

Serie Materiales de Enseñanza No. 5

Seis unidades de instrucción sobre sonovisos

Jorge H. Jiménez B.

La publicación de este trabajo ha sido financiada con fondos de la Fundación W. K. Kellogg como parte del proyecto de Capacitación Agropecuaria para el Istmo Centroamericano

CENTRO AGRONÓMICO TROPICAL DE INVESTIGACIÓN Y ENSEÑANZA, CATIE
Turrialba, Costa Rica, 1985

CONTENIDO

PROLOGO	7
PRESENTACION	9
El objetivo	9
Los temas	9
Observaciones sobre la cartilla	10
UNIDAD 1: COMUNICAR	
<u>La comunicación efectiva en educación de adultos a través de medios audiovisuales</u>	13
El proceso de comunicación	13
Condiciones que favorecen una comunicación efectiva	14
En relación con la fuente y el receptor	14
En relación con el mensaje	14
En relación con el canal	14
Condiciones particulares de los medios audiovisuales	15
Algunas ventajas de los medios audiovisuales	15
Evaluación	17
Comunicación de retorno	18
<u>Elementos que facilitan el aprendizaje de materiales educativos</u>	19
La introducción	19
Esquemas organizativos	19
Respuestas activas	19
Comunicación de retorno	20

Redundancia y repetición.	20
Presentación de ejemplos y testimonios.	21
Resumen.	21
Evaluación.	22
Comunicación de retorno.	22

UNIDAD 2: DISEÑAR

<u>Forma como la gente recibe e interpreta mensajes a nivel de su percepción (sentidos).</u>	25
La percepción humana es relativa.	25
La percepción es selectiva.	26
La percepción es organizada.	26
a) Consecuencias del carácter organizativo de la percepción.	27
Resumen.	28
Evaluación: preguntas y ejercicios.	29
Comunicación de retorno.	31
<u>El diseño de mensajes educativos</u>	33
Características del diseño.	34
El diseño es una actividad orientada a logros.	34
El diseño es un esfuerzo de análisis y de creatividad para idear y escoger alternativas.	34
El contenido del mensaje.	34
El medio para llevar el mensaje.	35
El diseño es producto de la situación y circunstancias de quien prepara el mensaje.	35

El diseño es producto para la situación y circunstancias de quien recibe el mensaje	36
El proceso de diseñar el mensaje	36
Elaboración de un proyecto	36
Comprobación de campo	37
Revisión	37
Principios de composición visual	38
Equilibrio	38
Forma	40
Enfasis	41
Contraste	41
Armonía	42
Recomendaciones finales	42

UNIDAD 3: SELECCIONAR

<u>Criterios para la selección de sonovisos como medio de comunicación</u>	47
Factores que intervienen en la selección de medios	47
Análisis del contenido del aprendizaje	47
Análisis de los medios	48
Análisis de la audiencia	48
Análisis de los recursos	48
<u>Evaluación: ejercicios</u>	50
<u>Comunicación de retorno</u>	51

UNIDAD 4: ELABORAR

<u>Proceso para elaborar el libreto de un sonoviso</u>	55
Plan inicial	56
Documentación	59
Esquema de contenido	59
Especificaciones	61
Tratamiento	63
Libreto literario y visual	64
Resumen	70

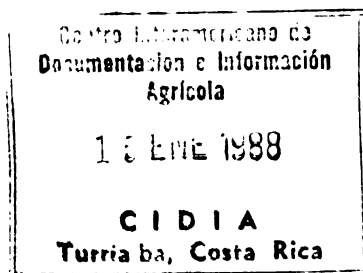
UNIDAD 5: EVALUAR

<u>Antes de comenzar</u>	77
<u>Evaluación y revisión del sonoviso</u>	82
Para qué sirve la evaluación?	82
Un enfoque positivo de la evaluación	83
La evaluación depende del objetivo	83
La evaluación depende del nivel de acción pedagógica	84
Aspectos para evaluar en un sonoviso	85
Cuándo y cómo evaluar un sonoviso	85
Evaluación del libreto	86
Evaluación de una muestra o prototipo	87
Evaluación de campo	88

UNIDAD 6: UTILIZAR

<u>Recomendaciones para la utilización del sonoviso</u>	91
---	----

PROLOGO



Esta publicación fue preparada considerando la utilidad que tienen las técnicas audiovisuales sencillas y prácticas en el trabajo de la comunicación como un medio de transferencia de tecnología.

El contenido original fue escrito para Acción Cultural Popular, ACPO, de Colombia, como parte de una asesoría prestada por el autor para desarrollar un material que sirviera para la enseñanza del diseño y utilización de medios audiovisuales.

El autor fue profesor invitado en el curso corto sobre técnicas de comunicación que se dictó en el CATIE en setiembre de 1980, como parte de la primera fase del Proyecto de Capacitación Agropecuaria financiado por la Fundación W. K. Kellogg. En esa ocasión utilizó parte de este material el cual se distribuyó a los participantes en una versión resumida.

Dada la importancia del tópico se ha reproducido el material dentro de la segunda fase del Proyecto de Capacitación Agropecuaria en su área de producción de medios educativos, con el fin de que sea utilizado en los cursos que sobre comunicación y transferencia de tecnología ofrezca el CATIE a personal técnico centroamericano y se distribuirá a las instituciones nacionales del Istmo que trabajan aspectos de comunicación y transferencia de tecnología.

Proyecto Capacitación Agropecuaria
CATIE-W.K. Kellogg

PRESENTACION

Esta es una cartilla de trabajo. La llamamos de trabajo por dos razones:

Porque la cartilla está hecha para que usted participe activamente, desarrollando ejercicios, subrayando lo que le parezca más importante, o anotando sus ideas y comentarios.

Porque, lo mismo que en cualquier trabajo, se espera que al final de la actividad quede algo útil para usted.

EL OBJETIVO

El propósito básico de la cartilla es que usted logre escribir libretos y utilizar sonovisos adecuadamente en su trabajo educativo. Un análisis de este objetivo nos indicó que la acción de escribir libretos y utilizar sonovisos implica varias actividades fundamentales:

1. Implica la actividad de COMUNICAR porque el sonoviso es un medio de comunicación.
2. Implica la actividad de DISEÑAR porque cada sonoviso es un esfuerzo creativo para responder a una necesidad concreta de comunicación educativa.
3. Implica la actividad de SELECCIONAR porque el sonoviso no es una alternativa obligada sino que es uno entre los posibles medios que puede emplear el educador.
4. Implica la actividad de ELABORAR porque el sonoviso es un material que se produce mediante la aplicación de técnicas y procedimientos establecidos.

5. Implica la actividad de EVALUAR porque el sonoviso no es un medio mágico ni para aprender ni para enseñar. Los sonovisos, lo mismo que cualquier otro material educativo, se sirven de la evaluación para mejorar su valor pedagógico.

6. Implica la actividad de UTILIZAR ambientes y circunstancias apropiadas para la comunicación educativa porque el sonoviso no trabaja solo.

LOS TEMAS

En consecuencia con nuestra apreciación de las actividades que implica el sonoviso, la cartilla desarrolla seis unidades de instrucción, cada una de las cuales corresponde al tema de una de las actividades mencionadas.

Unidad 1: COMUNICAR. El propósito de esta unidad es que usted posea el conocimiento de conceptos y elementos que facilitan la comunicación educativa. En la unidad se incluyen dos artículos y se recomiendan lecturas adicionales.

Unidad 2: DISEÑAR. El propósito de esta unidad es que usted adquiriera los conocimientos necesarios para dirigir y supervisar los trabajos de ilustración, fotografía y sonido propios de la producción de un sonoviso. No se pretende que usted se convierta en un técnico o experto. Lo que se espera es que usted pueda comunicarse con esos expertos para indicarles lo que usted desea, para juzgar lo que ellos hacen y para desarrollar con ellos una acción de equipo. Esta unidad incluye tres artículos referentes al diseño, a

la comunicación visual y a la percepción.

Unidad 3: SELECCIONAR. El propósito de la unidad es comunicarle a usted criterios que le permitan decidir cuándo es apropiada la selección de un sonoviso como medio de instrucción. Un solo artículo sobre el tema conforma la unidad.

Unidad 4: ELABORAR. El propósito de la unidad es que usted adquiera el conocimiento de los procedimientos y técnicas utilizados para elaborar libretos de sonovisos. De esta unidad forman parte un sonoviso que describe el proceso de su elaboración, cuyo libreto se incorpora a la cartilla, y dos lecturas opcionales.

Unidad 5: EVALUAR. La unidad se orienta a que usted sea capaz de utilizar técnicas sencillas de evaluación que le permitan mejorar la calidad pedagógica de los sonovisos que prepare. La unidad se compone de un artículo y varias lecturas recomendadas.

Unidad 6: UTILIZAR. La unidad presenta una serie de recomendaciones prácticas a fin de que el sonoviso sea utilizado en condiciones apropiadas para su aprovechamiento. La unidad consta de un artículo.

OBSERVACIONES SOBRE LA CARTILLA

En la presentación de la cartilla hubo un esfuerzo permanente para resumir las ideas principales de cada tema y para presentarlas con la mayor sencillez posible, pero sin sacrificio de su exactitud conceptual. No se usan ni el estilo ni el lenguaje de los expertos. El tratamiento es directo y busca la participación del lector. Intencionalmente se buscó que la fuente de los ejemplos y de los ejercicios fueran situaciones familiares y de común ocurrencia.

La cartilla no es un curso para formar especialistas. Solo intenta responder a los requerimientos prácticos de educadores, especialmente aquellos del área no formal, interesados en utilizar sonovisos como complemento a sus tareas educativas. La consulta de otras fuentes de información permitirá más amplios y sólidos conocimientos a quienes deseen profundizar en uno o varios de los temas.

Es de suponer que quienes usen esta cartilla tengan diversos niveles de conocimientos acerca de los temas de cada unidad. Por lo tanto, es bueno que usted de un vistazo al contenido, a fin de que pueda dirigir su esfuerzo de estudio a los aspectos de su mayor interés.

La cartilla sigue en proceso de elaboración. Esta es la versión inicial. Deseamos que su evaluación permita hacerla más eficaz en el logro de los propósitos descritos.

Finalmente, vale repetir que esta es una cartilla de trabajo. El autor ha cumplido su primer parte. Ahora le toca a USTED.



OBJETIVO:

El propósito de esta unidad es que usted posea el conocimiento de conceptos y elementos que facilitan la comunicación educativa.

LECTURAS ADICIONALES:

Jiménez J. y Vergel R. Teoría de la comunicación colectiva. Fundamentos. Monografía de la Universidad de América, Bogotá, Colombia, 1970.

LA COMUNICACION EFECTIVA EN EDUCACION DE ADULTOS A TRAVÉS DE MEDIOS AUDIOVISUALES

Hoy en día es ampliamente conocido y aceptado el importante papel que las comunicaciones juegan en la educación a todos los niveles. Medios de comunicación como la radio, la televisión, las reuniones con grupos han venido siendo utilizados con mayor auge cada día para motivar a las personas a participar en programas educativos a nivel individual, familiar y de comunidad.

Ejemplo de estas actividades son los programas educativos transmitidos por la televisión y la radio a través de los cuales se enseñan materias básicas. Por otro lado, también se promueven reuniones con grupos de campesinos y de adultos en general para enseñarles prácticas relacionadas con su trabajo y tendientes a ofrecerles mayor capacitación. Podemos decir que la comunicación toma fuerza como componente importante de la acción educativa.

Si lo anterior es cierto, usted estará de acuerdo en que es importante que en la actualidad los educadores tengan interés por el conocimiento de la teoría, las técnicas y los medios de comunicación. Este artículo, se orienta a proporcionarle a usted las nociones principales acerca de los elementos que intervienen en la comunicación y algunos principios que esperamos le ayuden para utilizar eficazmente los sonovisos y otros medios audiovisuales.

EL PROCESO DE COMUNICACION

Se dice que la comunicación dentro de una sociedad cumple las funciones de educación, recreación, información y socialización. Estas funciones son posibles gracias a la acción interrelacionada de los elementos del proceso de la comunicación. Tales elementos son:

La fuente que puede ser un individuo o un grupo.

El mensaje que, producido por la fuente, es la idea o contenido que se va a comunicar.

El canal que es el vehículo a través del cual se difunde el mensaje (la radio, un libro, la televisión).

El receptor que es la persona o personas a quienes se dirige el mensaje.

La existencia de estos elementos y su acción interrelacionada hacia el cumplimiento eficiente de sus funciones educativas, recreativas, etc., no se logra en un grado significativo si no está enmarcado dentro de un medio ambiente social adecuado y propicio, y si no existe un interés o propósito de las personas o grupos para vincularse en un proceso comunitario.

Entre otras cosas, es necesaria la existencia de características comunes o similares que faciliten el acto comunicativo. Algunas de estas características son la existencia de problemas comunes, por ejemplo, una enfermedad que afecta a la ganadería de la zona; interés común por parte de las zonas involucradas en el problema para solucionarlo. Deseos de quienes conocen las causas y formas de

* Este capítulo fue preparado por el Dr. Gilberto Vejarano M., Ph.D.

control sobre la enfermedad para informarlo a quienes no lo saben, e interés de estos últimos por ser informados.

Estos y otros factores han sido denominados por los sociólogos como características socioculturales por cuanto tienen que ver con las normas, valores y costumbres de los miembros de un sistema social (grupo, comunidad). Cuando estas características son comunes o similares en la fuente y el receptor, la comunicación se hace más efectiva y fructífera que cuando no lo son o lo son en grado mínimo.

CONDICIONES QUE FAVORECEN UNA COMUNICACION EFECTIVA

Los estudios de la comunicación social han determinado algunas condiciones en relación con los elementos del proceso, que juegan un papel importante para hacer que un acto comunicativo logre mayor efectividad. Tales condiciones son:

EN RELACION CON LA FUENTE Y EL RECEPTOR

Buena o por lo menos aceptable capacidad de fuente y receptor para escribir y/o hablar, así como una aceptable capacidad de razonamiento.

La existencia común en fuente y receptor de valores, intereses, conocimientos y costumbres, al igual que una simbología también común mediante la cual puedan comunicarse. Este aspecto de la simbología se refiere a que cuando la fuente haga referencia a un concepto como por ejemplo "casa" el signo que utilice para expresarlo tenga el mismo significado de "casa" para el receptor, o que

cuando la fuente mencione un fenómeno como la lluvia, lo haga mediante un signo que le exprese esa misma idea al receptor.

EN RELACION CON EL MENSAJE

El contenido del mensaje debe poseer una serie de elementos integrantes de la idea que se quiere comunicar. Ellos son: qué se desea comunicar, quién o quiénes lo van a hacer, cómo, cuándo, dónde y para qué se va a comunicar.

En cuanto al código en que es presentado el mensaje, o sea los símbolos (dibujos, letras) utilizados, se recomienda que estos símbolos sean conocidos y compartidos por la fuente y el receptor de la comunicación.

EN RELACION CON EL CANAL

Capacidad del canal para reproducir los estímulos propios del contenido que se quiere comunicar. Esta idea se explica con exactitud en la Unidad 3 de esta cartilla. Por ahora, podemos anticipar que algunos contenidos son altamente visuales (ejemplo: un curso de dibujo); otros contenidos son altamente auditivos (ejemplo: un curso de química), etc. De modo similar, los medios tienen diferentes capacidades: unos son medios visuales (ejemplos: las diapositivas), otros son medios auditivos (ejemplo: la radio). En consecuencia, una condición de efectividad del medio es que tenga la capacidad de reproducir el estímulo propio del contenido del mensaje. Así por ejemplo, el curso de música puede ser transmitido por la radio y el curso de dibujo puede hacerse con diapositivas; lo contrario sería muy difícil y le restaría efectividad a la comunicación. Un hecho frecuente es que los contenidos de

manden diversos estímulos (visuales, auditivos, táctiles). Por lo tanto, a menudo se requiere una acción combinada de varios medios o canales para poder presentar todos los estímulos propios del mensaje.

Capacidad del medio o canal para llegar al receptor. Esta característica se refiere al hecho de que no siempre el medio escogido llega al receptor o llega en condiciones que debilitan la comunicación. Así por ejemplo, el volumen de una transmisión radial, el tamaño de un letrero, la nitidez de unas fotos, etc., son aspectos que tienen que ver con la capacidad del canal para llegar al receptor. Otros aspectos, como las horas de transmisión y la familiaridad del receptor con el medio o sus experiencias anteriores en comunicaciones recibidas a través de ese medio, también influyen en que el medio llegue adecuadamente al receptor.

CONDICIONES PARTICULARES DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

La capacidad de los medios audiovisuales para presentar simultáneamente estímulos visuales y auditivos permite que muchos temas educativos tengan un tratamiento más efectivo a través de estos medios. Cuando las palabras tienen el refuerzo de la imagen, la comprensión se facilita siempre y cuando esas palabras y esas imágenes sean símbolos que conoce e interpreta adecuadamente el receptor. Este aspecto debe mirarse cuidadosamente en el caso de sonovisos para campesinos adultos pues existe el riesgo de que los símbolos de comunicación (imagen y pa-

labras) del sonoviso no sean conocidos o tengan distinta interpretación por parte de esos receptores. De otra parte, conviene observar que en virtud del aislamiento físico de muchas de esas comunidades es posible también que su habilidad para leer e interpretar fotografías sea limitada. Las poblaciones urbanas desarrollan una mayor habilidad para leer imágenes gracias al entrenamiento visual que les proporciona la frecuente exposición a medios como la televisión y el cine.

ALGUNAS VENTAJAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

1. Tienen poder de atracción debido a que despiertan la atención de la gente por el uso combinado del color, el sonido y el movimiento. Usted bien lo ha podido experimentar cuando asiste al cine o ve un programa de televisión.
2. Despiertan y mantienen el interés; por su novedad provocan la curiosidad, que es considerada una de los principios del interés.
3. Amplían la duración del aprendizaje, pues permiten grabar con intensidad las imágenes en la memoria, con lo cual se incrementa la retención.
4. Acción persuasiva, debido en gran parte a que "muestran" aspectos de la vida real. Una película sobre cómo se cultiva el arroz en una región determinada, tiene por ejemplo la posibilidad de hacer ver la forma de ejecutar esta actividad.

5. Aumentan la comprensión y estimulan la acción. El hecho de estar viendo la acción presentada incrementa el aprendizaje, e invita a la acción posterior.
6. Universalidad. Debido al hecho de que muestran imágenes reales es posible que grupos diferentes comprendan de igual manera el mensaje, aunque se diferencien en raza, idioma y costumbres. En el caso del ejemplo mencionado sobre el cultivo del arroz, si la película es presentada en un país que no habla el español, el hecho de mostrar cómo se hace el cultivo facilita la comprensión de la película.
7. Ampliación de medidas, conceptos, seres o elementos pequeños difíciles de observar a simple vista. Así por ejemplo, para mostrar la acción destructora de un insecto en una planta, el cine, por acción del manejo de los lentes y la cámara, permite ampliar las imágenes de tal forma que hace posible ver y apreciar esa situación.
8. Resumen y reducen ideas. Los audiovisuales permiten reducir la imagen de objetos cuyo tamaño natural es muy grande.
9. Amplían la cobertura de audiencias, es decir, pueden llegar simultáneamente a gran número de personas.
10. Introducen mayor objetividad pues presentan narración y visuales sobre el hecho o idea, muestran lo que se está haciendo y de esa forma los receptores tienen una base de comprobación sobre lo que narra el locutor.

11. Repetibilidad, pueden usarse muchas veces, tantas como se considere necesario.

Las características anteriores muestran que los medios audiovisuales, entre los cuales se encuentran los sonovisos, facilitan y amplían la efectividad de la comunicación, convirtiéndose en medios de gran utilidad para la labor de los educadores, sean ellos profesores o agentes de cambio.

El aprendizaje y conocimiento de la elaboración y uso de los medios audiovisuales de comunicación es una tarea importante para quienes desarrollan funciones educacionales. Se hace casi que impositiva cuando esta labor está dirigida a receptores o audiencias como el campesino adulto pues las ventajas enunciadas se amplían debido a que tales medios pueden llenar el vacío de otras alternativas educativas de carácter formal que no están al alcance de los campesinos.

A manera de conclusión y como pautas a seguir, podemos resumir algunas ideas centrales.

1. Como principio general debemos conocer bien a nuestros receptores o audiencia, en cuanto se refiere a sus formas de comportamiento, costumbres, valores, creencias, necesidades y símbolos de comunicación. Este conocimiento permite que los mensajes puedan adecuarse a esas características y que, en consecuencia, sean mejor comprendidos y aceptados.
2. Cuando se desea enseñar el "cómo" de una idea o práctica, los medios audiovisuales son muy apropiados. Ejemplo, cómo

mo despigar una ave, cómo usar un fertilizante, cómo construir una letrina, etc.

3. Cuando se tiene el deseo de despertar interés hacia una idea nueva o práctica, por ejemplo la elaboración de un semillero, estos medios tienen la capacidad para hacerlo.
4. Los medios audiovisuales son muy funcionales cuando se desea ampliar el aprendizaje y la cobertura de individuos en una audiencia.
5. La facilidad que ofrecen los medios audiovisuales para ser usados muchas veces es otra ventaja que vale tener en mente.

EVALUACION

Vamos a seguir uno de los principios fundamentales de la comunicación: establecer un diálogo de doble vía. Para hacerlo ya tomé la iniciativa. Ahora usted puede continuar tratando de responder las siguientes preguntas.

