

1720j



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ARAGON"

"PLANEACION Y DISEÑO DE MENSAJES EDUCATIVOS A TRAVES DE LA IMAGEN".

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PEDAGOGIA
P R E S E N T A
NORMA ANGELICA MONCADA VARGAS.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	1
CAPITULO I. ASPECTOS DE IMPORTANCIA BASICA DE COMUNICACION ...	2
1.1 Bosquejo Histórico sobre el desarrollo de la Comunicación .	4
A. Etapa de la Comunicación Mímica o Imitativa.	4
B. Etapa de la Comunicación Verbal.	5
C. Etapa de la Comunicación Escrita.	6
D. La Comunicación Moderna	11
1.2 Fundamentos teóricos de la Comunicación como un proceso alternativo de la educación.	12
A. Conceptos de Comunicación.	13
B. La Comunicación Educativa.	15
C. La tecnología Educativa y los Modelos de Comunicación. .	18
CAPITULO II. ELEMENTOS PARA LA ELABORACION DE MENSAJES.	27
2.1 El Lenguaje y sus tipos.	27
A. El Lenguaje Verbal	29
El Emanciado	34
El texto	37
El relato	38
El discurso	39
B. El Lenguaje Icónico	40
- La imagen y sus tipos.	41
- Elementos básicos de la imagen	43
C. El Lenguaje Icónico - Verbal	66
- Letras y títulos legibles	67
- Diseño del Mensaje icónico - verbal	68
- Educar con la imagen	72

CAPITULO III. CRITERIOS GENERALES PARA LA PLANEACION Y DISEÑO DE LOS MENSAJES.	74
3.1 El Planeamiento Didáctico	74
3.2 El Mensaje y tipos de Mensajes.	81
- El Pizarrón	83
- El Dibujo	85
- Las Ilustraciones	87
- Historieta Gráfica	91
- La Caricatura	92
- El cartel	93
- El Periódico Mural	94
- El Rotafolio	95
- La Proyección Fija	96
- Micro didáctica del Montaje	97
- Bionbo o acordeón didáctico.	98
 CAPITULO IV. APLICACION DEL MENSAJE EN EL SECTOR EDUCATIVO ...	100
- Investigación de campo	105
 CONCLUSIONES	127
 BIBLIOGRAFIA	
 ANEXOS	

INTRODUCCION

La educación, es un proceso en el cual el individuo va a desarrollar sus potencialidades que trae consigo, con el fin de desempeñar un mejor papel como individuo en la sociedad en donde se desenvuelve.

Durante este proceso el sujeto va aprendiendo. Este aprendizaje, a veces, se lleva a cabo espontáneamente, y en otras ocasiones este aprendizaje será planeado cuidadosamente.

El aprendizaje consiste en la adquisición constante de experiencias que el sujeto va acumulando y con ella va transformando su conducta.

Es precisamente, el Profesionista Educativo, sea un profesor, pedagogo, psicólogo, etc., todo aquel profesionista que se encuentra inmerso en el campo educativo, quien se encargará de elegir las actividades de aprendizaje más apropiadas, así como buscar la mejor manera de enseñarles.

Mi propuesta en este trabajo de investigación es que el Profesionista Educativo utilice los recursos del Lenguaje Icónico Verbal como un instrumento para la elaboración del Mensaje Educativo, y sea considerado este recurso como una alternativa didáctica y como una valiosa fuente de aprendizajes significativos.

Por consiguiente, para el desarrollo de esta investigación he dividido el contenido en cuatro capítulos.

Se inició primeramente con un contexto histórico, para lo cual me remití a las primeras organizaciones sociales del hombre hasta llegar a la comunicación moderna. De aquí se plantean algunos fundamentos teóricos que respaldan a la comunicación como un proceso alternativo en la Educación.

En el segundo capítulo, se presentan los elementos para la elaboración de mensajes, utilizando las ventajas del recurso del lenguaje icónico - verbal.

Se incluyen algunos Criterios Generales para la Planeación y Diseño de los mensajes en un tercer capítulo; en donde se menciona en que consiste el Planeamiento didáctico, el mensaje y tipos de mensajes, así como algunos recursos que apoyan.

Por último se describen algunas acciones emprendidas en la investigación de campo, en el cuarto capítulo, titulado ... Aplicación del mensaje en el sector educativo.

Cabe señalar que en el campo de la Comunicación existen trabajos de investigación que han abarcado la relación entre Educación y Medios de Comunicación, el empleo de los materiales audiovisuales en la escuela, o bien, el uso de los Auxiliares de la Comunicación en el Proceso de Enseñanza Aprendizaje.

Sin embargo, en este estudio dentro del campo de la Comunicación Educativa, pretende dar los elementos necesarios para la elaboración del mensaje a través de la imagen. Considerando que la imagen se encuentra en nuestro entorno, que es el lenguaje de nuestros días; será éste un valioso recurso para atraer la atención y el interés del sujeto al que va dirigido.

La imagen puede ser natural, sonora, verbal, icónica, fotográfica, audiovisual etc., existe una gran variedad de ellas. Propongo emplear a la imagen como una acción educativa adaptada a las exigencias de la actualidad, pero dándole un tratamiento didáctico y pedagógico.

CAPITULO I

"ASPECTOS DE IMPORTANCIA BASICA DE COMUNICACION"

A lo largo de la historia de la Humanidad, nos hemos percatado que el hombre - al vivir en sociedad, ha tenido la necesidad de comunicarse con otros seres, - utilizando recursos que le permitan expresar sus deseos, sus sentimientos e - ideas.

A partir de que el hombre primitivo enseñó a los niños y a los jóvenes el arte de cazar, pescar y guerrear, mediante la pintura sobre los paredones de los - ríos y cuevas, su caverna se convirtió en su aula. La pared de la caverna fue una especie de pizarrón inventado por el hombre.

Un concepto de comunicación, nos dice: "es el conjunto de medios, instrumentos y recursos que permiten expresar ideas, actitudes e imágenes, de una persona, - generación o sociedad a otra". (1)

Del concepto anterior, deducimos que la comunicación es un proceso que ha existido desde siempre y que es importante en el progreso de una sociedad.

Ahora bien, para abarcar algunos aspectos de Comunicación, se partirá de un - bosquejo histórico, el cual nos servirá para darnos cuenta que el recurso de - la imagen para la transmisión de mensajes dentro de la historia de la comunica - ción, ha sido utilizada desde hace cientos o miles de años y que continúa em - pleándose hasta nuestros días con el mismo propósito.

(1) Axotla Muñoz Víctor L. Auxiliares de la Comunicación, 7 pp.

1.1 Bosquejo histórico sobre el desarrollo de la Comunicación.

La tendencia del hombre por comunicarse se ha prolongado a través del devenir histórico y se ha ido modificando y desarrollando en la medida en que la tecnología ha avanzado.

Para la mayor comprensión de este recorrido histórico, se ha dividido la comunicación humana en 4 etapas:

- A. Etapa de la Comunicación Mímica
- B. Etapa de la Comunicación Verbal
- C. Etapa de la Comunicación Escrita
- D. La Comunicación Moderna

A continuación se va a describir cada una de estas etapas.

A. Etapa de la Comunicación Mímica o Imitativa.

Esta etapa de la Comunicación Mímica o Imitativa corresponde a los primeros - tiempos de la sociedad, anterior al lenguaje. Consiste en el empleo de gestos o hechos mímicos que tienden a imitar las cosas o las situaciones diarias de - la vida. El hombre primitivo procedía como muchos animales que mueven el rabo para manifestarse regocijo, muestran los dientes para indicar odio o gritan en diferentes tonalidades para manifestar sus deseos o necesidades.

Cuando aparecieron los primitivos grupos humanos, los jóvenes imitarían a sus - padres en sus tareas perpetuando la cultura de aquellos tiempos.

Este período, se extiende desde la aparición del ser humano hasta el fin del - hombre Neanderthal, ser humano que le corresponde ser protagonista de la comunicación mímica o imitativa.

Pero, ¿cuándo aparecieron los hechos mencionados? No se sabe a ciencia cierta, solo se tiene conocimiento que el hombre Neanderthal apareció en la primera mitad de la época cuaternaria y su cultura pervivió durante más de 20,000 años.

Esta época nos dejó la habilidad de ilustrar los relatos mediante el empleo de movimientos mímicos.

B. Etapa de la Comunicación Verbal.

Entró en escena un tipo humano más evolucionado que desplazó la raza Neanderthal, y que durante miles de años, fue el autor de nuevos sistemas de comunicación.

En este período, aparece el hombre de Cromagnon, al que se le deben los grabados hechos con carbón y grasa, representando animales y escenas de aquel tiempo con el objeto de transmitir los conocimientos que poseían a otros grupos humanos.

Estas escenas son básicamente sobre los animales que eran de utilidad humana, como el caballo, los toros, el alce y los ciervos; la organización en caso de una defensiva; los fenómenos espirituales y religiosos.

En base a esto, Roberto Moreno y García, dice: "aquellas cavernas eran verdaderos centros escolares, las policrómicas pinturas magdalenenses indican una habilidad que necesariamente son obras de artistas que habían recibido un adiestramiento especial, los sitios donde hacían sus prácticas los futuros dibujantes, eran los vestíbulos a que se ha hecho referencia y a las cuevas mismas en algunas de las cuales se han encontrado tubos de hueso para los colores." (2)

(2) Moreno y García. Historia de la Comunicación Audiovisual, 32 pp

Como ejemplo de estas pinturas prehistoricas, son las encontradas en las famosas grutas de Altamira (España), Aurignac y Montignac (Francia).

Durante esta etapa, las primeras emisiones orales surgieron cuando el hombre tendió a imitar sonidos que el ambiente generaba, como el rugir del león, o el sonido del trueno.

Poco a poco el hombre fue dominando los movimientos de su boca logrando una articulación más clara de los sonidos. Conforme pasó el tiempo se asignaron sonidos específicos para mencionar algunos objetos o hechos, hasta que éstos se generalizaron y se convirtieron en permanentes.

Con esto damos fin a la etapa de la comunicación verbal.

C. Etapa de la Comunicación Escrita.

La escritura es uno de los inventos del hombre más importantes. Fue para la mente un instrumento de expresión que le dió la capacidad al hombre para plasmar lo que pensaba, lo que sentía, lo que quería transmitir a otros seres como él.

La escritura ha pasado por tres etapas históricas que son las siguientes:

La pictográfica, la ideográfica y la fonética.

1.- Escritura Pictográfica. Esta escritura se caracteriza, porque la palabra aparece representada por un signo único llamado pictograma. Deriva del latín: pictus, pintura y grafo, dibujar.

Los pictogramas son en esencia, dibujos que representan cosas, actos, indicaciones que se refieren a nombres, días, distancias y a ideas de cantidad, etc. Por ejemplo: si se trataba de representar la palabra hombre lo ha - - -

ción por medio de un dibujo esquemático de éste. Este tipo de escritura se desarrolló entre los babilonios, egipcios, fenicios, cretenses y chinos. Se utiliza aún esta escritura entre algunas tribus de Africa y Australia.

He aquí un mensaje esquimal, como ejemplo de la escritura Pictográfica y debe leerse así: Salgo de casa, remando, en un viaje que dura 10 días, a una isla donde viven dos familias, recogeré a mi amigo e iremos en canoa a otra isla, donde con unas flechas cazaremos una foca y volveremos después de 10 días a casa.



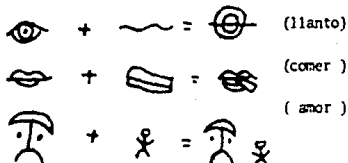
Esta escritura es análoga, a la que hoy en día se utiliza, por ejemplo, un cu chillo y un tenedor, es indicación de comedor; para indicaciones de un correo se plasma un sobre; para indicar donde hay teléfono, se pone un aparato receptor; en las señales de carretera, una línea ondulada, recta o curva son indicaciones para los conductores.

2.- Escritura Ideográfica. Se caracteriza esta escritura, por la combinación de signos para dar como resultado un determinado significado.

Al igual que la escritura Pictográfica, a la palabra se le representa por un signo llamado ideograma.

La aparición de esta escritura fue como consecuencia de dos signos pictográficos que dan origen al nuevo signo llamado ideográfico.

Los signos de las dos primeras columnas (comenzando por la izquierda) son pictográficos; el resultado (3a) columna es la escritura ideográfica.



Los sacerdotes de Babilonia comenzaron a registrar el número de ovejas y vacas que se recibían en el templo como donativo, mediante figuras dibujadas en arcilla húmeda; esta escritura se denomina cuneiforme o en forma de cuña, por el instrumento que se empleaba en ella que tiene esa forma y se llama estilete.

Así termina la etapa de la escritura denominada ideográfica que quiere decir: idea escrita.

3.- Escritura Fonética. La escritura fonética se le llama a la reproducción de uno a uno de elementos sonoros que constituyen la palabra.

Se descubrió que cierto número de pictografías e ideografías podían usarse para expresar ideas, no tanto, por lo que representaban, sino por su sonido. El signo que le representa es llamado fonograma. La evolución de este tipo de escritura dió lugar al surgimiento del alfabeto.

El descubrimiento del alfabeto no se sabe con precisión en que pueblo se desarrolló; pero lo que si se sabe es que 3,000 años antes de J.C., en Egipto y Sumeria, conocían y usaban signos que eran representación de los sonidos.

Egipto, fué un pueblo clave en la escritura, así se advierte en el empleo del papiro, que sirvió como medio de comunicación visual. Realizaban la representación gráfica de las cosas, como sucede en el "Libro de los Muertos", considerado como la Biblia egipcia. Este papiro servía de texto en las escuelas, era una especie de historia épica de ultratumba, que tenía como propósito ayudar a las almas de los que habían muerto para presentarse ante el tribunal de Osiris.

Los egipcios fueron partidarios de elaborar murales y frisos, en bajo relieve que llevaban textos escritos en jeroglíficos. Tal vez estaban convencidos de que el texto puramente escrito cansaba al que tenía que leer un mensaje y pensaron que era conveniente la ilustración. Esto se observa en los papiros y en los escritos murales en donde plasaban escenas de la vida diaria, escenas de guerra y de trabajo.

Muchos han sido los países que han dado su aportación en relación con los medios visuales; entre ellos no puede faltar el pueblo Chino. Se dice que los antiguos chinos escribían en seda y bambú y posteriormente idearon el papel.

En el texto de Margarita Castañeda, proviene la siguiente cita: "Ts'ai Lun - (105 a. C.) informó al emperador que había encontrado un material más barato que la seda y menos pesado que el bambú: era una mezcla de corteza de árbol, cáñamo, harapos y redes para pescar". (3)

También de la cultura China proviene la tinta; la roja la extraían del sulfato de mercurio y era uso exclusivo del emperador, en tanto que la negra la obtenían del quinqué negro y su uso era general.

Es así como la escritura, el papel y la tinta son una herencia de origen oriental.

(3) Castañeda Y. Margarita, Los medios de Comunicación y la Tecnología Educativa, 17 pp.

Grecia y Roma forman parte de los pueblos característicos de la época Clásica. Hicieron el uso de los recursos visuales con el fin de objetivizar, sobre todo su historia.

Los griegos al igual que los egipcios aprovecharon todas las superficies para plasmar escenas de la vida cotidiana. Esta cultura legó numerosos grabados - hechos en escudos, espadas, joyas, en los que se representan escenas de guerras, faenas agrícolas y danzas.

Al igual que Grecia, Roma hizo uso de los recursos visuales, con el fin de objetivizar; utilizaban la técnica de mosaico y la glíptica histórica, que se refiere al arte de grabar en piedra.

En México, nuestro país, existen numerosos ejemplos que muestran el avance que habían alcanzado los pueblos prehispánicos en lo referente a los medios visuales, entre los que destacan: los aztecas, mixtecas y mayas.

Su escritura era jeroglífica, en tanto los mayas como los aztecas lograron tener una escritura semejante a la de los pueblos de la antigüedad, la cual pasó también por tres etapas características: pictográfica, ideográfica y fonética.

Entre estas culturas destacan los códices, especie de libros hechos por lo general en piel de venado. En ellos hacían mediante la línea y el color, hechos cronológicos, científicos, astronómicos, mitológicos y hazañas de tipo militar.

El lenguaje que se manifiesta en los códices, es ideográfico, por ejemplo, si se quería decir camino, se pintaban las huellas oscuras de los pies sobre una vereda.

Los mayas destacaron en la glíptografía, que eran relieves históricos sobre piedra, como la estela y la columna. Ejemplos de ellas se encuentran en Bonampak y Chichén Itza.

Los aztecas destacaron en la cartografía, de característica pictográfica. Los códices aztecas eran utilizados como libros de textos, enseñaban astronomía e historia.

Un recurso visual más, es la cerámica; objetos y vasijas de barro adornados con dibujos que hacían referencia a hechos históricos y mitos de carácter religioso.

Como hemos visto, las culturas mexicanas también hacían uso de los ideogramas para comunicarse, y muestra de ello, como se ha mencionado, se encuentran los códices hechos en tela de maguey y en inscripciones hechas en piedras y monumentos.

D. La Comunicación Moderna.

Gracias a la imprenta, el invento cultural más importante a fines de Edad Media, provocó un acelerado progreso humano, ya que con la impresión de libros hubo una difusión de ideas; de esta manera el pensamiento de un solo hombre alcanzó la mente de muchos otros.

La imprenta como muchos inventos tecnológicos tiene su antecedente, uno de ellos es la invención del papel y la técnica que utilizaban los chinos para imprimir, utilizando piedras pulimentadas y más tarde planchas de madera.

Se considera como inventor de la imprenta a J. Gutenberg (1397-1497); cuya meta era imprimir cualquier texto con tipos metálicos sueltos, durante mucho tiempo trabajó en la impresión de la Biblia.

Posteriormente la Revolución Industrial aceleró el progreso en el arte tipográfico, ya que la composición de los tipos que se hacían a mano fue sustituido por una máquina apropiada.

La Revolución Industrial fue la sustitución gradual de la fuerza humana y la herramienta, por la máquina. Una consecuencia de este hecho es el surgimiento de numerosos artefactos que han provocado un progreso del hombre en la Tecnología.

La radio, la T.V. y todos los Medios de Difusión en general, han surgido como producto de la evolución de nuestra época y han permitido la comunicación en masa, con rapidez y eficacia.

Muchos más han sido y serán los adelantos tecnológicos que repercutirán tanto positiva como negativamente en el campo de la comunicación.

Como hemos visto a lo largo de este bosquejo histórico, la imagen ha estado presente en todas las etapas del desarrollo de la comunicación. La cual en todas ellas ha sido utilizada con el propósito de transmitir un mensaje a un auditorio determinado, (dentro de un espacio y un tiempo).

Ahora bien, después de este panorama histórico, dará inicio en este mismo capítulo a algunos aspectos que fundamenten el aspecto de la comunicación dentro del área Educativa.

1.2 FUNDAMENTOS TEORICOS DE LA COMUNICACION COMO UN PROCESO ALTERNATIVO EN LA EDUCACION.

Todos los seres vivos se comunican, pero el ser humano se ha distinguido por el uso de lenguajes complejos y sobre todo por hacer de la comunicación un vehículo de transmisión de experiencias.

Esta necesidad vital de expresarse, lleva al hombre a crear formas cada vez más perfeccionadas de comunicación.

Para ello, no solo ha sido suficiente el uso de su propio cuerpo y la articulación, sino que ha extendido sus posibilidades a otras medidas que sirvan a

su propósito de comunicar.

Pero, ¿Qué es comunicar? Podríamos decir, que comunicar significa poner algo en común, transferir ideas o pensamientos.

Ahora bien, es precisamente la comunicación la base de todo proceso educativo y es así como hablaremos de una comunicación Educativa.

En este segundo aspecto del primer capítulo se plantearán algunos elementos - teóricos que fundamenten tanto al campo de la Comunicación como el campo Educativo.

A. Conceptos de Comunicación.

Para poder hacer más explícito el concepto de Comunicación, se enlistarán algunas definiciones:

El Diccionario de Ciencias de la Comunicación, nos dice: "puede entenderse por comunicación aquel proceso que posibilita el intercambio de significados entre sujetos por medio de una serie de convenciones sistematizadas en un código y - aplicadas sobre un concreto tipo de medio semiótico (verbal, escrito, gestual ...)". (4)

Paoli, entiende a la comunicación como: "el acto de relación entre 2 o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado". (5)

Por su parte A. Moles y Zeltman menciona: "la comunicación es la acción de hacer participar a un individuo, situado en otra época o en otro lugar, utilizan do los elementos de conocimiento que tiene en común". (6)

(4) Santillana, Diccionario de la Ciencia de la Educación, 285 pp.

(5) Paoli Antonio, La Comunicación, 15 pp.

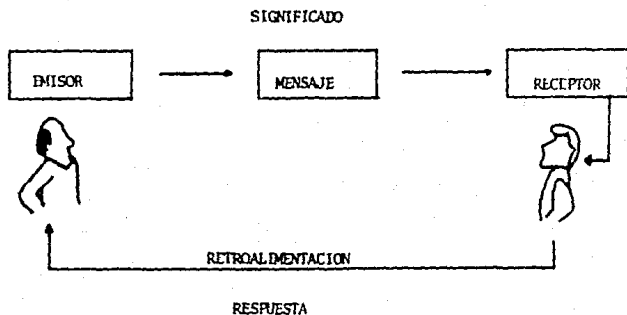
(6) Introducción a la Pedagogía de la Comunicación Piccini Mabel, 122 pp:

En la Antología "Auxiliares de la Comunicación", nos define que: "la comunicación es la interacción social que implica la transmisión de ideas por medio de señales o símbolos". (7)

Según la definición de Elsa Contreras, considera que: "la comunicación es un proceso mediante el cual se transmite información ya que este proceso comunicativo-informativo, está internamente relacionado con la sociedad". (8)

De acuerdo a las definiciones anteriores, podemos concretar que la comunicación es considerada un proceso mediante el cual existe un intercambio de significados entre 2 o más sujetos.

