

IICA-CIDIA



IICA

INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION PARA LA AGRICULTURA - IICA

OFICINA EN COLOMBIA

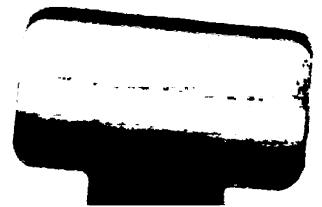
**P
N
C
A**

TECNICAS Y AYUDAS EDUCATIVAS

Compilador:

Aníbal Álvarez Ramírez

BOGOTA, D. E., 1986



IICA-CIDIA

TECNICAS Y AYUDAS EDUCATIVAS

**JUAN DIAZ BORDENAVE, ENRIQUE SANCHEZ MARVAEZ,
JORGE RAMSAY, HERNAN FRIAS, LUIS RAMIRO SELTRAN,
ORLANDO LUGO, VICENTE ALBA ROBAYO,
GERARDO S. NARANJO**

IICA
PRIRET-309

BV-000014

00002070



**SERIE DE PONENCIAS, RESULTADOS Y
RECOMENDACIONES DE EVENTOS TECNICOS N° 300**

BOGOTA, D. E., 1996

CONTENIDO

PRESENTACION	iii
PREFACIO	v
Conferencia 1. Haga que el Programa Informativo Oficial llegue Realmente al Público - Juan Díaz Bordenave	7
Conferencia 2. Su Porfolio Gráfico - Enrique Sánchez Narváez .	17
Conferencia 3. El Porfolio - Jorge Ramsay, Hernán Frías y Luis Ramiro Beltrán	25
Conferencia 4. Fotogramas y Fotobandas - Enrique Sánchez M. ..	35
Conferencia 5. Notas Prácticas sobre Fotografía - Orlando Lugo, M.V.	45
Conferencia 6. El Tablero o Pizarrón - Vicente Alba Bobayo ...	55
Conferencia 7. Utilice Bien la Pizarra - IICA-OEA	59
Conferencia 8. La Exposición Oral - Gerardo E. Naranjo	69
Conferencia 9. Algunas Técnicas que Pueden Emplearse en la Ex- posición Oral - Gerardo Naranjo	75

P R E S E N T A C I O N

En 1984, el Programa Nacional de Capacitación Agropecuaria llegó a los 15 años de operación bajo la administración del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

A junio 30 de 1984, se había capacitado 8.062 funcionarios de 181 instituciones nacionales y extranjeras en 370 actividades, cubriendo un amplio espectro de campos relacionados con el desarrollo del sector agropecuario, y con la colaboración de algo más de 500 profesionales que han actuado como instructores, conferencistas, consultores o asesores en las diversas actividades de capacitación que se han realizado.

Durante este período y como apoyo a dichas actividades, se ha generado gran número de documentos de carácter didáctico, los cuales fueron entregados a los participantes en los cursos del PNCA, y que en buen número están consignados en las Memorias de los mismos que se editaron al finalizar algunas de estas actividades.

Creemos sin embargo que, dado que existe la posibilidad de hacerlo en algunos casos, la compilación temática de los principales documentos daría pie para preparar una serie de textos que puedan ser utilizados como material didáctico de referencia en áreas específicas del quehacer científico y técnico afín con el desarrollo del sector.

Esta es la tarea que se ha propuesto hacer el equipo técnico del PNCA y la presente publicación es el resultado de tal esfuerzo.

Algunos criterios han orientado la selección de los documentos que integran el presente volumen.

De un lado, son documentos preparados por personal al servicio del IICA o del PNCA en el momento de su elaboración, o por personas que los entregaron al PNCA para apoyar sus colaboraciones como instructores, conferencistas, consultores o asesores de las diversas actividades de capacitación.

De otro lado, se ha buscado que los documentos sean relevantes para el tema que engloba la publicación. Esto no significa necesariamente que todos los documentos que se incluyen sean actuales en el sentido de estar "al día" en el momento de hacerse esta edición. Se espera que llenen

este requisito, pero el lector también encontrará documentos que han sido muy importantes y claves en el tema, aunque estén desactualizados cuantitativamente, pero que ilustran los puntos de vista y los parámetros que se debatieron en su oportunidad.

No debemos olvidar que estas primeras publicaciones tratan de reunir un acervo didáctico en la historia del PNCA.

A partir de 1985 se espera publicar materiales que acompañen el proceso actual de capacitación.

Confiamos en que el presente volumen sea de utilidad para las personas que quisieran hallar en él, material de reflexión, de orientación y de apoyo para su desempeño profesional.

*Eduardo Ramos López
Jefe del Proyecto PNCA*

Bogotá, abril de 1985

PREFACIO

Las labores educativas desarrolladas dentro del aula de clase, al igual que las acciones de campo en los momentos de transferir tecnología, emplean materiales y ayudas didácticas para facilitar los procesos de aprendizaje.

El PNCA incluye en estos cursos de Metodología de la Enseñanza y en las Técnicas de Extensión, variadas formas de producción y uso de estos recursos didácticos, los cuales, en su conjunto, constituyen la base y práctica de todo evento docente.

Juan Dfáz Bordenave propone el empleo de los carteles, enfocando primero la investigación de campo, la consulta al usuario, las relaciones entre lo institucional y las reacciones de quienes reciben el mensaje, para obtener una ayuda didáctica que cumpla con los principios y procesos de la comunicación social.

De lo anterior podemos deducir que toda ayuda visual se sustenta en un marco teórico contrastado en la realidad, significando con ello que las ayudas educativas no aparecen de manera aislada, sino como apoyo a la actividad de los emisores.

Así, tenemos El Portafolio Gráfico de Enrique Sánchez Narváez a manera de "Serie de Carteles" para ordenar ideas al auditorio. Se indican los pasos en sus preparación, codificaciones técnicas, el empleo y su evaluación.

El Porfolio de Ramsay, Frías y Beltrán amplía las posibilidades de recopilar información, archivarla, o trabajarse con láminas intercambiables. En la producción, los autores cuidan bastante el diseño y composición en favor al dinamismo y proporciones del medio.

Cuando se necesitan utilizar ayudas audiovisuales surgen las diapositivas presentadas en sonovisos o como las denomina Enrique Sánchez Narváez Fotogramas y Fotobandas. Aquí, lo esencial es el "Guión Literario", el manejo de los planos fotográficos y las técnicas de proyección.

Este documento, complementado con las Notas Prácticas de Fotografía por Orlando Lugo permiten al educador manejar su cámara fotográfica y producir óptimos audiovisuales.

Por otra parte, todos hemos estado frente a un tablero. Es el medio de mayor frecuencia en su empleo, aparentemente fácil de obtener, pero muy expuesto a ser empleado en forma inadecuada. El lector podrá encontrar soluciones y recursos creativos en los documentos: El Tablero o Pizarrón de Vicente Alba Robayo y la publicación Utilice Bien la Pizarra.

Finalmente, la mejor ayuda didáctica es la palabra oral. Gerardo Naranjo en sus escritos: La Exposición Oral y Algunas Técnicas que Pueden Emplearse en la Exposición Oral, enfatiza de nuevo en la actitud del alumno y las características del grupo, los métodos para recolectar información de la audiencia con el fin de seleccionar los argumentos y presentarse en público con éxito.

Deseamos acertar, con esta recopilación de ayudas educativas en los intereses y preocupaciones de las personas que ejercen funciones pedagógicas.

Anibal Alvarez Ramirez

**HAGA QUE EL PROGRAMA INFORMATIVO OFICIAL LLEGUE
REALMENTE AL PUBLICO**

Juan Díaz Bordenave

Para comunicarse con el "público", hay que saber primero quién es. Luego, para hacerse comprender, se han de seguir ciertos principios de comunicación, tener plan y contar con el personal y equipo apropiados.

A un amigo mío le pidieron que planeara una campaña para introducir filtros de agua en las zonas de Pernambuco, Brasil. Él pensó: "Una manera eficaz de llamar la atención de la gente sobre ese problema será preparar un buen cartel. Y diseñó el que se muestra en la Figura 1.



Pero antes de hacer imprimir miles de carteles decidió averiguar si el pueblo atendía el mensaje. Enseñó el dibujo a unas 30 personas elegidas al azar en caminos rurales, y les preguntó solamente tres cosas:

1. Sabe usted lo que es un filtro?
2. Sabe usted qué es esto (señalando el filtro)?
3. Qué está haciendo este hombre?

Las respuestas le asombraron. En su mayoría los interrogados nunca habían oído la palabra "filtro" y, debido a que en gran proporción eran analfabetos la parte escrita del mensaje era inútil para ellos. Pocos se dieron cuenta de lo que representaba la "botella", pues jamás habían visto un filtro. Por tanto interpretaban todos a su modo lo que el hombre estaba haciendo, pero no se les ocurría que bebía agua filtrada.

Algunos decían que bebía agua; otros que bebía café, o cachaca (ron). En realidad, cómo se podría esperar que unieran la acción de beber agua con filtro, si nunca habían visto filtro alguno ni se les había enseñado lo que significaba filtrar el agua?.