PREGUNTA N°1

Los estudios sobre comunicación reconocen los siguientes cuatro elementos del proceso comunicativo: 1) fuente o emisor; 2) mensaje; 3) canal o medio y 4) receptor.

Puede usted mencionar algunas condiciones en relación con cada uno de esos elementos, que faciliten la comunicación?

PREGUNTA N° 2

Una tribu de cavernícolas fue descubierta recientemente en Filipinas. Conforme a lo que usted sabe sobre teoría de la comunicación, formule un comentario sobre los siguientes juicios:

- a) La comunicación con la tribu será imposible.
- b) Después de conocer el idioma de la tribu no habrá ningún problema de comunicación.
- c) La comunicación con la tribu será sencilla porque el sistema social de esos primitivos es muy simple.
- d) Para comunicarse con la tribu bastará enseñarles el idioma filipino. De esa forma ellos tendrán acceso a conceptos nuevos para ellos, como avión, carro, almacén, y quizás otros más complejos como tecnología, ecología, filatelia.
- e) Con la ayuda de los medios audiovisuales (cine, televisión, sonovisos) podrán agilizarse y simplificarse los procesos de comunicación con la tribu.

PREGUNTA Nº 3

3. Mencione tres ventajas de los medios audiovisuales.

2. Respecto al juicio "la comunicación será imposible" puede ser cierto en la medida en que, para el caso del ejemplo, no existan características comunes entre la tribu y quienes deseen comunicarse con ella, es decir, el marco de referencia cultural tendría muy poco en común para permitir la comunicación.

En relación con el juicio b) podemos decir que el problema de la comunicación no se limita al problema del idioma. Sabemos que además del idioma son importantes todos los aspectos culturales y sociales en virtud de los cuales adquieren su "significado" las palabras o cualquier otro signo que se emplee en la comunicación humana. De hecho, el idioma no puede verse como algo aislado de la cultura.

Sobre el juicio c) podemos decir que el hecho de que una cultura sea primitiva (a nuestros ojos) no significa que sea simple. Todas las culturas son valiosas y no es fácil comprender a primera vista la estructura de sus valores, creencias, tradiciones, costumbres, etc.

El juicio d) tiene el mismo supuesto del juicio b). Por lo tanto, es válido el mismo comentario hecho para b).

COMUNICACION DE RETORNO

1. Algunas de las condiciones a que se refiere esta pregunta aparecen descritas en las páginas 8, 9 y 10. Compare su respuesta con lo que allí se dice.
3. En la página hay un listado de algunas ventajas. Compare su respuesta con esa lista.

ELEMENTOS QUE FACILITAN EL APRENDIZAJE DE MATERIALES EDUCATIVOS

Las introducciones, los esquemas organizativos, la solicitud de respuestas activas, la comunicación de retorno sobre el aprendizaje, la redundancia o repetición y la presentación de ejemplos o testimonios, son diversos elementos que podemos incorporar a nuestros materiales educativos. Todos ellos tienen la ventaja de facilitar el aprendizaje, según lo prueban los resultados de la investigación. Los elementos mencionados pueden emplearse en casos como una charla, una demostración, un artículo escrito, un sonoviso, un programa radial, etc.

Así pues, conviene que quienes estamos en la tarea de preparar mensajes educativos conozcamos mejor en qué consisten esos elementos y cómo utilizarlos en beneficio de quienes aprenden. A este propósito se orientan las explicaciones que siguen.

LA INTRODUCCION

La introducción en el material educativo sirve para dos propósitos básicos:

- Mostrar la importancia y utilidad del tema que se va a tratar.
- Presentar una visión global del tema (las ideas principales), a fin de que la gente organice su cabeza y prepare su atención para recibir esas ideas.

Así pues, se recomienda que la introducción despierte interés por el tema, muestre el sentido general de lo que se va a tratar

y, además, que sea breve.

Si le parece útil, relea la introducción que tiene este artículo y juzgue si cumple con los requisitos propios de una introducción.

ESQUEMAS ORGANIZATIVOS

Este elemento consiste en incorporar al material títulos, subrayados o numerales que organicen los contenidos. Visualmente se puede lograr este mismo efecto, gracias al empleo de colores o al uso de diversos tipos y tamaños de letras. Los esquemas facilitan el aprendizaje, porque dan idea de cuáles son las partes que conforman el mensaje y cómo están organizadas. Sin embargo, cuando el uso de subdivisiones y diferenciaciones es excesivo, el esquema puede confundir en vez de aclarar.

El esquema que tiene este artículo, por ejemplo, está dado por los subtítulos que describen cada elemento. Estos subtítulos están subrayados para ayudar a la organización visual del material.

REPUESTAS ACTIVAS

Si la persona que aprende un material tiene la oportunidad de participar mediante acciones tales como contestar preguntas, realizar ejercicios o completar frases relacionadas con el tema de estudio, su aprendizaje es mejor. Esta clase de acciones o ejercicios dentro de los materiales educativos se denominan respuestas activas. Su buen efecto obedece a que le permiten participación a quien aprende y le ayudan a prestar más atención a la instrucción que recibe.

Pongamos en práctica lo que deci-

mos: que tal si usted escribe una introducción para un folleto explicativo de su programa? Intente escribir algo breve en el espacio que sigue, teniendo en cuenta las indicaciones que hemos comentado acerca de las introducciones. Decida usted a quienes estaría dirigido el folleto.

COMUNICACION DE RETORNO SOBRE EL APRENDIZAJE

Informar a los aprendices sobre sus respuestas correctas o sobre sus equivocaciones durante el proceso de su aprendizaje es lo que algunos llaman "comunicación de retorno". Esta actividad es útil para quien aprende porque le permite aclarar lo que está confuso o incorrecto y confirmar lo que está correcto. También es muy útil para quien enseña porque le permite ver qué aspectos necesitan mayor explicación y cuáles son los errores que hay que prevenir en la presentación del material.

La comunicación de retorno es más fácil de cumplir cuando hay contacto directo entre quien instruye y quien aprende. En este caso, el instructor puede supervisar y orientar a sus alumnos en forma directa e inmediata. Cuando el material es escrito o es audiovisual, puede lograrse parcialmente la comunicación de retorno si incluimos preguntas o ejercicios para que la persona resuelva. Conviene que las preguntas y ejercicios tengan las respuestas correctas en otro lugar del material a fin de que la persona pueda comparar y ver cuáles fueron sus aciertos y equivocaciones.

Le gustaría un ejemplo sobre esto? Entonces, le invito a que desarrolle el siguiente ejercicio.

EJERCICIO

Lea cuidadosamente las frases que aparecen a continuación.

Conforme a las ideas que hemos dicho, algunas de estas frases son correctas y otras no lo son. Señale usted las frases correctas. Si tiene dudas revise las páginas anteriores.

1. Las introducciones en el material educativo cumplen el propósito de suministrar los datos personales del autor del material.
2. Los esquemas organizativos consisten en títulos, numerales y otros elementos que se incorporan al material de instrucción con el fin de ordenar y organizar su contenido.
3. Las respuestas activas son los ejercicios y actividades que se pide realizar a los alumnos durante el aprendizaje.
4. Un material educativo facilita el aprendizaje si le permite al estudiante obtener comunicación de retorno.

Las frases correctas del ejercicio anterior son las 2 - 3 y 4. Cree usted que este ejercicio de comunicación de retorno le sirvió para entender mejor?

REDUNDANCIA Y REPETICION

Expresar la misma idea varias veces, decirla de diferentes formas y en diferentes contextos es algo que facilita el aprendizaje. Por lo tanto, es muy útil hacer resúmenes al final de las exposiciones, hacer sesiones de repaso y

recordar en diferentes situaciones las ideas o conocimientos que ya se han visto. Sin embargo, no hay que llegar a extremos. Si la repetición es excesiva produce desinterés y aburrimiento.

PRESENTACION DE EJEMPLOS Y DE TESTIMONIOS

A todos nos gustan los ejemplos porque permiten ver la aplicación de las ideas en situaciones concretas. Ofrecer ejemplos o solicitar los dentro de nuestros materiales educativos es un recurso que facilita el aprendizaje. Cuando la instrucción se orienta a producir cambios de comportamiento, resulta muy adecuado que las personas vean o se enteren de los casos de otras personas que han puesto en práctica las ideas, hábitos o técnicas que estamos enseñando. Todos nos convencemos mejor acerca de algo nuevo cuando vemos los resultados que han tenido otras personas. Estos ejemplos de la vida real se llaman *testimonios*.

Para terminar, se resumen a continuación las ideas presentadas. De esta forma se está aplicando uno de los elementos que facilitan el aprendizaje.

RESUMEN

La investigación ha demostrado que existen elementos de presentación y organización de los materiales educativos que facilitan el aprendizaje. Tales elementos pueden aplicarse a diferentes casos: charlas, demostraciones, artículos escritos, materiales audiovisuales, etc. Los elementos que hemos considerado son los siguientes:

INTRODUCCION

Son muy útiles cuando incluyen un argumento que despierta interés por el tema y cuando presentan una idea global de lo que se va a tratar.

ESQUEMAS ORGANIZATIVOS

Son elementos como títulos, numerales o imágenes que establecen un orden y secuencia del tema.

REPUESTAS ACTIVAS

Son aquellos ejercicios dentro del material educativo que permiten al alumno participar y aplicar los conocimientos que recibe.

COMUNICACION DE RETORNO

Es la información suministrada a la persona que aprende para que se de cuenta de sus aciertos y equivocaciones. La comunicación de retorno sirve también a la persona que enseña para conocer como está ejecutando su labor de enseñanza.

REDUNDANCIA Y REPETICION

Consiste en presentar los temas de instrucción varias veces y en distintas formas.

PRESENTACION DE EJEMPLOS Y TESTIMONIOS

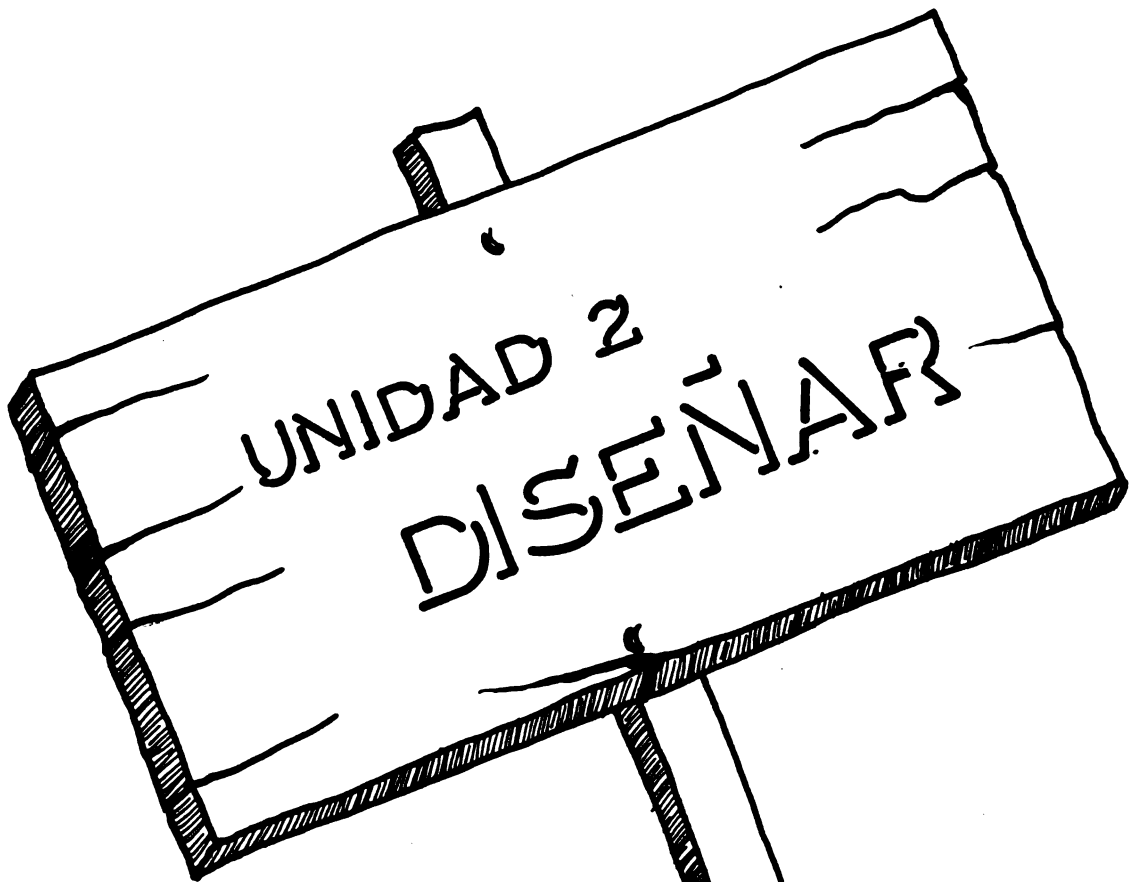
Consiste en presentar casos concretos y de la vida real en los cuales se vea la aplicación y conveniencia de lo que enseñamos.

EVALUACION

Vamos a suponer que usted quedó muy motivado por el contenido del artículo anterior. Por lo tanto decide escribirle a un apreciado colega suyo, con el fin de compartir con él sus conocimientos sobre *elementos que facilitan el aprendizaje de materiales educativos*. En su carta usted puede explicar los elementos que recuerde y sugerir algunas aplicaciones.

INFORMACION DE RETORNO

Compare el contenido de su carta con el resumen que aparece en la página anterior y en ésta.



OBJETIVO:

El propósito de esta unidad es que usted adquiriera los conocimientos necesarios para supervisar los trabajos de ilustración, fotografía y sonido, propios de la producción de un audiovisual. No se pretende que usted se convierta en un técnico o experto. Lo que se espera es que usted pueda comunicarse con esos expertos para indicarles lo que usted desea, para juzgar lo que ellos hacen y para desarrollar con ellos una acción de equipo.

LECTURAS RECOMENDADAS:

Lo que usted encuentre sobre diseño de mensajes y sobre técnicas audiovisuales, no lo deje pasar sin antes darle un vistazo! .

FORMA COMO LA GENTE RECIBE E INTERPRETA MENSAJES A NIVEL DE SU PERCEPCION (SENTIDOS)

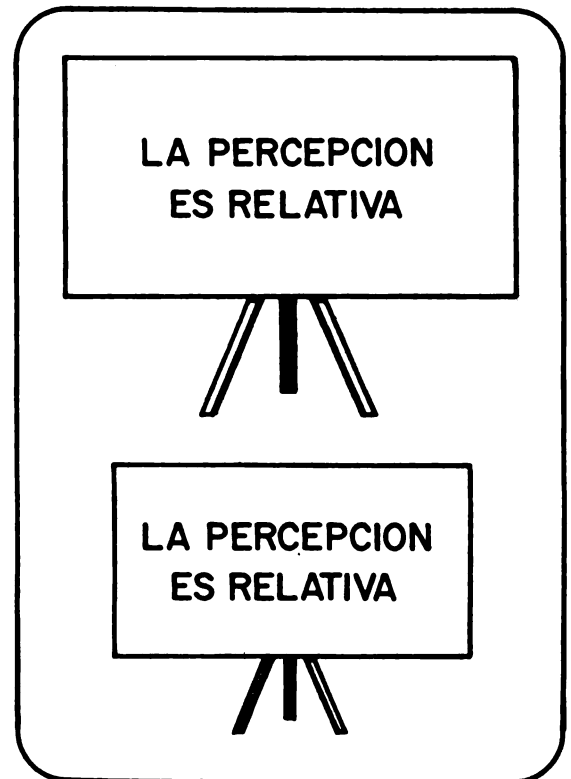
Todo lo que conocemos y aprendemos llega hasta nosotros gracias a los buenos servicios que nos prestan nuestros sentidos: vista, oído, olfato, tacto, gusto. Esos sentidos son las facultades que nos permiten captar las imágenes, los sonidos y los estímulos que intervienen en la comunicación y el aprendizaje. Así pues, para el propósito de hacer mensajes educativos, nos conviene conocer algo sobre la forma como los estímulos son captados por nuestros sentidos.

Podemos decir, entonces, que los sentidos nos permiten un primer conocimiento de la realidad, el cual ocurre antes de que nuestra inteligencia entre a funcionar y nos permita formar ideas o hacer juicios sobre esa realidad. *Esa primera forma de conocimiento a nivel de sólo los sentidos se denomina PERCEPCION.* En este capítulo vamos a presentar algunas características de la PERCEPCION HUMANA, a fin de que su conocimiento nos permita un buen manejo de los estímulos que conforman los mensajes educativos.

LA PERCEPCION HUMANA ES RELATIVA

El sonido de un avión parece débil cuando uno se encuentra en la calle de una ciudad. Ese mismo sonido parece fuerte cuando uno se halla en el campo. De la misma manera, las letras que usted está leyendo parecen pequeñas en esta página pero se verían grandes si es-

tuvieran escritas en una hoja del tamaño de una estampilla. Estos hechos y muchos otros similares se deben a que nuestros sentidos perciben el tamaño de las imágenes, el volumen de los sonidos, la intensidad de los olores, etc., en forma relativa, es decir según el grado en que otros estímulos similares nos hayan afectado previamente.



Si tenemos en cuenta que la percepción es relativa, podemos lograr o evitar efectos relacionados con la intensidad de los estímulos. Así por ejemplo, la claridad u obscuridad de las primeras fotos de un sonoviso serán la referencia para juzgar la claridad u obscuridad de las siguientes fotografías.

Igualmente, el volumen de sonido con que comience el sonoviso será la referencia para juzgar qué tan débiles o qué tan fuertes sean los sonidos posteriores.

LA PERCEPCION ES SELECTIVA

Imaginemos que usted se encuentra en un concierto. El teatro, los instrumentos, los músicos, el director de la orquesta, las personas que están a su lado son fuente de estímulos para sus sentidos. Podrá usted poner atención a todos durante todo el concierto? Seguramente no. Lo más probable es que en ocasiones usted fije su atención en los movimientos que hace el director; otras veces atenderá al sonido que produce el instrumento que a usted más le gusta; otras veces se quedará distraído viendo el decorado y los adornos del teatro; más tarde es probable que usted se concentre en el conjunto de sonidos que produce la orquesta, y también es probable que vuelva usted a distraerse porque su vecino de butaca carraspea con mucha frecuencia.

El ejemplo anterior sirve para mostrarnos que ordinariamente son muchos los estímulos que están a nuestro alrededor, pero que sólo podemos atender a unos pocos de ellos. Los pocos estímulos que atendemos son aquellos que seleccionamos de acuerdo con nuestros sentimientos, intereses o necesidades en un momento dado.

Este conocimiento de que la percepción es selectiva deberá servirnos para:

- Identificar los estímulos de nuestro mensaje que despiertan mayor atención y utilizarlos para sostener el interés de nuestra audiencia.
- Evitar el recargo de estímulos en un solo mensaje.
- Evitar aquellos estímulos de la situación o del mensaje que distraen.

LA PERCEPCION ES ORGANIZADA

Artículos como zapatos y prendas de vestir, avisos de propaganda, maniquíes y diversos adornos pueden estar todos detrás de un gran vidrio. Todos esos estímulos tan variados llegan a nuestros sentimientos en una forma organizada que llamamos Vitrina de Almacén. Muchos ejemplos similares pueden demostrarnos que los estímulos los percibimos de una forma organizada. De hecho, las impresiones que llegan a nuestros sentidos son organizadas en relaciones, grupos y conjuntos de estímulos.

Algunas de las formas como nuestra percepción organizada son las siguientes:

Figura y fondo: Esto quiere decir que en los conjuntos de impresiones que recibimos hay siempre un detalle o aspecto que se destaca (figura) en tanto que los restantes estímulos son percibidos en segundo plano (fondo).



FIGURA 2

Este hecho se advierte fácilmente en la percepción visual. Si usted mira la Figura 2 notará que la casa es el elemento más destacado, en tanto que los detalles del paisaje son el fondo. De modo semejante ocurre también en la percepción auditiva como sería el caso

de una canción donde la voz del cantante es el elemento que se destaca y el sonido de los instrumentos constituye el fondo. Una aplicación que se sigue de lo anterior es organizar los materiales educativos en forma tal que en su presentación se destaque un elemento principal.

Tendencia a completar el estímulo:

El dibujo que aparece en la Figura 3 es una imagen incompleta del escudo de ACPO. Sin embargo, es muy probable que usted no lo note en el primer vistazo porque nuestra percepción tiende a completar las imágenes y estímulos familiares en nuestra experiencia. Este hecho justifica que en algunos materiales educativos basten las siluetas u otros dibujos incompletos para comunicar una idea, a condición de que la audiencia esté ya familiarizada con los estímulos que se muestran. Si no existe este requisito de familiaridad y conocimiento previo del estímulo, el uso de imágenes esquematizadas e incompletas puede prestarse a interpretaciones equívocas. Esto podría ocurrirle por ejemplo a alguien que nunca haya visto el escudo de ACPO y, en consecuencia, podría pensar que el dibujo de la Figura 3 es, por ejemplo, la cabeza de un perro.



