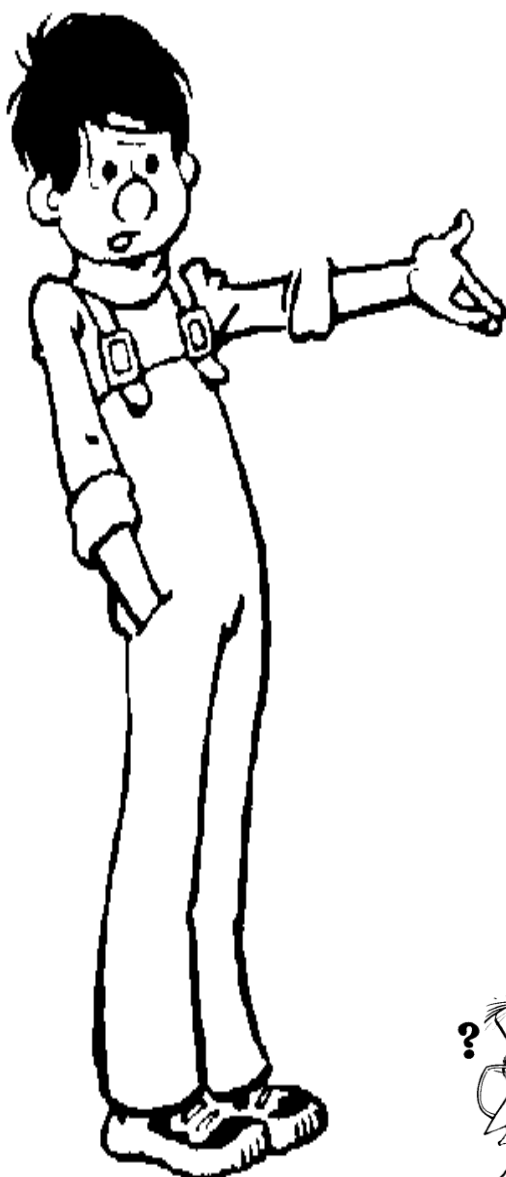




## CUESTIONES BÁSICAS QUE DEBEMOS FORMULARNOS PARA PLANEAR UNA COMUNICACIÓN

Para evitar hacer cosas incoherentes y descoordinadas, para evitar pérdidas de tiempo y, sobre todo, para comunicar (de tal manera que el mensaje sea transmitido y recibido), debemos formularnos algunas cuestiones básicas y darles respuestas adecuadas...

Estas preguntas hay que formularlas, cualquiera que sea el medio utilizado:



Qué voy a comunicar



A quién voy a comunicar



Cómo lo voy a comunicar



Para qué voy a comunicar

### **Tema o Mensaje a Transmitir:**

para ello hay que tener en cuenta el interés, necesidades y problemas del público, y lo que se propone la persona o institución que transmite el mensaje.

### **Cuál es el Público Destinatario:**

informarse sobre edad, sexo, procedencia, condición social, situación económica media, profesión u ocupación de la mayoría, nivel cultural medio, aficiones, mentalidad, religión, costumbres, modos de vida, otros.

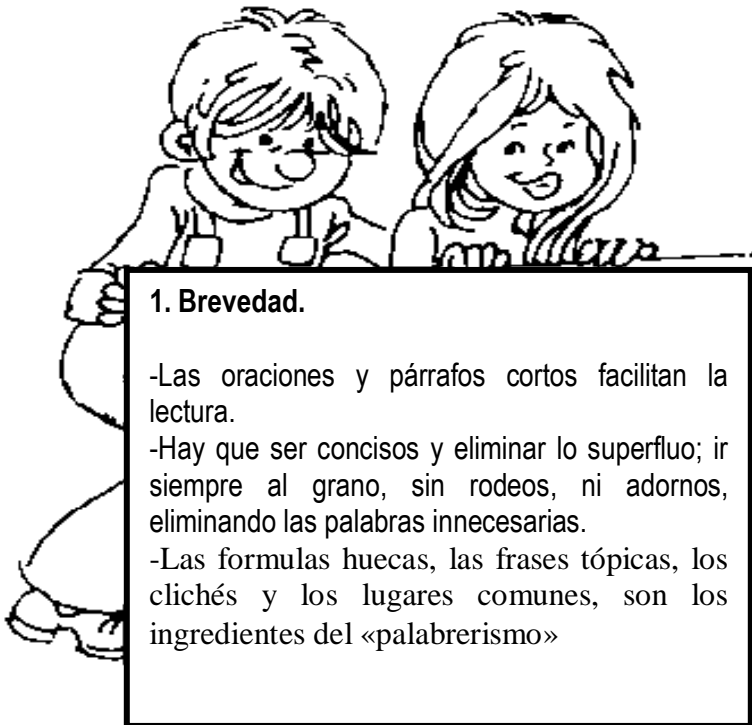
### **Seleccionar los Medios y los Procedimientos:**