Este pequeño ejemplo señala las dificultades en que se encuentran las organizaciones gubernamentales cuando tratan de comunicarse con el público al cual sirven. En este caso resulta evidente que el fracaso se debía simplemente a la falta de conocimientos básicos de las personas a quienes se dirigía el cartel. En muchos otros casos, sin embargo, la razón del resultado adverso es la falta de comprensión de ciertos principios y métodos de comunicación esenciales mencionados por las organizaciones.

A. Problemas Corrientes

Nosotros hemos observado que las fallas más comunes, esas que afectan negativamente la eficiencia de la comunicación de las instituciones públicas, son:

1. Los funcionarios no comprenden bien los objetivos de la organización y por tanto los mensajes que envían adolecen de falta de consistencia.

El público piensa: "Parece que no saben lo que quieren".

2. La institución está tan dedicada a sus programas, preparados en su oficina central, que desconoce los verdaderos intereses, necesidades o hábitos del pueblo. En lo que a la comunicación se refiere, la institución carece de empatía, es decir, no sabe ponerse en la situación del público para compartir sus aspiraciones, obstáculos y frustraciones. También ignora la reacción de éste a sus mensajes, y sin embargo esa reacción debería permitir mejorarlos si prestara atención a ella. La gente piensa: "Ahí vienen otra vez con sus absurdas campañas". Por qué no nos escuchan?

3. Algunas instituciones hacen cosas buenas para el pueblo: construyen carreteras, atienden a los enfermos, recaudan impuestos, investigan la naturaleza. Pero no aprovechan la oportunidad para educar al pueblo mientras las realizan. Hacen cosas para el pueblo, pero con el pueblo. Y no advierten la necesidad de comunicarse con él.

4. Hay, es verdad, otras organizaciones que desean comunicarse con el pueblo y lo incitan a participar en sus tareas. Pero lo hacen con excesiva timidez. Utilizan sólo uno o dos medios de comunicación y unas pocas veces. La consecuencia es que únicamente unas pocas personas saben lo que las instituciones se proponen, y lo olvidan rápidamente.

5. Otra causa frecuente de deficiencia en las comunicaciones es la brecha que existe entre el conocimiento y el comportamiento. Las instituciones tienden a creer que si informan al público de sus proyectos, éste

se comportará como ellas desean. Pero lo cierto es que no lo hace. Por qué?. Muchas interpretaciones individuales diferentes pueden deformar nuestra información. Además, nuestros mensajes son sólo unos de los varios factores que determinan la conducta del público; y a menudo constituyen el menos importante de ellos.

6. Muchas instituciones no tienen en cuenta la existencia de una variedad de medios de comunicación y se concentran en uno o dos. Debido a su prestigio y apariencia frecuentemente prefieren la prensa, no obstante lo poco que penetra en las zonas rurales y en las clases urbanas más pobres. En la América Latina existe una tendencia absurda a utilizar boletines y hojas sueltas, no obstante abundar los analfabetos en algunos países.

Algunos de los dirigentes de las instituciones creen que cualquiera capaz de escribir y de hablar en público debe saberse comunicar con el pueblo, y ponen sus programas de comunicación en manos de diletantes. Los resultados son: (a) informaciones deficientes dadas a los periódicos, aburridos programas radiales y publicaciones anticuadas, todo lo cual da una imagen falsa de la institución; (b) la organización nunca tiene un plan de comunicaciones, sino hechos aislados; (c) lo peor de todo es que los objetivos de la institución no se ven favorecidos por las comunicaciones, sino perjudicados por ellas.

A fin de mejorar su programa de comunicaciones, toda institución deberá preguntarse a ella misma ciertas cuestiones básicas y responder con franqueza.

Se preocupa realmente por su público?.

Toda institución tiene dos funciones esenciales: Sobrevivir, es decir, mantenerse activa, y cumplir su objetivo, o sea ejercer alguna clase de influencia positiva en la sociedad. Llamemos a la función de sobrevivir mantenimiento y a la otra productividad.

En su mayoría las instituciones oficiales fueron creadas para una definida misión productiva, como se advierte en los objetivos especificados en sus reglamentos o constituciones. "Cuidar de la salud y bienestar de la población rural". "Educar a los niños". "Diseminar las innovaciones tecnológicas y hacerlas llegar a todos los agricultores", etc., son propósitos hallados comúnmente en las organizaciones gubernamentales.

Veamos ahora qué ocurre a muchas de estas instituciones después de varios años de actividad. La función de mantenimiento, incluyendo en él la de aumentos al personal, salarios, presupuesto, edificios, vehículos -y el correspondiente prestigio, posición y poder- a menudo termina por prevalecer sobre la función productiva. Cuando ésto ocurre, el público queda relegado a una posición secundaria, mientras la institución misma y su burocracia se convierten en lo más esencial.

Si ésta es la situación que existe en una organización, es natural esperar dos cosas: (a) muy poco interés en comunicarse con el pueblo y hablar sobre sus problemas, y (b) una orientación puramente propaandista de sus comunicaciones.

Es aquí donde la mejora de la comunicación institucional debe comenzar:

Se preocupa realmente por el público? Desea de verdad servir a tantas personas como sea posible? Quiere sinceramente que el público participe, que cambie, que mejore, que adelante? Si la respuesta es afirmativa, la mitad de la batalla está ganada.

Quién constituye ese público?

Cuando pensamos en el público tendemos a imaginar una masa homogénea, sin diferencias sensibles. Pero para lograr una comunicación eficaz, nuestros mensajes deberán llegar a los varios grupos que lo constituyen.

Cómo clasificar esos grupos para adaptar nuestros mensajes a sus necesidades?

La respuesta es simple: usemos un pequeño número de categorías importantes, como:

SEXO: *varones o mujeres*

EDAD: *jóvenes, adultos y ancianos*

NIVEL SOCIAL Y ECONOMICO: *pobres, clase media, ricos*

RESIDENCIA: *rural, urbana, suburbana*

OCUPACION: *obrero, empleado de gobierno, agricultor, etc.*

EDUCACION: *analfabetos, egresados de la escuela primaria, de la secundaria, de la universidad.*

Desde luego, el hecho de tener clasificado al público no quiere decir que se le conozca. Por tanto, el segundo paso es estudiar a ese público, saber cuántas personas lo componen, dónde se les puede hallar y, ante todo, qué desean.

Cómo podemos conocer al público?

El ejemplo de mi amigo brasileño y de su cartel enseña la manera más obvia de conocerlo: interrogar a individuos elegidos al azar. Entre otros procedimientos más complicados citaremos las encuestas de la opinión pública, los cuestionarios, etc..

La decisión de analizar al público simplemente observándolo, o de estudiarlo científicamente por medio de entrevistas sistemáticas dependerá de la precisión que se desee en los datos y de los recursos de que disponga para reunirlos.

Una manera eficaz y barata es utilizar las reuniones periódicas del personal de campo, los funcionarios de la institución y los técnicos que mantienen un estrecho contacto con el pueblo. Estas reuniones se usan demasiado a menudo sólo para dar instrucciones y órdenes antes que para analizar las reacciones del público ante los mensajes que se les ha hecho llegar.

Si resulta difícil realizar esas reuniones conviene leer más cuidadosamente los informes que provienen del personal de campo, al cual se le habrá recomendado previamente expresar opiniones que considere importantes sobre la gente con quien alterna. Una actitud receptiva de parte de la dirección animará mucho a los empleados en contacto directo con el pueblo. Pronto se advertirá que sus informes tienen más substancias, revelan mayor investigación y están preparados con más entusiasmo.

Qué se entiende por información importante?

La información específica que se necesite dependerá del tipo de organización y de los servicios que se intente prestar. Como quiera que sea, siempre habrá datos generales indispensables para una comunicación eficaz, y no deben dejarse de lado los siguientes:

1. Cómo afecta el problema en cuestión las vidas de la gente?
2. Cómo encaran los individuos el problema? Lo ignoran totalmente, están mal informados, lo comprenden bastante, o muy bien? Qué clase de soluciones proponen?
3. Son las soluciones propuestas accequibles a las personas corrientes por su costo, esfuerzo y adaptaciones que requieren, estructura social y económica y situación política?
4. Creencias y valores del pueblo pueden obrar ya sea facilitando la solución propuesta, o creando obstáculos para aceptar los mensajes de la institución.
5. Actitud acerca del problema y de las soluciones propuestas (negativa activa, negativa pasiva, indiferente, positiva pasiva o positiva activa).
6. Imagen o percepción de la institución y de su personal.
7. Llegan en realidad los medios de comunicación disponibles a la mayoría de la gente a quien se dirigen? Qué otros medios podrían usarse?

8. Cuáles palabras o símbolos corrientemente usados por la institución en sus mensajes no son bien comprendidos por el público? Qué palabras tienen mayor significado para ese grupo de individuos?

9. Qué grado de participación puede esperarse de ese público en el planeamiento y ejecución de las soluciones propuestas?

10. Cómo se espera que reaccionen los dirigentes de la colectividad en relación con este problema?

Es obvio que mientras más sepan los jefes de la institución sobre el público que desean alcanzar afiliaciones por grupos, experiencias pasadas, aspiraciones presentes, etc., más fácilmente llegarán a ser comprendidos sus mensajes, y más positivos efectos educativos tendrán.

Cómo usar la comunicación?

