el fin de investigar niveles más altos de comprensión de mensajes visuales.

- Con demasiada frecuencia las imágenes usadas en programas de comunicación utilizan una gran cantidad de técnicas de señalización y de texto. Este es el caso, por ejemplo, en las representaciones de ciclo de vida de los parásitos dentro los animales. Sin embargo, se conoce muy poco acerca de la combinación “óptima”, si ésta existe, de tales técnicas de señalización con textos. Es necesaria la investigación en este aspecto.



-Explorar la relación entre la exposición a la televisión y el desarrollo de las destrezas visuales.

- Es usual hoy en día la proliferación de símbolos en relación con la maquinaria agrícola. Sin embargo, no se tiene conocimiento hasta qué punto la gente del área rural entiende tales símbolos. Una hipótesis plausible en este caso, es que muchos de estos símbolos que tienen que ver con maquinaria, no son capaces de llevar sus mensajes inequívocamente a una gran gama de personas.

- Analizar la comprensión de ilustraciones dentro del contexto en el cual son normalmente usadas. Por ejemplo, investigar la comprensión de un símbolo de veneno superpuesto en una caja o botella simulando un paquete en el cual normalmente es presentado, versus la comprensión de tal símbolo aislado de su contexto.

- La recomendación de Martínez (1970) es también válida. El sugiere investigar las maneras por las cuales los campesinos representan una serie de objetos y acciones referentes a la producción agrícola. Obviamente, se enfrentarían serios problemas metodológicos en esta clase de investigación. (Por ejemplo, no se puede esperar que todos los campesinos sean artistas para poder dibujar). Pero tales técnicas pueden arrojar alguna luz sobre la manera en la cual los campesinos representan sus propias actividades y las clases de símbolos que ellos eligen.

Recomendaciones prácticas

Además de recomendar futuras investigaciones es también necesario el efectuar recomendaciones que tengan que ver con la elaboración de mensajes visuales. Muchas de estas recomendaciones están implícitas en los resultados y las conclusiones del estudio:

- Optar por colocar las ilustraciones al centro, sobre otros lugares dentro de una página, cuando se use ya sea un formato "horizontal" o "vertical".

- Se deben seleccionar cuidadosamente los detalles dentro las ilustraciones. En general, no elimine o enfatice demasiado los detalles en secuencias o en ilustraciones individuales.

- Los campesinos tienden a interpretar las ilustraciones a la luz

de su propia experiencia. Consecuentemente, se deben preferir las representaciones familiares sobre aquellas donde no se muestran escenas conocidas.

- Use señales de conexión (flechas o números) en secuencias de dibujos preparados para individuos alfabetizados.

- En general, trate de presentar secuencias de izquierda a derecha en vez de secuencias ordenadas de arriba hacia abajo. Sin embargo, lo último parece ser apropiado para campesinos alfabetizados.

- Este estudio demostró que la información que individuos recogen de una ilustración dada, puede ser totalmente diferente de aquella información para la cual la imagen fue diseñada. Este hecho resalta la necesidad de una prueba previa de las imágenes, especialmente aquellas preparadas para analfabetas.

- Cuando sea posible, determinar las destrezas visuales en una muestra de la audiencia a través de un test, como el desarrollado aquí. Esto ayudará en predecir la comprensión del mensaje visual por la audiencia.

- Los campesinos deberían ser consultados acerca de sus sugerencias para materiales ilustrados dirigidos a ellos. Por lo menos la mitad de los entrevistados en este estudio hicieron sugerencias válidas, apropiadas e interesantes acerca de posibles dibujos de introducción y de conclusión de una secuencia en relación a la aplicación de pesticidas a una siembra. Tal participación de campesinos es una de las muchas maneras de reducir la influencia de la comunicación dominante de "una sola vía".

- Cuando se usan flechas para llamar la atención en partes específicas de las ilustraciones (fotos y dibujos), se deben explicar, especialmente a individuos analfabetas. En otras palabras, es necesario enseñarles como "leer" estos códigos visuales, por qué son usados y que significan.

- La correcta comprensión de las ilustraciones no tendió a incrementar directamente con la cantidad de técnicas de señalización usadas. Por lo tanto, se recomienda que el número de técnicas de señalización tales como flechas, cuadrados, etc. se mantengan a un mínimo con el fin de evitar confusión.

- Los dibujos invertidos deben preferirse a los dibujos de línea.

- Los campesinos, especialmente aquellos con bajo nivel de educación formal, tienden a interpretar ilustraciones literalmente.

Por lo tanto, se debe tener un cuidado especial con símbolos que tienen significado tanto literal y que figurativo.

En resumen, se recomienda la sobresimplificación más que las ilustraciones complicadas. Las ilustraciones no sofisticadas pueden ser menos atractivas desde un punto de vista artístico, pero más efectivas en promover comprensión.



© Milton MUÑOZ, *Understanding Visual Illiteracy, a Study of Comprehension of Pictorial Messages Among Farmers*, University of Wisconsin-Madison, 1986.

Los 8 mandamientos del emisor que desea ser bien retenido / por François Richaudeau

1. Que el texto (o la imagen) sea lo más significativa posible para el receptor.
2. Adaptar la longitud de la subfrase al nivel cultural del receptor: de 10 a 20 palabras para cada subfrase.
3. Preferir las estructuras de subfrases recursivas a la derecha (o deductivas) sobre las enumerativas.
4. Colocar los términos más importantes al comienzo de cada subfrase.
5. No emplear pantallas lingüísticas (fórmulas intercaladas) a no ser que sean breves.
6. En los textos que estén destinados a ser leídos, practicar sin ninguna clase de complejos las repeticiones, en especial en el caso de subfrases anormalmente largas o complicadas.
7. En los textos que estén destinados a ser escuchados, practicar por sistema la repetición y la redundancia, habida cuenta de la escasa rentabilidad de la articulación oral y del rápido deterioro de nuestros recuerdos inmediatos.
8. Acordarse de que el texto mejor escrito, el más correcto dentro del plano sintáctico, es el más ingenioso en cuanto al estilo, acordarse de que tal texto suele ser ineficaz si no es armonizado en orden a su memorización de modo correcto por el receptor.