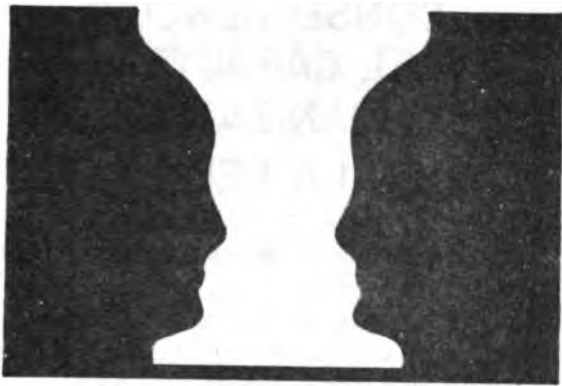
FIGURA 3

CONSECUENCIAS DEL CARACTER ORGANIZATIVO DE LA PERCEPCION

Lo que hemos visto sobre la característica organizativa de la percepción, tiene algunas consecuencias útiles para el diseño de materiales educativos:

- Si los estímulos visuales y auditivos de un mensaje se presentan en forma organizada, se facilita la rapidez y la exactitud en la comprensión del material.
- La percepción se organiza no solo por los estímulos que se presenten en el mensaje educativo, sino también por las experiencias pasadas de las personas, por sus intereses y por sus necesidades. La influencia de nuestras experiencias anteriores y de nuestros intereses y necesidades en la percepción tiene dos aspectos:
 - a) Influye en la clase de estímulos sobre los cuales se fija la atención. Hagamos un experimento:

LUZ, JABON, SATELITE, METAL, JOSE, ACPO, CLAVICORDIO. La anterior lista de palabras constituye una serie de diversos estímulos. Cuál de las palabras leídas en la lista recuerda usted en este momento? Lo más probable es que recuerde aquellas que están más ligadas con sus experiencias, intereses o sentimientos en este momento. Así por ejemplo, si la palabra José es su nombre o el de algún ser querido es probable que usted la haya anotado en la lista.



b) Las experiencias e intereses influyen también en la forma como percibimos los diversos estímulos. Qué observa usted, por ejemplo, en la Figura 4? En la figura puede verse una copa o pueden verse también dos caras de perfil una frente a la otra.

RESUMEN

La percepción humana es *relativa, selectiva y organizativa*. El conocimiento de estas características es útil porque nos permite tener orientaciones generales para la elaboración de mensajes educativos tales como los sonovisos. Ya hemos dado algunos ejemplos. Las siguientes son otras aplicaciones derivadas de las características de la percepción. Trate usted de encontrar otra más.

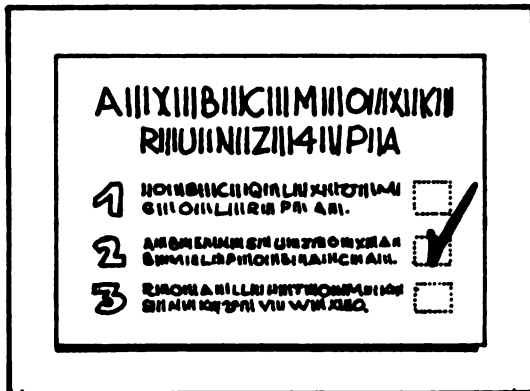
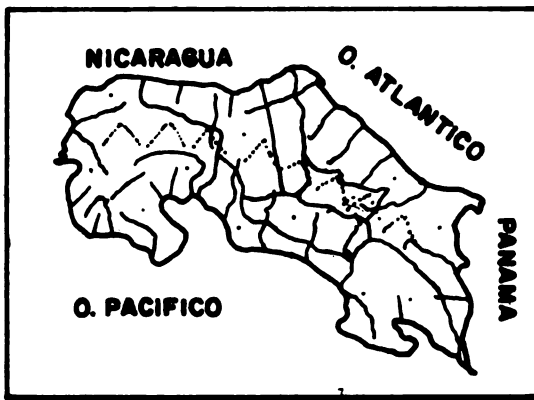
LA PERCEPCION ES RELATIVA

- Conviene incluir en el material educativo elementos que sirven como referencia para relacionar los diversos estímulos. Así por ejemplo, el tamaño de un objeto desconocido deberá compararse con el tamaño de otro objeto familiar o conocido.

- Conviene medir la extensión o duración de un mensaje de acuerdo a su interés y/o dificultad. Así por ejemplo, si el mensaje es muy interesante, es probable que sea percibido como muy corto y si es difícil o si el tema es aburrido su duración parecerá larga. Esto quiere decir que para un tema difícil o árido será mejor preparar una serie de mensajes breves explicando cada uno de los aspectos, en vez de explicar todo en un solo mensaje.

LA PERCEPCION ES SELECTIVA

- Conviene limitar la cantidad de estímulos que se presenten. Así por ejemplo, para enseñar los límites de un país bastará un croquis del mapa y de los países vecinos, en vez de un mapa ilustrado con capitales, montañas, ríos, etc. Compare usted las ilustraciones de las Figuras 5 y 6.
- Conviene utilizar elementos que destaquen o llamen la atención hacia los aspectos más importantes de la explicación. Así por ejemplo, en el caso de las imágenes nos puede ayudar el uso de flechas, de círculos o de colores para destacar los aspectos importantes de la ilustración. En el caso de los sonidos, también podemos destacar aspectos, variando el volumen o incluyendo sonidos o palabras que dirijan la atención. Vea ejemplo en la Figura 7.



LA PERCEPCION ES ORGANIZADA

- Conviene incluir elementos que indiquen la secuencia y organización del mensaje. Así por ejemplo, mediante numerales o palabras deberá



indicarse cuáles son las partes de nuestro mensaje y en qué orden están. Vea ejemplo en la Figura 8.

PREGUNTAS Y EJERCICIOS

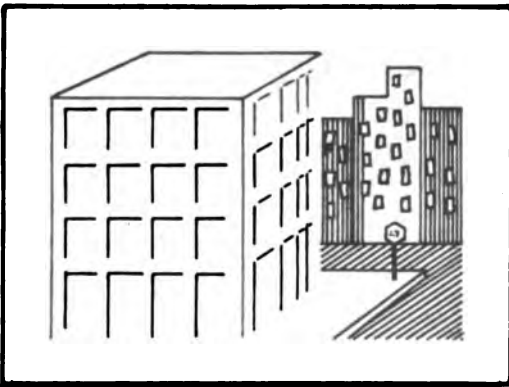
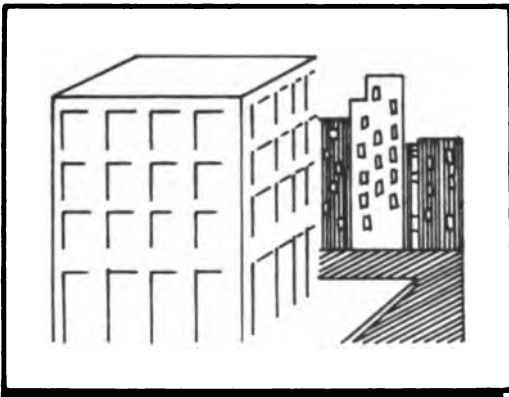
1. Tengo interés en utilizar unos carteles para una campaña de arborización en mi comunidad. Felipe preparó el cartel número 9 y Marcela preparó el número 10. Yo dije tanto a Felipe como a Marcela que me interesaba una imagen del árbol muy destacada.



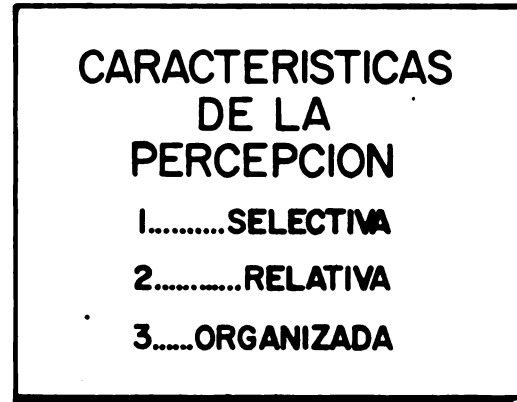
Examine usted los dos carteles y diga cuál de los dos realizó mejor lo que yo deseo y qué característica de la percepción tuvo aplicación?



2. Me interesa mostrar qué tan alto es el edificio donde yo vivo. Cuál de los siguientes dibujos expresa mejor la idea y por qué?



3. Cuál de los siguientes carteles sería más conveniente para presentar el tema: "Características de la percepción", y por qué?



4. Me interesa hacer un cartel recordatorio a los ganadores para vacunar los animales contra la fiebre aftosa. Cuál de los siguientes llamará más la atención de los ganaderos y por qué?

¡VACUNE A
SU GANADO
CONTRA
LA
FIEBRE
AFTOSA!



SEÑOR GANADERO:

VACUNE A
SU GANADO
CONTRA LA
FIEBRE AFTOSA!

5. En qué casos recomendaría usted el uso de esquemas, siluetas y figuras incompletas dentro de un material educativo?

COMUNICACION DE RETORNO

1. La imagen del árbol está más destacada en el cartel de Felipe. Ello se debe a que el texto "SIEMBRE UN ARBOL" está muy pequeño y permite que, por contraste, se vea más grande el dibujo del árbol. En el cartel de Marcela, la frase está muy grande y por lo tanto no se destaca el árbol.

La característica de la percepción que interviene en este caso es la de *Relatividad* pues "objetivamente" el árbol es de igual tamaño en los dos carteles.

2. El cartel de la derecha es el que mejor indica que tan alto es el edificio. Usted debió notar que allí aparece un farol en la calle. Este elemento permite relacionar su altura con la del edificio. Por lo tanto es posible pensar que el edificio tiene alrededor de ocho metros si tenemos en cuenta que los postes de los faroles generalmente son de dos metros más o menos.
3. Es más conveniente el cartel de la izquierda donde aparece claro un orden y una secuencia entre los elementos. Este hecho permite una mejor comprensión del cartel pues facilita el proceso *organizativo* de la percepción.
4. Es probable que el de la izquierda llame más la atención a un ganadero. La razón es que el dibujo de la vaca se constituye en un estímulo visual "muy llamativo" para los ganaderos en razón de su obvio interés por estos animales. El

principio que actúa en este caso es que la percepción es *selectiva* según nuestras experiencias, deseos, intereses, etc.

5. Los esquemas y siluetas son apropiados cuando convenga limitar la cantidad de estímulos para facilitar al estudiante el proceso de selección de estímulos.

PREGUNTAS DEL DISEÑO	ACTIVIDADES DEL DISEÑADOR	CARACTERISTICAS DEL DISEÑO
1. PARA QUE?	Definir objetivos.	El diseño es una actividad orientada a logros.
2. QUE?	Seleccionar forma y componentes del mensaje.	El diseño es un trabajo de análisis y creatividad para escoger alternativas.
3. COMO?	Analizar la situación y los recursos.	El diseño es el resultado de la situación y circunstancias de quién prepara el mensaje.
4. PARA QUIENES?	Conocer las necesidades y la situación de la audiencia.	El diseño es producto para la situación y circunstancias de quienes reciben el mensaje (audiencia).

EL DISEÑO DE MENSAJES EDUCATIVOS

Teniendo en cuenta que *diseñar es preparar y planear una obra que va a ser realizada*, podemos pensar que lo que le ocurre a usted cuando tiene el propósito de diseñar un mensaje educativo es muy semejante a lo que le ocurre a un arquitecto cuando tiene el encargo de diseñar una vivienda. Lo mismo que al arquitecto, a usted le interesará que su diseño cumpla por lo menos dos requisitos:

- o Que sea económico, tanto en los costos de la obra como en el uso posterior de esa obra.
- o Que sea funcional, es decir que los componentes del proyecto sean un conjunto organizado que cumpla con los propósitos de la obra.

Sobre qué bases puede el arquitecto o el educador atender al cumplimiento de esos requisitos? Puede hacerlo, respondiendo cuatro preguntas relacionadas con la obra que prepare:

1. PARA QUE: Responder esta pregunta significa definir los propósitos u objetivos de la obra.
2. QUE : Responder esta pregunta significa seleccionar cuál será la forma y cuáles los componentes de la obra o del mensaje.
3. COMO : Responder esta pregunta significa analizar cuál es la propia situación y

cuáles son los recursos disponibles.

4. PARA QUIENES:

Responder esta pregunta significa conocer las necesidades y la situación de las personas a quienes está destinada la obra.

Según lo dicho, el *diseño de mensajes educativos es un conjunto de actividades para solucionar problemas*. Tales problemas son el cómo, el para quién, el para qué, y el qué del mensaje. Al diseñar, nuestro oficio es idear un mensaje en el cual estén solucionadas esas preguntas.

En el cuadro contiguo se resumen las preguntas fundamentales del diseño, indicando para cada una de ellas qué actividad le corresponde al diseñador. Igualmente, se enuncian en el cuadro las cuatro características del diseño que corresponden a la relación entre las preguntas y las actividades.

CARACTERÍSTICAS DEL DISEÑO

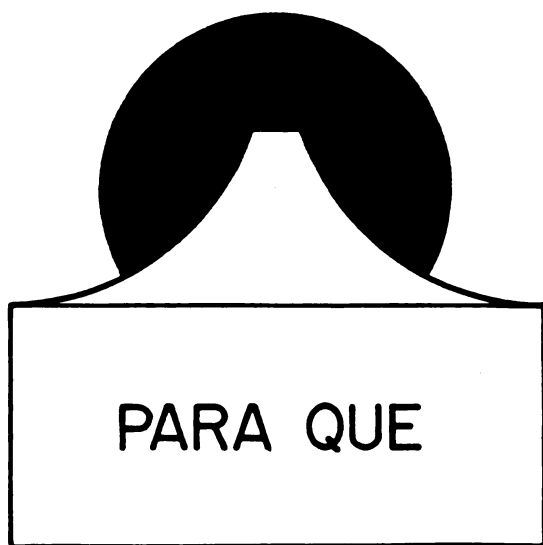
Miremos ahora en más detalle cada una de las cuatro características del diseño a fin de entender mejor el concepto, pero principalmente para encontrar cómo aplicarlo.

EL DISEÑO ES UNA ACTIVIDAD ORIENTADA A LOGROS

Palabras como objetivos, propósitos o metas de los mensajes educativos, se refieren todas a la idea de que, al preparar un mensaje, debemos tener en claro lo que esperamos lograr con ese mensaje.

La importancia de ese algo que queremos lograr es que constituye el blanco al cual apunta nuestro diseño. Si los logros que buscamos son vagos e imprecisos nuestro mensaje no podrá ser claro.

En este punto de técnica para escribir objetivos precisos, la pedagogía actual dice bastante* y es bueno que sepamos como escribirlos.



EL DISEÑO ES UN ESFUERZO DE ANÁLISIS Y DE CREATIVIDAD PARA IDEAR Y ESCOGER ALTERNATIVAS

Cada diseño de un mensaje es la selección de una entre muchas posibilidades.

De hecho no existe una única alternativa que sea la correcta. El problema es cómo idear y cómo seleccionar.

La selección de alternativas tiene como base la consideración de dos aspectos relacionados con el mensaje educativo, los cuales se tratan a continuación.

EL CONTENIDO DEL MENSAJE

A nivel de comunicación, el contenido del mensaje exige al diseñador un análisis sobre la clase de estímulos sensoriales que tal contenido demanda para su presentación. Un ejemplo: la explicación de cómo vacunar ganado está muy ligada a estímulos visuales como la jeringa, la forma correcta de cogerla, la zona donde debe aplicarse la inyección. Ello hace ver que la explicación de cómo vacunar ganado es un contenido que demanda la presencia de imágenes visuales para su presentación.

Básicamente, en este análisis deberá determinar cuál o cuáles de los siguientes estímulos exige la presentación del mensaje: imágenes, sonidos, movimiento, tacto, olfato.

EL MEDIO PARA LLEVAR EL MENSAJE

La discusión sobre qué medio es el mejor ya está superada. Todo depende de qué mensaje vayamos a comunicar y a quienes. La investigación ha mostrado que un medio es bueno si tiene la capacidad de transmitir el estímulo que nuestro mensaje demanda para su presentación y si las personas a quienes nos dirigimos tienen acceso a tal medio. Muchas veces, lo mejor tal vez no sea un solo medio sino una acción combinada a través de distintos medios.

Volviendo al ejemplo de la explicación sobre cómo vacunar ganado, resulta fácil ver qué medios, como demostraciones, folletos ilustrados o películas serían adecuados porque esos medios tienen alta capacidad de transmitir imágenes. En cambio la selección de la radio como medio para el caso propuesto sería una pobre alternativa, aún cuando se argumente su gran cubrimiento en zonas rurales.

Así pues, el análisis de este aspecto deberá llevarnos a determinar si el medio o medios escogidos poseen los atributos para transmitir la clase de estímulos sensoriales que el contenido demanda para su presentación.

En cuando al aspecto creativo de la tarea, parece estar muy relacionado con la habilidad de las personas para asimilar, intercambiar, relacionar, recibir y transformar informa-

ción. Las ideas no se producen en el vacío. Todas tienen antecedentes y surgen muchas veces como combinaciones de conocimientos y experiencias ya existentes. Ponga a funcionar su creatividad leyendo, comentando, observando y buscándole nuevas salidas a lo rutinario. Lamentablemente, no hay fórmulas para enriquecer creativamente los mensajes. Sin embargo la gente que busca nuevos caminos con frecuencia los encuentra.

EL DISEÑO ES PRODUCTO DE LA SITUACION Y CIRCUSTANCIAS DE QUIEN PREPARA EL MENSAJE

La propia capacidad, los recursos humanos y técnicos disponibles, el tiempo, el presupuesto, son parte de las circunstancias y situaciones de quien diseña. Un análisis de nuestra situación podrá darnos una perspectiva real de las limitaciones y posibilidades de nuestro mensaje como producto de nuestra propia situación. La experiencia nos dirá en qué medida variar ese contexto en favor de las demandas del mensaje.

* Las personas interesadas en aprender o en repasar esas técnicas pueden consultar por ejemplo:

El Rendimiento Escolar: Revista Educativa Hoy, No. 25, enero-febrero/75.

Principios Básicos del Aprendizaje para la Instrucción. Por Robert M. Gagné, Editorial Diana 1975.

Procedimientos prácticos para Individualizar la Enseñanza. Por Rita y Kenneth Dunn, Editorial Guadalupe, 1975.

EL DISEÑO ES PRODUCTO PARA LA SITUACION Y CIRCUNSTANCIAS DE QUIEN RECIBE EL MENSAJE

Las personas que van a recibir nuestro mensaje (audiencia) exigen que adecuemos la exposición de nuestras ideas a sus características. Parece sencillo y obvio, pero es quizá el análisis que con mayor cuidado nos corresponde hacer. Las costumbres de la gente, sus necesidades conforme ellos las sienten, el nivel del lenguaje que manejan, las experiencias que ellos viven, la forma como piensan y sienten, son criterios que nos indicarán qué debemos comunicar y cómo. En la educación no formal el conocimiento previo y objetivo de las comunidades es más exigente, porque a diferencia de la educación formal, los grupos son más heterogéneos y son menos los datos sobre sus motivaciones e intereses.

Nuestro mensaje es producto para la situación de una comunidad. La presunción de que "yo conozco mi gente" es peligrosa. Las circunstancias y la gente cambian. De otra parte, cuando no existe contacto real con la gente, solemos adoptar prejuicios con los cuales juzgamos. Como el de "todos los campesinos son tímidos".

EL PROCESO DE DISEÑAR EL MENSAJE

Con lo dicho anteriormente hemos insistido en la idea de que el diseño es un proceso de solución de problemas. Pero cuáles son las etapas de ese proceso? Cuáles son los pasos que el diseñador debe dar para lograr las soluciones que busca? Los exper-

tos aconsejan que en el proceso del diseño se sigan los siguientes pasos:

1. Definición de la audiencia: Para quienes.
2. Análisis de la situación: Cómo.
3. Definición de objetivos del mensaje: Para qué.
4. Selección de los contenidos y de los medios disponibles: Qué.
5. Elaboración del proyecto del mensaje.
6. Comprobación de campo.
7. Revisión del mensaje.

Los primeros cuatro puntos o pasos del proceso ya han sido considerados atrás como las actividades que solucionan el qué, el para qué, el para quiénes y el cómo del diseño. Ciertamente deberán decirse muchas otras cosas sobre ellos. Ojalá que sea usted quien agregue otras ideas! Veamos a que se refieren los puntos que faltan:

ELABORACION DE UN PROYECTO

El proyecto es la forma primera en que queda desarrollado nuestro mensaje a la luz de los análisis de objetivos, audiencia, contenido, medios y situaciones. En otras palabras, el proyecto es una muestra de lo que será el mensaje final. Notemos que es una forma primera o muestra y no el mensaje final, puesto que nos falta confirmar con la realidad el acierto o desacierto de nuestros análisis. Tal confirmación es el propósito del paso siguiente.

COMPROBACION DE CAMPO

Este paso consiste en ensayar o probar qué tal funciona la muestra de nuestro mensaje. Para hacerlo, ensayamos ese proyecto dentro de la comunidad. *Lo importante de este ensayo es observar en qué medida el mensaje logra los objetivos propuestos y detectar cuáles son los cambios que deberán hacerse al proyecto para que funcione de acuerdo con lo esperado.* La forma de saber estas cosas es preguntando a la gente y observando cómo reaccionan a nuestro mensaje. Todo lo que sepamos sobre técnicas de evaluación nos servirá mucho para efectuar esta comprobación.