Esta cuestión es lo suficientemente amplia para que se la pueda responder de tres maneras complementarias. Una de ellas es decir que se necesita seguir ciertos principios de comunicación. Otra, afirmar que se requiere un plan, y una tercera, sugerir la conveniencia de poseer un personal de comunicación que disponga de algún equipo. Expliquemos en detalle esos tres aspectos del uso de la comunicación:

Algunos principios básicos:

Prepárense mensajes dedicados especialmente a cada sector que se desee alcanzar. Evítense los vagos y generales. Sépase con exactitud lo que se espera que cada grupo haga en respuesta a esos mensajes. Prepárense diferentes para jóvenes y adultos, hombres y mujeres, habitantes del campo y de las ciudades, profesionales y personas sin especialización alguna.

Cómo hacerse escuchar?

Repítase el mensaje varias veces y por diferentes medios: Ocasionar cualquier cambio de conducta requiere un mínimo de estímulo; sin eso nada ocurre y se pierden el tiempo y los esfuerzos. Esto significa que es mejor seleccionar unos cuantos mensajes y aplicarlos con intensidad que proparar muchos sin dar a cada uno mayor importancia.

Importancia del contacto personal.

Los estudios demuestran que la prensa, la televisión y la radio son buenas para despertar el interés y llamar la atención cuando se introduce una nueva idea o un producto, pero no tan buenas cuando llega el momento de decidir si se van a adoptar. Más influencia tienen entonces amigos, parientes, vecinos y técnicos. Además, se sabe que muchos mensajes transmitidos por estos medios van primero a ciertas personas que luego los pasan a otras. Estas investigaciones llevan a la conclusión de que un programa bien equilibrado debe hacer uso tanto de los métodos de difusión que lleguen a las masas como del contacto personal.

No crear nunca una demanda que no se puede satisfacer.

En el Paraguay, la Oficina STICA de información agrícola distribuyó una hoja impresa en la cual se aconsejaba castrar a los pollos para obtener mejor carne. Cientos de criadores de aves desearon probar esa idea y preguntar a los asesores dónde podrían comprar los instrumentos para la castración. Nadie sabía hasta entonces que estos últimos no estaban a la venta en el país.

Estúdiense la reacción del público y modifíquense los mensajes de acuerdo a ella.

En el curso de la campaña mejor planeada ocurren siempre inconvenientes inesperados. Además, el público puede reaccionar ante los mensajes de maneras imprevisibles. Es menester siempre tener a disposición medios de adaptar y reorganizar rápidamente los mensajes para que alcancen su objetivo.

Esquema para planear la comunicación.

Los siguientes elementos son esenciales para un plan de comunicación:

- a. Conocimiento de la situación
- b. Objetivo general
- c. Propósitos específicos
- d. Grupos de personas afectadas por el problema y que probablemente tomarán parte en su solución
- e. Determinadas acciones deseadas o esperadas de parte de cada grupo
- f. Información necesaria sobre los grupos en relación con las acciones deseadas
- g. Información disponible acerca de los diversos medios de comunicación
- h. Selección de mensajes para cada grupo dentro de la población
- i. Selección de los mejores medios (contactos personales, prensa, televisión y radio) y maneras de utilizarlos
- j. Calendario de las actividades para lograr comunicación
- k. Mecanismos de evaluación y ajuste

Será menester cambiar éstos y otros elementos para preparar un plan. Pero téngase en cuenta lo siguiente: "Los mensajes se eligen de acuerdo al público y a los objetivos. Los medios de comunicación se eligen según los mensajes y según el público".

Personal y equipo de comunicación.

Es necesario elegir y adiestrar al personal para cumplir las funciones básicas de un departamento de comunicaciones. En él deberá haber:

-Investigadores de problemas, público, medios, vocabulario, etc.

-Planificadores para preparar la estrategia de la comunicación

-Especialista para:

1. Preparación del mensaje (escribir para la prensa y la radio; componer guiones para diapositivas y películas; proponer ideas para carteles, exhibiciones, etc.).
2. Producción de materiales (tipografía, fotografía, impresión, etc.).
3. Distribución de los materiales.
4. Evaluación de los resultados y eficacia de los diversos medios.

Si el presupuesto es reducido, una misma persona podrá llevar a cabo varias funciones. La idea central es poseer un grupo reducido pero bien adiestrado.

En cuanto al equipo, dependerá del tipo de actividades que se deseen realizar en la misma institución y de las que se decida dar afuera. Por ejemplo, algunas organizaciones desean preparar sus propios programas de radio, pero contratar con compañías comerciales la producción de folletos, carteles y películas. En todo caso nunca se debe dejar que quienes se dedican a la comunicación se ocupen demasiado de producción. Si se les ve más preocupados por el equipo y los materiales que por los problemas de la gente y su solución, conviene cambiar al dirigente del grupo y reorganizar el programa.

La comunicación con el público, si tiene un propósito educativo y sabe llegar a las masas, podrá ser un elemento sumamente poderoso en manos de organizaciones capaces de utilizarlo adecuadamente. Para ser eficaz requiere que los dirigentes conozcan su público, compartan sus aspiraciones y hablen su mismo idioma. La comunicación deberá ser siempre parte integral de los programas que se están realizando, nunca una iniciativa aislada con fines propios. Tampoco se la debe utilizar como cortina de humo para disimular el fracaso de la institución en llevar a cabo sus promesas de acción, ni solamente para dar publicidad a los méritos y proezas de la organización y de sus directores. Lo ideal será que constituya un puente de dos vías entre el pueblo y la institución dedicada a su servicio.

B. Cómo Funciona la Comunicación

Aunque la comunicación es un proceso dinámico podemos tratar de aislar sus elementos y su funcionamiento recurriendo a un diagrama.



Dos personas desean comunicarse. Llamaremos "A" a la que desea comunicar una idea con determinada intención. Como no puede transmitir su pensamiento directamente al cerebro de "B", salvo por telepatía, utiliza símbolos para representarlo. Con ayuda de un código (un código es un sistema de símbolos) compone un mensaje. Este mensaje necesita un vehículo, o medio de comunicación, para llegar a su destino, que es "B". Las puertas o canales de acceso para los mensajes son los órganos sensoriales del receptor, por tanto, para hacer llegar las palabras habladas (código auditivo) a los oídos de "B", "A" emplea un teléfono. Para poner ante los ojos de "B" las palabras impresas (código visual), utiliza un periódico o una carta.

Cuando el mensaje llega a los órganos de "B", los halla protegidos por un imaginario filtro perceptivo capaz de deformarlo para volverlo más aceptable al estado de ánimo del perceptor. El mensaje recibido es decifrado e interpretado por éste, que lo analiza desde el punto de vista de su experiencia previa, y de sus preferencias, actitudes, lealtades al grupo al que pertenece, etc. El resultado final es que la persona alcanza cierta conclusión global: esta conclusión es el sentido que el mensaje tiene para ella. Ese sentido personal ocasiona una respuesta, expresada en palabras, acciones o silencio. La reacción llega a "A", y, después de ser filtrada e interpretada por sus órganos sensoriales, adquiere sentido en su mente. De la flexibilidad de su criterio dependerá que la respuesta de "B" modifique o no su idea original, y por tanto se ajuste sus futuros mensajes a las necesidades de "B" o que los siga enviando sin cambio alguno.

A lo largo del proceso pueden ocurrir muchos inconvenientes. De la parte del trasmisor podrán ser ideas confusas, intenciones contradictorias, falta de habilidad para comunicarse, actitud negativa hacia el receptor, hacia el mensaje o hacia sí mismo. En cuanto al receptor, acaso tenga grandes prejuicios, no sepa escuchar o ignore el código utilizado. También suele ocurrir que el mensaje está mal expresado, el código erróneamente elegido, o que el canal o medio de comunicación no logra alcanzar a la persona con quien se desea establecer contacto.

SU PORTAFOLIO GRAFICO

Enrique Sánchez Narváez

El portafolio gráfico es una ayuda visual que tiene semejanza con un libro de láminas: reproduce una historia o desarrolla un tema en frases y diseños, en imágenes coloridas o series de carteles. En la labor de extensión agrícola, el uso de este instrumento sencillo y manuable hacen que los disertadores tengan mayor unidad y continuidad, sean objetivas y más atrayentes. De ese modo, la impresión de las ideas en la mente del auditorio es más viva y duradera.

Debido a su estructura y disposición, es posible hacer en él, según las necesidades, rápidos cambios del material que contiene. Le sirve, además, como pizarra y franelógrafo. Y debido a su tamaño, puede usarlo cómodamente en cualquier momento y lugar.

En consecuencia el portafolio gráfico le ofrece muchas ventajas:

- Le sirve para ilustrar sus temas de enseñanza
- sus demostraciones
- sus informes orales
- sus conferencias.

Puede transportarlo fácilmente debajo del brazo, y ésto es lo mejor, puede hacerlo con pocas herramientas y materiales de que disponga en el lugar donde trabaja.

Puede usarlo con muchos programas: educación, sanidad, agricultura, mejoramiento del hogar, mejoramiento de la comunidad y campañas de diverso carácter.

Por ejemplo puede enseñar:

- Prácticas nuevas de cultivo
- Siembra
- Empleo de abonos
- Cuidado y crianza de animales
- Manera de combatir plagas en plantas y animales
- Construcción de gallineros, graneros, establos, etc..