Los 8 mandamientos del emisor que maneja bien las palabras

1. Utilizar, a poder ser, las palabras más sencillas, más breves y corrientes.
2. De entre estas últimas, dar preferencia a las palabras “personales”, vivas y concretas.
3. Eso no obstante, puedes verte en la obligación de emplear algunas palabras poco usuales con el fin de lograr una mayor claridad y precisión en el mensaje que has de transmitir; en tal caso, define esas palabras, coméntalas, o, mejor aún, ilumínalas con algunos ejemplos.
4. Acomoda el grado de redundancia de tu mensaje en función de la naturaleza de su destinatario y del canal de la comunicación.
5. Cuanto más reducido sea el nivel cultural de ese destinatario, tanto más debes repetir, bien directamente (repetiendo palabras), bien de forma indirecta (perífrasis, metáforas...) las principales nociones de tu mensaje.
6. So pretexto de concisión, o incluso de elegancia, no reduzcas demasiado el empleo de *palabras-instrumento*, que son inútiles en apariencia, ni tampoco el de palabras ásperas; la experiencia enseña que tales palabras constituyen unos factores positivos para la memorización de los textos.
7. Emplea más la redundancia en la expresión oral que en la escrita: no tengas nunca vergüenza -cuando leas la transcripción de tus palabras- por tus repeticiones y aun por ciertas incorrecciones. Las leyes de los lenguajes eficaces orales y escritos son diferentes; no es posible juzgar a uno de ellos con los criterios del otro.
8. Pero, que tus comunicaciones escritas conserven siempre ciertas características de la comunicación oral: la espontaneidad, el calor, la vida.

© François RICHAUDEAU, *Los secretos de la comunicación eficaz*, Mensajero, Bilbao, 1976.

El otro punto de vista: Campesinos nicaragüenses hablan de los impresos

“La charla es una cosa ciega.”

“Las imágenes iluminan el texto.”

“La teoría está en la letra y en la foto está la práctica.”

*“Aunque uno no sepa leer, oye la lectura,
mira la foto, y se va guiando uno.
Sin fotos no se guía nada.”*

*“Vemos la foto y grabamos inmediatamente el contenido.
No es como leer y luego memorizar un texto.”*

*“Las fotos son muy importantes en los folletos
porque primeramente el tema se ve iluminado,
porque además que nosotros leemos el tema,
a través de las fotos nosotros encontramos
más cosas que sacarle de nosotros.”*

“Estamos aprendiendo a sentirle sabor a la lectura.”

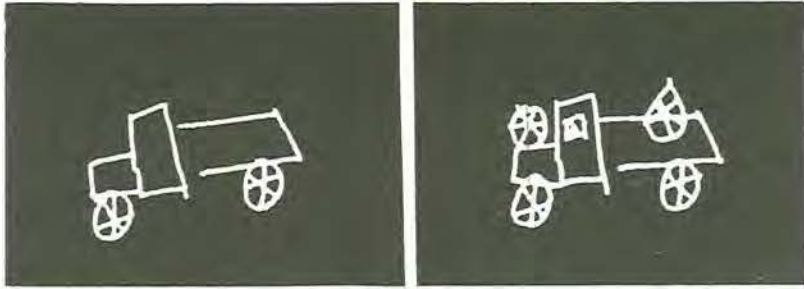
*“Si vienen palabras científicas, que son correctas,
pero que nosotros no las entendemos de esta manera,
quedamos enredados.”*

“La lectura va más ordenada sin estos palitos que cortan la lectura.”

“Uno se tecnifica moral y culturalmente.”

*“Estos folletos los hacemos los campesinos
porque son los mismos productores que ahí hablan.”*

La función educativa de la imagen en sociedades orales africanas por Andreas Fuglesang



La imagen de la derecha es una fiel reconstrucción de la imagen mental que uno tiene de un camión (4 ruedas). El dibujo de la izquierda implica conocimientos de códigos de representación.

Relacionando hábitos de vida orales y escritos

La imagen es el lazo entre los modos de vida oral y escrito y el primer paso hacia la abstracción escrita(...). A través de una relación estructural, la imagen introduce el concepto de regularidad y de repetición en la realidad.

Esto es el evento A en la realidad y hay una imagen de este evento A, y se parecen. En un sentido pedagógico, la imagen empieza con lo que se conoce en el pensamiento mágico como la similitud. Cuando uno vive *en* la realidad, a veces no es capaz de verla. La imagen levanta el espíritu fuera de la realidad. Literalmente puede uno tener la realidad en las manos y mirarla desde fuera. La imagen hace de un evento un objeto. En el mundo mágico no hay objetos, porque todos los objetos son eventos.

Una vez que el concepto de la imagen está formado, una vez que el espíritu está levantado fuera de la realidad, el paso siguiente es de vincular el primer concepto escrito, la palabra, con la imagen. La imagen es el entorno visual del mundo. El paso siguiente es de utilizar la palabra en su entorno del lenguaje, es decir la frase.

Mirando las mismas cosas

La imagen ayuda a fijar la atención de todas las personas de la comunidad. Hace que las personas “vean la misma cosa”. Como la imagen es un objeto, las personas pueden interactuar más fácilmente con ella. La imagen es más cercana de la memoria imitativa de la gente que la palabra escrita. (...) El problema de pasar de una formación de conceptos orales a conceptos escritos, en las sociedades con tradiciones orales, es que la gente está más acostumbrada en verbalizar lo que hacen que lo que ven.

El concepto de la comunidad

Que tipo de imagen? Que tipo de imágenes van a generar un proceso donde la gente heche una nueva mirada a su propia realidad? El contenido de la imagen tendría que ser tomado de las actividades diarias de la gente de la comunidad. El concepto pictural del agua no es un lago o un balde de agua. Es la imagen de una mujer sudorosa transportando una jarra de agua en su cabeza. Para la transformación social o conceptual es lo mismo. Ambos podrán surgir solamente a través del conocimiento de las relaciones sociales de dominación.

Quien tendría de producir la imagen? La comunidad lo tendría que hacer - no en el sentido de tomar la foto o hacer el dibujo - sino de decidir del motivo o del tema de la imagen. Nadie tendría que decidir en adelante lo que necesita aprender la comunidad. Preguntele a la gente, muchas veces saben muy bien lo que necesitan saber.

© Andreas FUGLESANG, *About understanding, ideas and observations on cross-cultural communication*, Dag Hammarskjöld Foundation, Uppasala, 1982.