REVISION

Después de pasar por el ensayo de campo, podemos saber qué está bien, qué está regular y qué está mal en nuestro mensaje. Con esos datos lo podemos corregir y revisar. En ese momento hemos diseñado un mensaje que tal vez no sea perfecto pero en todo caso será superior a otro que se haya hecho sin los esfuerzos de análisis y creatividad de que hablamos en estas páginas. Está usted de acuerdo?

Finalmente, mencionemos que una vez revisado el proyecto culmina el proceso del diseño, pero no así el proceso de elaboración del mensaje. En efecto, para obtener un mensaje terminado será necesario que cubramos también las etapas de *producción, reproducción y distribución.* Estas etapas son igualmente importantes pero escapan al tema de estas páginas.

EJERCICIOS

1. Cuáles son los problemas que debe solucionar el diseñador de mensajes educativos?

2. Qué recomendaciones prácticas, en relación con el desarrollo de la creatividad, se siguen de la siguiente afirmación: "Las ideas no se producen en el vacío. Todas tienen antecedentes y surgen muchas veces como combinaciones de conocimientos y experiencias anteriores".

3. En qué aspectos del diseño de mensajes educativos influye el hecho de conocer objetivamente a la audiencia del mensaje?

4. Enuncie los pasos que usted considere más importantes dentro del proceso de diseñar un mensaje educativo.

5. Por qué se considera conveniente hacer un proyecto o muestra del mensaje antes de elaborarlo en forma definitiva?

- 6.Cuál es el propósito de la comprobación de campo?

PRINCIPIOS DE COMPOSICION VISUAL

Cuando se prepara un cartel o un periódico mural se hace necesario tomar decisiones en cuanto al tamaño, color, ubicación y colocación de elementos tales como fotografías, dibujos, textos y títulos. *El resultado del ordenamiento y colocación de esos elementos es una composición de carácter visual.*

En el trabajo de elaborar sonovisos la composición visual está presente en cada una de las diapositivas que se utilicen. Unas veces porque la foto capta un cartel o gráfico elaborado previamente. Otras veces, porque la foto capta una situación o unos objetos que pueden tener diferentes composiciones visuales según el ángulo en que se tome la fotografía, o según el detalle que se capte en primer plano. *Con el propósito de adquirir criterios para preparar y juzgar la composición visual, se comentan a continuación las distintas características que deben tenerse en cuenta al momento de preparar cualquier forma de presentación visual.*

Las características que vamos a comentar son: equilibrio, forma, énfasis, contraste y armonía.

EQUILIBRIO

Imaginemos que nos interesa una campaña para que la gente mejore su vivienda. La idea es elaborar un cartel para el cual podemos preparar los siguientes elementos: el dibujo o la foto de una casa mejorada, un título para el cartel, un texto con explicaciones y otro texto que es el tema de la campaña. Esos elementos pueden organizarse dentro del cartel en diversas formas según la colocación que les demos y según

cada uno de los cuadros blancos de la página . ADELANTE! Si desea recortar o calcar puede hacerlo. Lo importante es que usted logre una distribución equilibrada por lo menos en uno de los cuadros.

	<h2>IDEAS PARA VIVIR MEJOR</h2>
<ul style="list-style-type: none"> - 1 HABILICACION - 2 MEJORA - 3 	

	<h2>IDEAS PARA VIVIR MEJOR</h2>
<ul style="list-style-type: none"> - 1 HABILICACION - 2 MEJORA - 3 	

En las buenas composiciones suele haber una pauta o forma de configuración, generalmente basada en el orden en que se quieren mostrar los elementos. En los cuadros que siguen vemos ejemplos de formas en I, en S, en T y en Z, llamadas así por la similitud que presentan las formas de organización con la forma de esas letras. Eso no quiere decir que todas las formas de distribución correspondan a letras del alfabeto.

De qué manera podría usted lograr una forma en U para el cartel de la campaña de mejoramiento de la vivienda?

NOVEDADES

POSITIVO

NEGATIVO

ALTO



Nota usted algo nuevo en este cartel en relación con el que aparece en la página ? Claro, el título está destacado por efecto del marco en forma de nube que ahora lo envuelve. Así pues, lo que se ha hecho es darle énfasis a uno de los elementos de la composición.

Este efecto de énfasis también puede lograrse con el uso de flechas e indicadores de dirección. Otras formas de lograrlo es coloreando o aumentando el tamaño del elemento hacia el cual se quiere llamar la atención. Según lo dicho, podría usted decir cuál elemento tiene énfasis en el siguiente cuadro?



Ciertamente! El énfasis de esta composición está ahora en el sello que tiene el tema de la campaña. Ese sello aparece ahora sombreado.

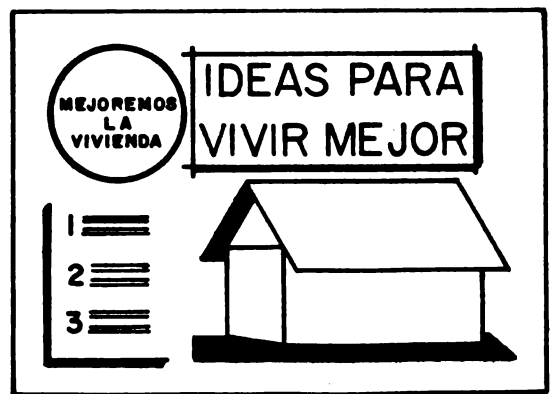
Observe la forma como se logra el énfasis en la siguiente ilustración. Cuál es el elemento sobre el cual recae el énfasis?



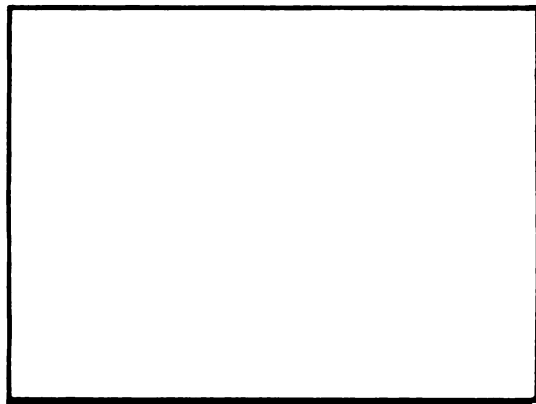
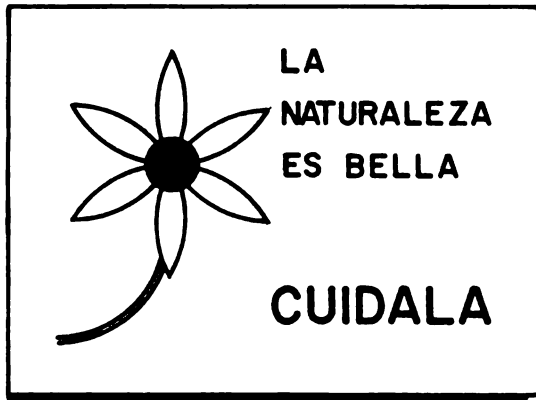
En esta composición se agrega una flecha que dirige la atención hacia el texto. Este elemento tiene ahora el énfasis.

CONTRASTE

El contraste es otro recurso para atraer la mirada de los lectores o expectadores. Este efecto se logra por la combinación de regiones claras y oscuras en la composición. Una de las maneras de lograr el contraste consiste en usar papeles oscuros como fondo para montar sobre ellos figuras claras y viceversa. Mire usted el ejemplo de la Figura 16.

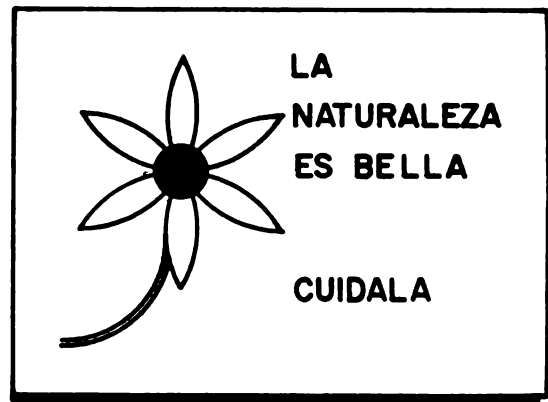


En el cuadro blanco haga el ejercicio de darle contraste a la composición que aparece a continuación.



LA ARMONIA

La armonía es aquella cualidad tendiente a lograr que los elementos de la composición (letras, color, materiales) funcionen juntos y en apoyo de la idea que se quiere comunicar. La armonía falla, por ejemplo, cuando un elemento secundario atrae más la atención que otro de mayor importancia para el mensaje. Tal es el caso de la Figura 18. Ese error se corrige en la Figura 19.



RECOMENDACIONES FINALES

- Defina con claridad la idea o ideas que quiere comunicar. Limite al máximo las palabras y use muchas ilustraciones.
- Antes de armar un cartel, un periódico o cualquier otra composición, haga una hoja de papel y a tamaño reducido los bosquejos o bocetos correspondientes. Haga siempre varios, con distintas distribuciones, y escoja aquel en el cual se logren mejor las características de equilibrio, forma, énfasis, contraste y armonía.

- No se exceda en utilizar todo el espacio disponible atiborrando su composición de elementos. *Los espacios blancos no son desperdicio de espacio.* Ellos ayudan a crear equilibrio en la composición y son útiles también para establecer contrastes, dar énfasis, etc.
- No se limite al uso de formas cuadradas y rectangulares para los elementos de su composición. Las formas redondas y sinuosas, e incluso las formas caprichosas, le comunican dinamismo y variedad a la composición. Pero tampoco se exceda...recuerde que la armonía es una virtud de las composiciones visuales.
- De vez en cuando examine y observe la composición visual de los avisos publicitarios de revistas y periódicos. Si encuentra ideas que le sirven...siéntase autorizado para aprovecharlas! quienes hacen esos avisos de publicidad con frecuencia también los han tomado de otra parte.
- Haga muchos bocetos, construya muchas carteleras, carteles y materiales similares.
- Piense siempre en cosas nuevas para su composición. Se original!



OBJETIVO:

El propósito de esta unidad es comunicarle a usted criterios que le permitan decidir cuando es apropiada la selección de un audiovisual como medio de comunicación educativa.

CRITERIOS PARA LA SELECCION DE SONOVISOS COMO MEDIO DE COMUNICACION

Todo mundo pondera las ventajas de los medios audiovisuales. Tan frecuentes son las alabanzas a los audiovisuales que uno se siente inclinado a pensar en ellos como los mejores medios de comunicación.

No hay duda que medios audiovisuales como el cine, la televisión o los sonovisos son buenos medios. Pero eso no quiere decir que sean los medios adecuados para todos los casos.

Cuándo entonces, es recomendable utilizar un medio audiovisual como el sonoviso? A continuación vamos a exponer algunas ideas para que usted pueda responder esta pregunta, no solo en relación con los sonovisos sino también en relación con otros medios.

FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA SELECCION DE MEDIOS

En la selección del medio para la enseñanza es necesario analizar cuatro factores:

- El mensaje que se quiere comunicar, el cual es en nuestro caso el contenido de un aprendizaje.
- Los medios disponibles.
- Las personas a quienes vamos a enseñar, las cuales se denominan AUDIENCIA.
- Los recursos de dinero, tiempo, materiales, personas.

Muchas equivocaciones en la selección de medios obedecen a que sólo se consideran uno o dos de esos factores. Hagamos entonces, un análisis de cada factor sobre el aspecto que nos interesa.

ANALISIS DEL CONTENIDO DEL APRENDIZAJE

Todos tenemos la experiencia de haber aprendido la música de una canción. Algunas veces lo hemos hecho con la ayuda de alguien que conoce la música y que pacientemente la canta para que nosotros la escuchemos y la aprendamos. Otras veces aprendemos la canción después de escucharla varias veces en un tocadisco o en la radio.

La experiencia de aprender a tejer es muy distinta. En este caso, se requiere *mirar* cuidadosamente la forma de mover las agujas y las distintas vueltas y cruces que deben hacerse con los hilos.

Los ejemplos anteriores nos muestran que el contenido de cada aprendizaje demanda diferentes clases de estímulos para ser comunicado. En la música los estímulos más importantes son los auditivos. En el tejido los estímulos más importantes son los visuales. En efecto, en todos los aprendizajes las personas recibimos una combinación de estímulos y gracias a nuestros sentidos podemos percibir esos estímulos bien sea como imágenes, sonidos, movimientos, olores o texturas.

Como consecuencia de las consideraciones anteriores, resulta claro que un primer paso en el proceso de seleccionar un medio adecuado para presentar un aprendizaje, es saber con exactitud cuál es el tipo de estímulos que mejor comunican el contenido del aprendizaje.

Así pues, el análisis del contenido de aprendizaje consiste en este examen sobre los estímulos propios del contenido del aprendizaje.

ANALISIS DE LOS MEDIOS

Cada medio posee ciertas capacidades para producir cierto estímulo. Así por ejemplo, la radio produce estímulos auditivos; los periódicos producen estímulos visuales, y los sonovisos producen estímulos visuales y auditivos. Otros medios como la televisión y el cine, además de producir los estímulos visuales y auditivos, están en capacidad de transmitir la sensación de movimiento. Así pues, el análisis de un medio nos debe llevar a determinar cuál es el tipo de estímulos que ese medio puede producir.

El análisis de los medios y el análisis del mensaje nos dan una primera base para seleccionar el medio adecuado. En los ejemplos que hemos puesto, podríamos decir que para enseñar la canción, medios como la radio o el disco serían muy adecuados, por el hecho de que esos medios tienen la capacidad de transmitir los estímulos auditivos que son los que el mensaje más requiere. En el caso del tejido, lo recomendable serían medios con capacidad de transmitir imágenes y movimientos, por lo tanto una cartilla ilustrada o un medio como la televisión serían recomendables.

Sin embargo, tengamos presente que la selección del medio no debe hacerse en forma definitiva hasta cuando analicemos también los factores de la audiencia y los recursos.

ANALISIS DE LA AUDIENCIA

Las características y circunstancias de las personas a quienes se dirige el mensaje son el tercer factor para definir cuál es el medio más indicado. Esas personas a quienes se destine el mensaje las vamos a denominar *audiencia*. El alfabetismo, la familiaridad y uso previo de determinados medios, ciertas habilidades que pueden existir en la audiencia, son ejemplos de circunstancias que deben ser consideradas para la elección final de un medio.

Volviendo a nuestros ejemplos, podríamos decir que los discos o la radio (medios que consideramos como adecuados para enseñar la música de canciones) podrían no ser los mejores en el caso de que las personas de la audiencia supieran leer nota. Si este fuera el caso, quizá bastaría con suministrar las partituras.

De modo similar, es posible que en el caso de enseñar a tejer sean aconsejables otros medios diferentes a la cartilla o a la televisión, por razón de las características de los aprendices. Que aconsejaría usted por ejemplo, si el grupo que desea aprender a tejer es de personas ciegas?

ANALISIS DE LOS RECURSOS

La televisión, el cine, los sonovisos, son medios recomendables en muchas situaciones. Sin embargo, no siempre hay los recursos para elegirlos y otras veces, aunque existan los recursos, no se justifica hacer la inversión. Todos sabemos que esos medios requieren inversión de trabajo, tiempo y dinero. Así pues, examinemos los recursos y la razón que haya para invertirlos antes de decidir cuál será el medio a utilizar.

En el caso particular del sonoviso, es posible que después de analizar los tres factores ya descritos (mensaje, medio y audiencia), lleguemos a la conclusión de que hacer un sonoviso es lo recomendable. Sin embargo, habrá que considerar también este aspecto de los recursos. Para hacerlo, tratemos de distinguir dos cosas:

Una es la presencia de los recursos para elaborar el material.

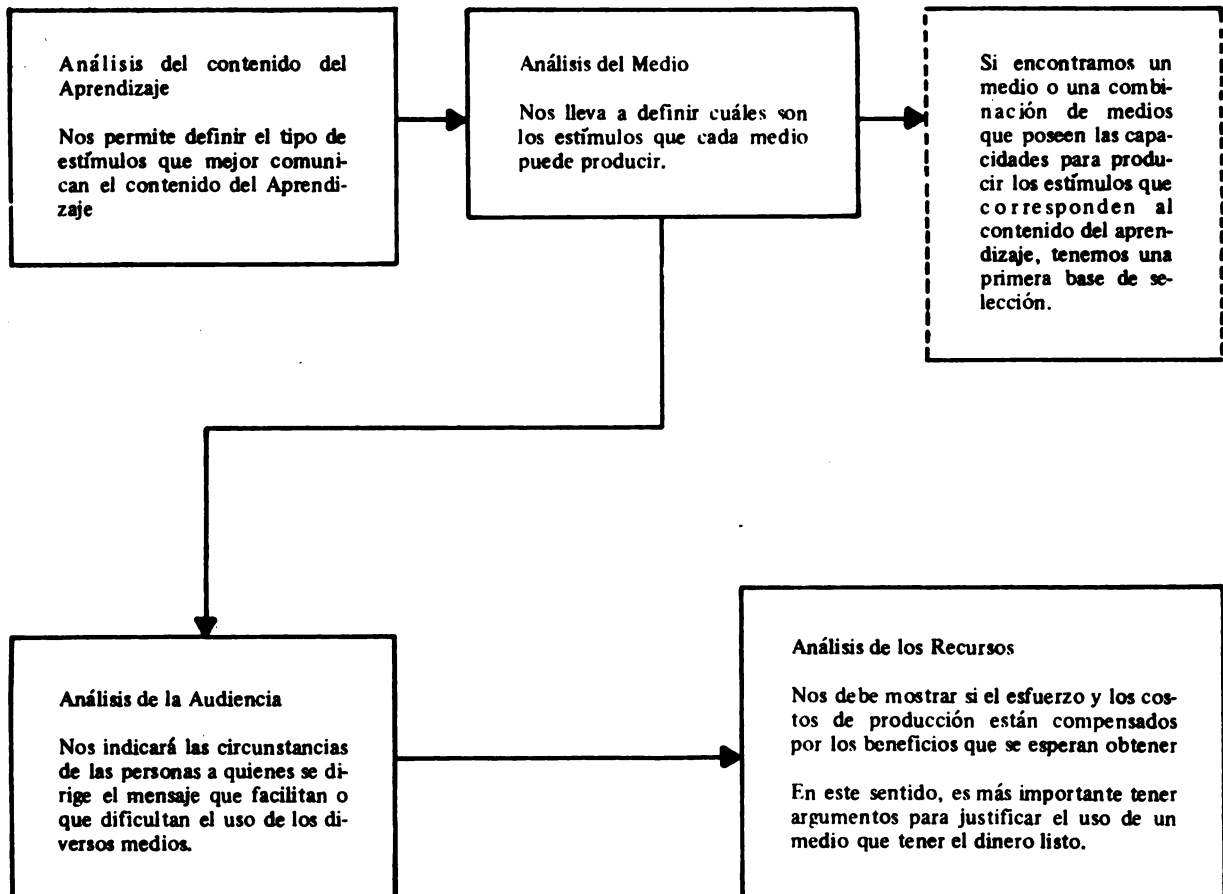
Otra es la presencia de las razones que justifican la inversión de recursos en la elaboración del material.

Realmente, para tomar la decisión de hacer el sonoviso no basta con que pensemos si existe o no el

tiempo y el dinero para elaborarlo. Lo que más importa es que podamos examinar si el esfuerzo y los costos del sonoviso se justifican.

Es probable por ejemplo, que no habría justificación para hacer un audiovisual si solamente se fuera a utilizar una vez, aún cuando tuviéramos el tiempo y el dinero. De otra parte, también es claro que si tenemos buenos argumentos para explicar los beneficios de hacer un determinado sonoviso, muy probablemente logremos convencer a quienes pueden darnos los recursos.

Así pues, y para resumir estas ideas, podemos decir que en la selección de medios se dan los siguientes pasos.



EJERCICIOS

1. En la siguiente lista, marque con una X los estímulos que un sonoviso está en capacidad de producir:

Sonido	<input type="checkbox"/>	Imágenes	<input type="checkbox"/>
Movimientos	<input type="checkbox"/>	Colores	<input type="checkbox"/>
Olores	<input type="checkbox"/>	Sensaciones táctiles	<input type="checkbox"/>

2. Marque ahora los dos estímulos que usted crea más importantes para que alguien entienda como construir una letrina.

Imágenes	<input type="checkbox"/>	Sonido	<input type="checkbox"/>
Movimiento	<input type="checkbox"/>	Colores	<input type="checkbox"/>

3. Si usted tiene el propósito de enseñar modistería a un grupo de 50 madres analfabetas, cuál de los siguientes medios recomendaría, suponiendo que lo que usted diga será financiado.

Clases por televisión	<input type="checkbox"/>
Clases por radio	<input type="checkbox"/>
Cartillas	<input type="checkbox"/>
Enseñanza directa	<input type="checkbox"/>
Sonovisos	<input type="checkbox"/>

4. Juan recibió un auxilio de \$20.000.00 para producir materiales educativos de beneficio para la comunidad en la cual él trabaja. Recientemente, ha visto que Jorge y Luis, dos jóvenes de la comunidad, son unos voluntarios muy entusiasmados en las campañas de organización comunitaria. Juan desea que ellos colaboren como multiplicadores de su acción,

pero nota que a sus dos amigos les falta entrenamiento especialmente en el área de técnicas agropecuarias. Juan considera que un buen medio para entrenarlos en esa materia son los sonovisos.

En consecuencia, decide gastar los \$20.000.00 en sonovisos para entrenar a sus amigos, teniendo en cuenta que ellos serán eficaces multiplicadores de los conocimientos que adquieran.