Para las amas de casa, puede usted preparar series de cuadros sobre:

- Nutrición
- Manera de simplificar su trabajo en el hogar
- Enfermería del hogar
- Construcción de un fogón sin humo
- Cómo hacer un traje
- Construcción de muebles con materiales baratos
- Cultivo de un huerto familiar

Para los niños que son socios de los clubes agrícolas, puede hacerse series sobre:

Cultivo de un huerto escolar
Construcción de palomares, conejeras, etc.
Construcción de juguetes

A: Uselos Eficazmente

Cuando usted tenga que disertar o presentar una demostración, usando el portafolio, estudie su tema. Piense en su público y en el ambiente en que ha de realizar su labor. Eso le dará un cuadro mental del lugar y del grupo.

Tome entonces, las ideas principales del tema y luego las secundarias. Anótelas para ordenarlas.

Por ejemplo, si usted desea tratar sobre la mastitis, las ideas centrales serían:

1. Una vaca lechera representa una inversión y de ella se esperan beneficios económicos.
2. La vaca lechera en período de producción debe ser mejor alimentada y cuidada que de ordinario.
3. La ubre de la vaca merece especial atención.
4. Si se presenta la mastitis, es urgente consultar al veterinario o al agente de extensión.

Las ideas secundarias o subsecuentes, serían:

- a. La buena alimentación, la buena cama y la higiene, protegen a la vaca contra muchos males.
- b. Es necesario limpiar las púas y objetos hirientes del corral.
- c. Es preciso descarnar a los terneros para que no causen daño en las ubres a sus madres.
- d. La paciencia y la vigilancia con los animales mantiene a éstos en buenas condiciones. Eso se traduce en beneficios para el ganadero.

B. Planee-Prepare-Ensaye

Después de ordenar las ideas, proceda de esta manera:

1. Planee cuidadosamente.

Planear significa considerar el tema y la manera como se ha de exponer al público para sugerir soluciones a sus problemas. Significa, igualmente, considerar el orden de la exposición; los métodos y los instrumentos que se han de usar para mayor eficacia de la información. El plan deberá organizar las ideas anotadas, concretándolas más, para desarrollarlas después. Y debe hacerlo de tal modo que asegure para el auditorio una comunicación precisa, clara y conveniente. Podría, por ejemplo, incluir los siguientes puntos:

a. Apele a los intereses del ganadero.

- 1) La vaca o el hato representa "el capital" del ganadero.
- 2) La vaca es como una máquina delicada de producción y una fuente de ingresos.
- 3) Así como se cuida de las máquinas y herramientas, a la vaca hay que cuidarla y vigilarla con mayor esmero para que siga produciendo.
- 4) La atención adecuada comprende: protección contra la intemperie, alimentación balanceada, higiene, etc..
- 5) La parte más delicada de la vaca durante la producción es la ubre. Por tanto, debe merecer el mayor cuidado.

b. Explique que la mastitis es un mal grave.

- 1) Se presenta en la ubre de la vaca. La ubre se hincha, se pone dura, afiebrada y dolorida. (Explique otros tipos de mastitis).
- 2) La producción de la leche disminuye o desaparece.
- 3) En ciertos casos, cuando hay leche, ésta se presenta flemosa o con grumos.
- 4) En otros, la leche sale como un líquido amarillento.
- 5) Si el mal es grave, el líquido es sanguinolento con coágulos amarillos.

- 6) Cuando la mastitis es aguda, el animal enfermo pierde el apetito, tiene los pelos erizados y sus ojos pierden brillo.

c. Explique cómo evitar la mastitis:

- 1) La mastitis puede transmitirse a otras vacas por medio de las manos del ordeñador o de la máquina.
- 2) Para ordeñar, lávese las manos y lave con un paño la ubre de la vaca. Es preferible que no se use este paño de nuevo; deséchelo.
- 3) Ordeñe a la vaca con cuidado.
- 4) Si usa la ordeñadora mecánica, lávela y desinféctela antes de ordeñar cada vaca.
- 5) Al usar ordeñadora mecánica, siga las instrucciones de la fábrica.
- 6) Evite que se produzcan grietas o heridas en las ubres de sus vacas.
- 7) Evite que reciban golpes.
- 8) Es conveniente descornar a los terneros para que no causen daños a sus madres.
- 9) Debe limpiar del corral púas, objetos agudos, pedazos de madera con clavos, troncos y palos con puntas.

d. En caso de mastitis, proceda así:

- 1) Si se ha presentado en alguno de sus animales, apárteles y llame al agente de extensión o al veterinario. No trate de curarlo usted sólo.
- 2) Si tiene que ordeñar a la vaca con mastitis, hágalo después de haber ordeñado a todas las demás que están sanas.
- 3) Lávese y desinféctese las manos después del ordeño.
- 4) No use la leche de los animales enfermos de mastitis.
- 5) Y, en todo caso de duda, consulte al veterinario y siga su consejo.

Elija los métodos: una vez que haya fijado los conceptos del tema, considere el método que ha de seguir para exponerlo.

Puede ser el de narración, con propósito educativo, de un hecho real. La narración es convincente, porque constituye un ejemplo vivo, un testimonio. Tiene base de experiencia, informa cómo se presentó el problema y cómo fue resuelto.

O puede ser el de explicación de las causas, síntomas y consecuencias del mal; medidas preventivas y forma de tratamiento.

2. Prepare su material

a. Prepárelo cuidadosamente de acuerdo con su plan.

Trace los bosquejos para desarrollarlos en láminas o carteles. De forma a los conceptos que desee grabar en la memoria del público. Es recomendable un límite de 12 a 15 diseños para una serie. La serie debe desarrollar el tema gradualmente y de manera fácil de entender por el público.

b. Haga dibujos sencillos

Cuando finalmente decida preparar las láminas para su portafolio, desarrolle los bosquejos en composiciones equilibradas y claras, y en imágenes sencillas y expresivas. Con la combinación apropiada de pocos elementos, logrará mejores efectos que con cuadros recargados.

c. Haga dibujos grandes

La gente debe ver con comodidad las láminas para recibir el mensaje que contiene. Los dibujos grandes no exigen del público esfuerzo alguno para ser vistos, y, por eso, pueden interpretarse con rapidez. En cambio, los pequeños reclaman esfuerzo visual y por esa causa hacen que se pierda el interés.

d. Sugiera acción

Los dibujos que representan movimiento invitan a la acción. Procure que sus láminas tengan fuerza dinámica, así influirán sobre su voluntad.

e. Puede emplear la caricatura

Algunos temas se presentan para ilustrar con dibujos humorísticos. Con ellos puede obtener muy buenos resultados, si sabe utilizarlos con oportunidad y buen gusto. Pero, en todo caso, debe estudiar y prever las reacciones que pudiera provocar en su público el estilo humorístico.

f. Emplee el color

Ofrecen mayor interés las láminas coloridas que los dibujos en blanco y negro. Logre combinaciones atractivas en color, para hacer más gratos y, a la vez, más eficaces sus cuadros. Tres o cuatro colores se prestan a una buena combinación; use los más apropiados y los que mejor armonizan. Evite todo exceso.

g. Emplee frases breves

Si es necesario que sus láminas lleven frases explicativas, éstas deben ser muy breves. Sin embargo, es conveniente que sus dibujos expresen con vigor y por sí mismos las ideas contenidas en ellos.

Ahora bien, si no sabe dibujar, recurra a alguna persona que tenga habilidad para ello. Dele ideas, dele los bosquejos que hizo usted y las sugerencias que crea necesarias. Trabaje con ella.

Cuando haya colocado entre las tapas la serie de diseños o láminas en el orden en que debe presentarlas, haga un guión o escrito que le sirva para explicar. Pegue en el dorso de cada cartel o lámina la parte del guión pertinente a la lámina inmediata. Con la ayuda de las notas, su disertación será animada y tendrá continuidad.

3. Ensaye su demostración

Ensaye para usted antes de la disertación o demostración. De esta manera estará seguro de lo que ha de decir y de que las láminas están en buen orden. Igualmente estará seguro de que sus materiales e instrumentos están listos para usarlos en forma apropiada y oportuna.

C. Presente-Desarrolle-Resuma

Durante el acto de demostración, siga este procedimiento:

Previamente asegúrese de que todos pueden ver y oír con comodidad. Recorra el local o sitio de la reunión y observe desde distintos puntos para colocar en lugar adecuado su portafolio gráfico.

Al presentar no diga "Hoy hablaremos sobre..." Narre una historia, relate una anéctoda o un hecho que pueda relacionar con el asunto que se propone desarrollar. Usted probablemente conoce algunos casos ocurridos entre los agricultores del lugar o de otras comunidades. Informe, y sugiera que ese puede ser el caso de cualquiera de los presentes en la demostración.

Desarrolle el tema metódicamente; emplee un lenguaje familiar. Ponemos el caso de la mastitis: refiérase a los intereses, las inversiones y los trabajos de las personas a quienes se dirige usted. Luego hable de

la mastitis, sus causas, sus indicios y consecuencias. Hable de las medidas preventivas, de las de emergencia y del tratamiento. Insista en la conveniencia de comunicar todos los casos al agente de extensión o al veterinario. Explique los beneficios resultantes de esa conducta.