Es un proceso que debe ser dinámico, continuo y donde haya una participación de los elementos que lo conforman; es decir entre el emisor (que es quien emite el mensaje) y el receptor (que es quien lo recibe) y éste a su vez debe dar una respuesta, provocando una retroalimentación.



C I C L O D E L A C O M U N I C A C I O N

(7) Axotla Muñoz Víctor L. Auxiliares de la Comunicación, 10 pp.

(8) Contreras Elsa, Principios de la Tecnología Educativa, 37 pp.

B. La Comunicación Educativa.

Es muy frecuente que cuando se habla de comunicación, inmediatamente se piensa en los Medios de Difusión Colectiva; y cuando se habla de educación se remite a la labor de la enseñanza a nivel peescolar, primaria, secundaria o a nivel superior, existiendo una disociación entre ambos campos.

Es por ello que retomaremos a la Comunicación Educativa como una alternativa para transmitir mensajes de tipo educativo.

Con el fin de encontrar una relación entre los campos mencionados, me remitiré a algunos aspectos que a lo largo de la carrera de Pedagogía se abordaron y que nos serán útiles en este momento.

Para dar principio a ello, abordaremos a la Educación; y es el Diccionario de Pedagogía de Lorenzo Luzuriaga, que define: "La educación es una actividad - que tiene por fin, formar, dirigir o desarrollar la vida humana para que ésta llegue a su plenitud" (9)

Etimológicamente, la palabra Educación proviene del latín: EDUCARE - crear, - alimentar, nutrir; EDUCERE - conducir, llevar, sacar fuera.

Partiendo de lo anterior, es factible decir, que la Educación de un individuo se inicia desde el momento de nacer; y éste va a estar sujeto a influencias - exteriores, además de su desenvolvimiento espontáneo y natural.

De acuerdo a lo que se ha dicho, la Educación es un proceso, un fin y un desarrollo, en el cual el individuo va a desarrollar sus potencialidades que trae consigo, con el fin de desempeñar un mejor papel como individuo en la sociedad.

(9) Lemus Luis Arturo, Pedagogía Temas Fundamentales. 13 pp.

en donde se desenvuelve.

Durante este proceso, el sujeto va aprendiendo. Este aprendizaje, a veces, se lleva a cabo sin dirección, ni guía y en otras ocasiones éste aprendizaje será planeado cuidadosamente.

El aprendizaje consiste en la adquisición constante de experiencias que el sujeto va acumulando y con ella va transformando paulatinamente su conducta.

En un texto de Rafael Ramírez, plantea que el sujeto adquiere la nueva experiencia, la interpreta en base a las anteriores, la asimila y la incorpora, reorganizándola para utilizarla cuando lo requiera. Es por ello que el aprendizaje se da solo en el individuo, y nadie puede aprender por él. (10)

El educador, debe elegir actividades de aprendizaje y buscar el mejor método de enseñanza. Pero, ¿qué es la enseñanza? ¿cuál es la mejor manera de enseñar?

La enseñanza, según Alves de Mattos consiste: "en proyectar, orientar y controlar esas experiencias concretas de trabajo reflexivo de los alumnos, sobre los datos de la materia escolar o de la vida cultural de la humanidad." (11)

La mejor manera de enseñar será aquella que se ajuste a las características de los educandos, la institución educativa, así como los contenidos de enseñanza, y al uso de técnicas y recursos didácticos adecuados.

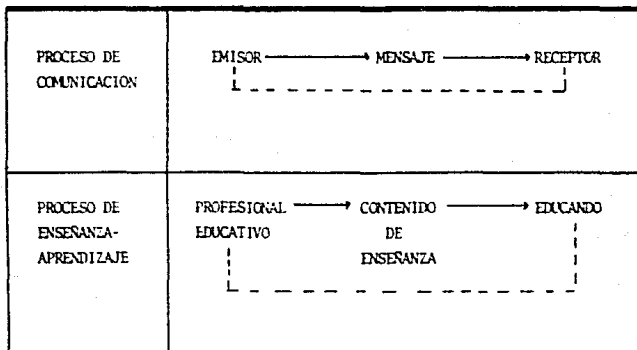
Estos procedimientos no se pueden llevar a cabo dentro del aula como una receta de cocina, ya que cada grupo de educandos es una organización muy particular, con diferentes necesidades.

(10) U. P. N. Antología. Pedagogía: La Práctica Docente, 25 pp.

(11) Alves de Mattos Luiz, Compendio de Didáctica General, 37 pp.

Para concretar, la enseñanza y el aprendizaje son dos acciones que se dan paralelamente, encaminados al mismo fin: LA EDUCACION.

El proceso de Enseñanza Aprendizaje, es similar al proceso de Comunicación en cuanto a los elementos que los integran.



Sin embargo, la Comunicación del Aprendizaje no se llevará a cabo si solo el emisor transmite el mensaje al receptor; sino que es necesario que exista un intercambio, es decir un ciclo que permita una participación activa de todos los elementos del aprendizaje.

He de señalar que la relación entre Educación y Comunicación no nace de un capricho, sino que se ha convertido en una necesidad y originada además en la realidad misma.

Por una parte la Comunicación posee elementos totalmente necesarios para la Educación y viceversa. Fusionando ambos campos, da lugar a la "Comunicación Educativa".

Actualmente existe una sobreabundancia de mensajes dados a través de la publicidad, de la prensa, de la televisión, de la radio, por mencionar algunos ejemplos.

Con respecto a esto, Daniel Prieto menciona: "En los procesos de esta naturaleza aparecen mensajes caracterizados por un empleo de signos destinados en su totalidad a persuadir". (12)

Esta persuasión puede ser positiva o negativa; es precisamente la retórica considerada el arte de persuadir a un público, y tiene sus antecedentes desde la antigüedad; sin embargo existe una retórica contemporánea que utiliza magistralmente un lenguaje para elaborar mensajes destinados a la persuasión de la sociedad actual.

Retomando lo anterior, la comunicación Educativa, como una alternativa retomará los recursos que emplean los Medios de Comunicación Masiva, persuadiendo pero en un sentido positivo, propiciando que el sujeto asimile el mensaje y tenga un cambio de conducta, pero en cuanto a la adquisición de aptitudes, hábitos, habilidades, conocimientos y actitudes.

En cuanto a los recursos de los que se puede valer la Comunicación Educativa, se plantean en el segundo capítulo.

C. La tecnología Educativa y los Modelos de Comunicación.

En este aspecto se señalará a la Tecnología Educativa como una alternativa para facilitar el aprendizaje.

Elsa Contreras nos plantea que la Educación se enfrenta a la necesidad de encontrar paradigmas educativos que ofrezcan soluciones a tres problemas básicos:

(12) Prieto Castillo Daniel, Diseño y Comunicación, 78 pp.

- 1.- Educar a un número mayor de personas.
- 2.- Educar mejor y con mayor eficacia.
- 3.- Educar a más con menos costo.

"La Tecnología Educativa ha surgido en los últimos años como una estrategia científica para abordar el quehacer educativo dándole un enfoque sistemático e interdisciplinario, cuya aplicación nos ofrece una alternativa de solución a las deficiencias educativas que nos aquejan a niveles macro y microsistemas".
(13)

De lo anterior podemos deducir que existe un cambio significativo en el ámbito Educativo, pues se habla de una Educación Tradicional que obviamente quedará atrás con las innovaciones pedagógicas.

Dentro de la Educación Tradicional tenemos que la forma de llevar a cabo el proceso de Enseñanza Aprendizaje, estaba a cargo del profesor únicamente, y donde el alumno solo recibe lo que el profesor dice, sin haber una participación del alumno.

De este modo, la Educación no puede permanecer inerte ante los acontecimientos tecnológicos.

Una de las áreas en las que se fundamentan los principios de la Tecnología Educativa, es la Teoría de la Comunicación. Es aquí donde se retoman los elementos que conforman a la Comunicación, considerando al Proceso de Enseñanza como parte del mismo proceso.

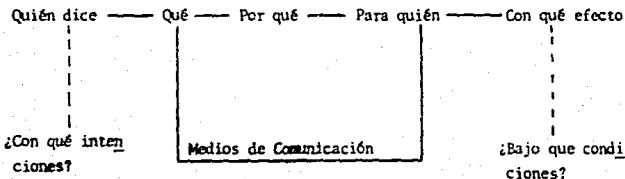
Ahora bien, el Proceso de Comunicación se esquematiza por varios autores en distintos modelos.

(13) Contreras Elsa, Principios de Tecnología Educativa, 7 pp

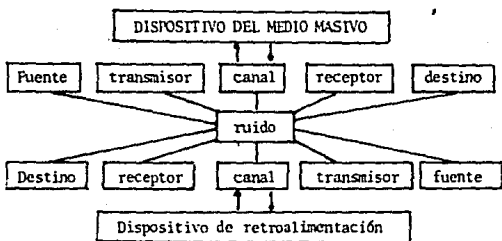
Existe el Modelo de Comunicación más sencillo, que es el Tradicional. La transmisión del contenido es unidireccional, es decir, en un sentido únicamente vertical.

COMUNICADOR —————> DISCURSO —————> AUDITORIO

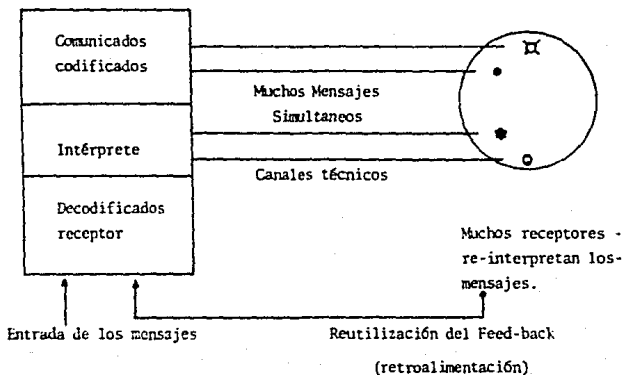
El Modelo de Harold Laswell, mantiene la misma dirección, pero además integra algunas variables.








Melvin de Fleur, en cambio integra su Modelo de la siguiente manera:



Por su parte, Wilbur Schramm, la Comunicación Colectiva es un fenómeno que depende de la Tecnología moderna. En este esquema muestra que hay distintos medios para que un mensaje llegue a sus destinatarios. Los canales técnicos son especialmente electrónicos como la radio, la televisión y los audiovisuales.



David K. Berlo, elaboró un Modelo de Comunicación cuyos componentes se desglosan a continuación:

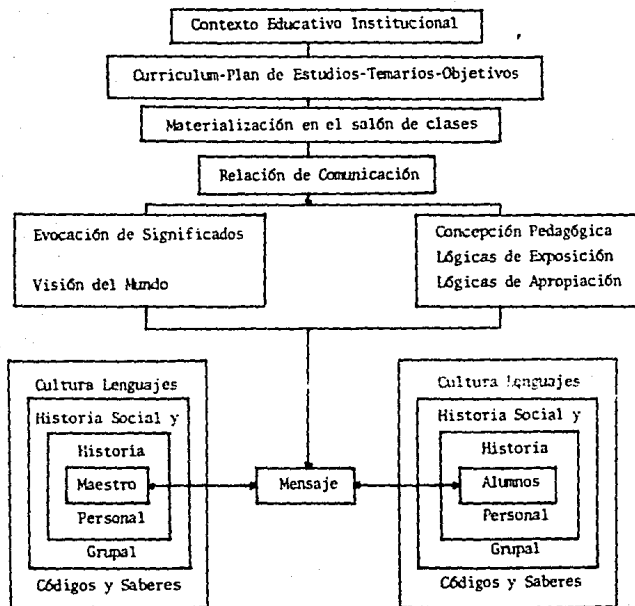
FUENTE F	MENSAJE M	CANAL C	RECEPTOR R
Habilidades en comunicación	ELEMENTOS	Vista 	Habilidades en comunicación.
Actitudes	ESTRUCTURA	Oído 	Actitudes
Conocimiento	CODIGO	Tacto 	Conocimiento
Sistema Social	CONTENIDO	Olfato 	Sistema Social
Cultura	TRATAMIENTO	Gusto 	Cultura

En un artículo de Perfiles Educativos, titulado "El salón de Clases desde el punto de vista de la Comunicación" por Mercedes Charles Creel (investigadora del CISE), hace una propuesta.

Plantea un nuevo esquema del proceso de comunicación que muestra un mayor número de elementos que integran la complejidad del problema Educativo; dicho proceso rebasa la simple transmisión de información, ya que considera que el aparato escolar está inmerso en todo un sistema social.

A continuación se presenta el Modelo mencionado:

Propuesta de un Modelo de Comunicación por Mercedes Charles C.



Hasta aquí, he presentado solo algunos modelos, con el propósito de mostrar - la forma en que esquematizan el Proceso de Comunicación algunos autores, dentro de la Teoría de la Comunicación.

Ahora bien, para concluir con este inciso, concretaré que la Tecnología Educativa está dirigida a facilitar y a mejorar la eficiencia del proceso Educativo, a través de métodos, medios auxiliares o algunos dispositivos técnicos.

Con relación a lo anterior, el Profesionista Educativo, es el encargado de facilitar y mejorar la eficiencia del aprendizaje utilizando el recurso más propicio, como lo plantea la Tecnología Educativa.

D. Elementos del Proceso de Comunicación.

El proceso de comunicación como hemos visto, va más allá del simple intercambio informativo entre emisor y receptor como lo plantea el modelo tradicional de Comunicación, sino que deben intervenir elementos que lo hacen más completo y más dinámico.

A continuación se enlistarán brevemente las características esenciales de los elementos de Comunicación.

EMISOR

Es todo individuo que elabora un mensaje con determinada intención. Se considera el originador de la comunicación, el cual debe contar con habilidades y actitudes que propicien una buena comunicación.

CODIGO

Son las reglas de elaboración y de combinación de los elementos de un mensaje.

Estas reglas deben ser identificadas tanto por el emisor como el receptor.

MENSAJE

Es el contenido que se quiere transmitir, a través de un código que identifique al receptor que le sea familiar y que lo pueda asimilar con mayor facilidad. Para ello dependerá del tratamiento del mensaje a través del lenguaje apropiado.

MEDIOS Y RECURSOS

Es el canal por el cual se va a transmitir el mensaje. Debe ser elegido tomando en cuenta el tipo de auditorio, el tipo de mensaje y conocer los diferentes tipos de medios que faciliten el proceso de transmisión.

REFERENTE

Es el tema del mensaje, es la forma como lo vamos a explicar, a referir y a retomar.

MARCO DE REFERENCIA

Implica una comprensión de la realidad en la que se está inmerso, y debe haber una coherencia de esa realidad con el mensaje que se va a transmitir.

RECEPTOR

Es el sujeto al que va dirigido el mensaje, y del que se pretende una respuesta como efecto del proceso.

FORMACION SOCIAL

Se refiere al contexto socio-económico político, en el que se encuentren tanto el emisor como el receptor. De esto dependerá la selección, la intención y la transmisión de los mensajes.

Para finalizar, Margarita Castañeda define: "La comunicación es un proceso a través del cual se difunde la información, la llaman con frecuencia el nervio de la sociedad, que mantiene unida a los individuos, grupos e instituciones que la componen. Como amplio proceso social, la comunicación comprende muchas funciones esenciales: informar y ser informado; persuadir y ser persuadido; enseñar y aprender; divertir y ser divertido". (14)

La cita anterior nos define como la autora concibe a la comunicación, así como las funciones que ésta conlleva. Son precisamente estas últimas, las que el Profesionalista Educativo debe lograr a través de la transmisión de sus mensajes.

(14) Castañeda y. Margarita, Los Medios de Comunicación y la Tecnología Educativa.

CAPITULO II

ELEMENTOS PARA LA ELABORACION DE MENSAJES

En el capítulo anterior se señalaron los elementos que integran el Proceso de Comunicación; pero además del manejo, uso y conocimiento de los elementos anteriormente mencionados, el "Diseñador" en este caso el "Profesionista Educativo" debe hacer uso de los elementos que conforman los recursos del lenguaje icónico-verbal, para la transmisión de los mensajes que planea.

Pero ¿que es el lenguaje icónico-verbal? Pues bien, para tener más claro lo anterior, el lenguaje es un recurso que puede ser verbal y no verbal, y que utiliza el hombre para comunicarse.

Por otra parte, el lenguaje icónico-verbal es la unión de la imagen con el texto. Ambos lenguajes son importantes para la elaboración de mensajes; ya que el texto interpreta el sentido de la imagen presentada.

El empleo del recurso icónico-verbal es el Mensaje Educativo, va a dar pauta a una mayor permanencia del aprendizaje en el educando.

Esto ha sido tan solo una sencilla explicación; y a lo largo del presente capítulo se abarcarán los aspectos ya mencionados.

2.1 EL LENGUAJE Y SUS TIPOS

Recordemos que el hombre poco a poco fué dominando los movimientos de su boca logrando una articulación clara de los sonidos; y que además del lenguaje articulado, desarrolló el lenguaje pictórico como un tipo de expresión gráfica.

El lenguaje por su función se define: "como una forma de expresión del pensa-

miento y de comunicación entre los hombres que realiza a través de los órganos de fonación (palabra), de la mímica (gestos y ademanes), de la notación escrita (palabra), y de las diversas formas de representación gráfica". (15)

Es precisamente el lenguaje el medio que da lugar a la comunicación, y es el medio más fácil y eficaz para manifestar el pensamiento. Distingue a los hombres de los animales; ya que en los animales su lenguaje es instintivo, tienen un sistema rudimentario de señales para anunciar algún peligro, para aparearse o para manifestar su necesidad de alimento. En cambio, por medio del lenguaje el hombre expresa ideas, emociones y deseos utilizando un sistema de señales producidos en forma especial.

Ahora bien, con respecto a la elaboración del mensaje, tema del presente capítulo, considero que el lenguaje es primordial y decisivo, ya que el uso de éste va a propiciar un impacto o una indiferencia del mismo dependiendo del manejo que se haga de él.

Hay que insistir que no se trata solo de difundir una idea, sino además de seleccionar el medio y utilizar el lenguaje adecuado al tipo de mensaje que vamos a transmitir.

Por ejemplo, no es el mismo tipo de lenguaje utilizado para un cartel, que una caricatura educativa o una historieta como un recurso gráfico educativo o para un periódico mural.

Cada uno posee características muy peculiares, necesarias para rescatar la atención del auditorio y provocar un impacto.

Para la elaboración del mensaje es necesario combinar formas de expresión escrita en cuanto al texto y al discurso, así como formas de expresión gráfica-refiriéndose a las formas y colores.

(15) Castañeda Y. Margarita, Los Medios de Comunicación y la Tecnología Educativa. 179 pp.

Como se ha señalado, existen diferentes tipos de lenguajes, y estos serían los siguientes:

El Lenguaje Verbal

El Lenguaje Icónico

El Lenguaje Icónico Verbal

- lenguaje gestual
- lenguaje postural
- lenguaje objetual
- lenguaje ambiental
- lenguaje del vestido

En realidad, no se puede aislar un solo lenguaje, porque todos están inmersos de alguna manera; inclusive cuando nos expresamos con palabras lo hacemos también por medio de gestos. Sin embargo para tener más clara la función de cada uno de ellos, se tratarán en forma individual.

A. El Lenguaje Verbal

Este tipo de lenguaje corresponde tanto al lenguaje oral (sonoro) como el lenguaje escrito. Ambos lenguajes van muy relacionados ya que corresponde a la entonación, a la forma de decir lo expresado por un mensaje escrito.

Las palabras tanto en su forma oral como escrita son una herramienta de comunicación necesaria para la estructuración de nuestro mensaje.

Su eficacia va a depender del uso que se haga de ellas, para ello se sugiere lo siguiente:

- Elaborar un propósito específico y un plan para evitar divagar en la estructura del mensaje; ya que sabemos que planear y saber lo que nos proponemos va a implicar una organización de los contenidos y de los recursos con

los que se cuentan, evitando así perder tiempo y esfuerzo.

- Escribir los textos de los mensajes con sencillez y claridad, evitando usar palabras raras o complejas.

Por ejemplo, en un mensaje sobre higiene escolar, en lugar de decir:

La Escarbiasis es una enfermedad pruriginosa.

Se diría:

La sarna es una enfermedad que provoca comezón.

- Se sugiere emplear enunciados breves, ya que cuanto mayor sea el número de palabras, tanto más difícil será su lectura y comprensión.

Un ejemplo sería el siguiente:

En lugar de...

La confianza que los padres brindan al niño determinará en gran medida que éste llegue a ser un triunfador, al igual que su carencia provocará que se convierta en un fracasado en la vida.

Sería mejor ...

La confianza es un factor fundamental para el éxito y la felicidad del niño.

- Con respecto a la redacción, es necesario conocer al auditorio al que va dirigido el mensaje, para crear una aceptación por parte de ellos, identificar sus intereses, sus preferencias, su capacidad de comprensión y sus limitaciones; además de hacer un mensaje personalizado, es decir, donde se involucre al perceptor.

Pueden ser los siguientes, algunos encabezados para un mensaje dirigido a padres de familia, dentro de un periódico rural.

¿Está apta para ser madre? ¡Averíguelo!

"De lo que usted coma dependerá su bebé"

¿Que tipo de familia queremos ser?