Educación popular y comunicación popular / por Rosa María Torres

Áreas diferentes, objetivos y problemáticas comunes

Educación popular y comunicación popular comparten una serie de vacíos y problemáticas comunes. Entre ellos, suelen destacarse:

- la imprecisión conceptual y la falta de acuerdo acerca de la propia manera de entender ambos términos (“educación popular” / “comunicación popular”)
- la ambigüedad e identificación respecto al rol del llamado “agente externo” y, en particular, respecto a la identidad y el rol del “educador popular” y del “comunicador popular”
- la ausencia de un proyecto y una estrategia política claramente definidos y explicitados
- la falta de teoría e investigación, en el marco de una visión instrumental tanto de la educación como de la comunicación popular, no requeridas como tales de análisis ni estudio
- la falta de intercambio, socialización y debate al interior de cada campo
- el predominio de la acción en detrimento de la reflexión, y el consecuente apego al espontaneísmo y la improvisación
- el desprecio por criterios de eficacia y eficiencia, al amparo de actitudes voluntaristas de entrega, mística y compromiso social, y en el convencimiento de que el esfuerzo equivale a la efectividad
- la falta de diagnóstico, planificación, evaluación y sistematización de las experiencias
- la atomización, dispersión y descoordinación de los esfuerzos, unido a una tendencia a reivindicar la unicidad de cada experiencia, lo que dificulta la posibilidad de la generalización
- la débil atención prestada a la capacitación y formación de los educadores/comunicadores populares, así como su falta de sistematicidad y continuidad
- la falta de un recuento analítico de la trayectoria y la historia de ambos campos
- las tendencias localistas y aislacionistas de la educación y la comunicación popular respecto de otras esferas de pensamiento y acción, ligado a un desprecio por lo masivo
- el sobredimensionamiento de los educativo/comunicacional y del valor de los mensajes en la transformación social
- la tendencia a reducir lo educativo y lo comunicacional a un problema técnico
- la avidez por recetas operativas y manuales
- la falta de reconocimiento social de la tarea de los educadores y comunicadores populares
- la falta de financiamiento

Así, afirmaciones hechas respecto de la comunicación popular en el sentido de que “la teoría de la comunicación no ha alimentado de manera suficiente la práctica, y mucho menos cuando se trata de práctica con los sectores populares”, o la generalizada carencia de un marco teórico que permita aclarar y orientar las relaciones y acciones comunicacionales” (Prieto, 1984: 81 y 87), son afirmaciones perfectamente reconocibles dentro del ámbito de la educación popular respecto, en este caso, a la teoría de la educación, las relaciones y las acciones educativas. La “carencia o la postergación de momentos de reflexión más teórica, presionados por el activismo y las diarias e interminables minucias de que se componen sus prácticas de compromiso popular” (Contreras, 1984: 17), señalada como característica de los grupos que han venido haciendo comunicación popular en el terreno, es válida también para aquellos dedicados a hacer educación popular.

Dado el peso común que tiene la acción, idénticas batallas vienen librándose en ambos campos: la batalla contra el espontaneísmo y la improvisación, contra los decálogos y los recetarios, contra la ilusión de las técnicas como el reducto de lo alternativo, contra el desprecio por la teoría, la evaluación y la investigación. Recurrentes advertencias en el sentido de dimensionar la afirmación de que “la práctica enseña”, así como llamados de atención respecto del continuo “inventar de pólvora”, “redescubrir la rueda” o “partir de cero”, pueden por ello encontrarse en la literatura corriente producida en ambos campos, al igual que referencias a los mismos clásicos “ismos”: activismo, espontaneísmo, practicismo, empirismo, inmediatismo, voluntarismo, basismo, artesanismo, tecnicismo, localismo, coyunturalismo, aislacionismo, etc.(...)

Destacar el simplismo y la rigidez de estas oposiciones blanco-negro, la existencia de contradicciones tanto dentro del campo propio como del “enemigo” y la necesidad, por último, de penetrar y aprovechar todo resquicio, tanto en la escuela como en los medios de difusión masiva, son por ello batallas también comunes. La revalorización de la escuela, la revalorización de los medios son, de un lado y del otro, llamamientos continuos.(...)

“Mas que proponerse crear espacios específicos, la educación debería tratar de incidir en el conjunto de los medios de difusión masiva, viéndolos como una ‘todo’ educativo. Resultan de muy relativa importancia y eficacia los esfuerzos por ensanchar y mejorar el área instruccional manteniendo intacto el contenido global de los medios: ello equivaldría a actuar únicamente sobre un pequeño porcentaje de la totalidad de los mensajes, no sólo dejando incambiado el resto, sino permitiendo que éste lo neutralice y anule. La verdadera solución del binomio educación/medio pasa, pues, por una reforma integral de estos últimos y no sólo por su aprovechamiento parcial” (Kaplún, 1983:37)

“Como lo importante no es el medio sino el mensaje, la unidireccionalidad no resulta perjudicial cuando a través de la misma se difunden versiones acordes con la realidad y las necesidades de la población. Esto nos debe llevar a revalorizar los medios de difusión colectiva, siempre y cuando se logre en ellos espacios para una comunicación popular educativa. Algo difícil, sin duda, pero los espacios suelen surgir y a menudo no son aprovechados” (Prieto, 1984:97-98).

En verdad, las coincidencias entre ambos campos llegan a ser tan grandes que, en muchas ocasiones, enfrentados al discurso de uno u otro, bastaría con sustituir la palabra educación con la palabra comunicación, o viceversa.

Areas diferentes, oficios diferentes

No obstante el reconocimiento de su complementariedad, e incluso de premisas, objetivos y problemáticas similares, educación (popular) y comunicación (popular) continúan siendo campos separados.

Una y otra han venido configurándose como esferas especializadas. De hecho, cuando se trata de contratar personal, se hace difícil encontrar gente que conozca de ambos campos, lo que obliga a convocar por separado a educadores y comunicadores, y a buscar en la multidisciplinariedad la posibilidad de un trabajo

más integrado. Aun así, no obstante, educadores (populares) y comunicadores (populares) trabajan a menudo por su lado, con escaso o nulo contacto entre sí, incluso dentro de una misma institución y hasta de un mismo proyecto.

La propia delimitación de áreas contribuye a acentuar una nítida diferenciación de oficios. Típicamente, tanto los organismos privados de promoción como las organizaciones populares suelen contar con secciones diferenciadas de “comunicación popular” y “educación popular”. Típicamente también, la primera está asociada a tareas de difusión, propaganda y artes gráficas, mientras la segunda está a cargo de la práctica pedagógica concreta, incluyéndose bajo este rubro la realización de programas y eventos de capacitación, la elaboración de textos, la organización y movilización en el terreno.