oral con apoyo de la pizarra, retroproyector... cartel, panfleto, folleto, montaje audiovisual, video, cine...otros.

### **Determinar los Objetivos:**

es decir, cuáles son los propósitos (informar, anunciar, sensibilizar, sugerir, motivar, promover, enseñar, persuadir, convencer...otros.

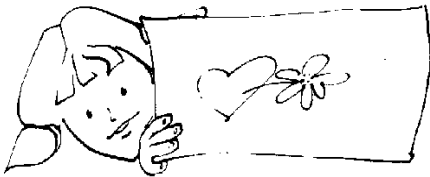
## EL LENGUAJE Y ESTILO PARA LA COMUNICACIÓN CON LOS SECTORES POPULARES



### 2. Claridad y simplicidad.



- Evitar el uso de una terminología especializada.
- Exponer una o dos ideas por frase.
- No usar palabras rebuscadas.
- Utilizar lo menos posible adjetivos y adverbios.
- Preferir las palabras que tienen sentido concreto.



### 3. Sentido de lo Práctico.

Además de ser breve, simple y claro, el lenguaje para comunicar mensajes debe enseñar, promover, etc., debe tener sentido de lo práctico.

Para ello es recomendable:

- Transformar los sustantivos abstractos en verbos.
- Preferir el verbo transitivo al intransitivo.
- La frase directa a la circunlocución.
- Lo corto a lo largo.



### 4. Reflexión Personal

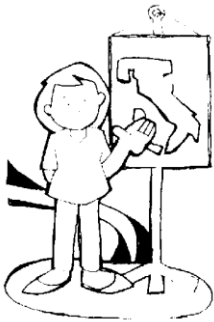
Cuando en un escrito existen reflexiones personales, los lectores sentirán que es una persona que escribe para otras personas, y esto permite una comunicación más profunda y eficaz.



## EL USO DEL COLOR

Todo lo referente al uso del color, tiene aplicación en la mayoría de las técnicas de ayuda para la comunicación. Aquí presentamos los elementos básicos sobre el empleo del color, teniendo en cuenta que a los colores se les atribuye una significación, que varía según las culturas, pero que tiene efecto sobre la psique en forma individual.

Colores Activos	
Colores Básicos o Primarios	Colores Secundarios
Amarillo Rojo Azul	Verde = amarillo + azul Naranja = amarillo + rojo Violeta = azul + rojo



Hay que distinguir también entre:

**Colores Complementarios:** son los colores opuestos en el círculo cromático. Ejemplo: amarillo y violeta.

**Colores Análogos:** son colores vecino. Ejemplo verde, verde amarillo, verde azul.

## Colores Neutros

Se obtienen  
de la  
Adición

primario + secundario  
secundario + secundario

Se llega hasta 72  
colores francos.