Resuma los puntos principales en el mismo orden en que se desarrolló el tema. Estimule a la gente a adoptar los métodos sustentados por usted; de las razones para que la gente proceda así.

D. Usted debe Seguir el Plan que Preparó y el Orden de las Láminas de su Portafolio Gráfico

Requiera preguntas y respóndalas en tono cordial. No olvide que cuando le formulen una pregunta, antes de contestarla, debe repetirla para que todos se enteren de qué se trata. Haga que su auditorio quede satisfecho.

Si considera necesario precisar más sus conceptos sobre el tema, prepare material complementario para el franelógrafo inserto en el portafolio gráfico. Con ese material ampliará las explicaciones y grabará mejor en la mente del público las ideas que éste retenga. Tal vez podría usar usted el franelógrafo para hacer el resumen.

Si no es de mucho volumen el material del franelógrafo, póngalo en un sobre pegado en la página inmediata a éste.

Probablemente, usted tendrá necesidad de la pizarra para responder algunas preguntas sobre estos aspectos del tema. Provéase de tiza y almohadilla de borrar así estará en condiciones de satisfacer a su público.

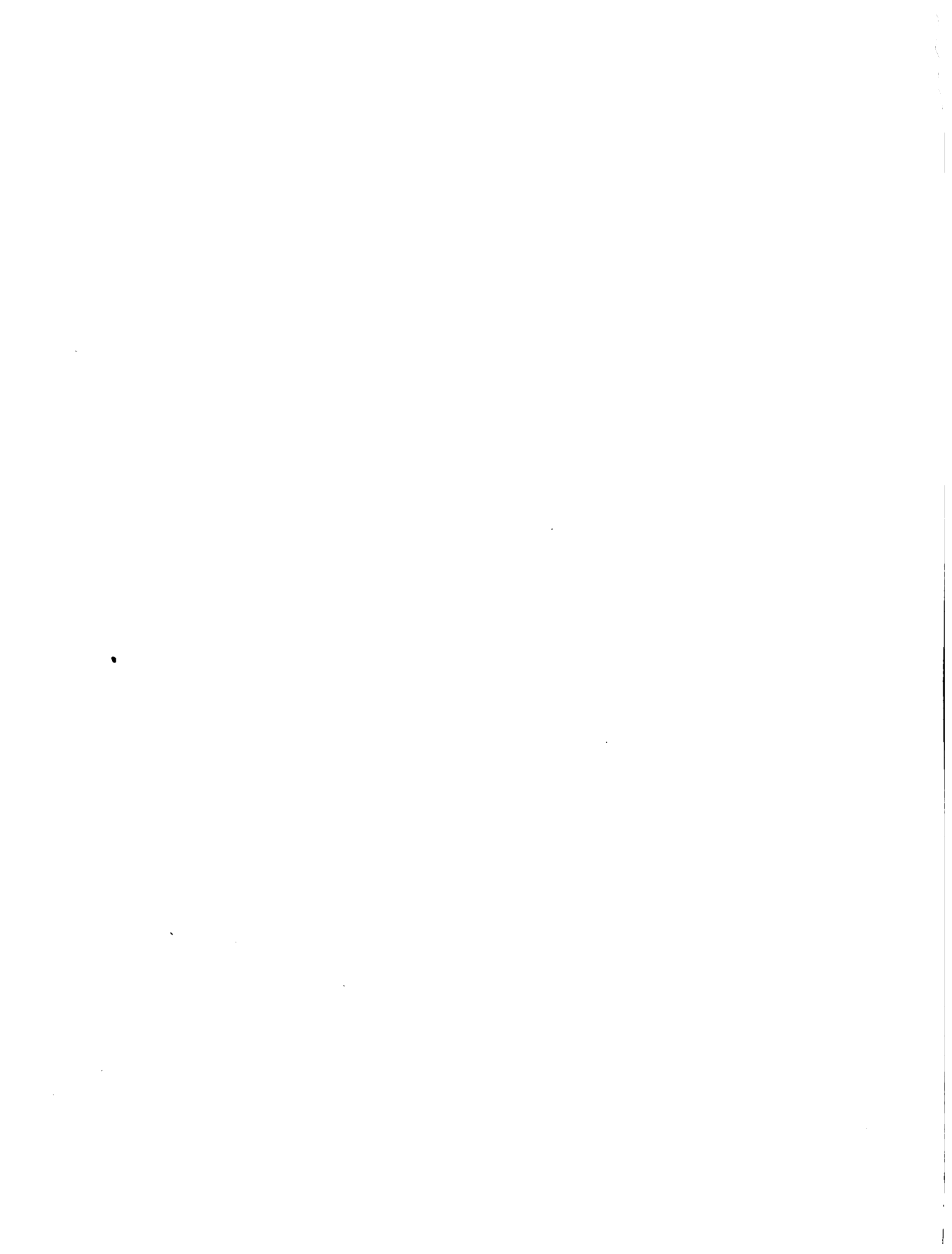
Para reforzar su exposición, una vez finalizada ésta, distribuya publicaciones sobre el tema, si le es posible.

E. Evalúe

Usted debe basar su labor en hechos y datos reveladores. Necesita saber la influencia ejercida en la gente por la tarea realizada; los cambios favorables logrados y la adopción de nuevos métodos a que indujo usted. Por tanto, requiere de una evaluación.

1. Anote nombres y direcciones de los asistentes a sus demostraciones, para informarse sobre la posterior adopción de las prácticas enseñadas.

2. Los datos le servirán para sus informes; para darlos a conocer al público a fin de estimular a adoptar nuevos métodos, y para que usted mejore en lo futuro sus enseñanzas.



EL PORFOLIO*

Jorge Ramsay, Hernán Frías y
Luis Ramiro Beltrán

A. Generalidades

Ya sabemos que la humilde pizarra puede prestar grandes servicios al educador agrícola. También hemos visto, sin embargo, que hay casos en que no basta la pizarra: Hace falta algo más dinámico y más atractivo, que permita "componer" el mensaje ante los ojos del público, eso es el franelógrafo.

Pero el franelógrafo tampoco puede, por sí solo, resolver todos los problemas de comunicación del extensionista con grupos de agricultores. A veces, hace falta tener un mensaje, "precompuesto", y organizado en serie, listo para usarse en cualquier momento y más fácil de transportar y de operar que el franelógrafo. Ese es el porfolio o portafolio gráfico.

El porfolio no es más que un conjunto de láminas de igual tamaño superpuestas y unidas por su extremo superior, y que son removibles. O sea, es algo así como un archivador, como un álbum de fotos, o como un cuaderno o carpeta de hojas intercambiables. Pero su tamaño es, desde luego, bastante mayor que el de éstos.

Característicamente, el porfolio es una ayuda visual ideal para el trabajo de Extensión con grupos pequeños: Un máximo de 30 personas aproximadamente. Esto se debe a que no se lo puede fabricar de dimensiones tan grandes que resulte poco manipulable. Por tanto, para grandes grupos de agricultores, el porfolio ya no es conveniente.

Otra característica esencial del porfolio es que se presta más que nada para presentar secuencias, para desarrollar mensajes compuestos de varios pasos consecutivos. Por eso es sumamente útil para exponer procesos o para desglosar procedimientos simples que están integrados por varias etapas.

No se justifica el uso del porfolio para presentar mensajes aislados que sólo ocupen láminas individuales. Por ejemplo, si un mensaje se puede dar en sólo una lámina o dos, es preferible usar nada más que esas láminas en la pared o en la pizarra. Pero, si el mensaje está integrado, necesariamente, por varias láminas grandes que deben ser expuestas al público sucesivamente hasta formar un todo, es dudoso que alcance, para el

*Tomado de "Extensión Agrícola, Dinámica del Desarrollo Rural", IICA, OEA, Lima, Perú, 1972.

despliegue, la superficie de la pizarra, y aun la pared puede resultar estrecha para ello. El franelógrafo tiene la misma limitación. La solución, para tal caso, es el porfolio, si -como ya se ha dicho- el extensionista quiere comunicarse con grupos de pocas personas.

Otro requisito debe cumplirse al justificar la producción y empleo del porfolio es que el material a desarrollarse en él, porte un mensaje que el extensionista vaya a usar con frecuencia. Dibujar 20 ó 30 láminas de porfolio toma tiempo y requiere habilidad. No vale la pena hacerlo para expresar un mensaje que sólo interesa comunicar unas pocas veces. Los mensajes que se ponen en porfolio deben ser aquellos que serán emitidos muchas veces durante un tiempo considerable.

Lo que se escribe en la pizarra, obviamente, no perdura. En cambio el mensaje en el porfolio se conserva indefinidamente. Tiene, como ya se anotó, la ventaja de que, debido a estar formado de hojas perforadas removibles, montadas en pasadores transversales, permite suprimir o aumentar algunas láminas. Esto le da la flexibilidad que no tienen otros medios. Para adaptarse a situaciones locales particulares, usted puede quitar o poner las hojas que le convengan.

También la perduración en orden es otra ventaja. El mensaje que usted pone en el porfolio permanece ordenado en la secuencia que usted ha querido fijar. No hay peligro de que sus unidades se confundan ni de que se pierda ninguna de ellas, como es el caso del franelógrafo.