En relación con la decisión de Juan, que piensa usted sobre los siguientes aspectos:

- * Son los sonovisos un medio adecuado para enseñar técnicas agropecuarias?
- * Cree usted que el esfuerzo y los costos invertidos en los sonovisos están compensados por los beneficios que Juan espera obtener?
- * Si usted estuviera en el caso de Juan, cómo hubiera gastado los \$20.000.00?
- * Qué medios considera usted convenientes para enseñar técnicas agropecuarias?
- * Sin contar con los \$20.000.00, hubiera sido posible realizar sonovisos?

COMUNICACION DE RETORNO

1. Los principales estímulos que un sonoviso puede producir son: sonido, imágenes y colores.
2. Un estímulo muy importante para comprender la forma de hacer una letrina es la imagen. El otro puede ser el movimiento.
3. Para un grupo de 50 madres la mejor opción sería la enseñanza directa. Este medio permite el mensaje de todos los estímulos necesarios para la enseñanza de la modistería.

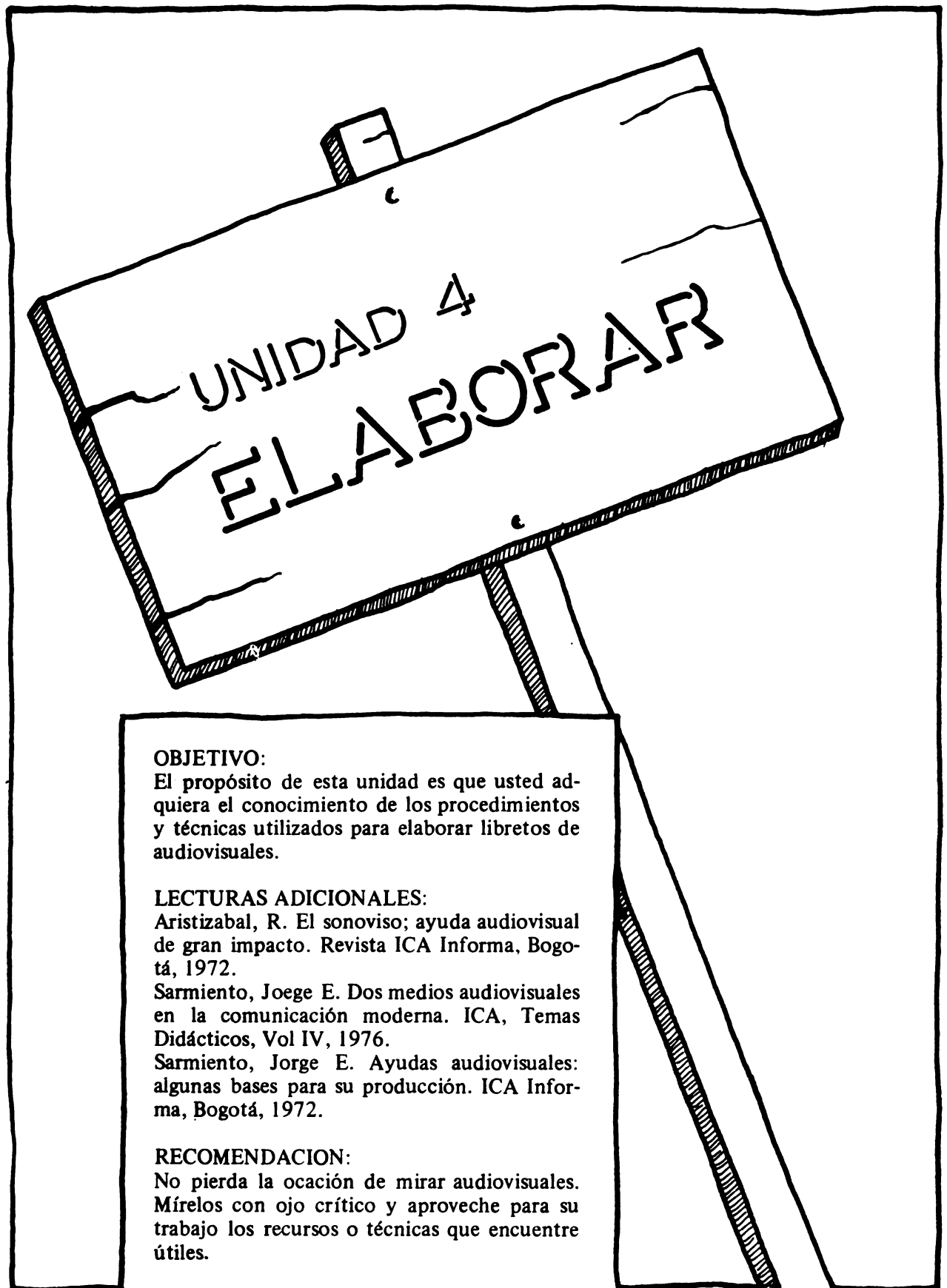
- a) En general sí. Siempre y cuando que el contenido sea visual y auditivo.
- b) Si los sonovisos son tan solo para entrenar a Jorge y Luis el esfuerzo no está compensado. Ese entrenamiento podría hacerse en forma directa con menos esfuerzos y menores costos.
- c) Una fórmula podría ser la de invertir el dinero en sonovisos de carácter motivacional para la comunidad. Es decir con contenidos no técnicos sino de organización y movilización comunitaria. La información técnica resultaría mejor en forma directa sobre la propia realidad con la ayuda de Jorge y Luis debidamente adiestrados.

Otra posibilidad para invertir el dinero sería la compra de semillas, abonos, o herramientas para *estímu*

lar el aprendizaje y la práctica de las enseñanzas.

- d) La enseñanza directa, las películas, los sonovisos, la televisión, los impresos....son algunos de los medios adecuados para este tipo de enseñanza.
- e) Difícilmente. El sonoviso es un medio que, aunque económico en comparación al cine o la televisión, tiene costos bastante mayores que otros medios más simples como la tiza y el tablero.





UNIDAD 4
ELABORAR

OBJETIVO:

El propósito de esta unidad es que usted adquiera el conocimiento de los procedimientos y técnicas utilizados para elaborar libretos de audiovisuales.

LECTURAS ADICIONALES:

Aristizabal, R. El sonoviso; ayuda audiovisual de gran impacto. Revista ICA Informa, Bogotá, 1972.

Sarmiento, Joege E. Dos medios audiovisuales en la comunicación moderna. ICA, Temas Didácticos, Vol IV, 1976.

Sarmiento, Jorge E. Ayudas audiovisuales: algunas bases para su producción. ICA Informa, Bogotá, 1972.

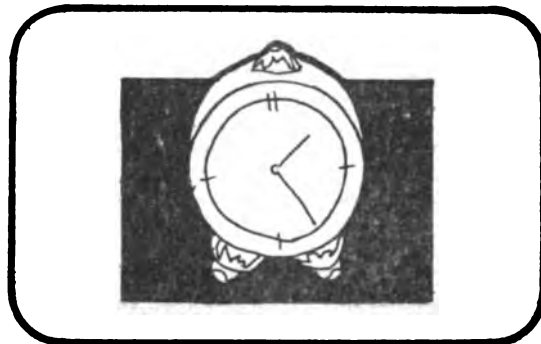
RECOMENDACION:

No pierda la ocasión de mirar audiovisuales. Mírelos con ojo crítico y aproveche para su trabajo los recursos o técnicas que encuentre útiles.

PROCESOS PARA ELABORAR EL LIBRETO DE UN SONOVISO

Efecto: Clic-clac, clic, clac,
clic-clac, clic.

1



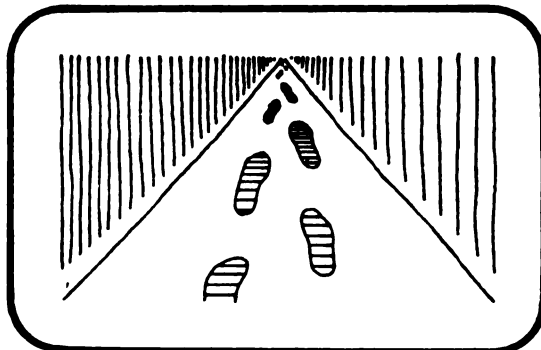
A partir de este momento usted está invitado a compartir una experiencia de aprendizaje.

2



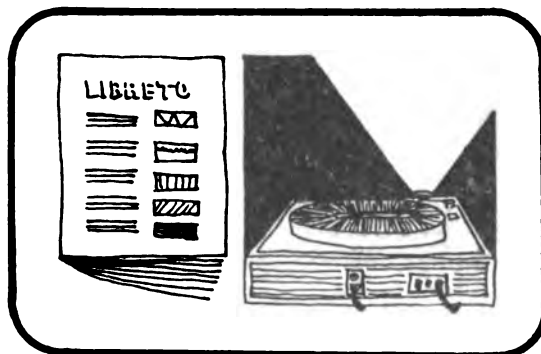
El propósito de la experiencia es conocer los pasos que conducen el libreto de un sonoviso.

3



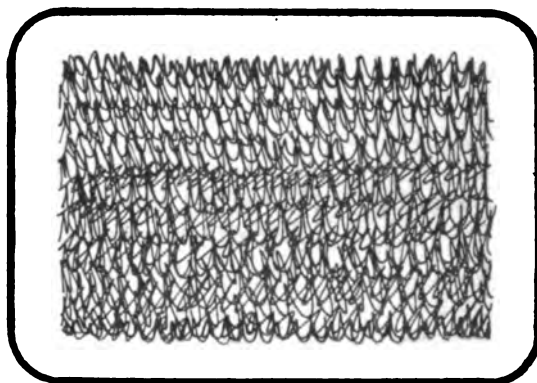
Le interesa a usted el tema? Entonces venga aprende con nosotros!
Queremos contarle de qué manera llegamos a producir el libreto en este sonoviso.

4



Hace un tiempo este sonoviso no existía;

5



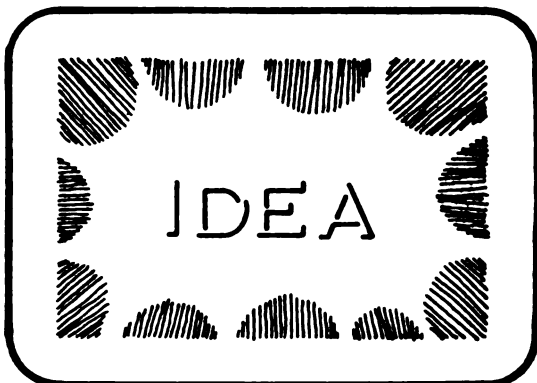
Era tan solo una idea en la cabeza de alguien interesado en que aprendiéramos a preparar sonovisos

6



Todos los sonovisos nacen así: nacen de una idea. Tener la idea de comunicar algo es el primer paso en el proceso de preparar un sonoviso.

7



La idea es el comienzo indispensable, pero no es suficiente. Esa idea hay que concretarla poco a poco. De la idea hay que pasar primero a un Plan Inicial.

8



La definición de objetivos, el cono-

9



cimiento de la audiencia o personas a quienes va a dirigirse el mensaje, y

10



un examen de las razones por las cuales se elije el sonoviso como medio apropiado para llevar a cabo la idea son las partes fundamentales del Plan Inicial.

11



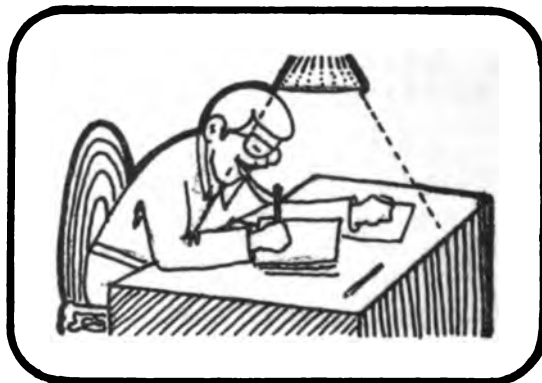
En nuestro caso, y como partes del Plan Inicial de este sonoviso, definimos lo siguiente:

12



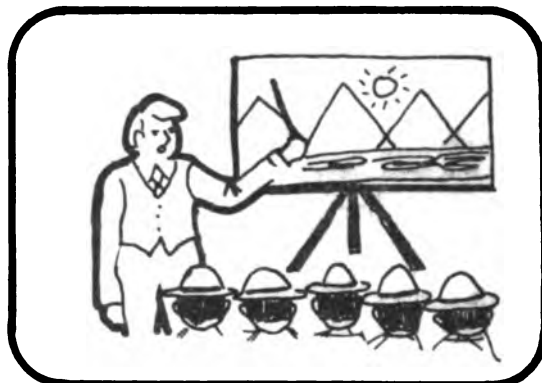
Objetivo: presentarle a usted los pasos del proceso de elaboración de un sonoviso e indicarle la forma de llegar a escribir un libreto.

13



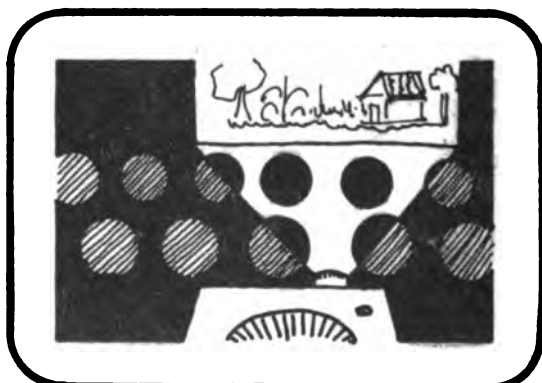
Audiencia: este material se destina a educadores y personas que como usted se interesan en la educación de adultos.

14



Elección del sonoviso: dado al carácter del mensaje que queremos comunicarle y las posibilidades que ofrece el sonoviso, se tomó la decisión de utilizar este medio.

15



Sin embargo, se vio conveniente también realizar una cartilla con información complementaria sobre otros aspectos relativos al tema de los audiovisuales.

16



El tema no es nuevo. Hay muchas personas que han escrito al respecto, hay muchos técnicos y profesionales que tienen experiencia y conocimientos.

17



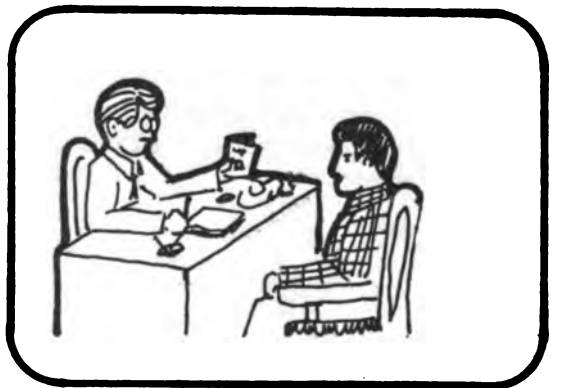
Esto ocurre con todos los temas. Por esa razón el paso siguiente al Plan Inicial es la documentación del tema.

18



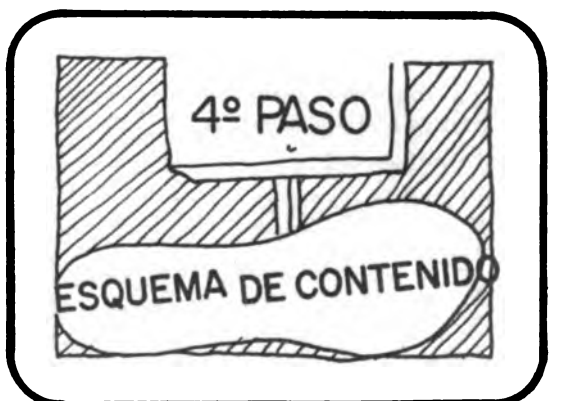
La consulta con los expertos, la lectura de publicaciones y la propia experiencia son fuentes que permiten obtener toda la información posible para fundamentar y documentar el tema.

19



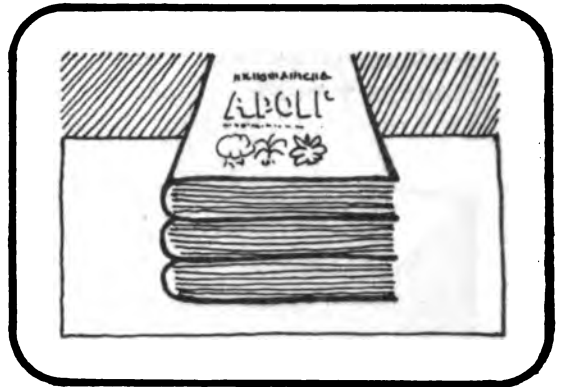
Después de lograr la documentación del tema, viene el cuarto paso, es decir, la elaboración de un esquema de los contenidos para desarrollar en el sonoviso.

20



El proceso para lograr ese esquema consiste en analizar la información recogida durante la documentación a fin de obtener y agrupar las ideas principales del tema.

21



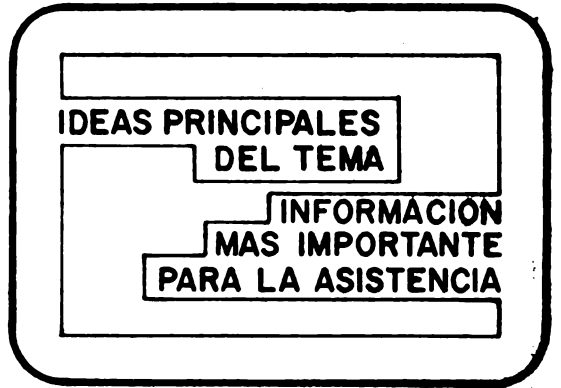
Esas ideas centrales se ordenan en una secuencia lógica que permita el posterior desarrollo del tema.

22



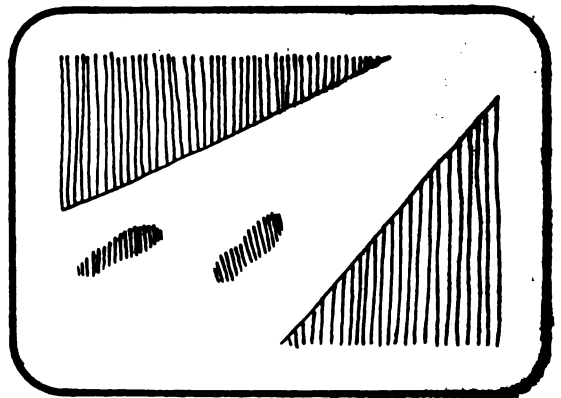
Vea usted mismo en esta diapositiva cuáles son los puntos que debe contener y desarrollar el esquema de contenido.

23



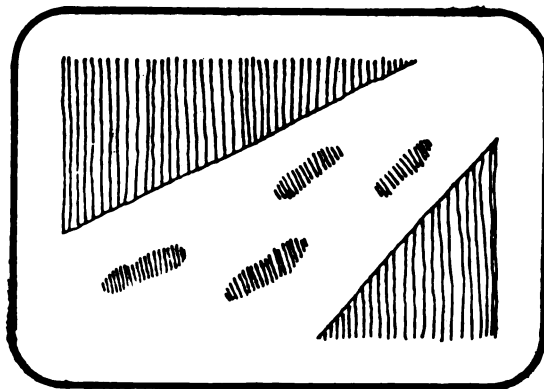
El esquema para este sonoviso consistió en definir los pasos....

24



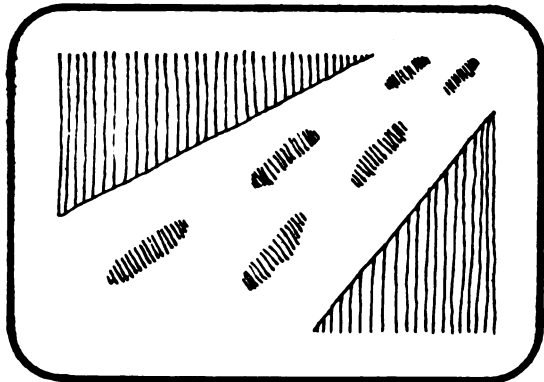
... que se están mostrando respecto al proceso de....

25



... cómo elaborar sonovisos.

26



De otra parte, nos hizo pensar, por ejemplo, que para usted y las demás personas de nuestra audiencia son más importantes los aspectos relacionados con la elaboración de libretos que aquellos relativos a la producción.

27



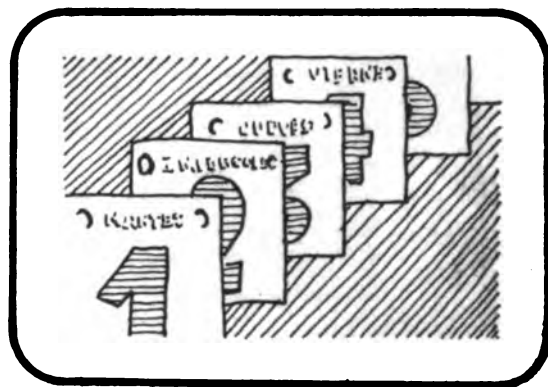
El paso siguiente se denomina Especificaciones. Como la palabra lo dice, se trata de especificar aspectos como: los elementos que se van a utilizar, las personas que pueden ayudar, el tiempo que se va a gastar, y el dinero que se va a necesitar.