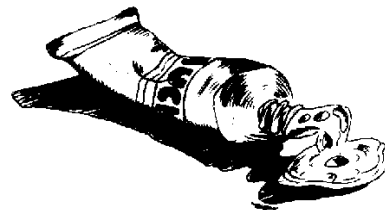
## Visibilidad de los Colores

Sobre negro	Sobre blanco	Sobre amarillo	Sobre rojo	Sobre azul y verde
Blanco Amarillo Rojo	Negro Verde Rojo Azul	Negro Rojo	Negro Blanco Verde	Blanco Amarillo
El anaranjado permite todas las combinaciones				

## ORDEN EN QUE SE RESALTAN LOS COLORES

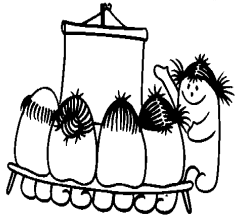


1. Negro sobre Blanco
2. Negro sobre Amarillo
3. Rojo sobre Blanco
4. Verde sobre Blanco
5. Blanco sobre Rojo
6. Amarillo sobre Negro
7. Blanco sobre Azul
8. Blanco sobre Verde
9. Rojo sobre Amarillo
10. Azul sobre Blanco
11. Blanco sobre Negro
12. Verde sobre Rojo



## LAS MEJORES COMBINACIONES

- a. Rojo sobre Azul claro.
- b. Rojo sobre Gris.
- c. Rojo sobre Amarillo – Verdoso.
- d. Rojo sobre Amarillo – Anaranjado.



## LA ESTÉTICA PSICOLÓGICA DEL COLOR

(Importante a tener en cuenta para usar el color en función del mensaje)

Hay Colores

**Fríos**

- Verde
- Azul
- Violeta y sus gamas

*Deprimen (tienen la cualidad entrante)*

**Calientes**

- Amarillo
- Rojo
- Naranja y sus gamas

*Exaltan (tienen la cualidad saliente)*

## CONNOTACIONES

**Rojo:** entusiasmo, dinamismo, pasión, violencia, peligro, acción, dominio, atrevimiento.

**Amarillo:** vitalidad, tenacidad, antídoto contra la tristeza; símbolo de las acciones atrevidas.

**Anaranjado:** poder estimulante, entusiasmo, interés por las cosas, ánimo para los tristes y decaídos.

**Verde:** apaciguamiento, reposo, tranquilidad; color de la esperanza, la frescura, la melancolía, recuerda la primavera y la naturaleza.

**Violeta:** sueños, utopías, se asocia también con el luto, penitencia, silencio, misterio y muerte.

**Añil:** destinado a establecer un equilibrio de los demás colores.

**Azul (con tonos claros):** calma, limpieza, pulcritud, frescura, elegante y serio pero jovial.

**Blanco:** símbolo de la inocencia, la pureza, la paz.

**Negro:** duelo, tristeza, luto.

Cada color tiene un impacto visual y esto hay que tenerlo en cuenta a la hora de utilizarlos; ya que el empleo de uno u otro producirá un impacto diferente sobre el espectador.

Cabe advertir que esta significación de los colores varía en cada cultura específica. No existen universales de los colores. Entre nosotros las connotaciones son las siguientes:



## PRINCIPIOS A RESPETAR EN EL EMPLEO DEL COLOR

- Evitar la igualdad de superficies y valores: no utilizar en una misma superficie, superficies iguales de colores diferentes.
- Jugar con las opciones: claro, oscuro...
- Limitar el número de colores utilizados: la excesiva variedad de colores crea confusión.
- Utilizar el blanco y el gris para matizar los efectos de los colores, el negro (por oposición) para exaltar los tonos y dar más brillantez.
- Los fondos blancos dan amplitud y aireación.
- El fondo negro pone de relieve los colores de apoyo, exalta los tonos y proporciona brillantez y profundidad.

## AYUDAS VISUALES QUE COMPLEMENTAN LA PALABRA

Cada vez que se profundiza o se acentúa en una determinada temática, el uso de la palabra para transmitir un mensaje, necesita cada vez más el apoyo de los medios o ayudas visuales. No basta con tener un mensaje que transmitir, es necesario que el mensaje sea recibido de manera efectiva, y si la forma es agradable, tanto mejor.

Existen una serie de ayudas visuales que sirven como complemento o apoyatura de la palabra; he aquí algunos de los medios que permiten que no sólo se utilice el oído, sino, también los demás sentidos.