Desde la perspectiva de los educadores populares, la comunicación tiende a ser vista como un instrumento y una técnica. No es extraño, por ello, que los “comunicadores puedan ser vistos como personal de servicio y al servicio de los “educadores”: ilustran y diagraman lo producido por éstos, tienen a su cargo la tarea de dar forma al producto, volver ameno su contenido y “accesible” el lenguaje, etc. Son fotógrafos, dibujantes, ilustradores, diagramadores, correctores de estilo, periodistas, entrevistadores, locutores, videístas, difusores de lo producido por otros.

Los sesgos del oficio, unidos a las visiones estereotipadas que a menudo acompañan a educadores y comunicadores populares, hacen que, muchas veces, el ya de por sí raro diálogo entre unos y otros bien pueda convertirse en un diálogo de sordos. Así, mientras los educadores populares tienden a verse a sí mismos como maestros, pedagogos, capacitadores, organizadores, los comunicadores pueden ver en “lo educativo” un área sosa y normativa, limitadora de la creatividad, la inspiración, el arte. Mientras los primeros tienden a enfatizar el punto de vista de los educandos y la necesidad de ajustarse a sus requerimientos pedagógicos, los segundos tienden a velar por la calidad estética

y el refinamiento técnico.

Son igualmente raros los eventos y publicaciones expresamente destinados a articular ambas temáticas, profundizando tanto en su interrelación como en su especificidad. Por otra parte, de la misma manera que la cuestión pedagógica suele estar ausente de los programas de formación de comunicadores populares, las instancias de formación de educadores populares difícilmente hacen de la comunicación un contenido de dicha formación.

La importancia de lo comunicacional dentro del campo de la educación popular

Uno de los ejes centrales de la educación popular gira precisamente alrededor de la comunicación y, en particular, alrededor del lenguaje.

La propuesta de una “educación liberadora” formulada por Freire en los 60 años nació estrechamente ligada al problema comunicacional. De hecho, en *La educación como práctica de la libertad* podemos encontrar referencias indistintas a una “educación liberadora”, una “educación dialógica”, una “educación de la comunicación”, una “pedagogía de la comunicación”.

De hecho, también la propuesta de una “educación liberadora” hizo del “diálogo” una categoría central. El cuestionamiento a la “educación bancaria” puso inicialmente el acento sobre su naturaleza anti-dialógica, expositiva, disertadora. La “pedagogía del oprimido” habría de ser, ante todo, una pedagogía esencialmente dialógica, capaz de ayudar al oprimido a romper con la “cultura del silencio”, a “decir y a escribir su palabra”, a ser el “dueño de su propia voz”.

Aunque, en el marco contemporáneo de la educación popular, la temática de la participación ha tendido crecientemente a desplazar la temática de la comunicación, es evidente que ésta continúa estando en el centro. El logro de una “comunicación dialógica”, vista como característica inherente a la educación popular, ocu-

pa de hecho un lugar preponderante en la práctica pedagógica de los educadores. La búsqueda de participación y la utilización de técnicas participativas apuntan fundamentalmente al logro de una comunicación oral abierta y fluida entre el educador y los educandos, haciendo del lenguaje y, en particular, del habla, el eje de dicha preocupación. De ahí que, en educación popular, participar se identifique comúnmente con hablar, y comunicación con oralidad.

En verdad, el tema de la comunicación ha venido centrándose en la problemática del “diálogo” entre educador y educandos, y éste, a su vez, en el acto -antes que en el proceso- educativo. Por otra parte, el acento puesto sobre la oralidad de la comunicación ha llevado sintomáticamente a no prestar igual atención a los productos comunicacionales escritos -textos, folletos, cartillas, etc- que median la relación educativa. De hecho, tal reduccionismo de la comunicación y la dialogicidad han terminado por dejar de lado otros ámbitos y relaciones comunicacionales del proceso educativo en su integridad.(...)

Hablar de un encuentro entre educación popular y comunicación popular significa partir del reconocimiento de su desencuentro. Significa también reconocer que se trata de campos diferentes, con sus propias especificidades y, por tanto, especialidades. No se trata, por tanto, de negar la especialidad sino de romper con sus barreras. Sin duda, es sólo a partir del reconocimiento de la especificidad de lo educativo y de lo comunicacional que puede avanzarse productivamente hacia un acercamiento entre ambos.(...)

El acercamiento entre comunicación popular y educación popular, cada vez más, ha tendido a darse en la práctica, en el trabajo en el terreno, en el desarrollo de la experiencias concretas. No obstante, dar un salto de calidad en este implica lograr no sólo que tales encuentros “por la base” se amplíen y profundicen, sino trascender el nivel de los sujetos y las experiencias aisladas, apuntando expresamente a un encuentro entre campos, a nivel de la elaboración teórica, la investigación y la capacitación. Si la búsqueda de especificidad es aún una tarea inacabada que

requiere ser trabajada al interior de cada campo, la existencia de objetivos, premisas y problemáticas comunes señalan claramente la necesidad y la posibilidad de emprender búsquedas también comunes.

Rosa María Torres, *Educación popular y comunicación popular*, Cuidad, Quito, 1989.

Recomendaciones del taller internacional de materiales impresos educativos en el tercer mundo / por John Macpherson y Douglas Pearce

Este documento está tomado de las discusiones que se efectuaron en el taller internacional de materiales impresos educativos en el tercer mundo, efectuado en Febrero de 1989, en Inglaterra, con participaciones de Africa, Asia, Europa y America del Norte. La primera de las recomendaciones enfatiza que hay que tomar en cuenta las conclusiones de muchas investigaciones de que *los materiales educativos son una de las formas más efectivas de incrementar los niveles educacionales*. Por lo tanto, hay que apoyar el planteamiento de que *proveer de cantidades adecuadas de materiales educativos apropiados debe ser una prioridad educativa*.

Se asume que los presupuestos para la educación en la mayoría de los países en desarrollo permanecerán bajo estrictas limitaciones en el futuro inmediato. Por lo tanto, se concentra la atención en *el uso eficiente de los recursos existentes*, en vez de la provisión de fondos adicionales.

Se acepta la perspectiva, que no son siempre operados eficientemente los servicios del gobierno para la publicación, manufacturación y distribución de material educativo. En consecuencia, se tomó en consideración la posibilidad de transferir ciertas funciones al sector privado, si la eficiencia puede ser mejorada de esta manera.