Otra ventaja más: Su facilidad de transporte. Un porfolio es un artefacto liviano, que se lleva bajo el brazo, sin problemas, a cualquier parte. Resiste mejor los riesgos de los viajes que otras ayudas visuales.

Cabe la posibilidad de tener, en el propio porfolio, una combinación de ayudas visuales. En la cara interior de la tapa, usted puede pegar tela de franela. La cara interior de la contratapa la puede cubrir de pintura de pizarra. La propia tapa que es de madera terciada, la puede llenar de pequeñas perforaciones o clavetear de ganchitos, en los que puede colocar folletos u otros objetos, a modo de panel de una exposición. Y hasta la contratapa, con una plancha de zinc o con pintura magnética, puede hacer de pequeño imanógrafo.

Pero, hablando nada más que del porfolio propiamente dicho, hay la posibilidad de dinamizarlo y hacerlo más atractivo, mediante ciertos recursos de "movimiento" y de "tercera" dimensión. Por ejemplo, no faltan las mejoradoras del hogar que adhieran moldes de tela, para costura, a láminas de franelógrafo. Todo depende de la imaginación y de la iniciativa del extensionista.

Probablemente, la desventaja mayor del porfolio -además de sus restricciones en cuanto al tamaño de la imagen está precisamente en su condición de ser un medio de comunicación en serie. Esto determina que el espectador sólo vea, por vez, una unidad de la secuencia, pero nunca, al mismo tiempo, el conjunto de ellas. Se ven, pues, las partes individualmente pero no el todo en un despliegue combinado.

B. Fabricación

Es posible fabricar portafolios a bajo costo con distintos materiales y de diversos tamaños, pero Sánchez Narváez experimentó en el IICA, un formato muy rendidor. Las especificaciones esenciales para construir el mismo embisagrado y hecho de manera que sus tapas pueden volcarse para servir de soportes- son las siguientes:

- Corte dos piezas rectangulares de madera chapeada "Plywood" de 50 centímetros (20") de ancho por 76 centímetros (30") de largo y 6 milímetros (1/4") de espesor.
- De esa misma clase de madera. corte dos listones de 50 centímetros de largo por 5 centímetros de ancho.
- Haga tres agujeros de 5 milímetros de diámetro en la parte media a lo largo de los listones: Dos de 8 centímetros de cada extremo y el otro en el centro de cada listón. Quedarán equidistantes entre sí y equidistantes de las orillas largas.
- Una con tres bisagras pequeñas un listón a una de las piezas rectangulares de madera, por el lado corto de ella, y el otro listón a la otra pieza o tapa, cuidando de que ambos listones se articulen hacia afuera.
- Las hojas de papel quedan emparedadas entre las dos tapas, pasando a través de las perforaciones del papel, los tres tornillos que se aseguran por fuera mediante pernos.
- Las hojas de papel o de cartulina delgada, deben ser de 50 x 80 centímetros y deben perforarse en su parte superior de modo que coincidan con los orificios hechos en los listones para atravesar los pasadores de tornillo.
- Para mantener su portafolio abierto y doblado hacia afuera mientras lo usa, adhiera a cada uno de los bordes inferiores de las tapas unos pequeños "tacos" de goma de 8 x 4 centímetros y de unos 2 ó 3 milímetros de espesor. Actuarán como "frenos" que impedirán que el portafolio resbale.

C. Producción

Como en todo otro caso de comunicación, el extensionista comienza la producción del portafolio por el planeamiento. Define su público con precisión; señala, para sí mismo, su propósito específico; determina, con claridad y minuciosidad, su tema. Y, sobre el plan, organiza la producción de las láminas del portafolio, recordando que cada lámina es una unidad integrante de un todo que es la serie o secuencia.

Con un buen guión en la mano, la producción se simplifica y se hace eficiente. Para hacer el guión, se divide en tres columnas, páginas de papel oficio. En la columna izquierda, se escribe una breve descripción de lo que se quiere mostrar. En la columna central, se hace un bosquejo a mano alzada, un croquis de cada ilustración, para tener una idea gráfica de lo que se va a dibujar. Y en la columna derecha se resume lo que el extensionista debe decir al tiempo de exponer ante el público cada una de las láminas. Estas se numeran en la secuencia prevista.

Cada lámina se puede dibujar completa -figuras y letras- o se puede hacer primero, todos los dibujos y poner después todas las letras. Pero en cualquier caso, debe haber un franco predominio, de los dibujos sobre las letras. La norma es: más ilustración que palabras.

No se ilustra todo; sólo lo esencial, lo más importante, lo menos conocido y lo más difícil de ser entendido por el público. Sin embargo, como se trata de una serie, ésto no quiere decir que deba omitirse ningún paso indispensable a la secuencia. Cuando una idea no puede expresarse en una sola lámina -caso que es infrecuente- habrá que exponerla en tantas láminas cuantas sean estrictamente necesarias para ello. Nunca debe haber más de una idea mayor en una lámina ni -salvo rarísimos casos- se debe delinear en cruz o en equis una lámina para acomodar cuatro ilustraciones pequeñas.

1. Tipo de ilustración

Haga dibujos grandes y simples; no hace falta que sean perfectos ni que tengan preciosismos artísticos; hace falta, sí, que sean fácilmente visibles a la distancia y que expresen con claridad lo que se quiere comunicar. También es indispensable que coincidan con la realidad que conoce el agricultor, sin extremos de estilización que supongan abstracciones poco descifrables.

2. Diseño y Composición

Cada lámina constituye una superficie de composición, un área de espacio equivalente al enmarcado de un cuadro o una pantalla de cine. Disponga en ella los elementos gráficos en forma armónica.

El detalle principal de cada ilustración debe estar situado en el punto focal de dicha superficie, o sea en el sitio ópticamente más atractivo.

Las letras, por lo general, deben ir en la base, como sustentando el dibujo. Si hay que situar algunas de ellas junto a los propios dibujos, que estén ubicados de manera que no obstaculicen la comprensión de esos dibujos y que no rompan la armonía del conjunto.

Una buena ayuda para una composición efectiva y placentera es seguir los patrones determinados por las formas de algunas letras. Por ejemplo, la L, la C, la U, la V y la Z. El movimiento que describen en el espacio las líneas de esas letras se presta muy bien como guía para distribuir los elementos adecuadamente.

La composición puede ser simétrica o asimétrica. Será lo primero cuando la distribución de elementos se realice en partes iguales; por ejemplo una cruz que parte del centro de los extremos hacia el interior de la lámina producirá cuatro campos de igual tamaño. La composición asimétrica, por el contrario, divide el espacio en porciones de tamaños diferentes.

La asimetría es preferible porque dá mayor dinamismo a la composición y favorece los contrastes. Lo simétrico puede usarse a veces pero tiene la desventaja de ser estático y "frío".

3. Equilibrio

Un factor primordial de la buena composición es el equilibrio. Distribuya bien sus elementos ilustrativos. No los cargue todos hacia un solo lado. Las líneas de los dibujos, sus colores y sus tonos, tienen un "peso" determinado. No coloque todos los "pesos" en un sólo punto. Y, por inversa no atiborre la lámina con detalles. Deje que los espacios en blanco proporcionen fondo y contraste a sus ilustraciones.

4. Proporción

Evite confundir a su público con las proporciones. Si se sitúa la figura de un hombre junto a la de una vaca, que el hombre no parezca ni un gigante ni un enano al lado de ella.

5. Perspectiva

Manténgala simple y prefiera los ángulos normales, comunes: ni demasiado altos ni demasiado bajos. Las cosas deben tener la correcta perspectiva que les corresponde en la realidad, si es que los espectadores han de entenderlas.

6. Integridad

Cada vez que se resta o suprime parte de una figura, se corre peligro de causar confusión. Por ejemplo, si una lámina presenta sólo los pies de un agricultor y sus manos, trabajando la tierra, el público puede desorientarse y no captar la idea debido al "recorte" del resto del cuerpo. Si se necesita hacer eso, ayudará mucho mostrar primero la figura completa y después pasar a la lámina "recortada"

7. Dirección

Las figuras de personas o animales no deben "mirar" hacia afuera de la lámina. Deben ir siempre hacia el interior de ella. El perfil de una persona situado en el extremo de la lámina y con la "vista" dirigida hacia afuera, podrá llevar también la vista del espectador hacia afuera y ... su mensaje podrá perderse.

8. Continuidad

Es de máxima importancia en las series del porfolio el mantenimiento de la continuidad. Continuidad de tiempo. Y continuidad de lugar.

Por ejemplo si en la primera lámina aparece "Juan" con pantalón negro y camisa blanca y sin sombrero, y se supone que la acción subsiguiente ocurre inmediatamente después de la anterior "Juan" no puede aparecer -en la segunda lámina- con sombrero, con pantalón gris y con camisa azul. No ha habido un lapso de tiempo que pueda justificar esos cambios. O si "Juan" aparece en la lámina quinta junto a un silo trinchera y las láminas siguientes muestran acciones que se suponen se desarrollen en el mismo sitio, "Juan" no puede aparecer en la lámina sexta junto a un tractor o leños del silo.

Mantenga la continuidad a toda costa y en todo sentido. De lo contrario, su relato sufrirá de falta de unidad y el público perderá el hilo del mismo.