Cualquiera de estas ayudas, utilizadas en cualquier programación educativa y social, cumple una función de apoyo dentro de un proceso. Ninguna puede suplir al animador del grupo, al maestro, al trabajador social, ni la dinámica del trabajo grupal. Pero todas las ayudas pueden servir y posibilitar una mejor dinámica y un mayor aprovechamiento, puesto que ellas permiten:



- ❖ Resaltar los puntos más importantes de una exposición.
- ❖ Expresar ideas en forma concreta y objetiva.
- ❖ Concentrar la atención de los oyentes más distraídos.
- ❖ Atraer, mantener e incrementar la atención.
- ❖ Dar más dinamismo a la presentación; facilitan el cambio de ritmo y una cierta relajación del auditorio.
- ❖ Aportar claridad y comprensión en las comparaciones de cifras y estadísticas.
- ❖ Estimular el interés y, en general, incrementar el compromiso personal en el aprendizaje.
- ❖ Contribuir a mantener la atención cuando se presenta un razonamiento largo y complejo que precisa de una presentación amplia para alcanzar una conclusión.
- ❖ Dar énfasis visual a los conceptos principales o puntos más salientes.
- ❖ Añadir dinamismo a la presentación.

Sin embargo, también tienen sus limitaciones; he aquí algunas de ellas:

- Exigen un mayor esfuerzo para producirlos y utilizarlos.
- Requieren de un tiempo relativamente mayor en su empleo, comparado con la sola utilización de los recursos orales y escritos.
- Presentan algunas dificultades para personalizar la comunicación y el mensaje.



**Entre estas ayudas visuales tenemos...**

## I. EL CUENTO DELANTAL (FRANELÓGRAFO)



Es un instrumento audiovisual que ayuda a la exposición de un tema determinado, dirigido al auditorio infantil, empleando como estrategia el cuento. Se basa en la propiedad de adhesión de la franela y el fieltro.

Consiste en un delantal realizado en fieltro preferiblemente de color blanco, con bolsillos en la parte inferior donde se colocan las figuras que intervendrán en el cuento las cuales pueden ser realizadas en fieltro, cartón, recortados de revistas, otros; para que se adhieran se les coloca lija o cierre mágico, y los personajes deben tener tamaño estándar para la fácil visualización del auditorio

El delantal se recomienda sea de fácil manejo para el cuenta cuento de allí que el tamaño dependerá del cuentista, sin embargo este no debe ser menor de 50x70 cm<sup>2</sup> para grupos de hasta 70 personas, para un auditorio entre 70 y 150 personas se utiliza uno de 80 x 1'20 cm<sup>2</sup>, de manera que sirva para cualquier persona que realice la actividad.

Su utilización depende de la presentación del cuento y la intervención de sus personajes la ambientación de la escena puede variar dado que se cuenta con ambas caras del delantal. Es más atractivo y tiene más gancho que la pizarra, pues permite montar o desmontar un mensaje visual, aunque no permite escribir palabras sobre la marcha en el mismo.

### I.1 ¿PARA QUÉ SIRVE?

- Presentar figuras, dibujos, esquemas, gráficos, entre otros; bien hechos, tanto en la forma como el color.
- Describir en forma progresiva un fenómeno o una operación: dar idea de movimiento (desplazando una figura en relación a un elemento fijo) o dar idea de construcción (haciendo algo parte por parte).
- Ganar tiempo en la presentación del tema, porque las figuras, gráficos, esquemas... ya están hechos; por otra parte, se pueden emplear repetidamente las mismas figuras y gráficos.
- Dar formas concretas a conceptos abstractos.
- Presentar datos estadísticos, especialmente porcentajes, proporciones y comparaciones.
- Sirve también para improvisar supletoriamente una pizarra o para ser utilizado como tablero de anuncios.



## I.2 ¿CÓMO UTILIZARLO?

Consiste en convertir en imágenes específicas aquellas ideas que el guión expresa con palabras. Para ello hay que plantearse algunas cuestiones previas:

- ▶ Qué se pretende presentar
- ▶ Cuál será la secuencia de la presentación (descomponer las sucesivas etapas)
- ▶ Qué figuras y qué símbolos utilizar que sean adaptables al tema y al auditorio.