Las siguientes tareas para la edición y publicación de materiales educativos tienen que ser ejecutadas:

1. Identificar las necesidades para publicaciones educativas.
2. Identificar y encargar autores y ilustradores.
3. Alentar y apoyar a los escritores y ayudarlos en su trabajo.
4. Negociar y preparar contratos con los escritores.
5. Programar el proceso de publicación, desde el encargo del manuscrito hasta el almacenaje del producto acabado.
6. Establecer costos de los proyectos de publicaciones.

7. Preparar las especificaciones para la impresión, obtener de cotizaciones y controlar la calidad de la producción.
8. Mantener una relación estrecha con otro personal clave (incluyendo elaboradores de curriculum, escritores individuales o equipos de escritores, ilustradores, tipógrafos, impresores y distribuidores de libros).
9. Calcular aproximadamente la extensión del manuscrito (por ejemplo: cálculo del tamaño con relación al número de páginas que deben aparecer en el impreso) y hacer decisiones eficientes de publicación en base a este cálculo de costo.
10. Indicar en el manuscrito las orientaciones tipográficas.
11. Revisar las pruebas.
12. Organizar las ilustraciones (fotografías y dibujos de línea), prefacios y páginas finales incluyendo índices.
13. Preparar bocetos, diseños de páginas, ilustraciones y diseño de portada.
14. Obtener autorización cuando sea necesario para la impresión de texto y material ilustrativo con derecho reservado (copyright).
15. Dar seguimiento a las diferentes fases de la publicación incluyendo la preparación de nuevas ediciones.
16. Obtener fondos y ejercer un control financiero general.
17. Formalizar los aspectos legales (derechos de autor, etc.)
18. Negociar contratos con otros editores cuando sea necesario.
19. Mercadeo, incluyendo promoción y ventas.
20. Administración del proceso de distribución.
21. Ejercer un control general del trabajo.

© John MACPHERSON con Douglas PEARCE, *Publishing Educational Materials in Developing Countries, a Guide to Policy and Practice*, HMT London y CODE Ontario, 1990.

Bibliografía básica

Indicamos aquí 18 obras en español que conocemos y que nos parecen las más útiles, con un breve comentario y alguna dirección cuando nos era conocida. Tenemos a su disposición una lista más completa de referencias sobre este tema. O.Berthoud, *correo*: casilla 4679, La Paz, Bolivia. *fax*: ++591-2-39 10 98. *E-mail*: nogub@unbol.bo

ACEVEDO, Juan, *Para hacer historietas*, Editorial Popular, Madrid, 1981. 220 pp., cuarta edición 1990.

Excelente manual peruano, orientado hacia técnicas de dibujo, de diagramación y diseño gráfico (dibujar figuras humanas, la viñeta, la secuencia y el montaje). El último capítulo relata algunas experiencias de talleres de elaboración de historietas. El tema clave del guión no está abordado.

Editorial Popular, calle Bola 3, 28013 Madrid.

BILDT, Lazaro, *Audiovisuales, una experiencia nicaragüense, manual de producción*, CIMCA, La Paz, 1987. 83 pp.

Presentación simple, clara y completa sobre como elaborar imágenes, sonidos, y sonovisos es decir montajes de diapositivas con sonido.

BUNCH, Rolando, *Dos Mazorcas de maíz, una guía para el mejoramiento agrícola orientado hacia la gente*, World Neighbors, Oklahoma City, USA, 1985. 268 pp.

Presentación completa y accesible de experiencias y una metodología de difusión de tecnologías rurales partiendo de la experimentación aplicada en finca, y de la relación directa entre productores experimentados y otros productores, y no entre técnicos y productores.

CEPALC, *Diagramación de periódicos populares*, CEPALC, Bogotá, 1988. 40 pp.
Muchas indicaciones prácticas para principiantes.

DALLEY, Terence, *Guía completa de ilustración y diseño, técnicas y materiales*, Blume ediciones, Madrid, 1981. 223 pp.

- DIAZ BORDENAVE, Juan E., *¿Que es comunicación rural?, necesidad y reto en América Latina*, Carrasquilla, México, 1987.100 pp.
La mejor síntesis sobre el tema. Breve, clara y accesible, completa, claramente demarcada del extensionismo tradicional.
- DREYFUS, John, RICHAUDEAU, François (dir.), *Diccionario de la edición y de las artes gráficas*, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Madrid, 1990.
721 pp.
Obra completa, clara y cara. La mejor referencia sobre el tema.
- FUNDACION FERNANDO VELASCO, *Manual de impresión en mimeógrafo*, Fundación Fernando Velasco, Quito, 1983. 27 pp.
Completo, claro, practico, útil, sencillo y barato.
- INCA-Rural, SARH, FAO, PNUD, *Manual para la elaboración de material impreso para campesinos*, INCA-Rural, México, 1984.106 pp., mimeógrafo.
Manual mimeografiado, como muchas ideas y propuestas practicas. Util.
- JIMENEZ, Arturo, NAVARRO, Agustín, *Guía de redacción para la comunicación popular*, CEDEE, Santo Domingo, 1987. 93 pp.
Imprescindible. Lo mejor sobre lenguaje y redacción popular.
CEDEE, apartado 20307, Santo Domingo, Rep. Dominicana.
- KAPLUN, Mario, *El comunicador popular*, CIESPAL, Quito, 1985. 263 pp.
Un clásico, necesario en cualquier biblioteca de un educador popular. Claro y sencillo.
- LOBO, Edmundo, TABORA, Rocío, *Fotografía y educación de adultos, Algunas reflexiones sobre la comunicación visual*, Comunica, Tegucigalpa, 1991, 71 pp.
Interesantes y útiles ejemplos del uso de la fotografía con neo-lectores/as.
- MARTIN, Euniciano, *Cómo se hace un libro, proceso de realización gráfica*, Don Bosco, Barcelona, 1983.192 pp.
Guía técnica completa y sistemática sobre el proceso editorial.