En los ejemplos anteriores al utilizar el pronombre "usted" estamos personalizando al sujeto, además de que se busca una identificación al utilizar también el término "familia" o "madre". Estos sería tan solo unos ejemplos.

- A través del texto del mensaje se debe "exhortar", entendiéndolo como una sutil invitación a hacer algo o una orden que se da a alguien en forma directa y un tanto autoritaria.

"Les ruego su atención"

¡ ATENCION !

"No regañe: aprenda a controlar la disciplina de su hijo".

¡ NO SEA REGAÑON!

La exhortación dentro de la publicidad, su propósito es dirigir la atención hacia un producto determinado.

Compre...

Coma ...

Vea ...

Gane ...

Disfrute ...

Viaje ...

Pruebe ...

Baile ...

Tomé ...

Vista ...

En tanto que en el campo educativo, los mensajes que exhortarían podrían ser así:

Vacune a sus hijos menores de 5 años.

Asista al Centro de Salud más cercano.

Lávese las manos para elaborar alimentos.

Escuche con atención a sus hijos.

Administre con atención a sus hijos.

Mejore su memoria.

En algunas campañas se utiliza la negación, como:

No desperdicie el agua.

No contamine.

No maltrate a los animales.

No beba.

En la mayoría de los casos se recomienda utilizar enunciados afirmativos en lugar de la negación, ya que se pretende afirmar conductas positivas, y esta sería la manera más correcta y más fácil de asimilarlas.

- Se sugiere que dentro de los mensajes, se utilicen enunciados explicativos en donde además de hacer una indicación planteé un motivo para realizarla, y así obtener un resultado de dicha acción.

En publicidad se incluyen enunciados explicativos de la siguiente manera:

Porque usted es un hombre elegante, debe vestir ...

Para usted que debe darse el lujo de elegir, use ...

Todo con el poder de su firma ...

En el campo educativo también puede ser utilizados los Enunciados Explicativos:

La administración del tiempo libre hará que nos organicemos.

La explosión demográfica dará lugar al subdesarrollo.

El estudio es la base del triunfo.

La cultura nos hará libres.

- El empleo de los enunciados valorativos en los mensajes, se refieren a hacer una afirmación basada en una opinión personal, puede o no tener una fundamentación real; en ella se pretende hacer una evaluación de algo o de alguien, dando lugar a un prejuicio dentro del mensaje.

Por ejemplo:

Las caricaturas son una influencia extranjera nociva y maquinada en contra de los países latinoamericanos por tratar de implantar ideologías ajenas.

A un niño se le educa por medio de la palabra y sobre todo con el ejemplo.

Un niño debe llenar su existencia con música, amor, risas y buenos ratos, para que sea feliz.

Estas han sido tan solo algunas sugerencias que hay que tomar en cuenta para encabezar algún texto o para desarrollarlo en los mensajes escritos que diseñe y planeé el Profesionista Educativo.

Ahora bien, dentro del Lenguaje Verbal se utilizan algunos términos como lo son:

El enunciado

El Texto

El Relato

El discurso.

No pretendo profundizar en cuestión de la Gramática o a la morfología del lenguaje; sin embargo abordaré brevemente los términos mencionados, porque considero que son elementos que forman parte del lenguaje verbal y se irán manejando a lo largo del presente estudio de investigación.

El enunciado.

Es un conjunto de palabras que expresan ideas, es considerado la menor unidad de sentido del lenguaje, es decir, la manera más elemental de comunicarse, de hacer alguna indicación, pregunta, exclamación o juicio de valor.

El enunciado está integrado principalmente por un Sujeto (indica de quien se habla) y un predicado (indica lo que hace el sujeto), a su vez se complementa el enunciado con:

Sustantivo. Nombre de personas, animales, cosas o lugares

Adjetivo. Expresan alguna cualidad del sustantivo, "bonito", "azul", "grande"

Pronombres. Palabra que sustituye al nombre en la frase para evitar su repetición. yo, el, este, aquel.

Artículo. Se antepone al nombre para limitar su extensión, el, los, un, etc.

Verbo. Palabra que indica acción, reír, correr, llevar.

Adverbio. Palabra que indica tiempo, lugar, cantidad y modo; ayer, aquí, mucho, despacio, etc.

Preposición. Sirve para unir palabras para expresar la relación que existe entre ellas; a, de, desde, etc.

Conjunción. Palabra invariable que sirve para ligar las palabras; y, o, u, bien, de modo que, etc.

Interjección. Es una palabra invariable que sirve para expresar una impresión que afecta nuestro estado de ánimo; ¡ah!, ¡Uf!, ¡bravo!, ¡cuidado!.

Como nos enseñaron desde la escuela primaria, éstas son las partes que conforman al enunciado, no se profundizarán en ellas, ni se describirán sus divisiones y subdivisiones; ya que el propósito es identificar la función del enunciado como un recurso útil en la elaboración del mensaje.

Por otra parte, en los mensajes de difusión colectiva, existen 5 recursos muy utilizados:

- Universalización
- Via del ejemplo
- Despersonalización
- Inclusión
- Redundancia

Estos recursos podrá retomarlos el Profesionista Educativo según como lo crea conveniente en la elaboración del mensaje, con un enfoque educativo.

Universalización, consiste en generalizar una afirmación o una negación como si fuera una verdad absoluta y como si pudiera abarcar todas las cosas.

Por ejemplo: "Todas las escuelas de la ciudad son las mejores"

La Vía del Ejemplo, retoma lo que otros han hecho para presentarlo como un modelo a imitarse.

Summerhill es una escuela cuya idea de educación está basada en la no represión, se considera un modelo para la enseñanza.

La obra de "Emilio", es un ejemplo de la educación natural, planteada por el experto filósofo-escritor Rousseau.

La despersonalización, en el enunciado se utiliza un sujeto tan general que resulta ambiguo. Se emplea el término "se" y el verbo "haber".

Se debe estudiar una hora diaria para ...

Se afirma que ...

Se dice que ...

Se piensa que ...

Se considera que ...

Hay que obedecer las reglas del salón.

Hay que comportarse respetuosamente ante los ...

Algunos psicólogos afirman ...

En el círculo de intelectuales se dice ...

Hay expertos en la materia que opinan ...

La inclusión, se refiere cuando se incluye al perceptor dentro del enunciado, y sobre todo si se quiere influir en él o se quiere enfatizar algo.

No es lo mismo decir:

Se debe enseñar con eficacia.

Que:

Nosotros debemos enseñar con eficacia.

O por ejemplo:

Este mensaje está dirigido a usted ...

Pensando en usted, elaboramos un mensaje ...

Redundancia, se trata de un enunciado en el que la información aparece reiteradamente, se pretende una adhesión del contenido por medio de la repetición constante de los términos claves; también se considera redundancia cuando se emplean sinónimos del mismo término.

El autoritarismo es irracional, arbitrario y considerado como un exceso de autoridad.

Para la Maestra de Jardín de Niños, las expectativas en cuanto al tipo de niño que se pretende formar es la de un niño libre y autónomo.

El Texto.

El texto es también un lenguaje (hablado y escrito) y está formado por un conjunto de enunciados articulados de tal manera que expresan una o varias ideas en una forma clara y precisa, al menos esa es la intención. El texto puede ser desde una línea a miles de ellas, según el tipo de texto que se trate y el mensaje que se vaya a transmitir. También va a diferir por su presentación, ya sea en forma de diálogo, en verso o en prosa.

Por su estructura el texto puede ser:

Texto de Estructura Rígida

Texto de Estructura Abierta

Estructura Rígida.

Esta estructura no permite una interpretación distinta a la que propone. Es decir, en la elaboración de un producto químico no hay margen para que el sujeto la interprete y ejerza una libertad para su elaboración, ya que se debe respetar la instrucción de la misma sin ningún cambio.

Este tipo de mensajes se encuentra en los textos sobre las Ciencias exactas debido a la precisión de datos que en ellas se manejan.

Estructura Abierta

Se caracteriza por tener una mayor posibilidad de interpretación. En ella se puede incluir la expresión simbólica. Este tipo de estructura es manejado frecuentemente en textos relacionados con la literatura, los deportes, etc.

Los textos de estructura abierta pueden utilizarse en todo tipo de mensaje.

El texto acompañará a la imagen, dándole a ésta un sentido y un significado.

El Relato.

El relato se refiere a la descripción de un acontecimiento que puede ser real o ficticio; éste puede tratarse de la narración de un cuento, de una leyenda, de una novela, de un libro, en los medios de difusión colectiva como en el cine, el teatro, en un periódico o revista.

En el relato se incluyen tres principales componentes, que son los personajes, las acciones y el ambiente; estos elementos se relacionan entre sí a lo largo del relato a partir de una situación inicial, pasando por varias peripecias que hacen que el relato mantenga el suspenso y el interés para el lector.

Dentro de la conformación del relato, se identifican las líneas de acción de los personajes refiriéndose al rol dentro de la misma narración, así como en las condiciones del ambiente en donde se encuentra inmerso dicho personaje. Además de las líneas de acción encontramos los estereotipos, considerando a estos como un modelo a imitarse en cuestión a actitudes, formas de pensar y actuar. Un héroe, un tipo de mujer, un suburbio, una casa, todos ellos pueden ser estereotipos dentro de la narración, y con esto alcanzar una fuerza significativa muy grande.

La extensión del relato varía dependiendo del tipo de narración que se trate.

Un ejemplo de relato corto sería el siguiente:

SINDROME DE DOWN:

"El Valor de la Esperanza"

Mabel, es una pequeña de tres meses, tiene la naricita achatada, pliegues en

los párpados inferiores y en las plantas de los pies, dedos y manos. Como casi todos los bebés Down, es flácida, es decir que el tono de sus músculos es pobre.

Cada mañana, Mabel va a "estimulación temprana", un ejercicio especial para fortalecer sus músculos; aprenderá a cerrar bien la boca, a comer y vestirse sola, a ir al baño. Como sus limitaciones no son muy profundas, seguramente aprenderá un oficio con el que se ganará la vida.

La primera sensación que tuvo la madre al enterarse que Mabel tenía el síndrome de Down fué devastadora: "Sentí como si me hubiera caído una bomba". Mi esposo no me miraba a los ojos y hubiera deseado que la niña hubiera - - muerto. Entramos en una profunda depresión, nos sentíamos culpables.

El matrimonio asistió con el psiquiatra, él les ayudó a poner las cosas en su lugar; haciéndoles ver que su bebita esperaba cariño y no el rechazo de sus padres.

Revista: "Hogar y Vida" por Marisol Martín del Campo.

En el relato anterior se detecta una situación inicial, una ruptura o desarrollo y un retorno a la solución de la situación inicial. Hay daño y una reparación del daño. El ejemplo anterior trata de un relato breve.

El Discurso.

Se refiere a una serie de palabras enlazadas de tal forma para expresar alguna idea con el fin de persuadir a una o varias personas.

Prieto Castillo, indica que el término "discurso" se emplea por lo menos de tres maneras:

- Para designar la tendencia en la elaboración de mensajes (discurso publicitario, discurso político, discurso educativo ...)
- Para designar las tendencias de elaboración de algún tipo de mensaje, (cartel, folletos, etc.)
- Para designar a los emisores (discurso de empresarios, discurso de los obreros, discurso de los universitarios ...) (16)

De lo anterior se deduce que existe un discurso para cierto tipo de campo o área, para determinado contenido y para cierto tipo de emisor.

El discurso es un elemento más dentro del lenguaje verbal, y que se utiliza con fines educativos. Como se plantea, el discurso va a depender del tipo de mensaje, ya sea un folleto u otro recurso; y el destinatario, ya sea un alumno a nivel medio, un universitario, un profesionista o padre de familia.

Para finalizar este apartado dedicado al lenguaje verbal (oral y escrito), he de señalar que la escritura es una forma de comunicación muy antigua y muy importante; además de que es un medio por el cual se manifiesta el pensamiento y a través de éstas proporcionar información de interés para el lector de nuestros mensajes educativos.

B. El Lenguaje Icónico.

Quantas veces al caminar por las calles y en cualquier parte de nuestro entorno, nos topamos con innumerables imágenes que atraen nuestra atención: anuncios luminosos, carteles, aparadores, inscripciones sobre las paredes, salas de espectáculos, etc. Todas ellas engloban una comunicación a través de la imagen; es decir hablamos de un lenguaje icónico, un lenguaje visual.

(16) Prieto C. Daniel, Elementos para el análisis de mensajes, 91 pp

Como recordamos, la imagen ha pasado por muchas etapas, desde las pinturas rupestres hasta las innovaciones técnicas más actualizadas.

Se define a la imagen, como: una figura o representación de una cosa, y por extensión como la representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos. Esta palabra deriva del latín (imago: figura, sombra, imitación), - indica toda representación figurada y relacionada con el objeto presentado - por su analogía y semejanza perceptiva". (17)

Es decir que la imagen es considerada una representación del objeto y que es percibida a través de la vista y algunos otros sentidos. Dentro de la imagen, se incluyen por ejemplo, las imágenes fotográficas; las imágenes televisivas, difundidas por esta misma; por representación icónográfica como lo es una pintura o un dibujo; o por las imágenes a través de una descripción verbal, como lo es el reparto que aparece al principio de una película, etc.

La Imagen y sus Tipos.

El término imagen viene de YEM (raíz, céltico-báltico-índica) que significa "hacer doble", "fruto". Por imagen entendemos por consiguiente lo que reproduce en contornos (es decir: hace dobles) los contornos de la cosa representada y llega a ser expresiva o comunicante precisamente en virtud de tal reproducción. (18)

La imagen como expresión, es aquella de la que se ha servido el hombre para expresar sus propios sentimientos y que ha dado origen a varias formas expresivas no verbales, como la pintura, la escultura, la pantomima, la danza, - etc.

(17) Salvat, Teoría de la Imagen, 25 pp

(18) Taddei Nazareno, Educación con la Imagen, 25 pp

La imagen como comunicación, es aquella reproducción de contornos visuales y/o auditivos, y que han servido al hombre para dar a conocer su pensamiento a otros, como puede ser un anuncio, un libro o un programa de radio.

La imagen técnica, es aquella imagen realizada mediante un instrumento técnico, es decir a través de una máquina; y solo bajo la conducción del hombre - la máquina reproduce la imagen. Por ejemplo la imagen hecha por una cámara fotográfica, de televisión o de un film.

Imagen, es pues, lo que reproduce en contornos los contornos de la cosa representada.

"La cosa representada"

"El modo con que la cosa ha sido representada"

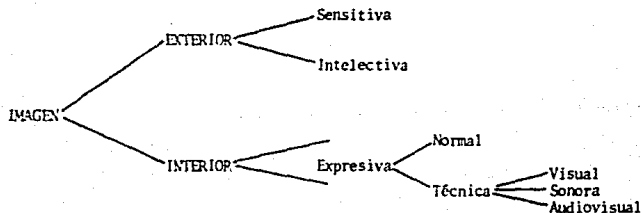
C 1



C 2



Ahora bien, existen varios tipos de imagen y por la naturaleza de su origen se ha ordenado de la siguiente manera:



Sensitiva.- Imagen percibida mediante los sentidos; por ejemplo la imagen dolorosa de un puñetazo, la imagen percibida mediante el tacto para un invidente.

Intelectiva.- Se refiere a una representación de orden puramente mental; por ejemplo, la imagen mental de una casa o de un automóvil.

Expresiva.- Es la imagen por la cual el hombre expresa un contenido.

Normal.- Son todas las imágenes que aparecen con la historia del hombre, como lo es la pintura, la escultura o el dibujo.

Técnica.- Es la imagen hecha por medio de una máquina.

Visual.- Reproducción materialmente visual de los contornos materialmente visuales.

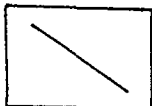
Sonora.- Reproducción materialmente sonora de los contornos materialmente sonoros.

Audiovisual.- Reproducción materialmente audiovisual.

La imagen, entonces, se caracteriza por su grado figurativo (la representación de objetos o seres del mundo exterior conocidos intuitivamente a través de nuestros ojos) y por su iconocidad (el nivel de realismo de una imagen en comparación con el objeto que ella representa). Es decir, en un dibujo y en una fotografía que representen una "alameda", pueden tener el mismo grado figurativo, pero el dibujo es menos icónico que la fotografía, y esta, a su vez lo es menos que la auténtica "alameda"

Elementos básicos de la imagen.

Generalmente cuando vemos alguna imagen, de una revista, de una fotografía o de una película, detectamos el tema, reconocemos algunos elementos y lo relacionamos con alguna experiencia; y esto sucede porque el lenguaje icónico aparece como algo natural, semejante a la realidad y quedan fuera muchos detalles importantes que no se perciben a simple vista y que como "diseñadores



Las líneas horizontales y verticales se relacionan con el equilibrio. La diagonal representa la ruptura de ese equilibrio y proyecta energía e intensidad. En cambio la línea curva al surgir una vuelta sobre sí misma, atrae por la sensación de calidez o reiteración.

Como se ha señalado a la dirección donde la línea y a la formación de contornos se le atribuye gran cantidad de significados.

Ahora bien, mediante la combinación y contraste de líneas y formas podemos dirigir la atención del perceptor hacia lo que queremos mostrarle. Estas pueden ser sugerencias para utilizarlas en la ilustración de un texto o en un cartel, combinando el color y la forma.

A continuación se presentan, para ejemplificar lo anterior, la "relación entre línea y la reacción emocional" y como "llamar la atención mediante el contraste de líneas y formas".

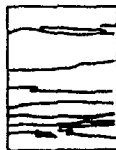
RELACION ENTRE LA LINEA Y LA REACCION EMOCIONAL



ANGULOS: Agitación, confusión, choque, inseguridad.



VERTICALES: Dignidad, fuerza, permanencia, estabilidad.



HORIZONTALES: reposo, calma, quietud, paz, tranquilidad.



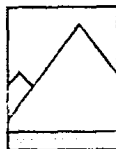
RADIOS: Gloria, devoción, deber, patriotismo, unidad.



RADIACION: Choque, Atención.



ESPIRALES: Movimiento, poder, excitación.



TRIANGULOS: Permanencia, seguridad.



RITMO: Gracia, encanto, movimiento.



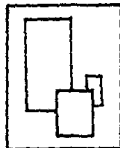
LUZ: Esperanza, amor, ambición.



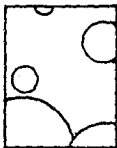
FORMAS QUEBRADAS: Inestabilidad, inseguridad.



OBELICUAS: Combate, confusión, choque.



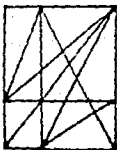
RECTANGULOS: estabilidad, fuerza, unidad.



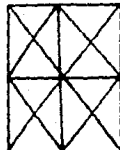
CIRCULOS: Inmensidad, vastedad, eternidad, movimiento, igualdad, liberación.



OVALOS: Femeidad, capacidad creadora, sensualidad, gracia, perpetuación.



SUBDIVISION INFORMAL: Actividad, excitación, elasticidad, progreso.

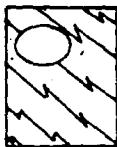


DIVISION FORMAL: Dignidad, unidad, equilibrio, formalidad, fuerza.

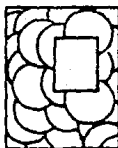
CONTRASTE DE LINEAS Y FORMAS



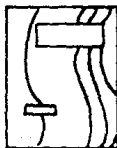
Un elemento rígido combinado con otros flexible.



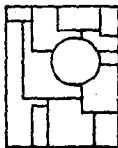
Línea angular y quebrada con una forma simétrica.



Cuadro realizado por contrastes con círculos



Un elemento rígido contrastado con líneas rítmicas.



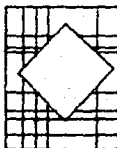
Círculo realizado por contraste con ángulos rectos.



La horizontal en contraste con lo oblicuo.



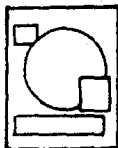
Triángulos en contraste con rectángulos.



Cuadro en diagonal con verticales y horizontales.



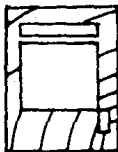
Radios contra cualquier cosa.



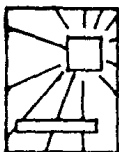
Círculos contra rectángulos.



Ovalo en la intersección.



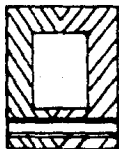
Arcos contra rectángulos.



Radios contra un elemento rígido.



Ovalos contra rectángulos.



Lo oblicuo contra lo rígido.



Lo oblicuo contra lo horizontal.

3.- EL COLOR

El color es un elemento que lo encontramos en todo nuestro entorno, y es precisamente en la elaboración de nuestros mensajes que lo vamos a utilizar de la mejor manera.

El color puede utilizarse para llamar la atención, para dar relieve, establecer contrastes o provocar determinados estados de ánimo.

"El color es una experiencia sensorial que depende de la capacidad del ojo para descubrir variaciones en las propiedades físicas de la luz, independientemente de la brillantez". (20)

En la definición anterior se habla de algunas propiedades o cualidades del color y a grandes rasgos son:

Matiz o Tono: es la propiedad que distingue un color de otro, por ejemplo, la diferencia entre rojo y azul, amarillo y verde, etc.

Brillantez o Luminosidad o Brillo: cuando queremos significar cuan claro u obscuro es el color.

Saturación o Intensidad: se refiere a cuan profundo o rico es el color.