9. Color

Siempre que pueda usar color, hágalo. Pero que sea, preferentemente, en "masas" enteras y no en detalles. Por ejemplo, el suelo puede ser de un color y la casa de otro, pero no tendría ningún sentido pintar de un color la camisa del agricultor, de otro color su pantalón, de un tercero, sus zapatos y de un cuarto, el ribete de su sombrero. Recuerde que el color tiene "peso". Cuanto más oscuro, más pesado y éste puede provocar, si no se le emplea en el sitio y en la proporción adecuados, un desequilibrio en la composición.

Aproveche también los tonos. A veces, se logran excelentes efectos con sólo dos matices de un mismo color, más el negro para ribete y el blanco propio del papel.

Cuando se trate de áreas grandes de color, prefiera pegar papeles o cartulinas de colores en vez de gastar tiempo y esfuerzo pintando. Las cartulinas mate -que no producen reflejos- son un excelente auxiliar para dar policromía a la ilustración.

Otro recurso muy útil son los lápices de tinta con punta de fieltro que evitan el tedioso y delicado trabajo con tinta china o pincel.

10. Contraste

El contraste ayuda mucho a vivificar el porfolio. Supongamos, por ejemplo que usted quiere presentar una figura magnificada del huevo de gallina en corte transversal. Para ello, cubra toda la lámina con una cartulina negra como la de un álbum fotográfico; encima de ella coloque, recortándolas en blanco y amarillo, la "clara" y la "yema"; y retoque con negro los bordes, si hace falta. La visibilidad y el atractivo de un conjunto

así, son mucho más altos que si simplemente dibujara el huevo sobre el papel blanco. Y, recortando cartulinas, ahorra tiempo y supera los problemas de las destrezas requeridas para dibujar con precisión.

11. Énfasis

En un dibujo siempre hay algún punto o área que merece sobresalir a las demás. Use recursos de énfasis, como líneas de subraya, círculos en rojo, flechas, redondeles para destacar lo sustantivo de cada elemento de su mensaje.

12. Recorte

Por qué no aprovechar una fotografía o recortes de diarios y revistas para no tener que dibujar? Hágalo, siempre que convenga al mensaje. Pero no olvide que esos aditamentos deben ser grandes y claros y que las imágenes que representen deben guardar identidad con su público.

13. Movimiento

En algunos casos, conviene como recurso especial de atracción dar "movimiento" a algunas láminas. Usted puede, por ejemplo, recortar una "ventana" de hojas que se abran a los costados en una lámina y mantenerla cerrada. En cierto momento; al abrir la ventana, en la lámina siguiente (la que queda "detrás") "aparece" la palabra clave o el punto del dibujo que usted quiere destacar. También puede pegar en la parte superior del papel, junto a los listones, dos bandas de cartulina verticales sobre una lámina; al levantar una de las bandas, se ve la mitad de la lámina y, cuando se quiere mostrar sólo la otra mitad, se baja la primera "tapa" y se alza la otra.

14. Letras

Sus letras deben ser: Grandes, rectas, claras, de trazo ancho y preferentemente mayúsculas y minúsculas. No deben estar muy juntas unas de las otras y debe haber suficiente espacio entre palabras y entre líneas. Tres o cuatro palabras bastan en cada lámina. Dos líneas son suficientes. No parta las palabras ni abuse de las abreviaturas. No coloque las palabras en posición vertical. Use palabras sencillas, como las que usa su público. Usted puede pintar las letras o recortarlas de diarios y pegarlas, o dibujar, recortar y pegar letras sueltas de cartulinas de color que contrasten con el fondo.

En cuanto a la visibilidad de las letras -según el tamaño y el ancho de ellas y según el grosor de sus líneas, desde diferentes distancias y con iluminación ordinaria el experto en ayudas visuales Enrique Sánchez Narváez (IICA/OEA) anota lo que se incluye en el cuadro siguiente:

Alto de las letras en centímetros	Grosor de las líneas de las letras en milímetros	Visibilidad a la distancia en metros
2	3.5	10
3	5	15
4	7	20
5	9	25
6	10	30
7	13	35
8	15	40
9	17	45
10	20	50

15. Utilización

El porfolio se usa, casi siempre, en las reuniones de Extensión. Como tal, su uso tiene que estar ajustado a las características de ese método y debe formar parte del planeamiento del mismo.

Es más fácil usar bien un porfolio que, por ejemplo, un franelógrafo. Y casi todas las recomendaciones de uso ya formuladas, para la pizarra y para el franelógrafo, se aplican igualmente al uso del porfolio.

Ante todo, ubique bien su porfolio. Puede estar sobre una mesa o en un cabellete especial. Pero debe estar colocado de tal manera que tenga buena iluminación y resulte fácilmente visible para todos, y que esté en la altura necesaria para que ninguna cabeza tape la visión a la que le queda detrás.

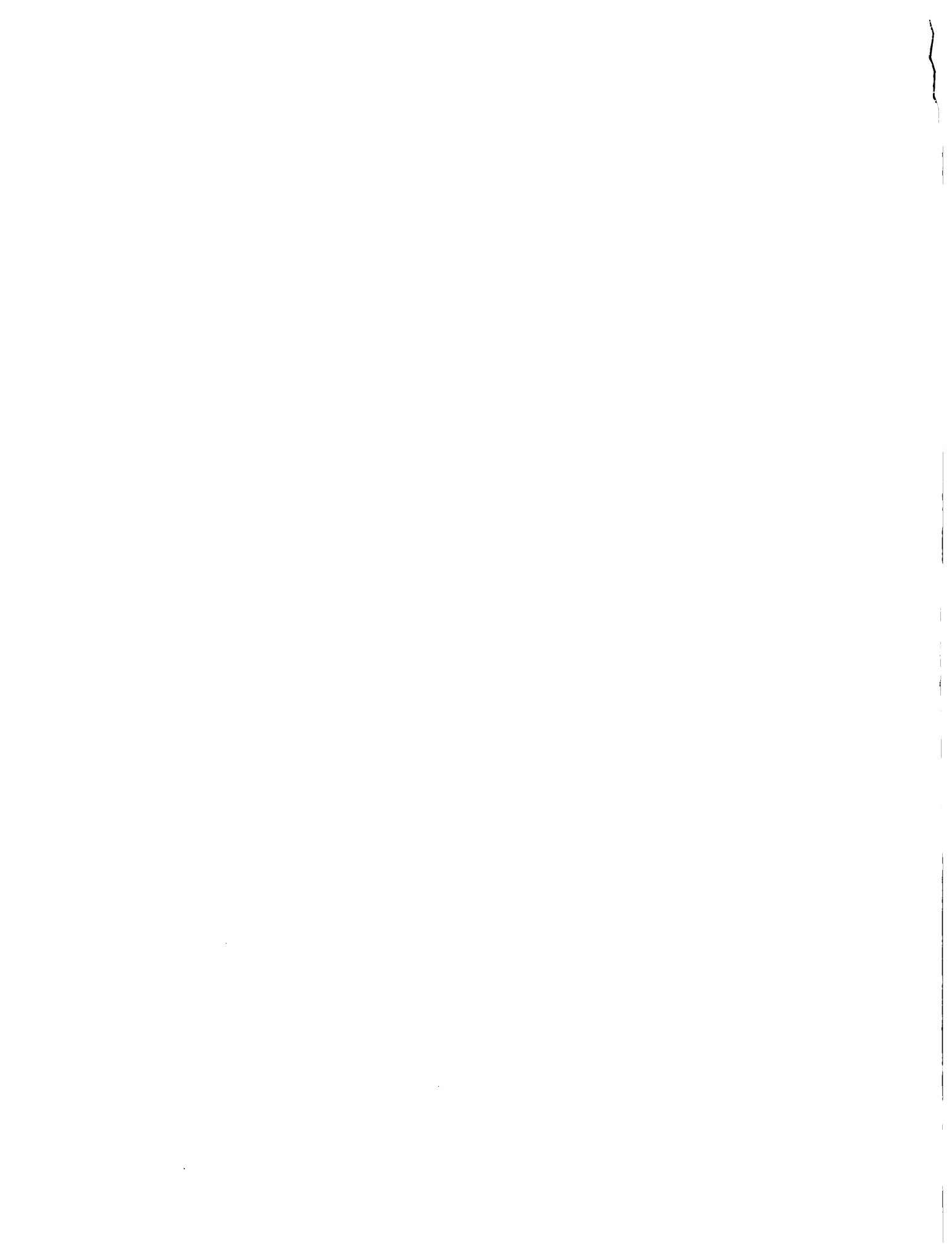
Luego, ubíquese usted bien en relación con el público y con el porfolio. No deje que la primera fila de personas esté demasiado cerca a usted: Ni ellas verán bien, ni dejarán ver a las de atrás. Sitúese a la izquierda del porfolio, un poco detrás de él, de modo que pueda echar las hojas para atrás con comodidad o apuntar algo en las láminas. Esta ubicación se relaciona también con la conveniencia de pegar al dorso de cada lámina, la leyenda -en mayúsculas y con espacio entre líneas- que corresponde a la respectiva figura. Le servirá para mantener la exactitud del aspecto oral de su comunicación, sin que su público se dé cuenta de lo artificial.