- MOLES, Abraham, y otros, *La comunicación y los mass media*, Mensajero, Bilbao, 1985. 682 pp. col. Diccionarios del saber moderno.
El diccionario más completo sobre los temas de la comunicación en general.
- REYES, Javier, *Guía metodológica para la elaboración de materiales de lectura*, UNESCO-OREALC, Santiago, 1990, 122 pp.
Manual sencillo y claro. Reproducimos en anexo del presente libro el esquema metodológico propuesto.
- RICHEAUDEAU, François, *Concepción y producción de manuales escolares*, Secretaría Ejecutiva del Convenio “Andrés Bello”, Bogotá
Guía completa y sistemática sobre manuales escolares, pero que también se aplica en parte a la educación de adultos. Muy útil y práctico.
CAB, apdo aéreo 53465 / Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe CERLALC, apdo aéreo 17438, Bogotá.
- VAN DER BIJL, Bart, GARCIA, Denis, *La realidad siempre es nuestra fuente, modulo 1. Palabras que llegan, imágenes que pegan, modulo 2*, UCLAP, Quito, 1991, 78 y 178 pp. Comunicación popular impresa. Curso de Capacitación a distancia.
Curso muy completo. Están previstos: Modulo 3: Diseño, diagramación e impresión.
Modulo 4: Usos educativos del material impreso.
- WILKINSON, Judith, *A guide to basic print production*, Book 1: Planning the project. Book 2: Designing and producing artwork. Book 3: Printing processes. Book 4: Managing resources, British Council and Intermediate Technology Publications, London, 1985. 4 volúmenes, inglés.
Una guía mucho más completa que la que tiene en mano, llena de ejemplos, ilustraciones y ideas. Opciones baratas para imprimir. Muy útil, en inglés...
ITP, 9 King Street, Covent Garden, London WC2E 8HW, Inglaterra.
- ZEITLYN, Jonathan, *Impresión a bajo costo para países en desarrollo*, CETAL, Santiago, 1988. 165 pp.
Manual completo y práctico sobre técnicas de impresión baratas y accesibles.
CETAL, casilla 197-V, Valparaíso, Chile.

44 palabras para entendernos mejor

arte final

ver también diseño gráfico, maqueta.

Se dice del conjunto de textos y de ilustraciones, montadas en páginas listas para ser impresas. Tiene que ser extremadamente preciso, y llevar todas las indicaciones pertinentes para el/la impresor/a.

ASA (*American Standard Association*)
Son las normas industriales norteamericanas.

DIN (*Deutsche Industrie Norm*)
Son las normas de la industria alemana. Se aplican en Europa a muchas cosas: sensibilidad de las películas fotográficas, medidas del papel entre otras.

ISO
(*International Standards Organisation*)
Son las normas de un organismo internacional que intenta unificar mundialmente las normas industriales.

audiovisual

Serie de diapositivas sincronizadas con una cinta de sonido.

autor/a

ver también copyright.

Persona o grupo de personas que han proyectado y creado (escrito, dibujado, fotografiado) el original de un obra y que por lo tanto responde de su contenido. Al momento de imprimir la obra, el/la editor/a comparte esta responsabilidad.

blanco

ver también diseño gráfico.

Superficie de la página que no tiene ni texto, ni ilustración. El blanco es una superficie muy útil, porque ayuda a visualizar las jerarquías en la página.

boceto

ver también diseño gráfico.

Esbozo primero y no definitivo de una obra, en la cual se exponen, sin desarrollar, los temas principales. Borrador: escrito de primera intención, destinado a sufrir las correcciones necesarias.

carácter

ver también familia tipográfica.

Forma de un signo alfabético o no alfabético utilizado en la escritura en general, y la impresión en particular.

Carácter blanco: Carácter de base, normal, que no es ni una negrita ni una cursiva.

Negrita: Se dice de un carácter que, perteneciendo a una familia, tiene un trazo más grueso, negro.

Cursiva: Se dice de un carácter que, perteneciente a una familia, tiene un aspecto inclinado hacia delante (también *itálica*).

código

En un sistema de comunicación, es todo el conjunto de conocimientos que poseen en común el emisor y el receptor antes de iniciar la comunicación. (Abraham MOLES, *La comunicación y los mass media*)

componer un texto

ver también levantar un texto.

Ordenamiento de letras y espacios para formar palabras, líneas y párrafos. Viene del procedimiento tradicional de ensamblar tipos para poder fundir los caracteres. Se habla en este caso de composición en caliente.

La principal forma de composición en frío utilizada es la fotocomposición (dibujo de los caracteres a partir de una matriz y marcada sobre un papel o película fotográficos). La cuarta generación de fotocomponedoras utilizan el láser para mejorar la definición y la rapidez de trabajo.

copyright

ver también crédito, autor.

Es un acuerdo de protección de los derechos de autor/a de un texto, una fotografía, una ilustración, para evitar la utilización de este material sin su permiso o acuerdo. El trabajo debe llevar el signo ©, el nombre de la persona o la institución y el año de la publicación.

corrección de concepto

Es la corrección de un manuscrito hecha por un/a especialista del tema abordado en la obra.

corrección de estilo

Es la corrección que se efectúa en el manuscrito antes de componer el texto. Es de carácter gramatical y literario.

corrección de pruebas

Es la corrección que consiste en comparar y ajustar el original literario con el texto levantado.

crédito

ver también copyright.

Texto que acompaña una ilustración y que indica el nombre del/la autor/a o de quien ha facilitado la ilustración. Injustamente, se considera muchas veces que el/la autor/a de un texto merece tener su nombre publicado, pero no el/la autor/a de una ilustración. Crear una fotografía o un dibujo es una obra tan digna como redactar un texto.

definición de una imagen

Es el grado de detalle de una imagen de pantalla o de una imagen impresa, expresada en puntos por unidad de longitud.

denotación, connotación

ver también imagen, iconicidad.

Denotación: Es lo que vemos en una imagen. *Ejemplo:* una mujer mayor sentada detrás de una mesa.

Connotación: Es lo que una imagen nos sugiere. *Ejemplo:* una mujer mayor triste pensando en sus hijos.

derecho de autor/a

ver copyright, crédito.

diagramación

ver también diseño gráfico.

La diagramación consiste básicamente en el ordenamiento del texto y de las imágenes en el espacio de la futura página: uso de recuadros, espacios y márgenes, subrayados, uso de columnas, cuadros sinópticos, diagramas, etc... La diagramación se hace en base a la orientaciones y pautas definidas en el diseño gráfico.

diaporama

es lo mismo que un audiovisual.

digitalizar

Consiste en convertir un sonido, una imagen o un texto en dígitos binarios (bits) de forma que puedan ser almacenados, procesados y reconstituidos de manera electrónica.

DIN

ver ASA.

diseño gráfico

ver también maqueta, arte final.

Proyecto y boceto de un impreso en sus aspectos generales y formales: formato, papel, tipografía, ordenamiento de los componentes (textos y ilustraciones) en sus diferentes partes.