A través de la combinación de los colores primarios obtenemos los secundarios así:

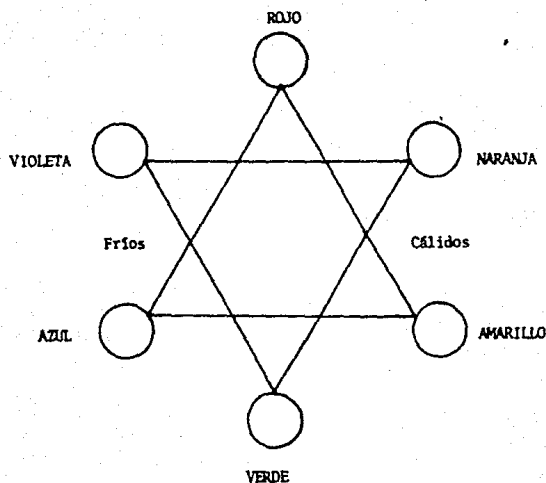
Rojo + Amarillo = Naranja

Amarillo + Azul = Verde

Azul + Rojo = Violeta

Ahora bien, si combinamos los colores primarios con los secundarios obtendremos los colores terciarios y así podríamos seguir sucesivamente hasta lograr una infinita gama de colores.

(20) Whittaker James O., Psicología, 340 pp.



Dentro del círculo de colores se ha hecho una distinción entre colores cálidos o colores fríos.

Llaman colores cálidos a aquellos que nos producen efectos estimulantes, excitantes, que nos dan sensación de calor, nos acercan al objeto. Los colores cálidos son aquellos que van del amarillo al rojo y se utilizarán siempre que se quiera llamar la atención.

Los colores fríos son aquellos que nos provocan una sensación de frescura, de tranquilidad, de lejanía. Los colores fríos son aquellos que en círculo de colores van del violeta al verde; y generalmente se usan como fondo.

Se puede apreciar en la figura de la página anterior que los colores que se encuentran contiguos (uno junto al otro) se llaman colores armónicos; y los colores que se encuentran opuestos dentro del círculo de colores, se llaman colores de contraste.

Es importante que señalemos, que hay que ser moderado en el uso del color y en un mismo material, usar el menor número de colores posibles para evitar crear confusión en lugar de enriquecer la imagen.

Por ejemplo, en un mensaje escrito o icónico, hay que tomar en cuenta su legibilidad, que sea visible lo que se quiere mostrar y esto va a depender del uso de los colores. Si usamos un fondo rojo con letras color naranja o un fondo azul con letras verdes, serán casi invisibles.

Si se usan colores cuya brillantez sea cercana uno a otro en la escala de brillo, tendrán poca visibilidad. El uso más importante de la brillantez es el dar contraste, realizando así la legibilidad.

A continuación presentaremos una serie de combinaciones ordenadas según el grado de visibilidad.

- | | | |
|------------|-------|----------|
| - Amarillo | sobre | Negro |
| - Blanco | sobre | Azul |
| - Negro | sobre | Naranja |
| - Negro | sobre | Amarillo |
| - Naranja | sobre | Negro |
| - Negro | sobre | Blanco |
| - Blanco | sobre | Rojo |
| - Rojo | sobre | Amarillo |
| - Verde | sobre | Blanco |

- Rojo sobre Blanco
- Naranja sobre Blanco

La preferencia del color.

Los estudios de psicología indican que los colores nos afectan emocionalmente. Algunos son agradables, otros molestos, los hay sedantes o estimulantes nos afectan según su grado de pureza, saturación o de acuerdo con las condiciones luminosas en las que se encuentren. Aunque no todas las personas - reaccionan de igual forma ante un color determinado, siempre hay una reacción consciente o inconsciente del espectador, una de las observaciones dignas de tomar en cuenta es que, desde el punto de vista perceptual, hay variaciones - individuales en relación al color tanto como estímulo como el proceso cerebral que desencadena; es decir la calidad, intensidad, pureza, matiz, etc., - de un rojo ni todos lo vemos igual de rojo, ni todos reaccionamos igual ante él.

Sin embargo el conjunto de colores que nos rodean nos hace reaccionar física y psicológicamente y su aplicación adecuada puede mejorar las condiciones de trabajo, de confort y aún de salud.

En el aspecto de la preferencia del color, ésta evoluciona con la edad.

Los niños prefieren los colores primarios o secundarios, por su pureza y brillantez tienen un mayor impacto visual; posteriormente se comienza a apreciar los tonos claros y oscuros de estos colores, y también los matices, es decir, ligeras desviaciones hacia otro color.

Como se ha visto, el color se relaciona con factores sociales y personales, por lo que un color provoca diferentes reacciones según su utilización; un color rojo variará según sea en un automóvil o en un edificio.

Los estudios de psicología indican que cada color tiene sus propias características relacionadas con sentimientos de amor, odio, cordialidad, alegría, paz, serenidad, etc; de acuerdo a aspectos culturales y sociales.

En seguida se presentan algunas asociaciones y significados de los principales colores.

AMARILLO

Es el color de la arena del desierto, del sol y por lo tanto es el color de la luz, color del fuego según Aristóteles, es activo, enérgico, dinámico, fuerte y arrogante, es un color intelectual y se asocia con la inteligencia en su aspecto negativo significa ira, cobardía y envidia.

ROJO

Se asocia con el carácter extrovertido de temperamento dinámico, vivo, ambicioso y material, es cálido y apasionado pero revolucionario y sangriento, es un color excitante. En su aspecto negativo se asocia con el fuego, accidentes, guerra, anarquía y peligro; es por esto que es el más usado para señalamientos de atención y peligro. Al reducir su grado de valor, se convierte en rosa y pierde en gran medida sus características anteriores, relacionándose con la ternura, femineidad, dulzura, juventud, etc.

AZUL

Es un color frío y débil, suave y dulce. Simboliza virtudes como la fidelidad y la honradez, en tonalidad clara simboliza la fe. Se asocia con personalidades reconcentradas en su vida interior, de emociones profundas; se relaciona con la inteligencia, el pensamiento, la sabiduría. Se usa en grandes extensiones sin fatiga visual.

NARANJA

Es más cálido que el amarillo, produce excitación y entusiasmo; cuando tiende a convertirse en un naranja rojizo, simboliza ardor y pasión. Cuando se encuentra en un alto grado de saturación es un color atrevido y puede cansar si se usa en grandes extensiones por su agresividad; en pequeñas superficies es un color atractivo.

VERDE

Comunica frescor, tranquilidad, sensación de descanso; en algunas de sus tonalidades cierta euforia, y como todos sabemos simboliza la esperanza. Es un color adaptable, sedante; se asocia con la inmortalidad y en su sentido negativo se asocia con la envidia, desgracia y oposición; sin embargo hay un equilibrio debido a la combinación de los colores primarios que lo componen; amarillo, color de la emoción y el azul, el color del juicio.

BLANCO

Es la suma o síntesis de todos los colores, simboliza la unidad, la pureza, la perfección y la verdad; en el aspecto negativo es fantasmal, frío, vacío, aunque predomina lo positivo. En culturas orientales es color de duelo. Denota pureza, pulcritud, es muy usado por médicos y en hospitales.

NEGRO

Se considera el color del error y del mal, la nada de la noche y la tormenta del pecado, de la enfermedad y la muerte. Positivamente denota dignidad, sofisticación y solemnidad. En nuestra cultura es el color del duelo.

GRIS

Es un color neutro; va del negro al blanco en la escala del color. Este color en su aspecto positivo nos remite a la madurez, discreción, serenidad, con la retrospectiva, seriedad y renunciación, es el color de la vejez; en su sentido negativo nos indica apatía, inercia, depresión, indiferencia, egoísmo. En relación a la naturaleza, es el color del frío del mal tiempo, del cielo nublado y del invierno.

CAFE

Es un color neutro, en su aspecto positivo es ser el color de la tierra, también nos indica la fidelidad, fuerza de carácter y arraigo, por ser color de la naturaleza, es el color de la tierra, los árboles, la madera y muchos materiales naturales, color orgánico y acogedor; significa pobreza.

Como se ha visto el color juega un papel muy importante por sus efectos parapsicológicos en el hombre; llama la atención, crea ilusiones ópticas de tamaño, peso, temperatura, etc; establece asociaciones positivas y negativas despierta emociones y persuade al observador.

Aunque no hay una conciencia del color y su contenido simbólico hemos de observar que los productos que nos rodean los caracteriza un color que llama la atención en nuestros sentidos; y dependiendo de ello nos va a ser agradable o desagradable.

Para productos cosméticos son ideales los colores oro, rojo, café, beige, - azul, rosa, blanco y amarillo en cremas.

En alimentos, el café, el verde, amarillo o el naranja. En artículos para limpieza se usan los colores frescos y naturales que denotan higiene como el azul y el verde.

Toda la línea para playa, es muy socorrido el color amarillo (sol, arena) naranja, rojos y café se asocia con la piel bronceada. En navidad, en cambio son adecuados el verde, blanco y rojo.

Un cartel o anuncio debe crearse con formas definidas y colores definidos y bien contrastados (sobre todo si son para verse a larga distancia). Si un anuncio debe ser visto desde un automóvil, el impacto visual debe ser rápido e inmediato compuesto por una idea sencilla, color psicológicamente adecuado, visible y legible.

Como se ha señalado el uso del color se emplea como un impacto visual y como un elemento persuasivo, y esto es manejado magistralmente por la publicidad y los medios de difusión en general.

Ahora bien, para la elaboración del mensaje educativo se elegirá el tono y el matiz más adecuados a la necesidad de cada uno de ellos.

En los tratados y teorías del color se establecen muchas normas y principios que se deben seguir como a continuación se presentan algunos ejemplos, pero el diseñador, en este caso el Profesionalista Educativo debe rescatar lo que crea adecuado a lo que él quiera transmitir; siempre y cuando no haga caso omiso en su totalidad de lo que valiosamente nos ofrece la combinación del color y todos sus principios.

Por ejemplo, el tratado del color nos puede decir lo siguiente:

- No debe dedicarse una gran superficie a un color luminoso (amarillo, naranja) salvo que se desee atraer violentamente la atención (¡Pero quizás es lo que precisamente queremos hacer!)
- No debe hacerse uso de varios colores, basta con dos: uno cálido y otro frío; uno más violento que otro, etc. (Esto es verdad, pero si se logra una combinación agradable, la excepción se admitirá si es buena).
- Las diferencias de luminosidad son más fuertes que las de tonalidad. (Si en un cartel queremos destacar algo lo lograremos mejor con un color de la misma familia, muy claro, que con otro distinto pero igualmente obscuro).

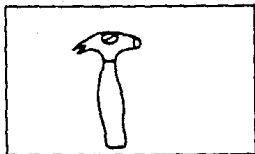
No pretendemos ser profesionista en el manejo del color, sin embargo es importante conocer algunos cánones, tomarlos como base y experimentar con el color y hacer algo agradable con nuestros mensajes.

4.- TÉCNICAS VISUALES.

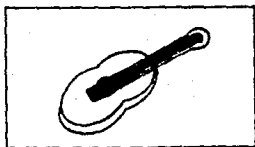
Se refiere a los recursos para llamar la atención y para relacionar los elementos visuales con cuestiones referenciales o con sensaciones como movimiento, velocidad, reposo, etc.

A continuación se presentarán solo algunas técnicas.

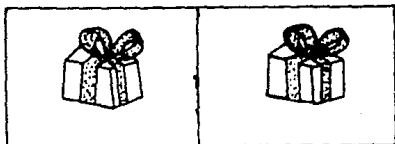
Equilibrio: se define como una estrategia de diseño en la que hay un centro de gravedad entre dos pesos.



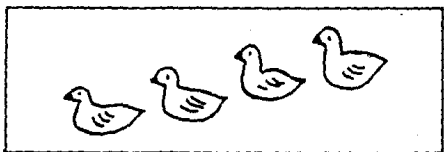
Inestabilidad: Es una técnica opuesta a la anterior, formula composiciones inquietantes un tanto dinámica



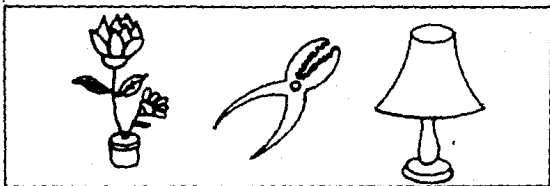
Simetría: Consiste en que cada unidad está situada a un lado de la línea central del plano. Los que saben advierten que es un recurso muy fácil de lograr pero puede resultar estático y un poco aburrido.



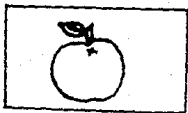
Regularidad: Se logra mediante la uniformidad de elementos.



Irregularidad: Tipo de composición que aparentemente no se sujeta a ningún plan, lo cual permite realizar lo inesperado y lo insólito.



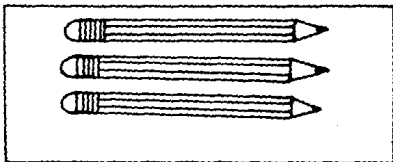
Simplicidad: Consiste en formas sencillas, directas, facilita su reconocimiento e interpretación.



Complejidad: Aparecen numerosas unidades visuales y relaciones, lo que hace más difícil la interpretación, el reconocimiento de lo que quiere significar.



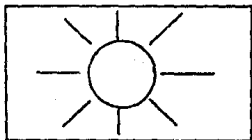
Unidad: Es un equilibrio adecuado de los elementos diversos en su totalidad - que es perceptible visualmente. Tales elementos pueden ser numerosos, - siempre que se establezca en ellos una relación.



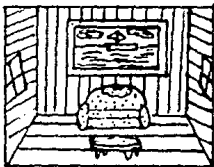
Fragmentación: Implica la descomposición en partes separadas que se relacionan entre sí, conservando su carácter individual



Economía: Se trata de incluir unidades mínimas, mediante este recurso, se realiza lo esencial de una figura con pocos trazos.



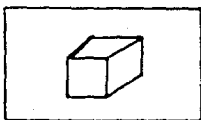
Profusión: Composición recargada a través de la presentación de gran cantidad de detalles.



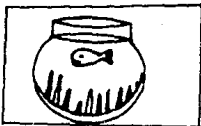
Actividad: Provoca la sensación de movimiento por la inclusión de recursos dinámicos.



Pasividad: Efecto de reposo, tendencia a la representación estática.



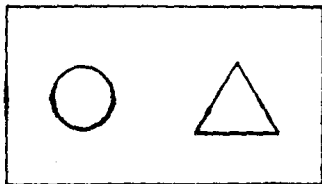
Transparencia: Detalle visual a través del cual es posible ver otro. Es muy empleada para dar sensación de profundidad.



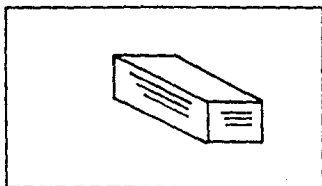
Opacidad: Detalle visual que impide ver otro. Es una técnica de bloqueo.



Plana: Los elementos visuales aparecen sobre un fondo de color homogéneo que no sugiere profundidad.



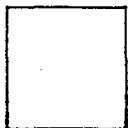
Profunda: Recurre a las leyes de la perspectiva o bien al contraste, que permite sensaciones de profundidad.



5.- ORGANIZACION DE LA IMAGEN

En el mensaje transmitido por la imagen van a intervenir ciertos elementos como lo son el encuadre, la selección de planos y los ángulos de toma.

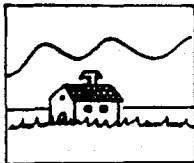
El encuadre consiste en ubicar un personaje o un objeto en un decorado. Así - como el cuadro aparece como normal, estrecho o ancho según el encuadre empleado - en el cine se emplea a los mejores lugares, en los dibujos de animación, en cine y en la televisión.



Para la selección de planos se debe tener en cuenta la intencionalidad, y el énfasis que se desea hacer de los elementos y detalles de la imagen.

Plano General: En dicho plano se ubica todo el paisaje o escena.

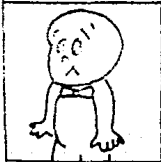
Se emplea para dar a conocer el lugar donde se desarrolla la acción.



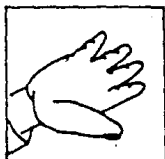
Plano Medio: Aparece el personaje de pies a cabeza. Se le utiliza para realizar una actividad.



Plano Cercano: El ambiente no es importante; el personaje aparece desde la rodilla hacia arriba, está destinado para identificar al personaje.



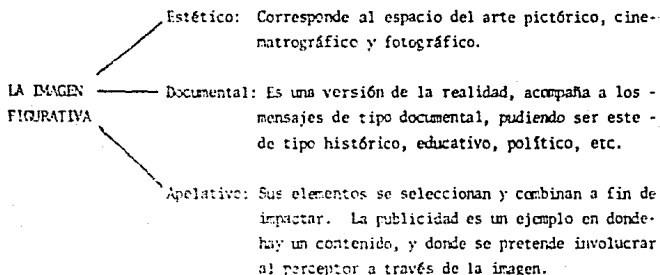
Primer Plano: Existe una focalización de un detalle, su intención es enfatizar un detalle, por ejemplo, un dedo, una mano, un ojo.



La composición de la imagen puede ser presentada desde un ángulo de visión, como sucede con la cámara fotográfica. Es decir, puede aparecer el personaje de la imagen solo o con otro personaje, en diferentes posiciones y alturas.

6.- LA IMAGEN FIGURATIVA.

Lo figurativo se refiere al grado de semejanza en algún elemento de la realidad, ya sean seres humanos, animales, objetos, medio ambiente, etc. Principalmente se distinguen tres usos de la imagen figurativa:



No necesariamente se dan por separado estas funciones de la imagen; por ejemplo en algún mural, se involucra el tipo estético; involucra al receptor, impactándolo; y puede llevar consigo un contenido de tipo histórico o político.

Por otra parte en la composición figurativa se distinguen tres elementos básicos y estos son:

Objeto: Se refiere al tema de la imagen, aquello para lo cual se ha elaborado. Hay mensajes en lo que aparece con toda claridad como en publicidad, en donde se identifica claramente el objeto (es decir el producto, un refresco o un vehículo). Pero ¿qué sucede en el campo educativo, en las campañas de alfabetización o en las de contaminación? Pues bien, en estos casos, el objeto del mensaje es obtenido por inferencia o por medio del texto es identificado.

Soportes: Conforman lo que no es el objeto; el soporte en la imagen puede ser:

Ambiental: Natural (el mar, un bosque...)
Artificial (edificios, calles ...)
Humanos (una mujer ...)

Animado: Animales (un felino ...)
Caricaturas.

Tanto en publicidad, como en la imagen que acompaña el mensaje educativo, se va a utilizar un soporte, el cual se va a elegir según la necesidad del propio mensaje.

Variantes: Se refiere al cómo y al modo de presentar el contenido del mensaje.

A través de la variante se va a atribuir el sentido que se quiera que el receptor descubra del objeto.

Para ejemplificar la presencia de los elementos mencionados diré que en una campaña de alfabetización, donde la alfabetización es el objeto, los hombres y las mujeres que aparezcan en la imagen (serían el soporte animado), la variante sería la combinación de ambos, en donde se proyecte al receptor al que va destinado, que la alfabetización está dirigida tanto a hombres como a mujeres de todas las edades que deseen aprender a leer y escribir (sería el sentido de la imagen.)

Por otra parte en la imagen figurativa, existen diferentes lenguajes, y estos son los siguientes:

El Lenguaje Gestual: Se refiere a la posibilidad de ofrecer un rostro para expresar determinada actitud o reacción, así mismo con las manos, como parte de lo gestual.

El Lenguaje Corporal: Se trata de la ubicación del cuerpo humano transmitiendo determinado significado.

El Lenguaje Objetual: Es el lenguaje transmitido por el mismo objeto a través de su forma y su presencia.

El Lenguaje Ambiental: Abarca una relación entre el espacio y la vida cotidiana.

El Lenguaje del Vestido: Se refiere a la moda, a la forma de vestir, la cual llame la atención y esté adecuada al tipo de imagen que se quiera proyectar.

6.- EL LENGUAJE ICONICO - VERBAL

Se habla de una combinación de ambos lenguajes, el visual y el verbal; por una parte la imagen habla directamente a los sentidos y puede tener innumerables significados, mientras que el texto va a dar interpretación de la imagen y va a indicar lo que debe leerse en ella (el texto tiene la función de anclaje).

La relación entre ambos lenguajes debe ser coherente y lógico, ya que si esto no sucede, dará lugar a una contradicción y confusión del contenido. Si el texto por su parte describe una cosa y la imagen proyecta otra, se propiciará que el mensaje sea rechazado por el perceptor.

Letras y Títulos Legibles.

La escritura debe ser perfectamente legible, y para ello es recomendable usar letras de molde, son rápidas de hacer y fáciles de leer. Es importante recordar que el mensaje no será leído si resulta difícil hacerlo.

La legibilidad de la escritura dependerá de:

Tamaño.- El tamaño de la letra debe ser proporcional a la distancia en donde se encuentra el observador.

Tamaño	Distancia
6 mm.	2.5 m.
12 mm.	5.0 m.
25 mm.	10.0 m.
50 mm.	20.0 m.

Estos tamaños se refieren a la altura de las letras.

Se sugiere que para los carteles, la leyenda debe ser de 38 mm. mínimo, para una distancia de 15 m.

Los títulos de 12 cm. y subtítulos de 7 a 10 cm. de altura aproximadamente; esto dependerá siempre de la distancia donde se encuentre el observador.

Además del tamaño, se debe aumentar el grosor de la línea contorno para que sea legible, utilizando letra .

Espaciado.- Ni el encabezado ni el texto deben quedar ajustados; el espacio entre líneas deberá ser tan amplio como las letras mayúsculas del texto o del encabezado.

Para asegurarse de ello, se recomienda trazar líneas guía, dibujar teñidamente a lápiz las letras y una vez hecho el rotulado final borrar

dichas líneas.