28



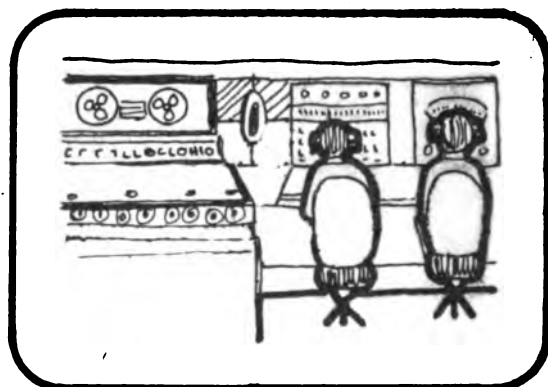
Al especificar esos detalles y otros similares de este audiovisual nos dimos cuenta, por ejemplo, que nuestro plazo para el libreto era breve

29



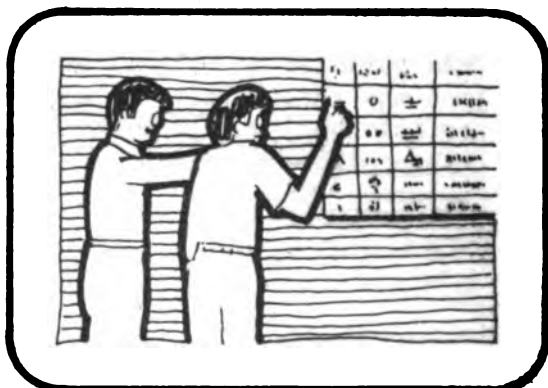
pero que la producción de fotos y sonidos sería rápida gracias a los elementos y equipos.

30



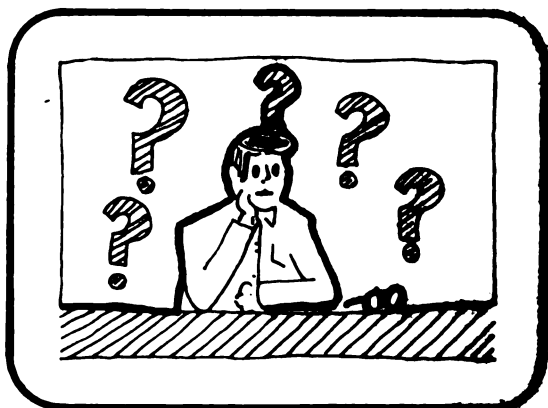
Las especificaciones sirven para programar el trabajo y el esquema de contenido proporciona los puntos o temas que se van a desarrollar

31



¿Pero de qué manera hacerlo?

32



Hay diversas formas de trabajar los temas y quien escribe libretos para sonovisos debe conocerlos. En efecto, decidir y escoger el tratamiento para el tema es el sexto paso.

33



Una clase de tratamiento es el informativo. Cuando se usa este estilo los contenidos se narran o cuentan en forma similar a como un periódico presenta las noticias.

34



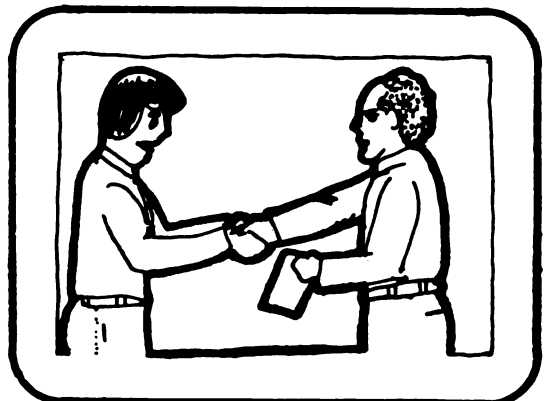
Otro estilo de tratamiento es el dramático. En este caso la presentación de las ideas es emotiva y se desarrolla a veces con una trama similar a como ocurre en una obra de teatro.

35



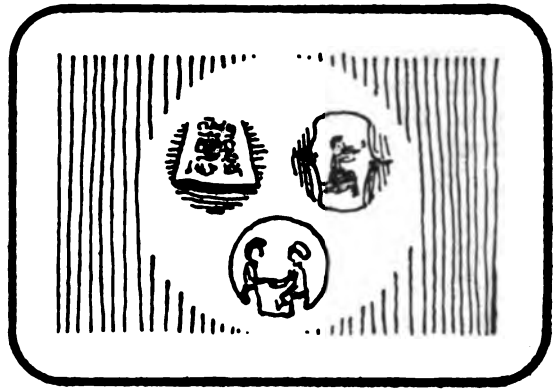
El tratamiento también puede ser directo y personal. En este sonoviso hemos querido utilizar esa forma de tratamiento con miras a que usted se sienta envuelto en el proceso que estamos mostrando.

36



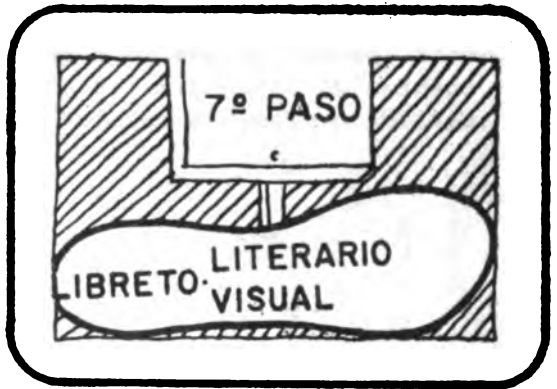
Las tres clases de tratamiento: el informativo, el dramático y el directo pueden combinarse cuando el libretista lo considere apropiado.

37



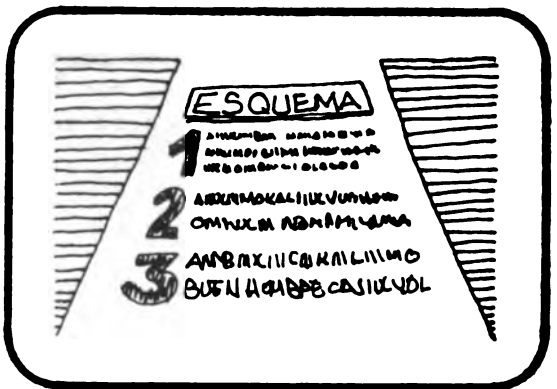
..Y llegó la hora de escribir. Después de los preparativos anteriores viene el gran paso: la elaboración del libreto literario y visual.

38



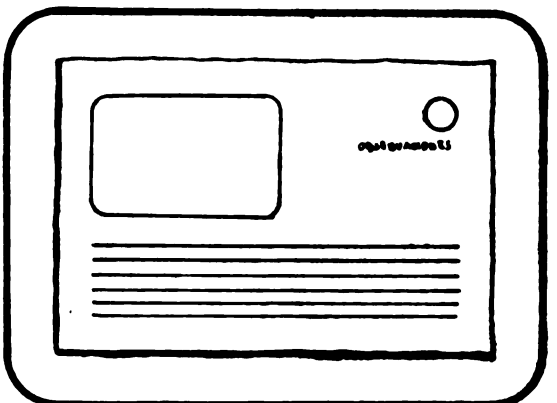
Lo primero que debe hacerse es tomar como guía el esquema de contenido elaborado antes. Ese esquema nos indica cuáles son las ideas que hay que desarrollar.

39



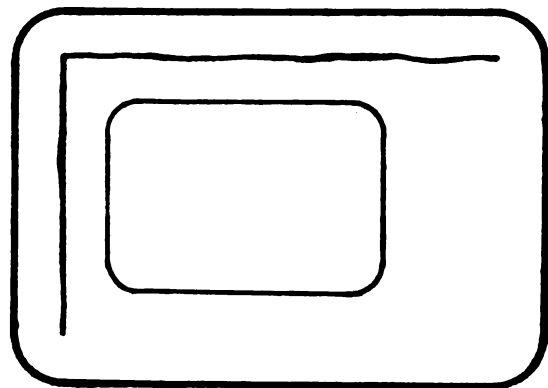
Una técnica para desarrollar esas ideas consiste en el uso de tarjetas como la que se ve en la diapositiva. Estas tarjetas miden 13 x 10 centímetros y tienen tres elementos:

40



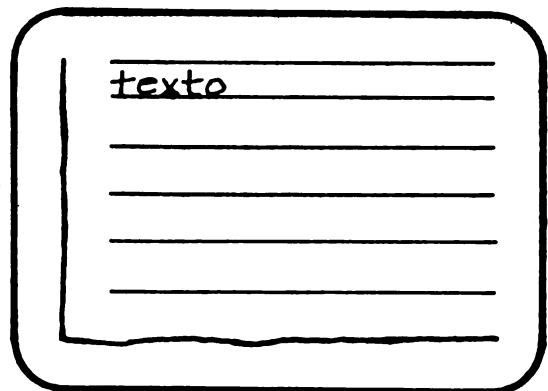
En la esquina superior izquierda hay un espacio para dibujar un bosquejo de la ilustración que se desea.

41



La parte inferior de la tarjeta tiene el espacio para escribir el texto o narración.

42



La esquina superior derecha ofrece un espacio para numerar cada tarjeta y para anotar observaciones relacionadas con la producción, tales como indicaciones sobre el lugar donde deben tomarse las fotos, los detalles que deben destacarse o los efectos de sonido que deben emplearse.

43



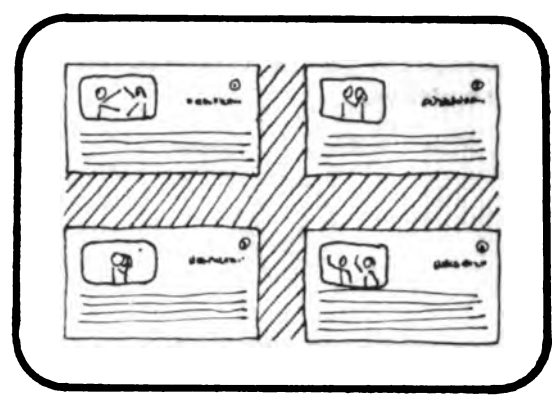
Observe usted una de las tarjetas utilizadas en la preparación del libréto de este sonoviso.

44



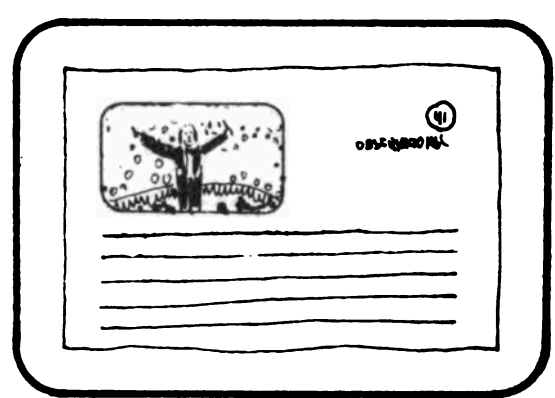
El uso de las tarjetas permite que cada idea se vaya escribiendo e ilustrando al mismo tiempo. Una idea puede necesitar una o varias para ser desarrollada.

45



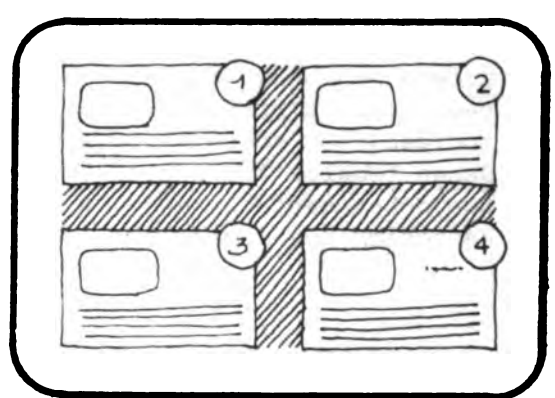
Lo importante es que cada tarjeta indique el proyecto de las palabras que se van a decir y de la imagen con que irán complementadas esas palabras.

46



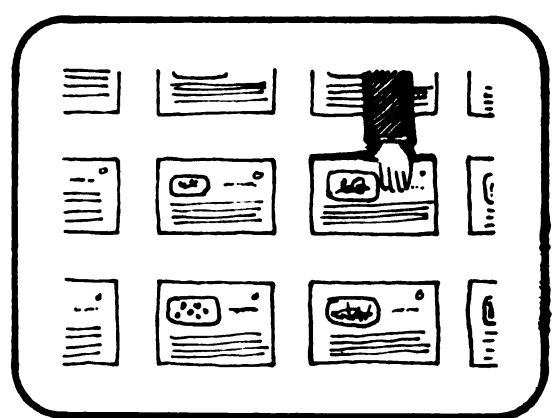
Las tarjetas se numeran en la parte superior derecha preferiblemente en lápiz. De esa forma puede tenerse un registro provisional del orden y secuencia en que se desarrolla el tema.

47



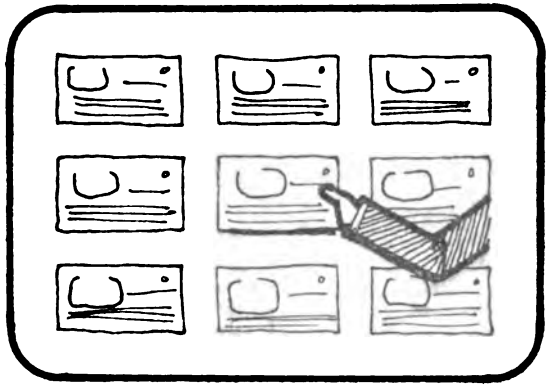
El orden de las tarjetas es provisional precisamente porque una ventaja del sistema es que las tarjetas puedan cambiarse de lugar.

48



Esa característica permite que mejoremos el orden y la agrupación de las ideas. Borrando el lápiz de la numeración pueden asignarse sin problema los nuevos números a las tarjetas que cambien de posición.

49



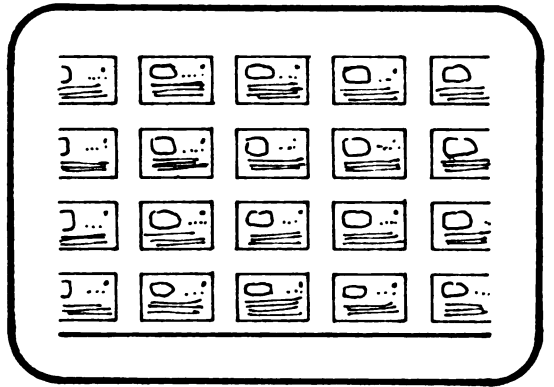
El libretista de sonovisos tiene que escribir, y muy frecuentemente tiene que borrar y tiene que variar la organización de sus tarjetas.

50



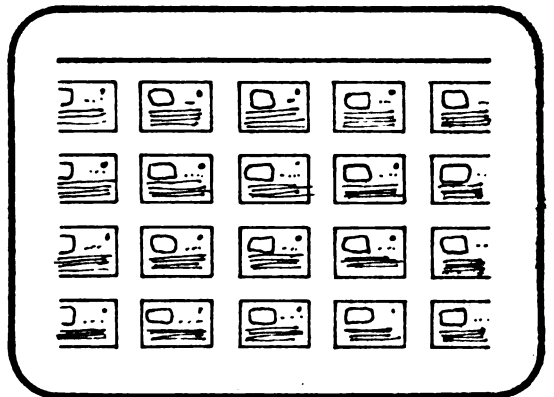
El resultado final es un cierto número de tarjetas ordenadas en las cuales las ideas del esquema de contenido ya están transformadas en palabras y en imágenes.

51



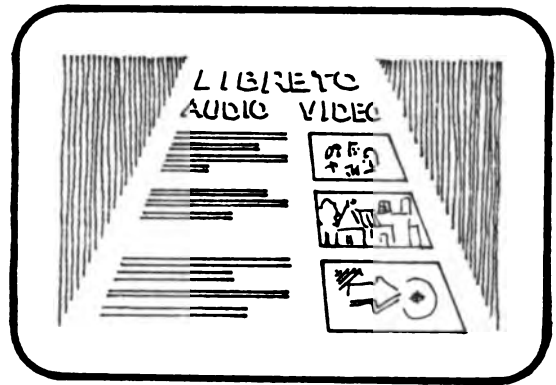
Quiere usted conocer el tarjetero de este audiovisual? Aquí está.

52



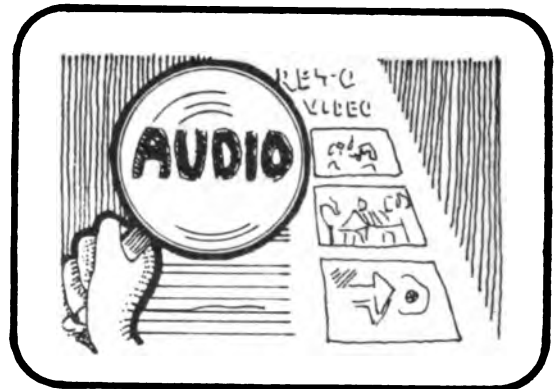
El tarjetero permite ahora sí que escribamos un real libreto literario y visual. Las hojas para libretos se escriben en dos columnas: la de audio y la de video.

53



En la columna de Audio se escriben las palabras que dirá el locutor y las indicaciones sobre clase de música y efectos de sonido.

54



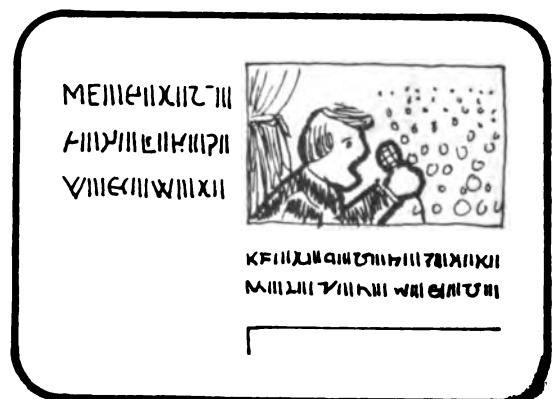
En la columna de Video se dan las indicaciones sobre cuáles y cómo deben ser las imágenes del sonoviso.

55



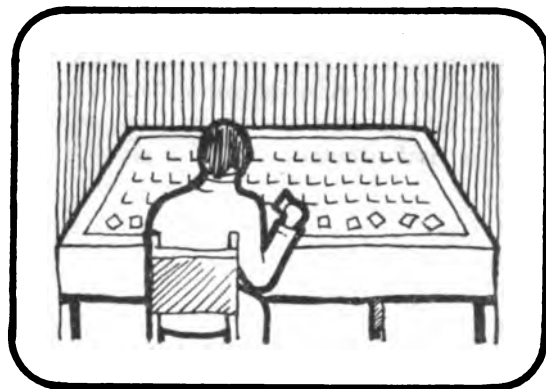
Unas personas acostumbran dar esas indicaciones con palabras, otras prefieren hacerlo con bocetos dibujados y otras lo hacen con palabras y con bocetos.

56



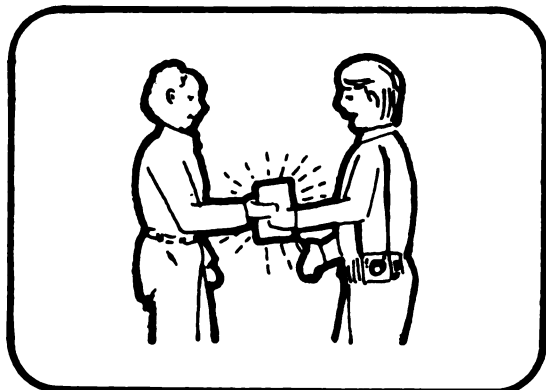
Al pasar la serie de tarjetas al libretto, lo importante es corregir y revisar los textos que dirá el locutor y precisar con detalle las características de las imágenes que se van a tomar.

57



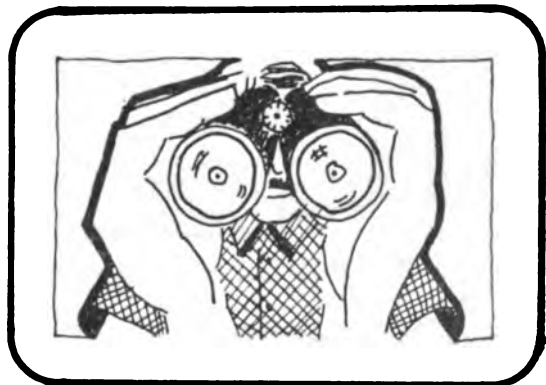
El libretto pasará a manos de quienes hagan la producción del sonoviso. Gracias al libretto ellos podrán hacer la grabación del sonido y podrán tomar las fotografías que se necesiten.

58



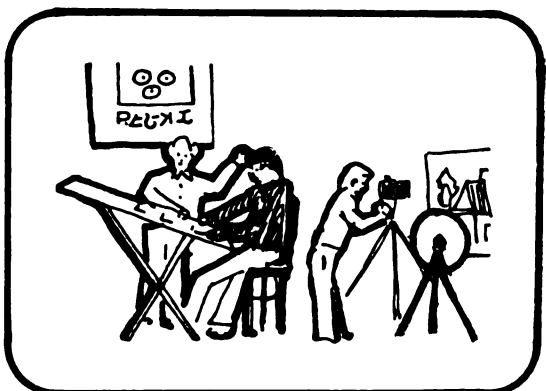
Como es obvio, el libretista debe supervisar y estar al tanto de lo que ocurre en la producción a fin de que las ideas de su librero logren la mejor realización posible.

59



En este audiovisual, por ejemplo, fue necesario un contacto estrecho con varias personas que colaboraron en la elaboración de títulos y dibujos.