El término diseño gráfico viene del inglés *graphic design*. En España se utiliza más la palabra compaginación, cuando se trata del proceso de diseño gráfico de libros.

divulgar

Dar a conocer ampliamente algo, por la radio o los periódicos por ejemplo.

Popularizar: Explicar una materia científica, en forma fácilmente accesible a cualquiera.

edición

De manera general es la serie de actividades u operaciones necesarias para la publicación de una obra impresa. De manera más concreta es la preparación de un manuscrito para su publicación. También es el número total de copias de un trabajo impreso. (Primera edición, segunda edición)

ejemplar

Cada una de las copias de un impreso.

familia tipográfica

ver también carácter.

Conjunto de caracteres de los distintos cuerpos y series que son del mismo estilo, que parte del mismo diseño básico. Ejemplo: Helvética, Garamond, Times son familias tipográficas.

fantasía

ver también realista.

Imaginación, en cuanto se aplica a inventar o a reproducir por medio de imágenes las cosas pasadas o lejanas, a representar las cosas ideales o a idealizar las cosas reales. Fantástico: que existe solo en la imaginación.

gráfica

Forma de representar mediante dibujos o esquemas, de mapas o figuras, algunos fenómenos o relaciones. Es la técnica de aplicación de los esquemas. En informática, y en su aceptación habitual los gráficos son cualquier clase de figura, dibujo, ilustración que no sean textos.

guión

Documento que describe las situaciones, las imágenes, los personajes, las palabras, el texto de una obra que combina imágenes con textos, como una obra de teatro, una película, una historieta, una fotonovela, una guía técnica.

iconicidad

ver también imagen, denotación.

Grado de realismo o similitud entre el objeto representado y la representación de este objeto. Es la medida opuesta a la abstracción, mide la cantidad de realismo, la parte de concreto que conserva una imagen (Abraham MOLES, *La comunicación y los mass media*). Para las historietas, José Luis Rodríguez Diéguez (*El cómic y su utilización didáctica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1988.) propone 5 niveles básicos: la fotografía, el dibujo realista, la caricatura humana, el animal humanizado, y la ilustración no figurativa.

ilustración

ver también imagen.

Una figura, o cualquier imagen que sea un dibujo o una fotografía, y que acompaña un texto.

imagen

ver también denotación, iconicidad.

La imagen es un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo (entorno visual), susceptible de subsistir a través del tiempo y que constituye una de las componentes principales de los mass media (fotografía, pintura, ilustraciones, escultura, cine, televisión).

El mundo de las imágenes puede dividirse en imágenes fijas e imágenes móviles, dotadas de movimiento, estas últimas derivadas técnicamente de las primeras. (Abraham MOLES, *La comunicación y los mass media*).

ISBN

(*International Standard Book Number*)

Un número de referencia dado a cada trabajo publicado, que identifica su zona de origen, su editor, su título y un número de control, todo codificado en un número de 10 cifras.

ISO

ver ASA.

justificar un texto

Hacer que al componer un texto, las líneas queden exactamente de la misma longitud, es decir formando líneas verticales imaginarias a la izquierda y a la derecha del bloque de texto. Se utiliza este procedimiento entre otros para ahorrar espacio y papel.

Se dice también justificar sólo a la izquierda, es decir que a la izquierda el inicio de las líneas serán alineadas, pero no a la derecha (levantar en bandera). Este glosario está justificado a la izquierda y a la derecha, mientras que el resto del manual lo está solo a la izquierda.

levantar un texto

ver también componer un texto.

Pasar un texto, sin cambiarle absolutamente nada, de una forma de presentación a otra (de escrito a mano, a máquina de escribir, de máquina de escribir a composición tipográfica). Es fuente de errores. El levantado es seguido por una corrección, que comprueba la coincidencia total de todos los signos entre la forma original y la nueva copia. El uso de computadoras personales reduce el fastidioso trabajo de levantado de textos y corrección de pruebas, porque es el mismo documento digitalizado que se va corrigiendo varias veces hasta llegar a la versión definitiva.

manuscrito

ver también original.

Literalmente, texto escrito a mano. Se dice también del texto entregado por el autor al editor para ser impreso (original literario). Es el texto antes de ser compuesto (levantado con letras de imprenta). Es imprescindible que el manuscrito sea pasado a máquina de escribir por el autor, o en un ordenador personal, para facilitar el trabajo del editor, del corrector de estilo y del levantador de textos.

maqueta

ver también arte final.

Diseño o boceto que precede a la elaboración de cualquier impreso. Se hace con frecuencia utilizando ya elementos reales, como fotocopias del texto ya compuesto o como ilustraciones.

offset

Procedimiento de impresión plana fundado en el principio de la repulsión de las tintas grasas y del agua.

El offset se distingue de los otros sistemas por el hecho que el papel no entra en contacto directo con los elementos impresores.

Es el procedimiento más utilizado en la actualidad.

original

original literario

Texto mecanografiado o digitalizado, revisado por el editor y los correctores, y listo para ser diseñado, compuesto e impreso.

original gráfico

Conjunto de las imágenes que serán impresas. (dibujos y fotografías)

pica

Unidad de medida del largo de las líneas en tipografía.

punto

ver también caracter.

Unidad de medida del cuerpo de los caracteres. El texto base de este libro está en 12 puntos.

realista

ver también fantasía.

Que imita con fidelidad la naturaleza, el mundo que nos rodea.

realizar

Trabajo, en una producción audiovisual (cine, video, montajes audiovisuales) que consiste en crear efectivamente las imágenes y los sonidos. Antes, se efectúa una fase de pre-realización (definición del proyecto y del guión), y después una fase de post-realización (edición de imágenes y sonido).

redundancia

Es la reiteración o repetición de una información ya presentada. Puede constituir un error por su inutilidad y su carácter pesado, pero también una función que facilite una correcta comprensión de la información. Es uno de los instrumentos de la didáctica: explicar varias veces de varias maneras la misma cosa, facilita su comprensión y memorización.

símbolo

Es un ser o un objeto que tiene como fin representar, recordar una cosa concreta o abstracta. Tiene como función esencial evocar de modo breve, claro y universal, un conjunto bastante complejo de ideas o nociones. (Abraham MOLES, *La comunicación y los mass media*). La paloma es el símbolo de la Paz.

sinopsis

Sumario o resumen de una película, de un montaje sonoro, que resume a grandes rasgos el tema. Indica de manera general cuáles serán las imágenes, el sonido, el argumento del material. Con este documento se hace luego el guión, imagen por imagen, plano por plano.

sonoviso

ver audiovisual.

texto de anclaje

ver texto de relevo.