El espaciado de letras puede ser:

L i n e a l En este caso se han marcado distancias iguales en una línea de base y cada letra ha sido colocada en el centro de ese espacio.

O p t i c o Este tipo de espacio ha sido separado por el método óptico, es decir, las letras han sido dispuestas dejando espacios iguales entre sí. La distancia entre las letras debe ser igual al grosor del trazo.

El grosor y el espesor de los trazos determina la facilidad de la lectura del texto; las letras no deben ser demasiado altas, ni delgadas, ni demasiado bajas y aplastadas. No se deben mezclar diferentes estilos de letras en un mismo mensaje, por estética y legibilidad.

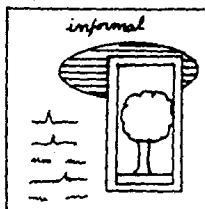
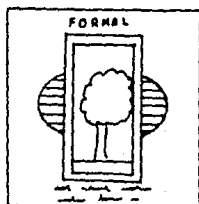
Diseño del Mensaje Icónico Verbal

Es importante hacer un diseño del mensaje que sea agradable a la vista, que atraiga la atención del observador y que sea accesible su lectura.

Uno de los factores más importantes del diseño es el equilibrio, y éste va a determinar la colocación de los elementos de la composición del mensaje.

Quando hay un equilibrio de tipo formal, el diseño será simétrico en todos los aspectos; sus elementos serán de igual tamaño y forma, habrá un equilibrio en ambos lados.

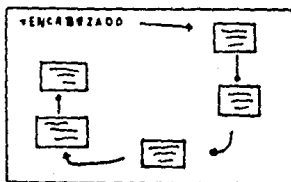
En el equilibrio de tipo informal, los elementos son de varios tamaños y formas colocándose alrededor de un centro óptico, en lugar de hacerlo en un centro geométrico. Su composición no es base a medidas precisas, sino a juicios y sentimientos personales.



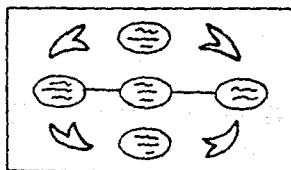
Ambos tipos de equilibrio son buenos, ninguno es necesariamente mejor o preferible que otro.

Con respecto a la línea o trayectoria del diseño, ésta va a guiar el ojo del observador del material presentado; ya sea en su composición formal o informal el diseño tendrá que ser adecuado para que el observador lo siga cómodamente con la vista.

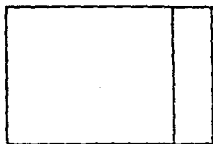
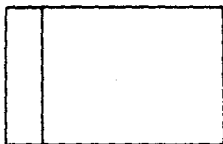
La mayoría de las personas seguirá esta dirección al observar un exhibidor.



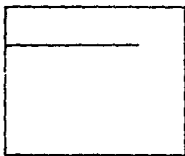
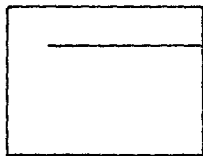
En este modelo, el observador no sabía por donde comenzar a leer en este exhibidor, debido a que es difícil localizar el punto visual de entrada.



Se pueden emplear recursos sencillos para dirigir el ojo del observador, en la forma deseada. Por ejemplo en un área dividida en dos secciones, la sección mayor guía el ojo hacia la menor.

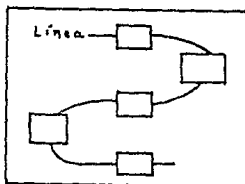


Una línea abierta situada a la izquierda dirigirá el ojo a la izquierda, en tanto que en una línea abierta a la derecha dirigirá en esta otra dirección.

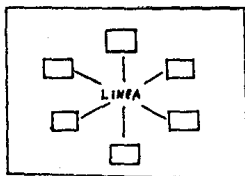


La misma idea puede emplearse para guiar la trayectoria del ojo hacia arriba o hacia abajo.

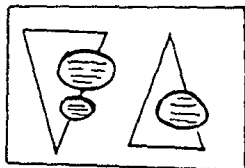
Los elementos de esta composición están colocados a lo largo de una línea de arriba hacia abajo basada en una letra Z.



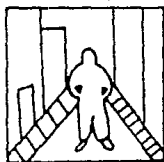
Esta composición está basada en la letra O, se usa la línea como un factor unificador.



En los diseños verticales u horizontales, hacen que el ojo se mueva en la misma dirección.



Los diseños que contienen un elemento humano, captan más la atención del observador, que los diseños con elementos impersonales.



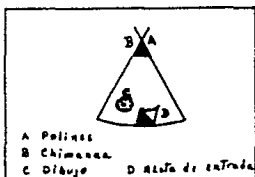
Si una figura se encuentra en la orilla del tablero señala hacia afuera, el ojo del observador seguirá esta dirección.



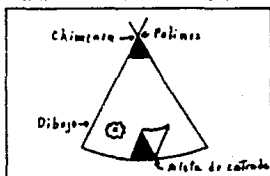
Al emplear una combinación de materiales visuales y verbales, hay que cuidar los letreros y encabezados, ya que la proximidad de los letreros y encabezados

con el material visual va a facilitar la comprensión del mensaje.

Si las letras no están cerca de los objetos, va a propiciar que haya muchos movimientos oculares para captar el mensaje.



Cuando las letras aparecen cerca de los objetos, se puede entender fácilmente el significado sin necesidad de distraer la atención visual.



Es necesario que el diseño mantenga la atención del observador hasta que este pueda captar el mensaje; y para ello el Profesionalista Educativo como diseñador de mensajes debe hacer uso de algunas sugerencias que se han hecho en este capítulo para cumplir con este propósito.

Educar con la imagen

La imagen está en todo nuestro entorno, forma parte del lenguaje de nuestros días, es por ellos que es necesario una educación con la imagen, considerándola como una acción educativa adaptada a las exigencias de la actualidad.

Dentro de la imagen contemporánea se encuentran los medios de comunicación - los cuales constituyen una verdadera influencia sobre todo en las nuevas generaciones.

Es por ello que surge la necesidad de educar con la imagen (la imagen impresa, auditiva o audiovisual). El uso de la imagen en la enseñanza no es un lujo o un simple estar al día, sino que se ha convertido en una imprescindible necesidad para comunicarnos con los educandos transmitiendo contenidos educativos.

Ahora bien, los recursos que emplean los medios de difusión masiva pueden ser utilizados para educar; y con fines meramente formativos aprovechar su lenguaje, así como su capacidad para atraer y convencer; de esta manera nuestro perceptor del mensaje educativo adquirirá nociones e ideas en una forma casi - inadvertida.

Para ello, se sugiere que el Profesionalista Educativo como diseñador considere los elementos que ya se han mencionado en este capítulo para elaborar el mensaje. No se pretende que éste sea un especialista en diseño gráfico y en técnicas de manipulación de masas, sino que con algunos aspectos se estructuren mensajes atractivos e interesantes, adaptados a las necesidades propias del Educador y del Educando.

Educar con la imagen es una alternativa que se propone en el presente estudio de investigación con el fin de que la enseñanza se dé en una forma eficaz.

Reiterando nuevamente, la imagen se encuentra en la vida cotidiana ¿por qué no integrarla en la enseñanza a todos los niveles educativos? Es una alternativa didáctica para transmitir el contenido en una forma atractiva y agradable; para que se cumpla este propósito, es imprescindible una planeación cuidadosa y detallada de los elementos del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje. Para ampliar esto último nos remitiremos al siguiente capítulo que plantea algunos criterios generales para la planeación o diseño sistemático de los mensajes.

C A P I T U L O III

" CRITERIOS GENERALES PARA LA PLANEACION Y DISEÑO DE LOS MENSAJES "

Se ha mencionado ya que el Profesionista Educativo puede hacer uso de los elementos que conforman los recursos del Lenguaje Icónico-Verbal, como una alternativa para transmitir los mensajes educativos que planeé dentro de su actividad pedagógica.

Le corresponde a éste, el conocer las necesidades y características de sus educandos, de tal forma que pueda elegir las experiencias apropiadas y alcanzar eficazmente los objetivos propuestos.

Es entonces, un factor determinante que tenga la habilidad para seleccionar aquellos recursos que puedan auxiliario en el logro de sus propósitos, recurriendo a las que estén a su alcance y logrando que el aprendizaje sea interesante, atractivo y permanente.

De lo anterior se determina que la tarea pedagógica del Profesionista Educativo, el planear, entendiendo a ésta como la organización coherente y sistemática de los recursos disponibles a partir de las necesidades e intereses de los educandos.

A continuación se plantearán algunos criterios generales para la planeación y diseño de los mensajes.

3.1 EL PLANEAMIENTO DIDACTICO

El planeamiento se lleva a cabo en todas las actividades que realiza el hombre por ejemplo, cuando deseamos salir de paseo u organizamos una fiesta; y la labor didáctica no está ajena de esta acción.

"El planeamiento incluye una determinación de objetivos, una visión de circunstancias y una consideración de medios, materiales y procedimientos. El propósito del planeamiento es coordinar esfuerzos, evitar pérdida de energías y alcanzar objetivos comunes con mayor eficacia en un tiempo determinado. (21)

Esto significa, que el Profesionista Educativo debe saber, para llevar a cabo su planeamiento, el qué, para qué, a quién y cómo transmitir el mensaje. A estas preguntas responden los siguientes elementos didácticos.

<u>Quién</u>	Educando
<u>Para qué</u>	Objetivo
<u>Qué</u>	Contenido
<u>Cómo</u>	Método
<u>Con qué</u>	Recursos
<u>Cuándo y dónde</u>	Tiempo y lugar.

A quién enseñar: Se refiere al tipo de educandos hacia los cuales se dirige la enseñanza; considerando sus características, posibilidades y limitaciones.

Para qué: Responde a los objetivos, los cuales determinarán a donde va dirigida la enseñanza.

Qué: Es el contenido, el cual debe ser funcional y relacionado con los intereses y necesidades del educando. A través del contenido serán alcanzados los objetivos.

Cómo: Son los métodos y técnicas de enseñanza, los cuales deben ser apropiados al contenido y a las características del educando.

(21) Lemus Luis Arturo, Pedagogía. Temas Fundamentales, 234 pp.

Con qué: Se refiere a los recursos didácticos, considerados como un medio para auxiliar al Profesionalista Educativo y transmitir el contenido.

Cuándo y dónde: Es indispensable para que la acción didáctica se lleve a cabo en forma ajustada y eficiente, se tome en cuenta el medio geográfico, económico cultural y social.

En consecuencia, el planeamiento didáctico no es más que la dirección del aprendizaje, y para que ésta sea más eficiente debe ser realista, flexible, precisa y coherente.

Las ventajas que nos ofrece la Planeación, son las siguientes:

- Evita la improvisación
- Economiza tiempo y esfuerzo del diseñador.
- Contribuye a satisfacer las necesidades e intereses del educando
- Aumenta la eficiencia de la enseñanza.
- Propicia el control de los contenidos elegidos.
- Da prioridad a los aspectos verdaderamente importantes.

A continuación se presenta en forma esquemática el proceso de planeación para estructurar un mensaje, en 4 etapas que van desde concretar la idea que se desea comunicar hasta la selección del medio por el cual se va a transmitir el mensaje.

ETAPAS

Concretar la idea
que se desea co-
municar

ACTIVIDADES

Determinar: Qué se desea comunicar
Por qué se desea comunicar
A quién se desea comunicar

ETAPAS

Formular los objetivos.
Localizar y reunir la información
Seleccionar el Medio de Comunicación.

ACTIVIDADES

Definir las metas que se pretenden alcanzar
Consultar materiales impresos, a especialistas en el tema o recurrir a experiencias personales.
Considerar las características de las personas a quienes van dirigidos los mensajes. Conocer las características de los diferentes medios y elegir el más adecuado al contenido.

ETAPA 1

Concretar la idea que se desea comunicar.

Es importante determinar en forma clara y concreta la idea que deseamos comunicar. Para ello hay que considerar:

- a) Qué se quiere comunicar.
- b) Por qué se quiere comunicar.
- c) A quién se va a comunicar
- d) En qué condiciones se desea establecer la comunicación.

El contenido debe expresarse en forma precisa, evitando divagar o dar una idea demasiado general. Por ejemplo, cuando decimos que deseamos comunicar un mensaje sobre Educación para la Salud (esta sería la idea general) y para concretarla habría que definir que pretendemos lograr en dicho mensaje y a que tipo de personas está destinado. Es decir la idea debe tener un propósito y para -

establecer una verdadera comunicación necesitamos conocer las características de las personas: edad, sexo, nivel de escolaridad, actividad a que se dedican situación económico-social, etc. Todos estos factores serán determinantes para seleccionar los medios de comunicación, el lugar y el tiempo disponible para transmitir el mensaje.

ETAPA 2

Formular los Objetivos.

Un punto esencial de la planeación es precisamente el considerar al educando - como un elemento fundamental, ya que es él, quien participa en las experiencias de aprendizaje para adquirir conocimientos, hábitos, habilidades y actitudes.

Mager Roberto, define al objetivo como: 'una meta comunicada mediante el enunciado en el que se describe un cambio esperado en el educando, es la formulación en la que se expresa lo que llegará a ser el educando una vez terminada la etapa de aprendizaje. Con otras palabras, el objetivo es una descripción de un modelo de comportamiento que el educando sea capaz de demostrar'. (22)

Es decir, al concretar la idea que se quiere comunicar es necesario determinar qué cambio de conducta se quiere lograr a través del objetivo.

Ejemplo:

Idea General

Educación para la salud.

Idea Concreta

La aplicación de vacunas a niños menores de 5 años.

(22) González Ornelas Virginia, Didáctica General, 47 pp.

Objetivos que se pretenden alcanzar.

Que los Padres de Familia: Adopten las medidas necesarias para la prevención de enfermedades en los niños menores de 5 años.

ETAPA 3

Como localizar la información.

Una vez que se tenga la idea concreta, hay que proceder a localizar y reunir la información para desarrollar el tema del mensaje.

Para localizar la información, se sugiere:

- 1) Consultar materiales impresos: textos, libros, revistas, periódicos, etc.
- 2) Consultar especialistas o personas que han realizado actividades relacionadas con el tema.
- 3) Acudir a experiencias personales o de la propia comunidad

ETAPA 4

Seleccionar el medio de comunicación.

Hemos de recordar que el hombre desde hace siglos ha utilizado el lenguaje en sus varias formas para elaborar sus mensajes. Así se han ido encontrando diferentes medios para optimizar el aprendizaje y con ello, obtener:

- Un mayor interés por parte del alumno
- Una mayor permanencia del aprendizaje.
- Vencer las limitaciones de las experiencias personales de cada uno de los educandos.

- Ampliar conceptos y vocabulario.

Es precisamente en esta cuarta etapa la que plantea, seleccionar, el o los medios más apropiados para la presentación del contenido de nuestro mensaje. Esta selección se hará tomando en cuenta las ventajas y limitaciones de cada uno de los recursos, así como la disponibilidad que se tenga de ellos.

Hasta aquí se han planteado 4 etapas para la planeación de un mensaje.

Ahora bien, con el fin de que los mensajes sean realmente eficientes se deben tomar en cuenta algunos elementos para su elaboración. Estos son los siguientes:

EXACTITUD.- Que el contenido proporcionado sea verdadero.

ACTUALIDAD.- El mensaje esté apegado a la realidad que se esté viviendo.

IMPARCIALIDAD.- Que sea equitativo, cuando se trate de hechos relacionados con con la política, historia, sociales o economía.

CUALIDAD.- Que en verdad aporten conocimientos, actitudes o valores.

FINALIDAD.- Que estén de acuerdo a los objetivos planteados.

UTILIDAD.- Que sean valiosos a los educandos.

ADECUACION.- Que estén al nivel, edad, madurez y experiencia de los educandos

SENCILLEZ.- Cuanto más sencillos sean más claros y comprensibles serán.

APLICABILIDAD.- Que estén apegados a la realidad y tengan relación con el tema, es decir que sea funcional el mensaje.

INTERES.- Que sean capaces de despertar el interés de los educandos.

COMPRESION.- Que no den lugar a confusiones y dudas, es decir, que sean claros y precisos.

PRESENTACION.- Que tenga buena presentación, de tal manera que se vea estético y agradable a la vista.

Una vez que se ha determinado en que consiste la planeación y haber establecido algunos criterios generales para ello, creo necesario precisar lo que es un mensaje y presentar el diseño de algunos tipos de mensajes; entendiendo al diseño, como la descripción de éstos.

3.2 EL MENSAJE Y TIPOS DE MENSAJES.

Entenderemos al mensaje como el contenido fundamental de algo. Es un elemento que forma parte del Proceso de Comunicación, en el cual se manifiesta la intencionalidad del emisor.

Es así como decimos, ¿qué mensaje tiene el libro?, en sí todo lo que está escrito en él sería el mensaje: en un programa de televisión o película, sus imágenes y su discurso serían el mensaje.

Ahora bien, todo mensaje está integrado por un código, un contenido y un tratamiento.

El código, se refiere al conjunto de símbolos estructurados de tal forma que tienen el mismo significado tanto para el emisor como para el receptor. Por ejemplo, los idiomas, las matemáticas, las señales de tránsito, etc, todos ellos son símbolos convencionales que de alguna manera resultan conocidos para quien van dirigidos. Es así como en todo mensaje debe estructurarse dentro del código más familiar para el receptor.

El contenido del mensaje está constituido por la idea o la información que se quiere transmitir.

El tratamiento del mensaje consiste en lograr una relación coherente y organizada entre el código y el contenido, de tal manera que se logra una comunicación eficaz. Podría suceder que el contenido fuera de mucho interés para el receptor, pero que en el mensaje no se manejara un código adecuado y esto daría lugar a que el mensaje perdiera efectividad.

Es importante que el diseñador del mensaje, estructure en forma sistemática dichos elementos y los aplique de una forma apropiada; es decir, evitando usar términos demasiado técnicos o poco conocidos, plantear contenidos de poco interés o inadecuados al nivel y necesidades del receptor; todos éstos aspectos deben ser cuidados para el mensaje sea asimilado y aceptado fácilmente.

Es importante que en la elaboración del mensaje se utilicen signos destinados a persuadir. La persuasión se remonta desde la antigüedad con la retórica, como arte de persuadir al público.

Actualmente los medios de difusión emplean diferentes recursos del lenguaje (icónico-verbal) para elaborar mensajes destinados a la persuasión.

La incorporación de este recurso a la enseñanza no es con el fin de enajenar como ocurre en los medios de difusión masiva, sino que la intención es la de lograr un cambio de conducta en el alumno dirigido a la adquisición de hábitos, habilidades, conocimientos y actitudes.

Con este propósito, el Profesionista Educativo debe hacer uso de algunos medios educativos para enriquecer la enseñanza y mejorar la comunicación con los educandos.

La alternativa es a través del mensaje, considerando a éste como un medio para transmitir contenidos; a su vez el mensaje se auxiliará de algunos recursos materiales para presentarlos.

En este estudio de investigación se abarcarán algunos medios visuales y de representación plana, como un recurso para transmitir el mensaje educativo.

Los recursos visuales y de representación plana se caracterizan porque requieren del sentido de la vista para su conocimiento; se agrupan bajo el nombre de material pictórico, por el uso que se hace de las imágenes.

El profesor L.V. Zankov, de la Academia de Ciencias Pedagógicas de la Unión So-

viética, examinó el índice de asimilación y retención de nuevas nociones, basando su trabajo exclusivamente en los órganos de los sentidos, ofreciendo los siguientes resultados: (23)

Porcentaje de asimilación y retención	Organo sensorial
1%	gusto
1-2%	tacto
3%	olfato
11%	oído
83%	vista

En esta escala se determina el gran porcentaje que se le da a la vista, considerando a ésta como un recurso óptimo para el aprendizaje. El siguiente porcentaje más alto se refiere al oído, considerando que la combinación de ambos sentidos darán lugar a un aprendizaje más adecuado.

El Mensaje Educativo será dirigido a través de la imagen, recurso que hace uso de la vista como un medio óptimo, sin embargo dentro de los mismos habrá algunos medios que necesiten además de un medio auditivo, como lo sería la voz y por consiguiente la participación del Profesionista Educativo para enriquecerlos.

A continuación trataré específicamente estos recursos.

EL PIZARRON

Es un material didáctico, de representación plana y abstracta, mediante el cual se comunica a los espectadores por medio de símbolos visuales. El uso del pizarrón estimula la actividad mental del educando, recibiendo la información a través de las vías sensoriales, auditiva y visual.

(23) Santillana, Enciclopedia Técnica de la Educación, 317 pp'

Es un recurso de bajo costo, es un buen auxiliar siempre y cuando se utilice adecuadamente. Para su mejor uso se debe tener en cuenta lo siguiente.

- Debe planearse la presentación del contenido con anterioridad para asegurar una ordenación lógica del tema.
- Definir en cuantas partes se va a utilizar el pizarrón.
- Al dibujar o escribir, debemos pararnos a un lado del mensaje y no frente a él. Es necesario voltear frecuentemente al grupo, ya que es a él a quien nos dirigimos y no al pizarrón. Además de que de esta forma no se perderá contacto con el grupo.
- Debe evitarse todo tipo de amontonamientos.
- Durante su uso debe mantenerse limpio en cuanto sea posible, borrando las anotaciones que ya no sean necesarias.
- Debe escribirse con letra legible, sin adornos y de un tamaño tal, que sea percibida por todos los educandos. Se sugiere usar letra escript o de molde.
- El tamaño de la letra debe ser de 2.5 cms. para ser leídas a una distancia de 5 metros.
- La legibilidad depende del contraste del color de las letras y el color del pizarrón y de la iluminación.

En pizarrones negros, letras amarillas.