60



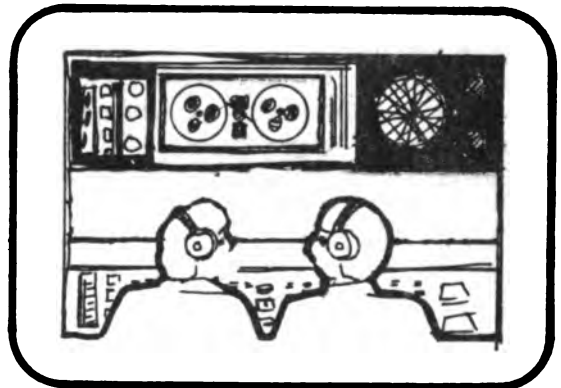
Con las personas de fotografía, se comentaron en forma directa y personal las indicaciones del libreto y se acogieron sugerencias para mejorar las imágenes.

61



Y de igual manera, fue necesario un trabajo de equipo con quienes se encargaron del sonido.

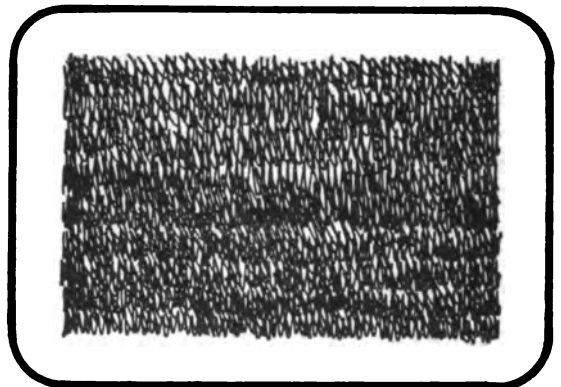
62



RESUMEN I

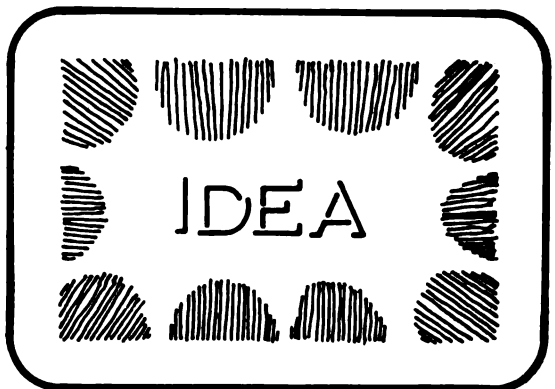
Hace un tiempo este sonoviso no existía...

63



era tan solo una idea en la cabeza de alguien interesado en que aprendiéramos a preparar sonovisos.

64



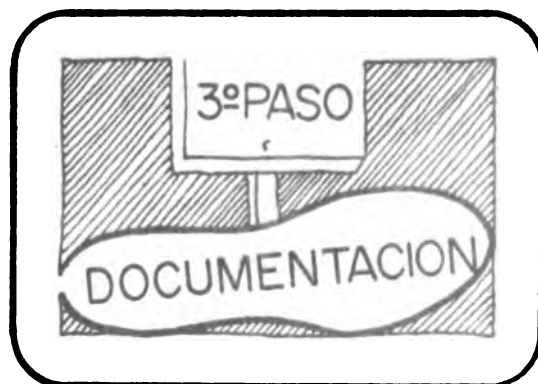
De simple idea pasó a ser un plan inicial. En él se precisó el objetivo y la audiencia.

65



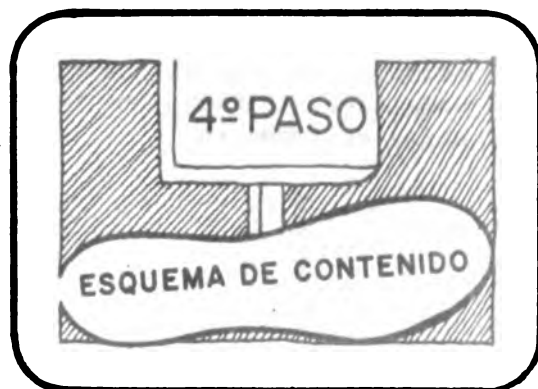
Sabiendo ya el propósito de este mensaje, se buscó la información existente sobre el tema.

66



Los datos recogidos, permite organizar un esquema con las principales ideas o temas para desarrollar.

67



Había que pensar también en las personas que podrían ayudarnos, en el tiempo disponible y en los materiales y recursos necesarios. Esos detalles de la ejecución y de la práctica fueron las especificaciones de este sonoviso.

68



Este audiovisual podría tener diversos tratamientos. El que escogimos fue el directo y personal, tratando de que usted viviera un poco el proceso de hacer un sonoviso. Pero había otros estilos de tratamiento tales como el informativo, el dramático o uno que combinara todos los anteriores.

69



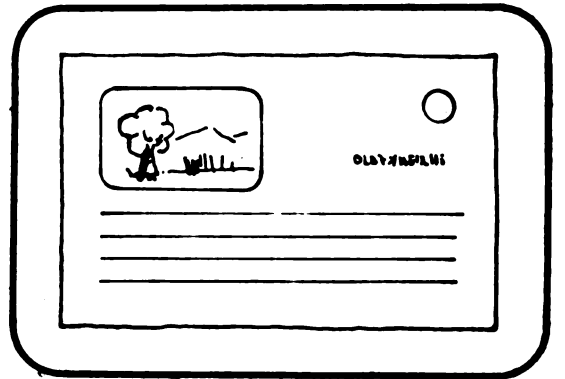
Pero claro, el propósito era hacer un libreto. Volvimos entonces a mirar las ideas de nuestro esquema de contenido e iniciamos su desarrollo.

70



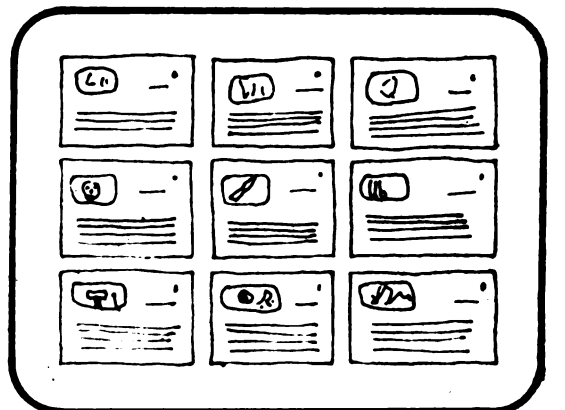
Para hacerlo, nos servimos de tarjetas en las cuales empezamos a escribir frases explicativas de cada idea, lo mismo que bocetos para las imágenes.

71



Al final y después de escribir, borrar y corregir logramos una serie de tarjetas ordenadas en las cuales estaban desarrolladas todas las ideas.

72

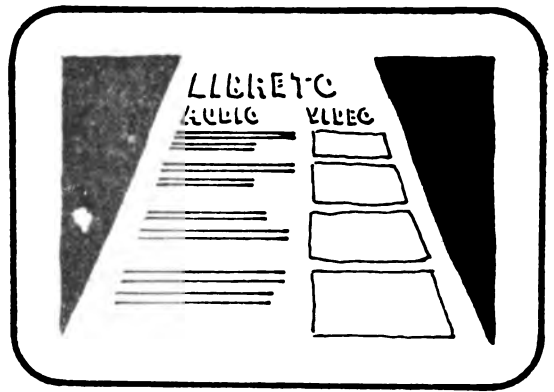


El libreto final sirvió para pulir las frases, las explicaciones y las imágenes. Igualmente, fue la guía necesaria para que pudieran ayudarnos las personas que hicieron la producción de dibujos, fotos y sonido.

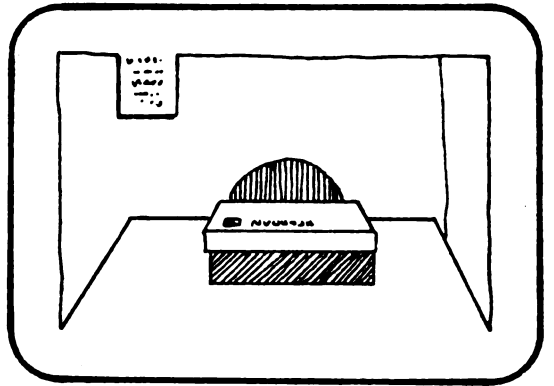
Nuestro trabajo concluyó, ahora se inicia el suyo. Muchas personas, libros y folletos podrían ilustrarlo más ampliamente sobre el tema de los sonovisos. Sin embargo, creemos que la mejor manera de aprender es hacer.

Por su compañía en esta experiencia.
MUCHAS GRACIAS.

73



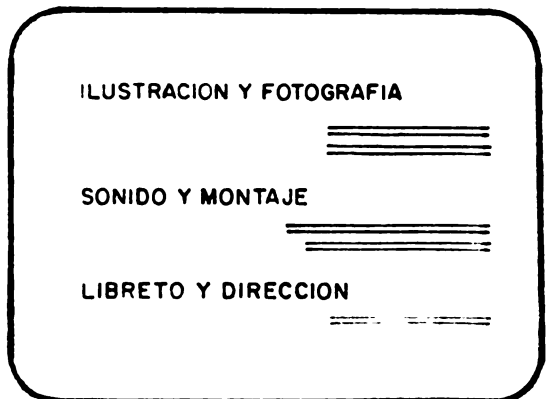
74

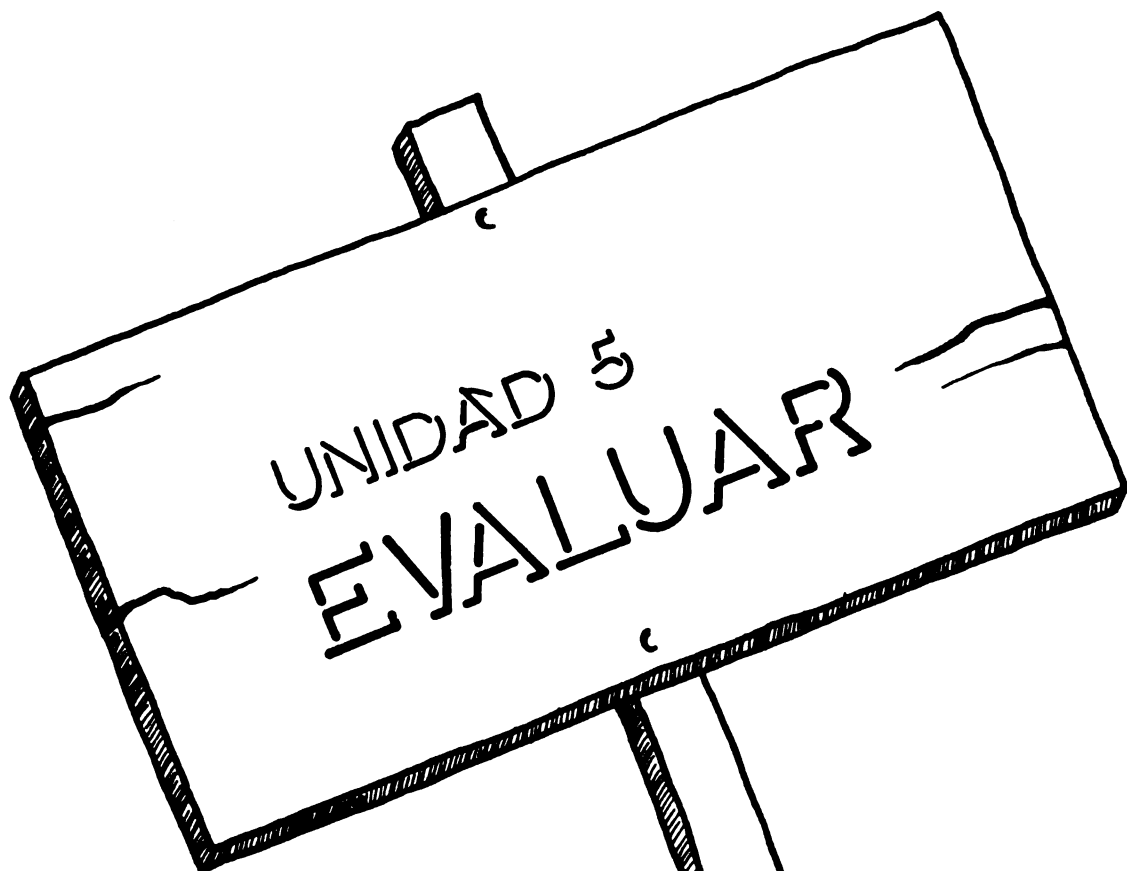


75



76





OBJETIVO:

El propósito de la unidad es que usted sea capaz de utilizar técnicas sencillas de evaluación que le permitan mejorar la calidad pedagógica de los audiovisuales que prepare.

ANTES DE COMENZAR

A continuación usted va a desarrollar un ejercicio muy importante. Se trata de lograr que usted escriba el libreto para un sonoviso, siguiendo los pasos metodológicos propuestos en esta unidad.

Para cumplir el objetivo, siga las indicaciones y llene los cuadros de las páginas siguientes en el mismo orden en que aparecen.

¡IDEA! Recuerde usted que tener una idea es el primer paso del proceso. Bueno, si ya tenemos una idea que es la siguiente: se trata de escribir un libreto sobre un tema que le será muy familiar y sobre el cual nadie sabe tanto como USTED. ¡El tema es su vida! En otras palabras, la idea es escribir una AUTOBIOGRAFIA, en versión especial para SONOVISO.

No se preocupe. No es necesario contarle todo. Cuente solo lo que DESEE CONTAR. Además, las reglas permiten que usted agregue cualquier dosis de IMAGINACION a su narración.

Tome su lápiz y adelante!

PLAN INICIAL

La definición de objetivos, la determinación de audiencia y el análisis de criterios para escoger el medio (sonoviso en este caso) son los tres componentes que debe incluir un Plan Inicial. Para el caso de su AUTOBIOGRAFIA, complete los siguientes enunciados:

1. "Consciente del justo derecho de la historia para incluir en sus páginas la vida y realiza-

ciones de grandes personajes, he decidido escribir esta autobiografía. Al hacerlo, mi principal objetivo es...".

2. "Si bien es cierto que a cualquier humano ha de servirle conocer de mis singulares andanzas, sin embargo quiero compartirlas a través de este sonoviso particularmente con ..."
3. "No de forma gratuita he seleccionado un sonoviso para contar mi vida. Este medio lo he escogido por las siguientes razones....."

DOCUMENTACION

Muy pocas veces se presenta un tema cuyo contenido ya conozca el libretista. Generalmente se hace necesario ir a las bibliotecas, consultar con los expertos, recoger información para documentar el tema. Nadie puede escribir de lo que no sabe y por eso es tan importante documentarse sobre el contenido.

USTED es afortunado. En este caso ya conoce el tema. Su propia experiencia lo ha documentado. Sin embargo, traze un plan de documentación para su autobiografía teniendo en cuenta puntos como los siguientes:

- * Qué personas podría consultar para documentarse mejor?
- * Qué lugares visitará para observar o recoger datos?
- * Existen documentos fotográficos sobre el tema? Están disponibles?

- * Existen documentos escritos relacionados con el caso? Partidas, registros, un diario personal?

ESCRIBA SU PLAN DE DOCUMENTACION

ESQUEMA DEL CONTENIDO

Después de concluir una cuidadosa documentación, el libretista se enfrenta a variados, diversos y abundantes datos. Qué hacer ahora? El paso que sigue tiene que ver con importantes tareas tales como:

- * Seleccionar la información más importante.
- * Agrupar los datos en torno a ideas, subtemas o puntos centrales.
- * Organizar una secuencia u orden para desarrollar las ideas.

Todo lo anterior no es otra cosa que elaborar un ESQUEMA DE CONTENIDO.

Así, por ejemplo, un esquema de contenido para mi propia autobiografía podría ser:

I. NACIMIENTO

la alegría familiar
primeras señales de precocidad

II. PRIMERA INFANCIA

el ambiente
los primeros pasos
las primeras palabras
juegos y fantasías
nuevos signos de precocidad

III. NIÑEZ

la escuela
el uso de razón
empieza la preocupación de mamá: mi precocidad ya no es vista con buenos ojos

IV. PUBERTAD Y JUVENTUD

el colegio
las fiestas
mis poemas a Juanita
mi precocidad crea confusión:
mis maestros no la aceptan
y mamá empieza a dudar

V. MAYORIA DE EDAD Y MADUREZ

en la Universidad
mi grado
el primer empleo
pensando en matrimonio
la desilusión de mamá y mi boda
ya no soy precoz, pero tengo dos hijos que si lo son!

A continuación, describa usted un esquema de contenido para su libreto. Puede organizarlo por etapas de su vida (niñez, juventud, etc.); por eventos importantes (nacimiento, escuela, boda, etc.); según los lugares donde ha vivido (campo, pueblos, ciudades, etc.); según los centímetros que ha crecido (cuando medía 50, cuando llegó a un metro, etc); o bajo cualquier orden que usted desee. PIENSE, ESCRIBA Y ADELANTE!

ESPECIFICACIONES

Este es un punto práctico en el proceso. Se trata de prever y analizar las actividades pendientes, los recursos disponibles, el tiempo, las limitaciones y facilidades.... Como ejercicio, haga y llene Usted un cuadro semejante al que aparece a continuación para el caso del libro sobre su autobiografía.

Tiempo Activ.	1a.	2a.	3a.	4a.	RECUR- SOS	RESPON- SABLE	LUGAR	OBSER- VACION
-Documen- tación					Album Famil. Consul.	J.Jiménez	Casa paterna	
-Elaboración libreto						J.Jiménez		
-Toma y Selección Fotogr.					Prés- tamo \$600	Carlos	Bogotá Ubaté	Duplicar fotos exist.
-Grabación					Cortesía ACPO	Locutor	Estud. Radio Sutat.	escoger música colom.
-Evaluación					Manual Eval.	J.Jiménez Rodríguez	Pend.	prepar. instru- mentos
-Revisión					Solic. prést. adicio.	J.Jiménez	Varios	Agilizar cambios

TRATAMIENTO

Hay diversas formas de decir las cosas. En la redacción de guiones o libretos esas formas se llaman tratamientos. El informativo, el directo o personal y el dramático son las principales clases de tratamientos. Según el caso, el libretista puede escoger uno de los estilos o combinar varios en su libreto.

Observe Usted la redacción de diversos tratamientos para los primeros parlamentos de mi biografía:

INFORMATIVO

Corría el año de 1944. En el mes de junio, la familia Jiménez comunicó alborozada el nacimiento de su séptimo hijo: un hermoso niño de expresivos ojos y tierna sonrisa.

PERSONAL - DIRECTO

Nada tan personal como mi propia historia. Sin embargo, quiero compartir con usted las imágenes de mi pasado, los pasos de mi presente y las expectativas de mi futuro. Venga usted conmigo. Acompáñeme. Demos juntos un vistazo a las páginas de mi vida.

DRAMATICO

Los ojos cerrados de la noche envolvían en sueños al pequeño pueblo. Sin embargo, un motivo especial mantenía en vigilia a la familia Jiménez. Los criados corrían, algunos vecinos llenaban la casa con el zumbido de sus cuchicheos. Don Lázaro paseaba nervioso el largo corredor una y otra vez. De pronto, un tierno llanto detuvo las voces y los pasos. Las miradas se cruzaron y todos los rostros se llenaron de sonrisa: había nacido Jorge, el séptimo hijo de Don Lázaro.

Observe usted la redacción de diversos tratamientos para los primeros parlamentos de mi biografía.

Trate usted de escribir los primeros parlamentos de su autobiografía. escoja el tratamiento que juzque más adecuado.

LIBRETO LITERARIO Y VISUAL

Preparación: el desarrollo del libreto significa comenzar a escribir y comenzar a pensar en las imágenes que van a ilustrar y complementar nuestra narración. Es aquí cuando el **ESQUEMA DE CONTENIDO** se constituye en una referencia indispensable y en una guía organizada de las ideas que debemos expresar.

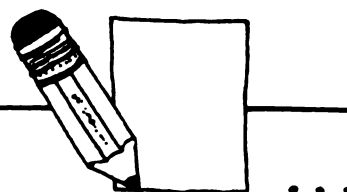
Una técnica aconsejable es la utilización de tarjetas individuales como las que aparecen en las páginas 64 y 65.

EMPECEMOS A TRABAJAR. Recorte usted 12 tarjetas. Tome el esquema de contenido que usted elaboró y empiece a escribir las primeras ideas de su autobiografía. Desarrolle lo que alcance en las 12 tarjetas.

Elaboración: revise y organice la secuencia de sus tarjetas. Mejorando la redacción y afinando detalles ahora puede pasar el libreto final. Observe el ejemplo siguiente:

AUDIO	VIDEO
CONTROL: Entra música y baja	
1. Los ojos cerrados de la noche envolvían en sueños al pequeño pueblo....	- Toma nocturna - panorámica del pueblo.
2. Sin embargo, un motivo especial mantenía en vigilia a la familia Jiménez.	- Toma exterior de una ventana iluminada de la casa de la familia.
3. Los criados corrían....	- Muchacha llevando balde y jarra de agua.
CONTROL: efecto pasos - agua	
4. Algunos vecinos llenaban la casa con el zumbido de sus cucicheos....	- Señoras conversando sentadas en un escaño (plano medio).
CONTROL: efecto voces	
5. Don Lázaro paseaba nervioso el largo corredor, una y otra vez	- Don Lázaro, de espaldas, con las manos atrás, paseando por el corredor.
CONTROL: efecto pasos, sube música y baja	
6. De pronto....	
CONTROL: efecto llanto niño	
....un tierno llanto detuvo las voces y los pasos.	- Cara de señora que se lleva la mano a la boca, sorprendida.
7. Las miradas se cruzaron y todos los rostros se llenaron de sonrisas:	- Un amigo abraza a Don Lázaro sonriente.
8. Había nacido Jorge, el séptimo hijo de Don Lázaro.	- Rostro de bebé, recién nacido.