Luego se procede a la realización – confección de las figuras, recortarlas y pegarlas; estas figuras pueden ser de cartón, papel fuerte o tela encerada. En la producción de las imágenes hay que tener en cuenta:

- ✓ La simplicidad: esquemáticas y correspondientes al código visual del auditorio.
- ✓ Dimensiones: que puedan verse desde la última fila del auditorio.
- ✓ Proporción: proporcionales entre sí.
- ✓ Color: aprovechar las afinidades y contrastes, combinar colores, evitar usar el color de la tela del franelógrafo, color aproximado a la realidad que presenta.
- ✓ Objetividad y realismo: parecido con la realidad, evitar la abstracción o figuración.
- ✓ Identidad: guardar relaciones de identidad con el público.
- ✓ Letras: grandes, rectas, claras, de trazo ancho; no juntas, dejar suficiente espacio entre líneas, preferir letras romanas.

## II. LÍNEA DE TIEMPO

Técnica utilizada para relacionar la secuencia de hechos históricos, consiste en la utilización de papel bond cortado a la mitad horizontalmente, luego se unen ambas tiras, las cuales serán dobladas de manera secuencial para presentar el trabajo realizado, éste se recomienda sea para actividades cooperativas. Se pueden emplear ilustraciones, texto o ambas combinadas de manera que la información sea de fácil entendimiento para los observadores.

El material es variado por lo que puede tener recortes, poseer dibujos en colores de cera, marcadores, otros, el esquema debe contar con una presentación y un cierre de la información en el que se puede dejar observaciones, sugerencias, experiencias, deseos, otros, con respecto al tema.



### III. EL PANFLETO

El panfleto es una forma de comunicación que, por ser simple y poco costosa, es ampliamente utilizada. Sin embargo, la mayoría de la gente que se vale de él, cree que para hacerlo sólo basta con escribir algunas cuartillas.

Si un panfleto no provoca el efecto deseado, o al menos no produce un impacto en una determinada dirección, carece de valor real.

Un panfleto es un panfleto, no un tratado de política o de promoción social, tampoco es un informe científico o técnico destinado a quienes puedan comprender un lenguaje de iniciados; es un texto destinado a un público relativamente amplio y debe ser escrito para que ese público lo pueda leer.

#### III. 1 ¿Para qué sirve?

- Informar
- Promover
- Enseñar
- Persuadir – Convencer



Para ello no basta que el panfleto sea elaborado (redactado), distribuido y recibido – muchos militantes de organizaciones de base se quedan con eso -, es necesario que sea leído:

- Para que sea leído, debe interesar
- Para que produzca los efectos deseados debe convencer

#### III.2 ¿Cómo realizarlo?

Requiere de una capacitación, de una habilidad:

- ✓ En primer lugar, y esto es común con otros medios de comunicación, hay que determinar cuál es el público destinatario.
- ✓ Luego, definir el objetivo: para qué utilizar el panfleto.
- ✓ Por último determinar el tema y contenido: qué vamos a decir.

Cuando se ha determinado a quién decirle algo, qué decirle y para qué, entonces hay que decidir cómo hacerlo; esto comporta:

- ✓ La redacción: cuidado con el lenguaje a utilizar
- ✓ Presentación:
  - mecanografiado con nitidez y pulcritud.
  - Letra relativamente grande.
  - Dejar de un espacio y medio a dos entre líneas y algo más después del punto y aparte; dejar suficiente margen a la izquierda, arriba y abajo, y un pequeño espacio a la derecha.
  - Evitar recargar el contenido, se hace poco atractivo y quita las ganas de leerlo.
  - Conviene destacar lo principal pero sin abusar de subrayados y mayúsculas.
  - Poner frases en recuadros y recurrir a toda estrategia que sirva para hacerlo atractivo y destacar lo principal.



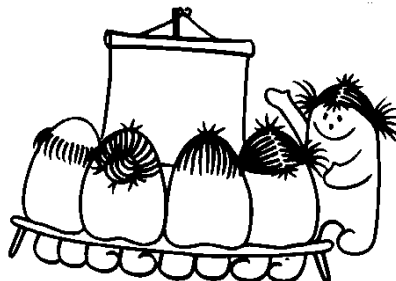
## IV. EL ROTAFOLIO

Es un medio visual, que consiste en una serie de folios que giran sobre un eje montado en un caballete, en el cual se presenta una información que transmite mensajes de manera secuencial en etapas sucesivas, los sinónimos de rotafolio son: portafolio gráfico, portagráficos.