En pizarrones blancos, letras azules.

En pizarrones verdes, letras blancas o amarillas

- Es necesario cuidar el espacio entre las letras y palabras así como los espacios entre los renglones.
- Para borrar el pizarrón, debe pasarse el borrador de arriba hacia abajo, con el fin de no esparcir el polvo, el cual debe caer en la repisa del pizarrón.
- Cuando se quiere señalar algo importante, se puede señalar con un puntero, encerrarlo en un círculo o destacarlo por medio de un color.

EL DIBUJO

Es importante que el Profesionalista Educativo tenga la habilidad para comunicarse visualmente con sus educando, y una opción es a través de dibujos claros y sencillos. Esto no quiere decir que se deben realizar verdaderas obras de arte, sino lo que si es necesario es conocer algunas reglas y practicarlas.

Las sencillas técnicas de dibujo, dan sentido a los trazos del diseñador. Por ejemplo, utilizando la perspectiva (en sus 7 leyes), los dibujos darán la impresión de estar en 3era. dimensión de tener profundidad.



Superficie



Tamaño



Línea de Superficie.



Sobreposición



Sombreado



Densidad



Escorza

Otra opción, es buscar las peculiaridades que caracterizan al objeto, simplificarlas y darles énfasis. Un objeto lo podemos descomponer en formas geométricas, relacionarlas y agregarles algunas líneas complementarias y finalmente dibujar cualquier objeto que nos propongamos.

Por ejemplo para representar una cara, podemos jugar con las líneas para dar una expresión determinada al personaje.

Alegría



Rabia



Tristeza



La figura de palitos es también una forma común de expresión gráfica, para alguien que no es un experto.

Es un recurso que se emplea para despertar el interés y motivar al educando y ayudar a la interpretación de ciertos conceptos.

La variación de una línea simple hará que la figura tenga movimiento, corra, sonría, camine, se incline: la posición de la cabeza, la espalda, los brazos, las manos, las piernas y los pies determinarán lo que está haciendo el personaje.



Aparte de simples figuras de palitos en diferentes posiciones, se puede agregar muebles o quipos sencillos para que la figura sea más sofisticada en su representación.



Tal vez las líneas por sí solas no significan mucho, pero una vez combinadas en cierta forma pueden comunicar una idea. El objetivo es encontrar una forma de comunicar efectivamente el mensaje y a través de dibujos claros y sencillos una alternativa. Este recurso puede ser empleado en diferentes contenidos, un ejemplo de ello se puede encontrar en el anexo No. 1.

LAS ILUSTRACIONES

Las ilustraciones son una representación gráfica, puede consistir en una es-tampa, grabado o dibujo. Es considerado un valioso recurso visual, porque es económico y práctico; se obtiene fácilmente y atraerá la atención del espectador, especialmente si las ilustraciones son grandes y tienen colorido.

Para mayor efectividad, las ilustraciones deben tener las siguientes características:

1. **ADAPTABILIDAD** - Ilustrar con eficacia el tema que se está dando.
2. **TAMAÑO** - Que el tamaño de la ilustración sea en relación al número de perceptores, con el fin de que sea legible.
3. **RELACION AL TAMAÑO** - Dar una imagen correcta, en cuestión al tamaño y espacio con relación a otros objetos.

4. VALOR ESTÁTICO - Ser atractiva, interesante y estética.
5. EXACTITUD - Que ofrezca conceptos reales y correctos, sin que distorci^one la realidad.
6. COLOR - El color le dará un aspecto más real al objeto representado.

Es necesario que se seleccionen ilustraciones que posean las características anteriormente mencionadas, de tal forma que puedan ilustrar la exposición de un tema, de un periódico o carta mural, e inclusive para ilustrar una lectura.

Las ilustraciones pueden obtenerse de una gran variedad de fuentes: periódicos, revistas, folletos, libros, etc. El empleo de las imágenes (o sea las ilustraciones), contribuye a desarrollar el lenguaje, el arte, la expresión la lectura, la escritura; además de que los educandos pueden interpretar y recordar el contenido del texto más fácilmente.

Las imágenes son un material pedagógico que debe ser empleado con propósitos bien definidos; este recurso representa un apoyo dentro de la tarea de enseñar.

Una sugerencia que se plantea, es formar una colección de ilustraciones. Las imágenes reunidas pueden clasificarse por tamaño y por tema. En el dorso llevan una explicación, para saber de qué se trata; y en la parte superior hacer algún orificio para tener la opción de colgarlas en un tablero, con alfileres o chinchas. Deben ser cubiertas con plástico o con mica para protegerlas de algún daño.

Estas imágenes podrán ser empleadas en la clase para ilustrar temas específicos como ecología, biología, historia, español... es decir, todo tipo de contenido, según sea requerido.

Por otra parte las ilustraciones de los textos también tienen un propósito funcional y es el de ayudar al lector a comprender el tema tratado.

Para ilustrar los libros de texto se estudian las características del público al que va dirigido, con el fin de lograr que las imágenes sean adecuadas.

Una investigación realizada por Gooykoons, obtuvo las siguientes conclusiones:

- a) Los chicos gustan de los libros que tienen dedicado a ilustraciones por lo menos un 25% de su espacio.
- b) Les agradan las ilustraciones de gran tamaño y mejor si ocupan completamente la página.
- c) Son partidarios de los colores fuertes.
- d) Es conveniente evitar detalles numerosos e ilustraciones complicadas.
- e) Las fotografías realistas son mejores que las convencionales.
- f) Se aconseja emplear fotografías que reflejen movimiento.
- g) Deben estar relacionadas con el texto. (24)

Se deduce de lo anterior que las imágenes son primordiales para la ilustración de todo tipo de texto: suministra la experiencia visual para el pensamiento y significan un punto de referencia para el educando.

(24) Moreno y García Roberto, La Enseñanza Audiovisual, 21 pp.

LA HISTORIETA GRAFICA

La historieta cómica es una serie de dibujos relacionados entre sí, cuya misión es divertir al lector. Sin embargo para el área educativa, el nombre es inapropiado, ya que lo cómico implica lo que es jocoso (lo que provoca risa), y en este caso no se trata de divertir, sino de enseñar. Por lo que creo necesario llamar a este tipo de ayuda visual como Historieta Gráfica.

Es entonces que nos preguntamos ¿se puede enseñar mediante la historieta gráfica?. De acuerdo a lo anteriormente mencionado la respuesta debe ser afirmativa, siempre y cuando esté sujeta a una serie de condiciones que colaboren con la enseñanza.

La mayoría de las historietas que se venden, están redactadas en una forma poco deseable ya que deforman el lenguaje; intervienen personajes burdos; hay situaciones agresivas, en donde fluctúan los crímenes, tormentos, etc. Estos son los aspectos negativos de la historieta, por lo que es necesario que la educación oriente a este medio de difusión hacia metas positivas.

Las ventajas que podemos obtener de este recurso son las siguientes:

- Es un material fácil de elaborar (pudiéndose utilizar para su elaboración dibujos o recortes de revista)
- Es un recurso a bajo costo.
- Resulta un medio atractivo.
- Favorece la lectura.
- Aumenta el vocabulario.
- Se considera un medio accesible a la mayor parte de la población ya sea urbana o rural.
- Estimula la atención.
- La combinación de las imágenes con el texto facilitan la comprensión de los temas.

La historieta gráfica puede cubrir los más variados temas y su campo de aplicación es casi ilimitado, ya que puede ser dirigido a todos los niveles tanto escolares, laborales o culturales. Su elaboración requiere como todos los recursos mencionados una planeación adecuada al tipo de lectoral que va dirigido.

Por otra parte, la historieta corresponde a una narración con imágenes; las definiciones de ella son múltiples, pero en todas se pueden encontrar las siguientes variables: "Narración a través de grafismos y signos lingüísticos", "serie de pictogramas que denotan un mensaje".

De lo anterior se puede concluir que la Historieta es un mensaje narrativo, y para transmitir dicho mensaje se utiliza el lenguaje de la imagen.

Para el uso de la historieta gráfica se sugiere:

- Se elija la presentación de la historieta de acuerdo a las necesidades del tema. De 5 a 6 pictogramas; de una página con 10 o 12 pictogramas o a través de varias páginas (en un cuadernillo).
- Se seleccione el tipo de pictogramas, ya sean cuadradas, rectangulares, circulares o indefinidas.
- Manejar un solo tema dentro de la historieta.
- Cuidar el vocabulario y redacción de los textos.
- Si los dibujos son cromados se aconseja utilizar colores vivos o tener la opción del blanco y el negro.
- Utilizar dibujos sencillos y fáciles de comprender, evitando usar redundancia en el color o el abuso de los detalles en las imágenes.
- Adaptar la estructura de la historieta de acuerdo a las características de los lectores.

Así el Profesionista Educativo en busca de una estrategia educativa que conduzca al mejoramiento del proceso de enseñanza--aprendizaje, encontrará en este recurso una alternativa para lograrlo. Ver ejemplo en el anexo No. II

LA CARICATURA

La caricatura es una representación gráfica, en la cual se hace uso del simbolismo y de la exageración con el fin de transmitir un mensaje en forma humorística; en ellas se deforman las facciones y el aspecto de los personajes para llamar la atención del espectador.

La caricatura puede utilizarse en todo tipo de temas, ya sean políticos, sociológicos, económicos y también educativos. Este tipo de medio puede ser utilizado como una variante del cartel o puede ser implementado en los libros de texto, folletos, etc.

Como diseñador se debe conocer el contenido del mensaje para poder elegir la caricatura que nos auxilie a enfatizar la idea que se quiere transmitir; y como todos los recursos ya mencionados se debe tener muy en cuenta a quién va destinado, para que pueda ser comprendida y por lo consiguiente adecuada.

La caricatura debe ser sencilla, que no esté saturada de detalles que provoquen confusión; generalmente son en blanco y negro; y algunas se apoyan para su interpretación en un pie o leyenda.

Algunos ejemplos de como puede utilizarse la caricatura se muestra en los anexos No. III y IV.

La caricatura es muy utilizada en prensa, para presentar temas políticos -- sociales de actualidad, personajes destacados o situaciones de diversa índole. En el campo educativo es poco empleado ¿por qué no utilizar este recurso visual en la enseñanza? Esta es una buena alternativa para transmitir un mensaje.

EL CARTEL

El cartel es un recurso visual, que presenta el mensaje en forma rápida y directa; en él se sintetiza una idea por medio de imágenes sencillas, textos breves y colores atractivos, para apoderarse de la atención de los espectadores.

El tamaño del cartel es variable, ya que puede elaborarse en tamaños que van desde 70 x 1 m. a 40 x 60 cm. los más pequeños. Esto es de acuerdo a las necesidades y características del lugar.

El cartel debe ser colocado en un muro o superficie lisa, y a una altura en donde pueda ser observado fácilmente.

Este recurso que combina imagen-texto, se caracteriza por los siguientes puntos:

- Es un medio de comunicación en que el mensaje se capta instantáneamente.
- Engloba una idea principal.
- El texto es breve
- Informa sobre actividades sociales educativas, culturales, deportivas, etc.

El cartel por su contenido puede ser de diferentes tipos: Educativos cuando están relacionados con aspectos de enseñanza y normas de conducta. Cultural, están destinados a promover artísticas y diversas manifestaciones de la cultura. Informativos, son aquellos que dan a conocer datos, fechas, resoluciones o disposiciones.

Son múltiples los usos que se le pueden dar al cartel, para todo tipo de contenidos y a todos los niveles académicos.

EL PERIÓDICO MURAL.

El periódico mural es una superficie plana, que puede ser construida de diversos materiales, que facilitan la colocación de anuncios, informes, caricaturas, boletines, gráficas, mapas, dibujos, fotografías, avisos, etc.

A nivel escolar se conocen 3 tipos de periódicos murales.

Periódico mural de la comunidad. Su función es transmitir mensajes a los padres de familia, y se sugiere que sea colocado a la entrada del edificio escolar.

Periódico de la escuela. Se caracteriza por contener temas de interés a todos los alumnos del plantel, temas como la puntualidad, higiene, acontecimientos cívicos o avisos en general.

Periódico del grupo. Su función es reforzar los temas del programa escolar, en su elaboración participa todo el grupo.

Las principales funciones del periódico mural, son las siguientes:

- 1.- Enriquece y complementa la enseñanza
- 2.- Propicia la participación de los educandos.
- 3.- Estimula al educando al exhibir sus trabajos.
- 4.- Difunde los mensajes en forma general.
- 5.- Mantiene al educando permanentemente informado.
- 6.- Presenta uno o varios temas en su espacio.

Por otra parte, para su diseño es necesario cuidar algunos aspectos como son la pulcritud y el buen estado del exhibidor; seleccionar colores contrastantes que lo hagan atractivo; evitar amontonamientos de los materiales impresos; y se sugiere utilizar un gran número de imágenes que ilustren la infor-

nación presentada. A continuación se presentan algunas sugerencias para presentar el material impreso en el exhibidor.

EL ROTAFOLIO

Es un medio visual que consiste en una serie de láminas de papel, en las que por medio de textos e imágenes se desarrolla un tema. Estas láminas se encuentran en una estricta secuencia, y están unidas atrás, para que al terminar la descripción y discusión de cada una de ellas se continúe con la siguiente hasta terminar de desarrollar el tema.

Los soportes para sostener el rotafolio son muy variadas, así como las dimensiones del mismo dependerán del tamaño del grupo al que se ha de presentar.

Se sugiere que para grupos hasta de 50 personas, las láminas del rotafolio tengan un tamaño aproximado de 96 x 70 cms. y para grupos menores de 15 personas se puede un tamaño 70 x 50 cms. para una mayor visibilidad.

Este recurso nos ofrece las siguientes ventajas:

- Es fácil de transportar y de manejar.
- Es un recurso económico.
- No necesita de instalaciones complicadas ni especiales.
- Es sencilla su elaboración.
- Permite repetir la información cuantas veces sea necesario.

En cuanto a las láminas se deben cuidar elementos que ya se han mencionado en este estudio de investigación, como lo es la legibilidad, el tipo de letra, el color, el tamaño, los títulos, las imágenes, etc. Un buen uso de este recurso será óptimo para la presentación del mensaje educativo.

LA PROYECCION FIJA

Dentro de la proyección fija se encuentra el proyector de diapositivas, el retroproyector y el proyector de cuerpos opacos.

Este tipo de proyectores se caracteriza por reproducir en grandes dimensiones sobre una pantalla cualquier tipo de imagen; esto hace que estos recursos por sus características especiales resulten muy atractivos para los espectadores.

Ahora bien, el material utilizado en este tipo de proyectores se divide en material opaco y transparente.

El material opaco.- Se refiere a todo tipo de estampas, fotografías de libros, revistas o periódicos, así como objetos tridimensionales, como lo pueden ser una moneda o cualquier otro objeto pequeño y plano. Este material se proyecta en la pantalla por medio de un opascopio y proyector de cuerpos opacos.

El material transparente.- Se comprende de imágenes en blanco y negro o en color, obtenidas por procedimientos fotográficos; la reproducción se hace sobre vidrio preparado o película de acetato de celulosa u otros materiales plásticos. Su característica principal es que la luz puede atravesar la placa lo que permite la proyección de la imagen en la pantalla.

Las diapositivas son fotogramas montadas sobre marcos o portafotos; el tamaño más frecuente es de 24 x 35 milímetros y puede obtenerse utilizando una cámara fotográfica de 35 mm. o pueden ser adquiridos en el mercado con los más variados temas.

Las filmas o fotobandas son otra alternativa, y consisten en una colección de transparencias fijas reveladas sobre tiras de películas de 35 mm. de ancho. Cada rollo suele tener de 30 a 50 fotogramas.

Existe otro tipo de transparencia, la cual es utilizada en el retroproyector, su tamaño es el de una hoja de papel tamaño carta, y puede estar sobre una base transparente como la mica, acetato no sensible al calor, papel celofán y vidrio. Los plumiles o lápices para trazar las transparencias deben ser especiales, para que se proyecten con fidelidad los trazos y se adhieran fácilmente a la base.

MICRO DIDACTICA DEL MONTAJE.

Este recurso consiste en hacer una selección de imágenes de revistas, con el fin de presentar diferentes contenidos, y con diferentes intenciones; se debe adaptar al nivel del grupo al que se va a presentar y su tamaño será de acuerdo a lo que se le indique con el fin de afirmar algún tema específico.

Para su realización es necesario una tira de cartoncillo negro y se van colocando las imágenes seleccionadas en pequeños rectángulos de un mismo tamaño sobre la tira de cartoncillo.



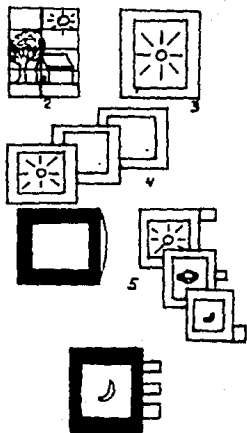
Se van presentando una a una con un cartoncillo sobrepuesto.

Otra opción es la siguiente:

1.- Se buscan las imágenes en revistas.



- 2.- Se seleccionan las partes que nos interesan.
 - 3.- Se colocan en cuadros de cartoncillo negro.
 - 4.- Se forma una secuencia de las imágenes de acuerdo a lo que se quiere mostrar.
 - 5.- Se introducen en un porta imágenes elaborado con cartoncillo negro.
- Hacer un marco donde se pueda ver la imagen.
- 6.- Se coloca la secuencia dentro del porta imágenes y se van sacando uno por uno de un extremo del cuadro.



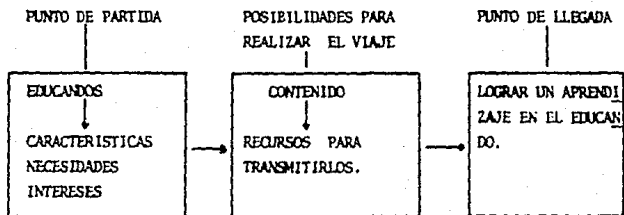
BIONE O ACORDEON DIDACTICO.

Consiste en colocar recortes e ilustraciones en una tira de cartulina, en marcando los bordes con cinta de color; formando una secuencia, que le permita al educando iniciar y afirmar un conocimiento y pueda ilustrarse. Se puede integrar una secuencia, por ejemplo, con la metamorfosis de las mariposas, de las ranas, las flores, el ciclo del agua, con temas históricos, biografías de personajes importantes, etc. La imagen puede apoyarse de un breve texto que le complementa.



Estos materiales al igual que los ya mencionados en el presente capítulo deben ser previamente seleccionados de acuerdo a una cuidadosa planeación. Para que el mensaje sea realmente eficaz es necesario que se lleve a cabo una organización tanto del contenido como del medio o recurso para transmitirlo.

El planear es como organizar un viaje; en que se tiene un punto de partida y un punto de llegada, y en trayecto existen varios caminos como una posibilidad para realizar el viaje.



Los resultados de una buena planeación, darán lugar a un trabajo más completo y coherente, y un material mejor realizado.

CAPITULO IV

"APLICACION DEL MENSAJE EN EL SECTOR EDUCATIVO"

Para la realización del presente trabajo, se llevó a cabo un estudio de campo, con el propósito de ir al lugar de los hechos, en donde a través de instrumentos técnicos se llegó al conocimiento real de un fenómeno educativo, con el fin de conocer causas y efectos que influyen positiva o negativamente, y canalizándolas finalmente hacia la formulación de sugerencias.

Planteamiento.

Esta investigación parte de dos problemas y de una hipótesis articuladora, que muestra alternativas y posibilidades de resolver la problemática que enfrenta el educador para transmitir los contenidos educativos.

Dentro del proceso enseñanza-aprendizaje la primera instancia se da a través de la comunicación educativa, siendo esta un conjunto de medios, instrumentos y recursos que permiten expresar ideas, actitudes de una persona, generación o sociedad a otra. Por ello se toma a la comunicación educativa como una alternativa para la transmisión de conocimientos, educando a un número cada vez mayor de estudiantes, con una mayor eficiencia y eficacia y a un bajo costo.

Las nuevas técnicas y la forma institucional en el que se inscribe, obliga a enfrentar tareas educativas y desafíos de investigación que en este campo eran insospechados hasta hace pocos años.

Dados los avances científicos y tecnológicos es necesario, que los recursos que empiezan a operar y la diversidad de expectativas y preconcepciones que

en torno a ella asumen diversos sectores educativos, no resultan insuficientes las variadas reflexiones e investigaciones, referidas principalmente a la proposición de alternativas, enfoques y procedimientos, centrados en lo operativo.

De este modo, la educación no puede permanecer inerte ante los acontecimientos tecnológicos y por consiguiente es necesario enlazar las siguientes cinco variables: ¿Quién dice?, ¿Qué?, ¿Por qué?, ¿Para quién?, ¿Bajo que condiciones?.

Además del manejo, uso y conocimiento de los elementos mencionados anteriormente, el Profesional Educativo debe utilizar las ventajas que ofrecen los recursos del lenguaje icónico-verbal para la transmisión del contenido de los programas, que es el segundo problema. Para esclarecer lo anterior, debemos tener presente que el lenguaje es la forma de expresión del pensamiento y de comunicación entre los hombres, a través de la palabra verbal, palabra escrita, gestos y representación gráfica.

No se puede desconocer que en todas las instituciones de educación elemental y básica, el problema de la presentación de contenidos se ha venido planteando con creciente fuerza en las diferentes reformas educativas y trayendo según los enfoques y percepciones en varias alternativas y por consiguiente en distintas estrategias de investigación como lo es en este caso. En muchos de estos enfoques opera como marco de referencia, la concepción y experimentación que se ha desarrollado a través de la actividad que realiza todo el docente que se preocupa y prepara para mejorar su participación. Sin embargo no debemos hacer a un lado el enfoque tecnológico, que explica cual es el nexo entre la calidad y cantidad de elementos que intervienen en el proceso de enseñanza - aprendizaje.