A continuación, escriba por lo menos una parte de su libreto final.



EVALUACION Y REVISION DEL SONOVISO

A qué se debe que un educador como usted se interese en elaborar sonovisos? Si usted responde esta pregunta, es muy probable que manifieste su convicción de que los sonovisos son ayudas valiosas para enseñar, es decir, que le facilitan al educador el logro de propósitos educativos.

La respuesta es cierta pero no totalmente. Es verdad que los sonovisos pueden ser un medio útil en la educación, pero no es verdad que *todos* los sonovisos, por el hecho de ser sonovisos, logren los propósitos para los cuales fueron elaborados.

La reflexión anterior sirve para llamarnos la atención acerca de la importancia y utilidad de evaluar los materiales educativos y en particular los sonovisos.

Así pues, no basta con aprender a elaborar sonovisos. Es indispensable también conocer la forma o métodos de averiguar si el sonoviso es eficaz y en qué medida.

Las explicaciones e ideas que siguen a continuación se refieren a formas o métodos sencillos de evaluar los sonovisos. Se desea que usted aplique esos procedimientos evaluativos a fin de que los sonovisos que usted prepare o utilice cumplan realmente los propósitos que usted les asigne.

PARA QUE SIRVE LA EVALUACION

Las preguntas que aparecen en el cuadro son unos pocos ejemplos de las muchas que un educador como usted se hace frecuentemente. El educador se hace esas preguntas y tiene que respondérselas de alguna forma para tomar decisiones que su trabajo le exigen. Por ejemplo, de la respuesta que usted de a una pregunta como la primera de la lista del cuadro dependerá que usted decida seguir usando el mismo lenguaje o que trate de buscar la forma de ser más sencillo. En el caso de la segunda pregunta de esa lista, la respuesta correspondiente llevará al educador a escoger un tema para el curso de extensión. Examine usted las otras preguntas y trate de encontrar posibles respuestas. Observe cómo las respuestas afectarán las posibles decisiones en cada caso.

Cuando un educador se responde preguntas como las indicadas u otras similares está haciendo un juicio sobre el cual tomará luego una decisión. Ese juicio es una evaluación. Es sencillo notar que el juicio depende de la información y de los conocimientos que el educador tenga a su alcance para responder la pregunta. Tomemos como ejemplo la pregunta número tres. En ese caso, puede ocurrir que escojamos a don Pedro y a don Pablo porque esas personas fueron recomendadas por alguien que parece conocer a la comunidad. Puede ocurrir también que escojamos a don Jesús y a doña Rita porque, después de un tiempo, hemos observado que son personas con influencia y mucho espíritu de servicio. De todas formas, la selección de esos líderes natos dependerá de la información que logremos conseguir sobre esas personas y del juicio que, con o sin base en esa informa

ción, hagamos nosotros acerca de sus cualidades de liderazgo.

La evaluación es entonces un juicio sobre algo. Lo que hacen las técnicas de la evaluación es ayudarnos a conseguir la información más conveniente para que nuestro juicio sea, en lo posible, lo más ajustado a la realidad. En consecuencia, podemos decir que la evaluación le sirve al educador para:

- * Responder preguntas relativas a su trabajo.
- * Ayudarle a recoger información para hacer juicios.
- * Ayudarle a tomar decisiones sobre su trabajo.

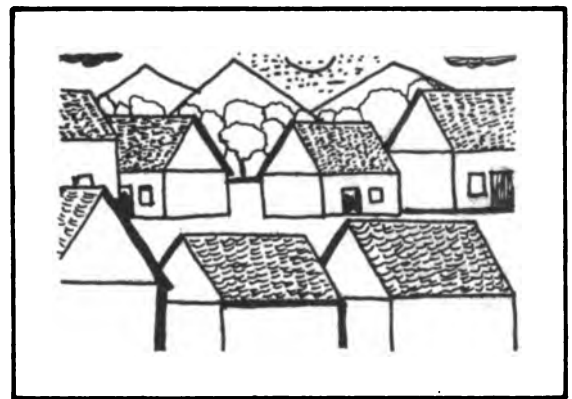
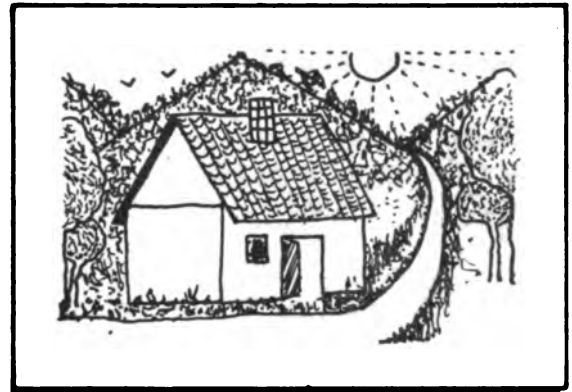
UN ENFOQUE POSITIVO DE LA EVALUACION

Cuando se piensa en la evaluación como un examen final en el cual se califica todo nuestro trabajo de elaboración del sonoviso, es probable que veamos la evaluación como algo antipático y desagradable. Ese es un enfoque negativo de la evaluación que no ofrece ni ayuda ni estímulo al trabajo educativo.

La evaluación tiene un enfoque positivo. No consiste en un examen para calificar nuestras capacidades sino en un elemento o herramienta de trabajo a nuestra disposición para lograr que nuestros mensajes sean más efectivos. En ese sentido, la evaluación es un método que nos ayuda a evitar equivocaciones y a descubrir aciertos. Esta forma de ver la evaluación es positiva y estimulante.

LA EVALUACION DEPENDE DEL OBJETIVO

- * Cuál de los siguientes dibujos cree usted que es mejor?



- * Cuál de estos dibujos es mejor para mostrar una casa de campo?
- * Cuál de estos dibujos es mejor para mostrar una casa de pueblo?

Si usted respondió las preguntas anteriores, se habrá dado cuenta de que la evaluación de esos dibujos depende del objetivo que se espera de ellos. En el primer caso, la pregunta es tan general que, o no se puede responder, o da lugar a respuestas diferentes y opuestas. Alguien puede decir que es mejor

la figura de arriba y otra persona puede decir que es mejor la de abajo. La segunda pregunta nos lleva a elegir la figura de arriba pues ese dibujo es el que realmente muestra una casa de campo. La tercera pregunta, en cambio, nos lleva a escoger la figura de abajo por ser la que muestra una casa de pueblo.

En cada uno de los tres ejemplos, hemos hecho un ejercicio de evaluación. Es fácil ver que en el primer caso fue vaga y contradictoria. Pero en el segundo y en el tercero la evaluación fue más precisa gracias a que podíamos evaluar las figuras en relación con un objetivo definido.

En el caso de un material educativo también es el objetivo el que nos permite evaluar ese material. Si no hay claridad en el objetivo que se espera obtener con el sonoviso, no es posible que exista una evaluación adecuada. Así pues, el primer paso de la evaluación de un sonoviso es tener claridad acerca del objetivo del mismo.

LA EVALUACION DEPENDE DEL NIVEL DE ACCION PEDAGOGICA DEL SONOVISO

Imaginemos que hay tres instructores interesados en enseñar técnicas de fumigación agrícola. El primero desea que sus demostraciones y explicaciones a los alumnos sobre las técnicas de fumigación estén complementadas por un sonoviso en el cual se amplíe la información sobre pesticidas y fungicidas. El segundo instructor desea que, además de sus explicaciones y demostraciones, exista un sonoviso que resuma y presenta todas las cosas que él enseña. El tercer instructor es un convencido de las ventajas de los medios audiovisuales y piensa que median-

te un sonoviso pueden hacerse todas las explicaciones y demostraciones del curso sin necesidad de que él las repita o complemente personalmente.

Cada uno de los tres instructores dice que el objetivo de su sonoviso es: "facilitar el aprendizaje de las técnicas de fumigación agrícola". Cree usted que, siendo el mismo objetivo, la evaluación deba ser igual en los tres casos?

Realmente no. El objetivo aparentemente es el mismo pero en el primer caso el nivel de acción pedagógica del sonoviso es el de medio AUXILIAR. En el segundo caso el nivel de acción pedagógica del sonoviso es el de medio REPETIDOR y en el tercero el nivel de acción pedagógica del sonoviso es el de medio AUTONOMO. En consecuencia, y para efectos de una evaluación, cada uno de los tres objetivos deberá precisar el nivel de acción pedagógica que le corresponde al sonoviso, a fin de poder juzgar si cada sonoviso cumple o no su objetivo. Una descripción más exacta de cada uno de estos objetivos sería entonces la siguiente.

Primer caso: El sonoviso tiene el propósito de ampliar la información acerca de los pesticidas y fungicidas que se utilizan en labores de fumigación agrícola.

Segundo caso: El sonoviso tiene el propósito de presentar una síntesis del curso sobre técnicas de fumigación agrícola.

Tercer caso: El sonoviso tiene el propósito de presentar y enseñar las técnicas de fumigación agrícola.

Es sencillo ver que al evaluar un mismo sonoviso sobre técnicas de fumigación agrícola nuestro juicio dependerá mucho de su nivel de acción pedagógica. Opina usted lo mismo?

ASPECTOS PARA EVALUAR EN UN SONOVISO

"Cómo les pareció el almuerzo?". Esta es una pregunta que con frecuencia hacen las madres a su esposo y a sus hijos. Con esta pregunta las madres están solicitando ni más ni menos que una evaluación!

Vamos a suponer que el esposo responde que el almuerzo estaba exquisito. El hijo mayor dice en cambio que está regular. Y los hijos menores no dicen nada pero insisten en que solo les den postre.

La información que la madre obtiene de esa forma acerca del almuerzo es muy general y no le es útil para mejorar su producto. Ella se queda sin saber muchas cosas como las siguientes:

- * El padre juzga que el almuerzo es exquisito porque la sopa de ese día es la de su predilección.
- * El hijo mayor, a pesar de que todo lo que le sirvieron le gustó, dice que el almuerzo es regular porque él deseaba un almuerzo más abundante.
- * Los niños menores muestran a las claras que les encanta el dulce.

El ejemplo anterior tiene la intención de mostrarnos la conveniencia de diferenciar las preguntas de la evaluación a fin de que podamos recoger información particular sobre distintos aspectos del tema. La madre del ejemplo hubiera tenido más éxito en su evaluación si en

vez de la pregunta general formula, por ejemplo, varias otras relacionadas con la temperatura, el sabor y la cantidad de cada uno de los platos servidos.

Al evaluar un sonoviso también podemos obtener información más útil para mejorar el producto si las preguntas van dirigidas a aspectos específicos del material, por ejemplo:

- Preguntas dirigidas a establecer si el sonoviso cumple su objetivo.
- Preguntas dirigidas a conocer si la información que da el sonoviso es insuficiente, excesiva o suficiente.
- Preguntas dirigidas a conocer si las ideas presentadas se desarrollan en una secuencia apropiada.
- Preguntas orientadas a conocer si el lenguaje del material es adecuado para la audiencia.
- Preguntas orientadas a calificar la claridad y conveniencia de las fotografías, los dibujos y demás elementos visuales.
- Preguntas orientadas a calificar la calidad del sonido, la voz del locutor, los efectos y la musicalización.

CUANDO Y COMO EVALUAR UN SONOVISO

Existen formas muy rigurosas de evaluación mediante las cuales hay gran exactitud en la información que puede obtener el evaluador. Esas técnicas demandan tiempo, recursos y conocimientos con los cuales infortunadamente es muy probable que no contemos en todos los casos. Así pues, las indicaciones que siguen se refieren a métodos sencillos y de fácil aplicación

con los cuales la información es menos exacta, pero utilizable para el propósito de mejorar y hacer más eficaces los sonovisos.

Las evaluaciones que vamos a mencionar son tres:

- * Evaluación del libreto.
- * Evaluación del prototipo o muestra del sonoviso.
- * Evaluación del material final (evaluación de campo).

Es de esperar que cada una de esas evaluaciones le ayuden a usted para ir mejorando la calidad pedagógica del sonoviso en el proceso de su elaboración. Tenga en cuenta que si usted evalúa el sonoviso cuando produce el libreto, cuando logra una muestra o prototipo y cuando obtiene el material final, su evaluación será más completa que cuando solo evalúe el material en uno o dos de esos momentos.

EVALUACION DEL LIBRETO

Durante el proceso de elaborar el sonoviso, la primera ocasión de evaluarlo es en el momento en que se tiene listo el libreto. Cuando ya está escrita la narración y se tienen descritas o bocetadas las ilustraciones es posible hacer un primer examen del trabajo.

La primera forma de hacerlo es con alguien que muy probablemente le ayudará: usted mismo. En efecto, revise usted su propio trabajo poniendo en consideración aspectos como los mencionados en las páginas 15 y 16 u otros que sean de su interés.

Una segunda forma de hacerlo es solicitando las apreciaciones de colegas o de expertos que conozcan el tema. En este caso, lo conveniente es que usted defina los aspectos sobre los cuales desea información para mejorar su libreto y que las personas a quienes consulta tengan una idea clara sobre el objetivo del material y las personas para quienes se está preparando. Uno de los instrumentos más indicados para hacerlo es un cuestionario. Como ejemplo, vea el siguiente:

1. Qué tan conveniente considera usted el uso de un sonoviso para presentar el tema?	
Muy Conveniente	<input type="checkbox"/>
Conveniente	<input type="checkbox"/>
Poco Conveniente	<input type="checkbox"/>
Nada Conveniente	<input type="checkbox"/>
Por qué?	
2. En qué medida considera usted que el libreto es adecuado para lograr el objetivo?	
Adecuado	<input type="checkbox"/>
Medianamente	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Por qué?	
3. Cree usted que la narración es apropiada para la audiencia?	
Apropiada	<input type="checkbox"/>
Medianamente	<input type="checkbox"/>
Poco	<input type="checkbox"/>
Si tiene algún comentario al respecto, escríbalo por favor	

4. Cree usted que las ilustraciones previstas son apropiadas para presentar el tema?

El ejemplo anterior es solamente ilustrativo. No quiere decir que esas sean las preguntas que en todos los casos deban hacerse, ni que esa sea la única manera de formularlas. Cuando usted evalúe sus propios libretos deberá saber sobre qué aspectos desea información. También será conveniente que aprenda o repase la forma de elaborar preguntas y cuestionarios.

EVALUACION DE UNA MUESTRA O PROTOTIPO DE MATERIAL

Una segunda evaluación para el sonoviso puede hacerse sobre una muestra o prototipo del material. Esta muestra puede consistir del conjunto o de la mayor parte de las fotografías, y de la narración así sea provisional.

Se entiende que una muestra no es todavía el producto o material final. En consecuencia basta tener la serie de fotografías aunque no se tenga grabado el sonido. La locución puede hacerla alguien leyendo directamente la narración del libreto.

Esta segunda evaluación puede hacerse de dos maneras:

- Una forma es presentar el prototipo o muestra a un grupo de colegas o expertos preguntándoles luego acerca de los puntos que sean de interés para el evaluador. El instrumento puede ser un cuestionario similar al propuesto en las páginas y

o puede ser una entrevista en la cual se formulen personalmente las preguntas y se tomen notas de las respuestas. Vale anotar que las preguntas que usted elija deberán tratar sobre los aspectos que sean de su mayor interés. Si lo desea, revise la lista de posibles aspectos que pueden evaluarse en un sonoviso.

- Otra forma de evaluar el prototipo es presentándolo a un grupo de personas de la audiencia. Aspectos como comprensión y logro del objetivo serían los más importantes de evaluar en este caso.

Para esta segunda forma de evaluación del prototipo es importante que usted determine antes de presentar el material qué tanto saben las personas acerca del tema que desarrolla el sonoviso. Esta información es importante para poder saber qué tanto mejoran esas personas sus conocimientos acerca del tema, por efecto del material que usted les presenta.

Al no hacer esa prueba previa se corre el riesgo de equivocarnos en la evaluación, creyendo que todos los conocimientos de las personas después de ver el sonoviso se deben a ese material.

La prueba de conocimientos hecha antes de la presentación del sonoviso se conoce como *Pre-test* y la prueba de evaluación que se hace después de ver el sonoviso se conoce como *Post-test*. Vale la pena que usted aprenda o repase las técnicas referentes a la elaboración y aplicación de esas pruebas.

EVALUACION DE CAMPO

Una tercera evaluación del sonoviso es la que puede hacerse cuando el sonoviso ya está listo. En ese momento, el sonido y la narración ya están grabados y todo el material de diapositivas se encuentra organizado y listo.

Esta evaluación se hace con grupos de personas a las cuales está destinado el sonoviso. Tiene características similares a las que mencionamos antes al referirnos a la evaluación del prototipo y puede hacerse en la misma forma. Esta evaluación de productos ya terminados se conoce como evaluación sumativa o final. Su propósito es indicar cómo funciona el material elaborado. Gracias a la evaluación final pueden conocerse las virtudes y los defectos del material.

Cada evaluación tiene el propósito de ayudarnos a revisar y rehacer el sonoviso para mejorarlo. Esas revisiones son fáciles de hacer cuando solo se tiene el libreto. Son más difíciles cuando está listo el prototipo. Y lo son aún más cuando todo el trabajo está concluido. Sin embargo, es de esperarse que, gracias a la evaluación del libreto y a la evaluación del prototipo, sean menores las fallas del producto o material final. Pero también es cierto que si la evaluación final nos indica fallas graves en el sonoviso, tendremos que aceptarlas, reconociendo que el aprendizaje no solo se logra con aciertos sino también con equivocaciones.

Debe reconocerse que en la vida práctica no es fácil aplicar las tres evaluaciones a cada sonoviso que se produzca. No obstante, eso es lo recomendable.

Finalmente tengamos en cuenta que la validez de la información que se recoja dependerá del rigor y de la metodología de la evaluación. Algunas veces, es importante realizar los esfuerzos que demande la evaluación rigurosa y sistemática. Tal es el caso, por ejemplo, de aquellos sonovisos que vayan a ser difundidos ampliamente y que requieran gran número de copias.

Como autor de este artículo, tengo interés en evaluarlo. Por lo tanto, lo invito a usted a que responda en la columna que dice *Post-test* las mismas preguntas que respondió antes de iniciar la lectura.
GRACIAS.



OBJETIVO:

La unidad presenta una serie de recomendaciones prácticas a fin de que el audiovisual sea utilizado en condiciones apropiadas para su aprovechamiento.

RECOMENDACIONES PARA LA UTILIZACION DEL SONOVISO

Tan importante como la preparación y la producción del sonoviso es el momento de su utilización. La situación y las circunstancias en que se exhibe el sonoviso también influyen en la eficacia del material. Las siguientes recomendaciones se orientan a prevenir descuidos y a lograr las mejores condiciones para la presentación del sonoviso.

1. Asegúrese de que el lugar de presentación del sonoviso reúna estas condiciones:
 - Suficiente espacio.
 - Posibilidad de obscurecer el lugar.
 - Sitio y forma de asegurar el telón.
 - Corriente eléctrica adecuada.
 - Mobiliario para la instalación de los asistentes y del equipo.
2. Haga un ensayo preliminar de la presentación en el sitio. Esta experiencia le permitirá examinar las condiciones del lugar y de los materiales y equipos. Esta precaución le evita, por ejemplo, riesgos como fotos al revés en la proyección.
3. Antes de la presentación del sonoviso a la audiencia, explique brevemente cuál es el objetivo del material, llame la atención sobre las ideas de mayor interés y explique los términos de carácter técnico o especiales que se usen en el sonoviso y que no sean familiares para la audiencia.
4. En ocasiones, los sonovisos requieren actividades preparatorias de la audiencia para una correcta asimilación del tema. Es probable por ejemplo, que un sonoviso sobre empresas comunitarias requiera que las personas hayan visitado antes una industria o un almacén cooperativo de la comunidad. Por lo tanto, cuando sea del caso, tenga en cuenta las actividades preparatorias.
5. Organice actividades de participación durante la presentación del sonoviso. Para el efecto, incluya en el libreto preguntas que hagan pensar a la gente. En ocasiones, puede ser oportuno suspender la proyección para que la gente pregunte, comente o discuta acerca del tema.
6. Al finalizar la proyección invite a la audiencia a reflexionar e intercambiar ideas sobre el tema. Esta es la mejor ocasión para responder preguntas y para detectar el grado de comprensión del mensaje del sonoviso.
7. La proyección del sonoviso puede repetirse cuando la audiencia o el educador lo consideren conveniente. En ocasiones las cosas se entienden mejor y se graban más cuando se miran y se escuchan dos veces.
8. No limite la información sobre el tema a lo que dice el sonoviso. Presente a la audiencia otras fuentes de información disponibles, en las cuáles pueden obtener mayor conocimiento sobre el tema.

9. Cuando sea otra la persona encargada de presentar un sonoviso, elabore una *guía* escrita de manejo del material, en la cual se prescriban recomendaciones sobre los puntos que hemos mencionado.