Es un medio preferido en las sesiones de adiestramiento, porque le permite al instructor planear su comunicación en forma ordenada, presentando las ideas en una serie continua, de manera gráfica, complementada con la palabra del animador, para integrar de esta manera una ayuda audiovisual que los participantes transforman en un elemento de aprendizaje activo.

### IV. 1 Funciones:

- Anunciar algo
- Desarrollar un tema
- Motivar la asimilación
- Explicar características
- Sintetizar mensajes enumerativos.



### IV.2 Pasos para Elaborar un Rotafolio:

- Idea concreta, investigación del tema, audiencia.
- Plan didáctico, objetivo general, objetivos específicos, estructurar los contenidos en base a los objetivos específicos, diseño para evaluar todo proceso hasta el producto final.
- Guionización, sinopsis de la idea, guión de contenidos, bocetos por cada folio.
- Actividades para la ejecución, materiales necesarios inventariados, elaboración de plantillas, copiado de bocetos en los folios, repasar y colorear, revisar la serie de folios elaborados, montar en el caballete.
- Evaluación del producto.

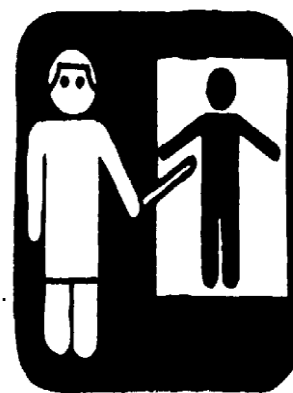
### IV. 3 Pasos para Elaborar los Folios:

Se elabora una plantilla de trabajo(base) en una lámina en blanco de 70 cms. De ancho por 90 cms. de alto, con los siguientes elementos:

- Márgenes de protección en la parte superior de unos 8 a 10 cms.
- Márgenes de protección en la parte izquierda, derecha e inferior de unos 5 cms. cada uno.
- Se divide el plano en cuatro partes.
- Se trazan líneas paralelas para las letras, dejando unos 5 a 6 cms. De separación según el tamaño de la letra.
- Se fija esta base en una superficie de trabajo.
- Se coloca cada lámina en blanco sobre la base de trabajo.
- Se procede a elaborar en lápiz de grafito la información contenida en cada boceto (Textos – Dibujos).
- Terminada la lámina se le agrega color: para los títulos negro o rojo, para los subtítulos azul o verde y los Textos en negro.
- Para los dibujos y gráficos simples de tipo ilustrativo, se le pueden adherir dibujos o textos recortados, siempre y cuando sean explícitos y no recarguen el folio.
- Una vez terminada la serie de láminas planificadas en los bocetos, se colocan en un caballete para su presentación durante la instrucción.

### IV.3 Ventajas del Rotafolio:

- ❖ No requiere de equipos eléctricos.
- ❖ Es económico, de fácil diseño y elaboración.
- ❖ Es portátil.
- ❖ Se puede usar en ambientes hasta de 40 personas.
- ❖ El animador se siente más seguro y confiado impartiendo su lección.
- ❖ Se puede complementar con otros recursos instruccionales.
- ❖ Es fácil de modificar, ampliar e ilustrar.
- ❖ No requiere de mucho espacio para su almacenamiento.
- ❖ Por su perduración en el tiempo facilita su utilización siempre que se mantengan actualizados los contenidos.