Lo anterior explica la falta de visión globalizante de muchos educadores, quienes insisten reiteradamente en enseñar los diferentes contenidos en forma memorística u otro tipo de conductas similares, no logrando un aprendizaje significativo, que es lo que se debe tener como meta. En otras palabras, un gran número de maestros siguen permaneciendo estables y creyendo -

en los métodos tradicionales y anacrónicas formas de enseñar los contenidos programáticos.

Lo antes expresado muestra la necesidad de realizar investigaciones dentro de este campo, para optar por aquellas alternativas que ayudan a desarrollar en forma más favorable la labor del profesor, así como de proporcionar información real y confiable para llevar en forma adecuada los logros de los alumnos.

Hipótesis:

A mayor uso de los recursos del lenguaje icónico-verbal en la elaboración de mensajes, mayor será el aprendizaje en el educando.

El lenguaje icónico - verbal, se refiere a la unión de la imagen con el texto, ambos aspectos son importantes para la elaboración del mensaje, ya que el texto interpreta el sentido de la imagen presentada. El empleo de este recurso en el mensaje educativo va a dar pauta a una mayor permanencia del aprendizaje en el estudiante.

Los problemas anteriores y esta hipótesis articuladora de ambos, me llevaron a desarrollar una argumentación donde identifiqué algunos de los puntos de confluencia en la problemática del mensaje educativo a través de la imagen; a la vez realicé sondeos que me proporcionaron información para detectar lo que en este momento realizan los maestros en este aspecto y así poder determinar de acuerdo a los resultados obtenidos la opción más loable.

Por lo anterior el modelo de investigación tiene entre otras las siguientes variables, que a continuación señalo:

- V.D. Rol del docente
- V.D. Eficiencia del Proceso de Enseñanza-Aprendizaje
- V.I. Mensaje Educativo
- V.I. Lenguaje Icónico-Verbal.

Planeación

El presente estudio de investigación partió de un diseño o plan que me condujo a determinar los fines de trabajo, identificar las diferentes partes de la problemática, plantear una hipótesis como una posible respuesta a la problemática, la selección de procedimientos idóneos para realizar la investigación, así como las técnicas para comprobar la hipótesis planteada, y finalmente llegar al análisis del resultado de la comprobación o descomprobación de la hipótesis. El ordenamiento de dichos procedimientos constituyen este modelo de investigación.

Para ello este estudio está respaldado por una estructura teórica, apoyada de documentos escritos, y de una interpretación de la información recolectada por otros medios como lo es la observación participante; es decir por el contacto directo con el objeto de estudio, y por el acopio de testimonios escritos a través de encuestas hechas a estudiantes y docentes que de alguna manera están inmersos en el campo educativo.

Objetivo.

El objetivo de esta investigación es:

Que el Profesionista Educativo utilice los recursos del lenguaje icónico -- verbal de la comunicación como instrumento para la elaboración del mensaje de tipo educativo.

Al hablar del Profesionista Educativo me refiero a toda aquella persona que está involucrada en el área educativa, ya sea un pedagogo, un educador, un diseñador gráfico, un comunicólogo, un psicólogo, etc.

Muestra

Se seleccionó una muestra de 20 docentes, entre ellos educadoras, profesos -

res de educación primaria y secundaria, algunos psicólogos y pedagogos; así como 12 estudiantes de las carreras de pedagogía, diseño gráfico, y ciencias de la comunicación.

En base a esta muestra se aplicó un cuestionario con el fin de conocer la opinión que se tiene sobre el empleo de la imagen como un recurso para la transmisión de contenidos educativos, dentro de su actividad como docentes y estudiantes respectivamente.

En seguida se encuentra el cuestionario que apliqué.

PERSONA QUE COMPLETO EL CUESTIONARIO	
A. ES DOCENTE <input type="checkbox"/>	F. ES ESTUDIANTE <input type="checkbox"/>
A. NIVEL EDUCATIVO	E. LICENCIATURA QUE EST.

FICHA No.
FICHA

INSTRUCCIONES: Conteste el siguiente cuestionario, eligiendo una de las respuestas que se proponen abajo de cada pregunta, marcando con una X dentro del paréntesis.

1	<p>¿Qué concepto tiene un Mensaje Educativo?</p> <p>() Es todo aquello que se encuentra escrito en los libros. () Contenido fundamental que se propone propiciar la adquisición de hábitos, habilidades, actitudes y conocimientos. () Es lo que transmite el profesor en sus clases.</p>
2	<p>¿Utiliza algún recurso didáctico para transmitir los Mensajes Educativos que planea?</p> <p>() Nunca () En ocasiones () Siempre</p>
3	<p>El uso de la imagen en los mensajes educativos estimula la curiosidad del educando, por que ...</p> <p>() Son dispositivos que divierten. () Son experiencias atractivas () Incrementan el interés y comprensión de los contenidos.</p>

4	<p>¿Cómo define a la imagen?</p> <p><input type="checkbox"/> Es una reproducción de contornos visuales y/o auditivos.</p> <p><input type="checkbox"/> Es una pintura, dibujo o fotografía</p> <p><input type="checkbox"/> Es una representación del objeto y es percibido a través de la vista.</p>
5	<p>El empleo de la imagen propicia que la enseñanza sea más permanente, por que ...</p> <p><input type="checkbox"/> Representa una innovación que hacen atractivos los contenidos.</p> <p><input type="checkbox"/> Un gran porcentaje de lo que aprendemos es a través de la vista.</p> <p><input type="checkbox"/> Existe una gran influencia visual de los medios de difusión.</p>
6	<p>¿Qué es el lenguaje icónico-verbal?</p> <p><input type="checkbox"/> Es un medio que interpreta el sentido de la imagen.</p> <p><input type="checkbox"/> Es un recurso que une a la imagen con el texto.</p> <p><input type="checkbox"/> Son dos lenguas que se utilizan por separado siempre.</p>
7	<p>La mejor manera de enseñar es ...</p> <p><input type="checkbox"/> Aquella que se ajusta a las características de los educandos y de los contenidos.</p> <p><input type="checkbox"/> La que utiliza técnicas y recursos didácticos.</p> <p><input type="checkbox"/> Las que se adaptan al gusto del profesor.</p>
8	<p>La enseñanza y el aprendizaje son dos acciones que se dan paralelamente ...</p> <p><input type="checkbox"/> Nunca</p> <p><input type="checkbox"/> En ocasiones</p> <p><input type="checkbox"/> Siempre</p>

9	<p>El Profesionalista Educativo es ...</p> <p>() El licenciado en Educación Básica. () El pedagogo y el profesor. () Todo profesionalista que está involucrado en el aspecto Educativo.</p>
10	<p>¿Cree necesario ser un especialista en diseño o dibujo, para poder elaborar imágenes con fines educativos?</p> <p>() Es necesario () Utilizando la creatividad y el ingenio, se pueden obtener ilustraciones ya hechas o elaborar imágenes sencillas. () Es indispensable tener habilidades artísticas.</p>
11	<p>La planeación y diseño del mensaje educativo se refiere a ...</p> <p>() Lograr que el aprendizaje sea interesante, atractivo y permanente. () La organización de los contenidos y elaboración de los recursos didácticos a partir de las necesidades e intereses de los educandos. () Al qué, para qué, a quién y cómo transmitir el mensaje.</p>
12	<p>INSTRUCCIONES: Conteste las siguientes cuestiones, marcando con una X, el "SI" o "NO", de acuerdo a su respuesta, y describa el por que de la misma.</p> <p>Es posible relacionar a la Educación con la comunicación?</p> <p>SI NO ¿Por qué? _____</p>
13	<p>¿Cree posible que la comunicación educativa pueda retomar los recursos que emplean los medios de comunicación masiva?</p> <p>SI NO ¿Por qué? _____</p> <p>_____</p>

14	<p>¿El lenguaje y la comunicación son dos aspectos diferentes? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>
15	<p>¿Para la elaboración del mensaje educativo, considera importante combinar la expresión escrita con la gráfica? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>
16	<p>¿Considera usted que puede ser un diseñador de mensajes? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>
17	<p>¿El empleo de la imagen, la considera una acción educativa adaptada a las exigencias de la actualidad? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>
18	<p>¿Sabe lo que es la Planeamiento Didáctico? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>
19	<p>¿El mensaje educativo debe ser apropiado a la edad, interés y experiencia del educando? SI NO ¿Por qué? _____ _____</p>

PONDERACIONES PARA LAS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

No. Reg.	RESPUESTA DADA A ALTERNATIVA MARCADA	Pon.
1	Es todo aquello que se encuentra escrito en los libros.	1
	Es lo que transcribe el profesor en sus clases	2
	Contenido fundamental que se propone propiciar la adquisición de hábitos, habilidades, actitudes y conocimientos.	3
2	Nunca	1
	En ocasiones	2
	Siempre	3
3	Son dispositivos que divierten	1
	Son experiencias atractivas	2
	Incrementan el interés y comprensión de los contenidos	3
4	Es una reproducción de contornos visuales y/o auditivos.	1
	Es una pintura, dibujo o fotografía	2
	Es una representación del objeto y es percibido a través de la vista y algunos sentidos	3
5	Existe una gran influencia visual de los medios de dif.	1
	Representa una innovación que hacen atractivos los cont.	2
	Un gran porcentaje de lo que aprendemos es a través de la vista.	3
6	Son dos lenguajes que se utilizan por separado siempre.	1
	Es un medio que interpreta el sentido de la imagen	2
	Es un recurso que une a la imagen con el texto.	3

7	Las que se adaptan al gusto del profesor	1
	La que utiliza técnicas y recursos didácticos.	2
	Aquella que se ajusta a las características de los educandos y de los contenidos.	3
8	Nunca	1
	En ocasiones	2
	Siempre	3
9	El licenciado en Educación Física	1
	El pedagogo y el profesor	2
	Todo profesionista que está involucrado con el aspecto educativo.	3
10	Es indispensable tener habilidades artísticas	1
	Es necesario presentar obras estéticas	2
	Utilizando la creatividad y el ingenio se pueden obtener ilustraciones hechas o elaborar imágenes sencillas.	3
11	Lograr que el aprendizaje sea interesante, atractivo y permanente	1
	Al qué, para qué, a quién y como transmitir el mensaje.	2
	La organización de los contenidos y elaboración de los recursos didácticos a partir de las necesidades e intereses de los educandos.	3
12	NO	1
	SI	3
13	NO	1
	SI	3
14	NO	1
	SI	3

15	NO	1
	SI	3
16	NO	1
	SI	3
17	NO	1
	SI	3
18	NO	1
	SI	3
19	NO	1
	SI	3
20	SI	1
	NO	3
21	SI	1
	NO	3
22	<p>Siguiendo las mismas cuestiones técnicas, cuidando que los contenidos sean adecuados al auditorio según su edad, nivel de escolaridad, intereses, etc.</p> <p>(RESPUESTA ABIERTA)</p>	
23	<p>Recursos visuales, auditivos, de representación plana, etc.</p> <p>(RESPUESTA ABIERTA)</p>	

CUADRO 1 VALOR ASIGNADO A CADA PREGUNTA POR LOS ALUMNOS

PREGUNTA	NUMERO DE FICHA												MEDIA	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.00
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3		2.83
5	3	3	2	1	1	2	3	1	3	2	2	1		1.83
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3.00
7	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2		2.66
8	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3		2.83
9	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3		2.83
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3.00
11	2	3	3	1	1	2	3	1	2	3	2	1		2.00
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3.00
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3.00
14	1	3	3	1	3	3	3	3	1	3	3	1		2.33
15	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3		2.66
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		3.00
17	1	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	3		2.33
18	1	3	3	1	3	1	3	3	1	3	1	1		2.00

19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.00
21	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2.66	
22	3	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	2.33	
23	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	2.66	
PROME DIO.	2.52	3.00	2.63	2.60	2.52	2.72	2.91	2.52	2.52	2.65	2.69	2.56		

MEDIA ARITMETICA DE LA RESPUESTA DADA POR LOS ALUMNOS
(POR CUESTIONARIO)

$$A1 = \frac{58}{23} = 2.52$$

$$A7 = \frac{68}{23} = 2.95$$

$$A2 = \frac{69}{23} = 3.00$$

$$A8 = \frac{58}{23} = 2.52$$

$$A3 = \frac{61}{23} = 2.62$$

$$A9 = \frac{58}{23} = 2.52$$

$$A4 = \frac{60}{23} = 2.60$$

$$A10 = \frac{61}{23} = 2.65$$

$$A5 = \frac{58}{23} = 2.52$$

$$A11 = \frac{62}{23} = 2.69$$

$$A6 = \frac{63}{23} = 2.73$$

$$A12 = \frac{59}{23} = 2.56$$

A = ALUMNO

MEDIA ARITMETICA DE LA RESPUESTA DADA POR LOS ALUMNOS

(POR PREGUNTA)

$$Y1 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y2 = \frac{24}{12} = 2.00$$

$$Y3 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y4 = \frac{34}{12} = 2.83$$

$$Y5 = \frac{22}{12} = 1.83$$

$$Y6 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y7 = \frac{32}{12} = 2.66$$

$$Y8 = \frac{34}{12} = 2.83$$

$$Y9 = \frac{34}{12} = 2.83$$

$$Y10 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y11 = \frac{24}{12} = 2.00$$

$$Y12 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y13 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y14 = \frac{28}{12} = 2.33$$

$$Y15 = \frac{32}{12} = 2.66$$

$$Y16 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y17 = \frac{28}{12} = 2.33$$

$$Y18 = \frac{24}{12} = 2.00$$

$$Y19 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y20 = \frac{36}{12} = 3.00$$

$$Y21 = \frac{32}{12} = 2.66$$

$$Y22 = \frac{28}{12} = 2.33$$

$$Y23 = \frac{32}{12} = 2.66$$

Y = PREGUNTA.

CUADRO 2

VALOR ASIGNADO A CADA PREGUNTA POR LOS DOCENTES.

PREGUNTA.	NUMERO DE FICHA													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

CUADRO 2

VALOR ASIGNADO A CADA PREGUNTA POR LOS DOCENTES.

PREGUNTA.	NÚMERO DE FICHA										MEDIA
	15	16	17	18	19	20					
1	3	3	3	3	3	3					3.00
2	2	2	3	3	3	3					2.35
3	3	3	3	3	3	3					3.00
4	3	3	3	3	3	3					2.75
5	2	2	2	2	3	3					2.60
6	2	2	2	2	2	2					2.70
7	3	3	2	2	3	3					2.90
8	2	2	2	2	3	3					2.70
9	2	2	3	3	3	3					2.75
10	3	3	3	3	3	3					3.00
11	2	2	3	3	3	3					2.60
12	3	3	3	3	3	3					3.00
13	3	3	3	3	3	3					3.00
14	3	3	3	3	3	3					3.00
15	3	3	3	3	3	3					2.80
16	3	3	1	1	3	3					2.80
17	3	3	3	3	3	3					2.75
18	3	3	3	3	3	3					3.00

CUADRO 2 VALOR ASIGNADO A CADA PREGUNTA POR LOS DOCENTES.

PREGUNTA.	NUMERO DE FICHA													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3
TOTAL	2.86	2.86	2.86	2.69	2.69	2.69	2.91	2.91	2.91	2.91	2.91	2.91	2.72	2.72

CUADRO 2 VALOR ASIGNADO A CADA PREGUNTA POR LOS DOCENTES

PREGUNTA	NUMERO DE FICHA							MEDIA
	15	16	17	18	19	20		
19	3	3	3	3	3	3		3.00
20	3	3	3	3	3	3		3.00
21	1	1	3	3	3	3		2.80
22	3	3	1	1	3	3		2.50
23	3	3	3	3	3	3		2.70
TOTAL	2.62	2.62	2.62	2.62	2.95	2.95		

MEDIA ARITMETICA DE LA RESPUESTA DADA POR PROFESORES
(POR CUESTIONARIO)

$P1 = \frac{66}{23} = 2.86$	$P11 = \frac{67}{23} = 2.91$
$P2 = \frac{66}{23} = 2.86$	$P12 = \frac{67}{23} = 2.91$
$P3 = \frac{66}{23} = 2.86$	$P13 = \frac{64}{23} = 2.78$
$P4 = \frac{62}{23} = 2.69$	$P14 = \frac{64}{23} = 2.78$
$P5 = \frac{62}{23} = 2.69$	$P15 = \frac{61}{23} = 2.62$
$P6 = \frac{62}{23} = 2.69$	$P16 = \frac{61}{23} = 2.62$
$P7 = \frac{67}{23} = 2.91$	$P17 = \frac{61}{23} = 2.62$
$P8 = \frac{67}{23} = 2.91$	$P18 = \frac{61}{23} = 2.62$
$P9 = \frac{67}{23} = 2.91$	$P19 = \frac{68}{23} = 2.95$
$P10 = \frac{67}{23} = 2.91$	$P20 = \frac{68}{23} = 2.95$

P = PROFESOR

MEDIA ARITMETICA DE LA RESPUESTA DADA POR PROFESORES
(POR PREGUNTA)

$$X1 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X2 = \frac{47}{20} = 2.35$$

$$X3 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X4 = \frac{55}{20} = 2.75$$

$$X5 = \frac{52}{20} = 2.60$$

$$X6 = \frac{54}{20} = 2.70$$

$$X7 = \frac{58}{20} = 2.90$$

$$X8 = \frac{54}{20} = 2.70$$

$$X9 = \frac{55}{20} = 2.75$$

$$X10 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X11 = \frac{52}{20} = 2.60$$

$$X12 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X13 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X14 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X15 = \frac{56}{20} = 2.80$$

$$X16 = \frac{56}{20} = 2.80$$

$$X17 = \frac{35}{20} = 2.75$$

$$X18 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X19 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X20 = \frac{60}{20} = 3.00$$

$$X21 = \frac{56}{20} = 2.80$$

$$X22 = \frac{50}{20} = 2.50$$

$$X23 = \frac{54}{20} = 2.70$$

X = PREGUNTA

CUADRO 3

DIFERENCIA DEL VALOR PROMEDIO ASIGNADO

PREGUNTA	ALUMNOS	DOCENTES	DIFERENCIA
1	3.00	3.00	0.00
2	2.00	2.35	0.35
3	3.00	3.00	0.00
4	2.83	2.75	0.08
5	1.83	2.60	0.77
6	3.00	2.70	0.30
7	2.66	2.90	0.24
8	2.83	2.70	0.13
9	2.83	2.75	0.08
10	3.00	3.00	0.00
11	2.00	2.60	0.60
12	3.00	3.00	0.00
13	3.00	3.00	0.00
14	2.33	3.00	0.67
15	2.66	2.80	0.14
16	3.00	2.80	0.20
17	2.33	2.75	0.42
18	2.00	3.00	1.00
19	3.00	3.00	0.00
20	3.00	3.00	0.00
21	2.66	2.80	0.14
22	2.33	2.50	0.17
23	2.66	2.70	0.04

En base a los resultados cuantitativos manifestados en el cuadro anterior se observa que la diferencia entre las respuestas de los alumnos y los profesores es mínima; el cuestionario aplicado fue formulado con un solo formato tanto para profesores como para estudiantes, las cuestionantes estuvieron encaminadas a conocer su opinión sobre el empleo de la imagen como un recurso para la transmisión de contenidos educativos.

Dentro de su actividad respectivamente tanto estudiantes como docentes, coincidieron en considerar a la imagen como un valioso recurso dentro del proceso enseñanza aprendizaje y como un medio de comunicación educativa.

Por otra parte, se observó en base a los resultados obtenidos en forma cualitativa, que tanto los docentes como los estudiantes de carreras afines al aspecto educativo, se tiene un nivel muy semejante respecto al manejo del tema, tienen la idea esencial de la problemática presentada, considerando el empleo del lenguaje icónico verbal en el mensaje como una alternativa educativa eficaz y necesaria a las necesidades de nuestra sociedad actual.

Es evidente también de que se está consciente de lo que ocurre en nuestras escuelas en todos los niveles, de las grandes crisis que se está pasando dentro de educación por el cambio de estructuras y conceptos que el sistema plantea, por todos estos cambios es necesario que el profesionista se prepare para que sea capaz de diseñar, de imaginar, de proyectar y crear dentro de su labor y con ello servir de motor para impulsar y encauzar el progreso y desarrollo de los educandos. Se tienen muchas limitaciones tanto en el aspecto económico, humano y material dentro de la labor educativa por muchas causas, y es precisamente en este estudio donde sugiero algunas opciones sencillas de como lograr que el aprendizaje se convierta en algo agradable, significativo y a su vez en algo permanente.

Considero importante y necesario que el profesionista educativo, ya sea normalista, pedagogo, diseñador, etc., tenga una verdadera vocación y ame su actividad y con ello buscar constantemente alternativas que contribuyan a que el educando realmente aprenda, que mantenga interés y que se logre

una comunicación entre quien emita el mensaje como quien lo reciba.

No se trata de enajenar, sino de educar, y con ello me refiero a que haya un desarrollo y evolución en el individuo, que existan cambios positivos, que adquieran conocimientos, hábitos, actitudes, valores, etc. ¿Y como lograrlo? Es una tarea difícil, se tienen muchas limitantes y muchos obstáculos, pero no creo que sea algo imposible. Pienso que se puede lograr en base a una planeación y diseño de mensajes realmente significativos, utilizando recursos a bajo costo, que estén al alcance de nuestras manos, que se puedan elaborar fácilmente o haciendo uso de recursos sofisticados y completos que contribuyan a que el contenido educativo sea atractivo, interesante y comprensible, ubicándonos en la edad, interés y experiencia de los educandos a los que se van a dirigir dichos mensajes.