Una de las dos funciones de la palabra, en relación a la imagen que es de reducir el sentido amplio y variado que puede tener una imagen. La otra función es de relevo.

texto de relevo

ver texto de anclaje.

Función de la palabra que está en una relación complementaria a la imagen.

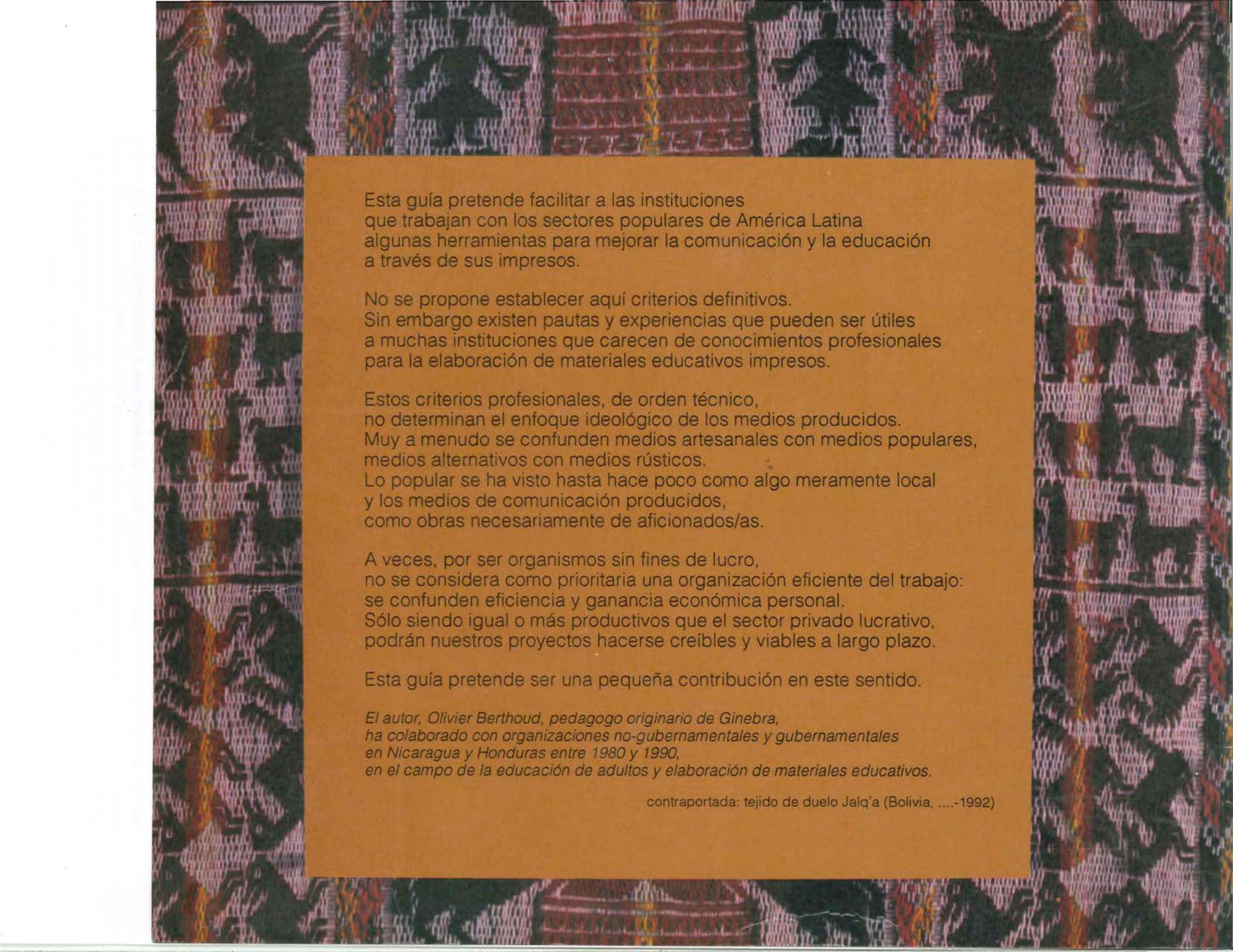
tipografía

Esta palabra tiene dos sentidos:

En el primero, define todo lo que se refiere a los caracteres utilizados en una página, su familia, estilo, disposición, jerarquías. En el segundo, más profesional, se refiere al procedimiento tradicional de reproducción, a través de la composición en caliente de tipos metálicos en relieve y la posterior impresión.

trama

Retícula utilizada en artes gráficas para descomponer una imagen en puntos negros y superficies blancas afín de poder imprimirlas. La impresión sólo permite manchar la hoja de papel de tintas solidas, como el negro por ejemplo, y no de grises (no se utilizan tintas grises, sólo una pasada de tinta negra). Se crea la ilusión de los grises variando la densidad y el tamaño de pequeñísimos puntos de tinta.



Esta guía pretende facilitar a las instituciones que trabajan con los sectores populares de América Latina algunas herramientas para mejorar la comunicación y la educación a través de sus impresos.

No se propone establecer aquí criterios definitivos. Sin embargo existen pautas y experiencias que pueden ser útiles a muchas instituciones que carecen de conocimientos profesionales para la elaboración de materiales educativos impresos.

Estos criterios profesionales, de orden técnico, no determinan el enfoque ideológico de los medios producidos. Muy a menudo se confunden medios artesanales con medios populares, medios alternativos con medios rústicos. Lo popular se ha visto hasta hace poco como algo meramente local y los medios de comunicación producidos, como obras necesariamente de aficionados/as.

A veces, por ser organismos sin fines de lucro, no se considera como prioritaria una organización eficiente del trabajo: se confunden eficiencia y ganancia económica personal. Sólo siendo igual o más productivos que el sector privado lucrativo, podrán nuestros proyectos hacerse creíbles y viables a largo plazo.

Esta guía pretende ser una pequeña contribución en este sentido.

El autor, Olivier Berthoud, pedagogo originario de Ginebra, ha colaborado con organizaciones no-gubernamentales y gubernamentales en Nicaragua y Honduras entre 1980 y 1990, en el campo de la educación de adultos y elaboración de materiales educativos.

contraportada: tejido de duelo Jalq'a (Bolivia,-1992)