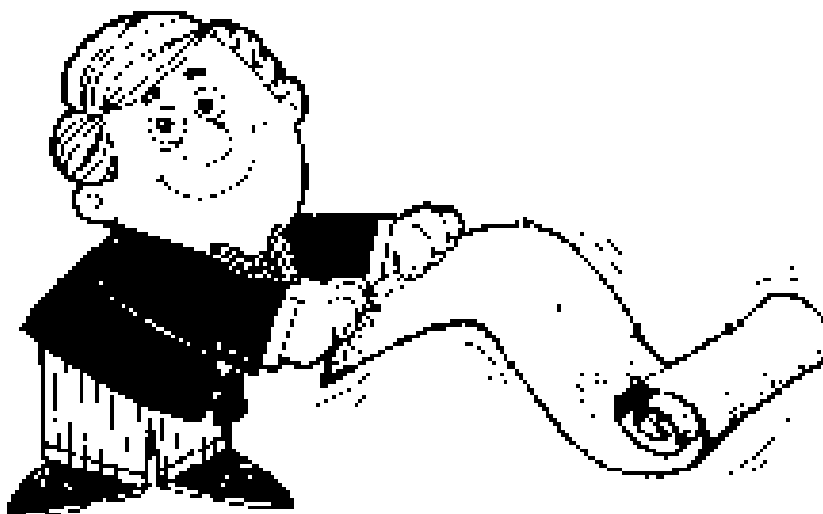


### IV.4 Utilidad en la Instrucción

- a. Contribuye a que los participantes fijen su atención.
- b. Es atractivo porque usa el color, la línea, el movimiento.
- c. Estimula la expresión creadora.
- d. Mantiene el interés.
- e. Permite presentar ideas simples y complejas.
- f. El animador expone sus ideas de manera precisa en el tiempo calculado.
- g. Facilita la ampliación de conceptos.

### IV.5 Orientaciones de Utilización

- Predominio de la ilustración sobre la palabra.
- Ilustrar lo esencial. Lo más difícil de entender por la audiencia.
- Los dibujos deben ser grandes y sencillos.
- El diseño y la composición estarán en proporción directa con el tamaño de la lámina.
- Hable sobre lo expresado en la lámina.
- Señale con un puntero.
- Colóquese al lado del rotafolio y de frente a la audiencia.
- Programar actividades previas a la presentación, durante y después de ella.
- Recuerde no hablar mientras cambia la lámina.



## V. EL CARTEL

Consiste en una imagen fija, acompañada de un breve comentario que está hecho para producir un efecto inmediato, decir algo y ser entendido a simple vista.

Como ayuda visual tiene una difusión relativamente limitada. Por otra parte una vez compuesto conserva su forma y contenido durante todo el período que sirve para la función u objetivo para el que fue elaborado.

### V.1 Funciones del Cartel

Tiene una función de seducción (atraer la mirada y transmitir algo). Es una forma de comunicación directa, sintética y contundente, cuya finalidad es que unos receptores reciban una información, anuncio, sugerencia o motivación, para actuar en una determinada dirección.



- Informar: relaciona un emisor que quiere transmitir algo, con unos receptores a quienes se les hace saber un contenido.
- Anunciar: un acto o actividad.
- Sugerir: un comportamiento, una iniciativa, una propuesta para lo cual hay que crear un ambiente.
- Apoyar: un proyecto, una actividad, una campaña.

### V.2 Cualidades de un Buen Cartel

- Ser atractivo: forzar la mirada por ser visible y llamativo.
- Despertar el interés mediante el impacto icónico.
- Ser captado (visto y comprendido) de una sola ojeada.
- Fácil de retener en su contenido esencial.

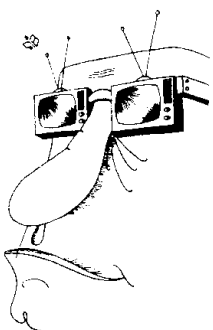


### V.3 Elaboración de un Cartel

- ✓ Precisar lo que se pretende decir
- ✓ Decidirse por una sola idea
- ✓ Tener en cuenta las características de los destinatarios
- ✓ Crear la forma adecuada de expresar el mensaje:
  - Imagen
  - Palabra
  - Diagramación: formato, color, letras, proporción, disposición

### V.4 Técnicas y Materiales

Cuando ponemos manos a la obra hay que saber cómo y con qué elementos debemos contar. Para realizar un cartel existen muchas técnicas de libre utilización:



- ✓ el gouache o témpera
- ✓ el collage
- ✓ el óleo
- ✓ dibujos con plumones, tizas sobre cartulina negra o pizarrón, creyones
- ✓ la acuarela
- ✓ el estarcido
- ✓ el pantógrafo, corcho o tela de saco para recortados, entre otros...