Es precisamente la Tecnología Educativa, de la que ya se ha hablado, que es quien propone facilitar y mejorar la eficiencia del proceso educativo, a través de métodos, medios auxiliares o algunos dispositivos técnicos; y partiendo de esto considero que nuestra labor como educadores es la de elegir los medios que consideremos los más apropiados, los más eficientes, los que cubran las necesidades de los educandos, y los que se adapten a los contenidos.

Por otra parte, es evidente que todos los medios de difusión, lleven una gran ventaja a la escuela dentro de su labor formadora, por todos los recursos que esta emplea; sin embargo considero que utilizando los diferentes recursos del lenguaje icónico-verbal, se puede lograr cambios que le den movimiento y dinamismo a los contenidos escolares. Propongo emplear a la imagen como una acción educativa adaptada a las exigencias de la actualidad, pero dándole un tratamiento didáctico y pedagógico.

A continuación se presentarán algunas sugerencias para aplicar el mensaje en el sector educativo.

- El Profesionalista Educativo como transmisor del mensaje y como comunicador debe cumplir con los siguientes requisitos:

- 1.- Necesita una elocución firme y clara.
- 2.- Cuidar una buena dicción.
- 3.- Saber sostener una controversia.
- 4.- Hablar con atractivo, evitando la monotonía
- 5.- Respirar adecuadamente y evitar la rigidez.
- 6.- Hacer uso de los gestos y las miradas para dar énfasis a lo que se quiere decir.
- 7.- Identificar las barreras psicológicas, biológicas y físicas que obstaculicen la comunicación.
- 8.- Tener una preparación previa en cuanto a contenidos, tiempos y actividades.
- 9.- Conocer el público y su psicología.
- 10.- Hacer uso de la dinámica grupal así como hacer uso de algunos recursos didácticos.

- Utilizar la imagen como un valioso recurso, y para ello se debe seguir algunos criterios de selección. Cada una de las imágenes debe constituir una respuesta afirmativa a una o varias de las siguientes preguntas:

- ¿ Responde esa imagen a una necesidad ?
- ¿ Corresponde a una finalidad concreta ?
- ¿ Se comprende bien el mensaje ?
- ¿ Favorece una motivación determinada ?
- ¿ Tiene un valor didáctico ?
- ¿ Da una idea exacta de lo que se quiere transmitir ?

- ¿ Se adapta al público a que está destinado ?
- ¿ Es de buena calidad desde el punto de vista técnico ?
- ¿ Es de buena calidad desde el punto de vista estético ?
- ¿ Atrae la atención de quienes lo observan ?
- ¿ Comprende el público a que está destinado, los símbolos que en ella se utilizan ?
- ¿ En caso de que figuren en ella palabras o frases, las comprende el público ?

- El mejor mensaje didáctico será sin duda el más eficaz, y para que ello ocurra, debe estar acorde a las necesidades del contenido, de los destinatarios, de las características del lugar. Dentro de la planeación se determinarán los recursos didácticos que apoyen el contenido educativo, así como algunas actividades que complementen la acción. Ver ejemplo de una planeación del mensaje educativo utilizando la imagen, anexo No. 5

Se busca en este trabajo interesar al Profesionista Educativo en que nuestro tiempo exige abordar la problemática educativa con nueva instrumentación, de manera que se pueda optar por aquellas alternativas que operen en nuestra realidad; procurando un proceso de retroalimentación, mediante investigaciones, experimentación e invención de dispositivos que contribuyan en nuestra tarea educativa.

Este estudio de investigación finaliza en este 4o. capítulo, el cual queda abierto para aquellas personas que se interesen por realizar investigaciones posteriores del aspecto de comunicación educativa.

CONCLUSIONES

Haciendo una revisión de lo expuesto en este estudio de investigación, he llegado a las siguientes conclusiones.

- A lo largo de la Historia de la humanidad, el hombre se ha comunicado con otros seres, utilizando sistemas complejos y simples que le han permitido expresar sus deseos, sentimientos e ideas.
- La comunicación es un proceso mediante el cual existe un intercambio de significados entre dos o más sujetos. Este proceso debe ser continuo y dinámico, donde haya una participación de los elementos que lo conforman, dando lugar a una retroalimentación.
- Se debe especificar claramente la finalidad de cualquier comunicación para estar consciente de lo que se espera de ella. Para ello se deben plantear algunas preguntas básicas: Qué, para qué, a quién, cómo, cuándo, dónde, por qué se va a comunicar.
- Retornará a la comunicación educativa como una alternativa para transmitir mensajes de tipo educativo, logrando un cambio de conducta, en cuanto a la adquisición de aptitudes, hábitos, habilidades, conocimientos, y actitudes.
- El mensaje es el contenido fundamental de algo. Es un elemento que forma parte del proceso de comunicación, en el cual se manifiesta la intencionalidad del emisor.
- El mensaje es enviado a través de un canal, que puede ser la palabra o un medio de comunicación específico; dentro del mensaje se van a manejar símbolos a través de un código común tanto para el emisor como para el

receptor.

- El Mensaje Educativo será dirigido a través de la imagen, recurso que ha ce uso de la vista como un medio óptico, en un segundo lugar se refiere al uso del oído; una complementación de ambos sentidos dará lugar a un aprendizaje más adecuado en el educando.
- Propongo emplear a la imagen como una acción educativa adaptada a las exigencias de la actualidad, pero con un enfoque didáctico y pedagógico.
- El lenguaje es la forma de expresión del pensamiento y de comunicación entre los hombres, a través de la palabra verbal, la palabra escrita, gestos y representación gráfica.
- El uso del lenguaje icónico - verbal en la elaboración de mensajes propiciará un mayor aprendizaje en el educando ya que este dará pauta a que el contenido sea más perceptible y se proporcione en una forma atractiva e interesante.
- El lenguaje icónico - verbal se refiere a la unión de la imagen con el texto. Ambos aspectos son importantes para la elaboración del mensaje, ya que el texto interpreta el sentido de la imagen presentada.
- En base a una planeación y diseño de mensajes realmente significativos, y bajo el apoyo de recursos didácticos que estén al alcance de nuestras manos y contribuya a que el contenido educativo sea atractivo, interesante y comprensible, ubicándonos en la edad, interés y experiencia de los educandos a los que serán dirigidos dichos mensajes.
- Planear es organizar en forma coherente y sistemática de los recursos disponibles a partir de las necesidades e intereses de los educandos.
- El planeamiento del mensaje educativo debe incluir para qué, a quién y como transmitir el mensaje.

- El Profesionista Educativo debe conocer las necesidades y características de los educandos de tal forma que pueda elegir las experiencias - apropiadas y alcanzar eficazmente los objetivos propuestos.
- El Profesionista Educativo será toda aquella persona que esté involucrada en el área educativa, ya sea un pedagogo, un diseñador gráfico, un comunicólogo, un psicólogo, etc.
- Es necesario que el Profesionista Educativo se prepare para imaginar, proyectar y crear dentro de su labor y con ello contribuir al desarrollo del educando.
- Los conceptos de Tecnología Educativa nos lleva a esclarecer que:

La Tecnología Educativa, no se refiere exclusivamente al empleo de aparatos o máquinas de enseñar. Que constituye una manera sistemática de diseñar, realizar y evaluar el proceso educativo.

Es un producto de la investigación científica en el campo educativo.

Que es necesario aprovechar las nuevas posibilidades técnicas para auxiliar, apoyar y fortalecer el proceso educativo.

Es todo aparato, técnica, procedimiento y recurso que derivado de principios científicos nos llevan a lograr alcanzar mejores resultados en el proceso educativo, elevando la productividad y eficiencia y por otra parte la calidad de la educación.

- Se entiende como recurso didáctico y dispositivo técnico, como todos aquellos medios, instrumentos o recursos que serán utilizados para facilitar la enseñanza y mejorar el aprendizaje; entre ellos se distingue el material escolar y los auxiliares audiovisuales.
- El empleo de recursos didácticos que apoyen el mensaje educativo, jamás amará al educador, sino al contrario será este un valioso auxiliar

que estimulará e interesará a los educandos a aprender y a conocer - nuevas cosas.

El conocimiento técnico y práctico del recurso visual va a propiciar una aplicación didáctica de los medios de difusión, así como la posibilidad de que el Profesionista Educativo sea capaz de ser diseñador y productor de materiales que lo apoyen.

BIBLIOGRAFIA

- ASOCIACION NORTEAMERICANA
DE EDITORES DE LA FACUL -
TAD DE AGRONOMIA.
- Manual de Comunicaciones.
Editorial Albatross.
Buenos Aires 1965.
- ALVES DE MATTOS LUIZ
- Compendio de Didáctica General.
Editorial Kapelusz.
México 1966.
- AXOTLA MUÑOZ VICTOR L.
- Auxiliares de la Comunicación.
Antología. Editado E.N.E.P.
Aragón, U.N.A.M. 1985
- BERLO DAVID K.
- El Proceso de Comunicación.
Editorial ATENEO
México
- CASTASEDA Y. MARGARITA
- Los Medios de Comunicación y la Tec
nología Educativa.
Editorial Trillas.
México 1986
- CONTRERAS ELSA
- Principios de la Tecnología Educati
va.
Editorial Edicol.
Colección Cuadernos Pedagógicos
México 1986.
- CORTES PADRON FRANCISCO
- Medios Educativos Audiovisuales.
Editorial Tizoc.
México 1972.

GAMEZ JIMENEZ LUIS

Tecnología Educativa.

Editorial Galpe.

México 1984

GARCIA PELAYO Y GROSS

Pequeño Larousse Ilustrado

Diccionario Ediciones Larousse

México, 1980

GIACAMANTONI MARCELLO

La Enseñanza Audiovisual.

Metodología Didáctica

Editorial Gastavo

Gili. Barcelona 1970

GONZALEZ ORNELAS VIRGINIA

Didáctica General.

Editorial Siglo Nuevo.

México, 1980

GUERRA GEORGINA

El Cómic o la Historieta en la Enseñanza.

Editorial Grijalbo.

México 1982

HANEY JOHN B.

El Maestro y los Medios Audiovisuales.

ILCE, UNESCO.

México, 1974

KEMP E. JERROLD

Planificación y Producción de Material Audiovisual.

ILCE.

México, 1980

- KIEFFER DE R.E. Técnicas Audiovisuales.
Editorial Pax-México 1968
- LEMUS LUIS ARTURO Pedagogía. Temas Fundamentales.
Editorial Kapelusz.
México 1970
- LUCIARDI BONARI Medios Didácticos Sencillos.
No. 11 Publicaciones del Centro de
Didáctica.
Universidad Iberoamericana.
México 1984
- MALLAS SANTIAGO Medios Audiovisuales y Pedagogía.
Activa. Editorial CLAC.
España, 1979
- MENDEZ TORRES IGNACIO El Lenguaje Oral y Escrito en la
Comunicación.
Editorial Limusa
México 1989
- MORENO Y GARCIA ROBERTO La Enseñanza Audiovisual.
Editorial Patria.
México 1964
- NAVARRO HIGJERA JUAN Tecnología Audiovisual
Instrumentos para una escuela mejor
ILCE 1970
- NERICI G. IMIDEO Hacia una Didáctica General Dinámica
Editorial Kapelusz.
Buenos Aires 1980.

NOGUEZ RAMIREZ ANTONIO

Sistema de Enseñanza.
Unidad Modular No. 7 ILCE
1984

PAOLI ANTONIO

La Comunicación
Editorial Edicol
México 1977

PICCINI MABEL

Introducción a la Pedagogía de la
Comunicación.
Editorial Trillas
Biblioteca Universitaria Básica.
México 1990

POO R. AURORA

El Color. Editado U.A.M. Azcapotzal
co División de Ciencias y Artes para
el Diseño. México 1989.

PRIETO C. DANIEL

Elementos para el Análisis de Mensa-
jes.
ILCE México.

Diseño y Comunicación.
Publicación de la División de Cien-
cias y Artes para el Diseño.
U.A.M. Azcapotzalco 1982.

RAYMOND V. WIDMAN

Material Didáctico.
Ideas prácticas para su desarrollo.
Editorial Trillas
México 1973

RODRIGUEZ DIEGUEZ J.L.

Las Funciones de la Imagen en la Enseñanza.

Colección Comunicación Visual.
Editorial Gustavo Gili
España 1978.

RODA SALINAS

Información y Comunicación. Los Medios y su Aplicación Didáctica.

Colección de Medios de Comunicación de la Enseñanza.
Editorial Gustavo Gili

RODRIGUEZ ILERA J.L.

Educación y Comunicación.

Editorial Paidós.
España 1988.

SALVAT

Teoría de la Imagen.

Biblioteca Salvat
Barcelona 1979

SANTILLANA

Diccionario de la Ciencia de la Educación. Tomo I y II

Ediciones Elfo.
México 1985

Enciclopedia Técnica de la Educación

Tomo V. Ediciones Elfo.
México 1983

SCUARZO HERBERT E.

Manual Práctico de Medios Audiovisuales.

Editorial Kapelus.
Argentina 1970

S E P

Manual de Material Didáctico para -
Primarias.

S.E.P.

Coahuila 1984.

TADDEI NAZARENO

Educación con la Imagen.

Biblioteca del Educador.

Editorial Marova.

España 1979

U . N . A . M .

Perfiles Educativos.

Revista NO. 39 Art. "El salón de
clases desde el punto de vista de
la Comunicación

México 1988.

U P N

Antología. Pedagogía: La Práctica
Docente.

S.E.P.

México 1985.

WHITTAKER JAMES O.

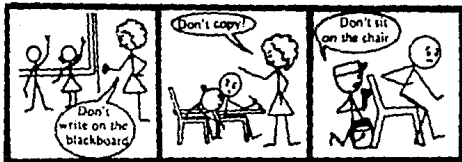
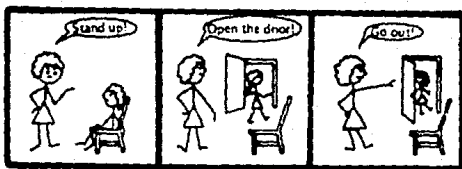
Psicología. Editorial Iberoamericana.
México 1980

ANEXOS

ANEXO I

Dentro del dibujo, la figura de palitos es una forma común de expresión gráfica, y puede ser una buena opción para la enseñanza de algún idioma, como el ejemplo siguiente:

Unit 2 Cameras



RECUERDE QUE PARA DAR ORDENES SE USA LA FORMA IMPERATIVA DEL VERBO (Forma fásica del verbo).

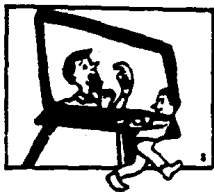
Ejemplo: Open the door!

Para hacer el negativo se antepone don't a todas las personas.

ANEXO II

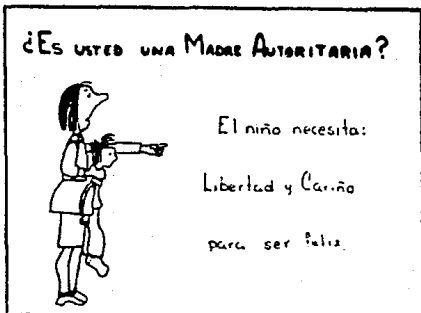
Este es un ejemplo de como se puede emplear la historieta gráfica con un mensaje educativo. El objetivo es que el niño observe que no es bueno hacer todo lo que dicen en la televisión, ya que puede dañar para él. Partiendo de la observación se llegará al diálogo con el grupo. Este material, se distribuirá en forma individual.



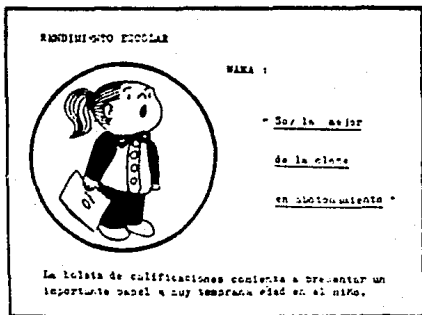


ANEXO III

El siguiente ejemplo, es una caricatura que ilustra la conducta paterna.

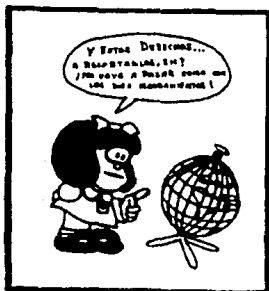


Esta caricatura ha sido implementada en un libro de psicología que habla sobre el rendimiento escolar.



ANEXO IV.

La caricatura en su variante de cartel presenta el siguiente ejemplo. En un cartel de 65 X 45 cms., cuyo tema es "La Declaración de los Derechos del Niño", se presenta una caricatura de Mafalda ilustrando el último de los Derechos de la Declaración mencionada.



" El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa o de cualquier otra índole. Debe ser educado en un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos, paz y fraternidad universal, y con plena conciencia de que debe consagrar sus energías y aptitudes al servicio de sus semejantes. "

La caricatura ha sido -- utilizada en los libros de texto de idiomas como un buen recurso didáctico.

Unit 1
Pictures and people



ANEXO V

GUIA DIDACTICA

- TEMA:** " ANIMALES DOMESTICOS "
- AUDIENCIA:** Niños de 1er. grado de Educación Primaria.
Los niños traigan láminas, dibujos o recortes, etc, con distintos tipos de animales, los cuales servirán para hacer observaciones, diálogos y comparaciones.
- OBJETIVO:** El niño por medio de diversas actividades llegue al logro de:
- Destrezas manuales
 - Actitudes
 - Hábitos Mentales
 - Observen
 - Distingan
 - Serien
 - Asocien
 - Comparen
 - Clasifiquen por criterios.
- El niño identifique las diferentes características de los animales domésticos a través de las actividades planeadas durante la sesión.
- RECURSO DIDACTICO:** Proyector de Cuerpos Opacos (ilustraciones, recortes y dibujos), con apoyo de una grabación.
- Descripción del contenido mediante una grabación. (duración 8 minutos)
 - Explicar cada uno de los fotogramas y hacer las ampliaciones y comentarios pertinentes; en este 2o. pase no se utilizará la grabadora.
- ACTIVIDADES Y EJERCICIOS COMPLEMENTARIOS:** Propiciar el diálogo respecto de lo que ellos han visto o pueden observar en los animales domésticos.

Observación	Observar los animales	<ul style="list-style-type: none"> - que hay en la localidad - que han visto en la T.V. - los que ofrecen mediante láminas y dibujos.
	Observar y decir las características de los animales <u>domésticos</u> .	<ul style="list-style-type: none"> - Viven en la misma casa del hombre o en recintos <u>proximos</u>. - El hombre los cuida y los <u>alimenta</u>. - Obtiene <u>beneficios</u> de ellos - Los <u>domina</u>
Distinción	<p>Animales que viven dentro de la casa, en granjas o en corrales.</p> <p>Animales de pelo, pluma y lana.</p>	
Seriación	Dados 5 tipos de animales domésticos situarlos de mayor a menor tamaño. (gato, perro, caballo, vaca, borrego)	
Asociación	Unir con trazos de distintos colores los nombres de animales con el lugar donde ordinariamente viven.	
	<p>CABALLOS POLLOS CONEJOS CERDOS VACAS GATOS PALOMAS</p>	<p>POCILGA CASA CABALLERIZA ESTABLO PALOMAR CONEJERA GALLINEROS</p>
	Escribir a continuación de los primeros nombres, lo que a cada uno le corresponda de los siguientes:	
	Ejemplo, gallo: cola, alas, dos patas, cresta, plumas, etc.	
	<p>PERRO PAJARO OVEJA PALOMA GALLO GATO CABALLO PATO CONEJO VACA</p>	<p>COLA PELO ALAS DOS PATAS RABO CRESTA LANA PICO CUATRO PATAS PLUMAS</p>

Comparación	<ul style="list-style-type: none"> - En el libro de texto, señalar semejanzas y diferencias entre: <ul style="list-style-type: none"> + Un animal doméstico y otro salvaje + Un animal de piel y otro de pluma + Una vaca y una oveja + Un caballo y un toro + Un gato y un perro + Entre 2 distintos tipos de perros - Clasificación de animales domésticos por: <ul style="list-style-type: none"> + tamaño + como tienen recubierto el cuerpo + ayuda que prestan + alimentos que proporcionan
Destrezas Manuales	<ul style="list-style-type: none"> - Bombo o acordeón didáctico, forme una secuencia de animales de la granja con recortes. - Realizar animales con plastilina, barro, palillos, etc. - Expresión gráfica en el cuaderno de trabajo. - Elaboración de un periódico mural.
Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - No maltratar a los animales - No hacerles sufrir sin necesidad - Cuidados elementales que se les puede prestar - Precauciones higiénicas en el trato con ellos

Nota.- Este ha sido un ejemplo de como se puede planear el mensaje educativo, utilizando la imagen, con apoyo de diferentes recursos, como: el proyector de cuerpos opacos, ilustraciones de revistas, dibujos hechos por los niños, libros, pizarrón, figuras de animales obtenidas de láminas, ejercicios individuales por reproducción en mimeógrafo, etc.

Las actividades propuestas anteriormente, en la guía didáctica pueden ser - desglosadas y seleccionadas por el Profesionista Educativo de acuerdo a las necesidades del grupo al que va dirigido.

Este ha sido tan solo un ejemplo de como organizar el contenido que se quiere transmitir, así como la previsión de los recursos que lo van a apoyar. Esta planeación será realizada por cada Profesionista Educativo de acuerdo a su criterio, pero sin perder de vista los elementos que conforman la planeación didáctica.