No tape el porfolio con su cuerpo y deje cada lámina todo el tiempo necesario para que sea debidamente apreciada por su auditorio. Pero, una vez vista, retírela o cúbrala para que no ocurra luego, que usted muestra una cosa y habla de otra. Casi siempre es recomendable intercalar entre una y otra lámina una hoja de papel blanco no transparente; de esta manera, mientras usted conversa sobre lo relativo a una imagen, todavía no surge la próxima.

Usted ya lo sabe: debe hablar fuerte, en tono cordial y de manera amigable y familiar, tratando de dar a su locución inflexiones variadas a un ritmo ni muy acelerado ni muy lento. Haga preguntas.

Una cosa más: Ensaye su presentación ante un par de amigos para estar seguro de que nada le falle a la hora de la reunión con su público.

Terminada la reunión guarde y protega bien su porfolio. Muchos extensionistas mandan a hacer una bolsa de lona, con manijas de maleta para proteger su porfolio en los viajes y en el almacenamiento. ¿Qué tal si usted los imita?



FOTOGRAFÍAS Y FOTOBANDAS

Enrique Sánchez Narváez

Con el término Fotograma, designamos en esta publicación la ayuda visual conocida en inglés con los nombres de "trasparency" o "slide". En español se le llama de distintos modos: diapositivas, transparencias, vista fija y aún "diavista"; pero nos parece más apropiado fotograma (foto luz; grama, trazo, imagen, dibujo). En cinematografía, cada cuadro o imagen que se sucede en la cinta contiene 53 de ellas. En televisión, fotograma es cada imagen o cuadro total proyectado en la pantalla; la velocidad de producción es de 30 cuadros por segundo.

La palabra Fotobanda, se refiere a la serie de fotogramas en banda que en inglés se conoce como "film slide" o "film strip".

A. Diserte con Fotogramas

En su trabajo de extensión, usted utiliza de preferencia seres y cosas reales para dar ejemplos ilustrativos de los temas que trata. Así la gente adquiere una noción clara de los animales, las aves o las cosas que le convienen; del tratamiento de enfermedades de plantas y animales; sobre buenas y malas semillas. Conoce mejor las herramientas que facilitan el trabajo; cuáles son los mejores abonos y cuál es la mejor forma de cuidar el suelo y los cultivos. Aprende a seleccionar bien sus alimentos y adopta nuevas formas de prepararlos de manera adecuada. La gente llega a comprender mejor lo que ustedes les enseñan objetivamente, porque los ejemplos vivos y los casos reales dicen por sí mismos lo que son. Dan experiencias directas o inmediatas.

1. Experiencias indirectas

Pero no siempre se es posible presentar ejemplos vivos ni cosas reales. Con frecuencia, tiene usted que recurrir a otros medios que sustituyan a la realidad. Entre ellos figuran las imágenes proyectadas por la pantalla, que son las que -después de los ejemplos vivos o las cosas reales- aproximan más al espectador a los hechos, los fenómenos y las cosas. Dan experiencias indirectas.

Muchas veces, las proyecciones le ofrecen mayores ventajas que los seres vivos y las cosas reales. Porque con éstos últimos, por ejemplo, usted no tiene la posibilidad de mostrar en cualquier momento los órganos internos de animales, la circulación de la sangre o el funcionamiento de un motor. En cambio, con las imágenes proyectables puede hacerlo siempre, con la única condición de que cuente con equipo y corriente eléctrica.

Los fotogramas son, por tales razones, de un gran valor educativo. Para obtener el mayor beneficio de su uso y aplicación es necesario conocer el manejo de ellos y del proyector, como es necesario presentarlos correctamente.

B. Revise la Serie

Antes de la sesión que ha de ofrecer a su público, ordene los fotogramas. Al hacerlo, recuerde que son frágiles y sensibles al roce: evite dañarlos. Tómelos solamente por los marquillos de cartón.

Igualmente debería evitar que, en la proyección de los fotogramas, vayan las imágenes invertidas o el texto en sentido contrario a la lectura. Para asegurarse de que ha de insertar en forma apropiada los fotogramas en el proyector, recorte ligeramente las marquillas por el vértice de donde debe tomarlas con los dedos índice y pulgar de la mano derecha, o hágales una mella o escote con un socabocados cerca de ese vértice. Así, en la oscuridad, en el momento de la inserción, le será fácil reconocer al tacto la posición correcta de cada cuadro. Además, le dará mayor seguridad la numeración inscrita al dorso de cada uno de ellos, cerca del vértice recortado. Durante la sesión, no es tanta la oscuridad que no pueda usted distinguir los números y las señales gufas.

El número ideal de fotogramas para una sesión es de 20 a 25, mayor cantidad fatiga al público. Al seleccionar su serie, tenga en cuenta, así mismo que en los fotogramas debemos espresar las ideas de imágenes; los que sólo contienen texto o texto excesivo superpuesto a la imagen, exasperan al auditorio. Cuando habla usted de una proyección, la gente se dispone a ver movimiento y vida, o formas expresivas. Satisfaga ese deseo y logrará la comunicación.

Proyecte para usted su serie a fin de compenetrarse del tema de su disertación. Revise sus conocimientos sobre él. Ordene las nuevas ideas que le sugieren las imágenes y tome notas para redactar un guión.

C. Prepare el Guión

Preparar el guión significa dos cosas: prepararse uno mismo para hablar en público y contar con un plan para hacerlo con hilación y seguridad. Desarróllelo con lenguaje fácil y ameno. Utilice palabras que sean familiares a su público.

Al exponer el tema, recuerde que la serie de fotogramas expresa en imágenes, mucha parte de él. Recuerde con su palabra las partes que requieran mayor ampliación. Evite las pausas entre fotograma y fotograma, porque ellas darían la sensación de que usted presenta cuadros aislados. Haga que la idea central fluya a través de la serie para establecer la unidad. Haga igualmente que los puntos principales y secundarios sirvan para dar relieve a la

idea fundamental. Por ejemplo, si trata de **incrementar la producción de maíz**, la idea central es el **CULTIVO DEL MAÍZ**. Las ideas principales son: preparación del terreno; siembra de variedades mejoradas; distancias de siembra; uso de fertilizantes; riego y combate de plagas y maleza. Las ideas secundarias son: clases de terrenos, sistema de riego, pérdidas causadas por las plagas.

Prevea y destine tiempo para las interrupciones y preguntas del público.

Podría redactar el guión en éstos o parecidos términos, si su serie de fotogramas fuese sobre:

D. Cultivo de Maíz

Número 1. Plano general largo (PGL) de la región productora de maíz. El maíz es el cultivo preferido en esta región. Es propio del clima y prospera bien en tierras como las nuestras. Constituye buena parte de nuestra alimentación. Es fuente de trabajo, de alegría sana y de riqueza. En la época de mayor abundancia, da gusto ver el valle verde y ondulado de maíz.

Número 2. Plano medio largo (PML) de cultivo raquítrico de maíz. Sensiblemente, en los últimos tiempos, varias parcelas de maíz raquítrico y mediocre presentan signos que no auguran nada bueno. Revelan que el maíz criollo ha dejado de ser promisorio, o que no seleccionamos bien las semillas, o que no cuidamos debidamente la tierra o los cultivos.

Número 3. Plano medio largo (PML) de una cosecha de maíz degenerado. El esfuerzo no se ve compensado por los resultados. El capital invertido, y el trabajo y los desvelos que cuestan cosechas como la presente no significan ningún beneficio para el agricultor. El producto es pobre y de mala calidad.

Número 4. Primer plano (PP) de mazorcas de maíz de variedades adaptadas a la zona. Pero se ha comprobado que podemos producir mejor maíz. Existen otras variedades mejores que la criolla. Se adaptan perfectamente a nuestro clima y suelo. Su rendimiento es alto, la calidad del grano es muy buena.

Número 5. Plano medio corto (PMC) hasta la cintura de un técnico en un campo de experimentación. Para determinar las variedades que nos conviene, técnicos especializados en maíz, como el doctor Mario Gutiérrez y los ingenieros Francisco García y Heliodoro Miranda, realizaron ensayos en el Centro Experimental Regional y en algunas zonas del país. Los ensayos demandaron algunos años, pero finalmente, los esfuerzos se vieron recompensados.

Número 6. Primer plano (PP) de mazorcas de maíz de las variedades I-451, I-452. Fueron seleccionadas por los técnicos las variedades I-451 e I-452 como aptas para su cultivo en la zona.

Número 7. Plano medio largo (PML) tomas comparativas de parcelas de maíz criollo y parcela con la variedad I-451, por ejemplo. Mientras el maíz criollo es poco resistente al volcamiento o tumbada y a las enfermedades, la nueva variedad es recomendada por su adaptación a la zona, por su resistencia al volcamiento y a las enfermedades.

Número 8. Plano medio largo (PML) tomas comparativas de dos montones de maíz: el criollo y la nueva variedad. ...además, mientras el rendimiento del maíz criollo es sólo de 1 1/2 a 2 toneladas por hectárea, la nueva variedad da una cosecha de 3 a 4 toneladas por hectárea.

Número 9. Primer plano (PP) de mazorcas de maíz de la nueva variedad con hileras rectas y granos uniformes. Pero ante todo es necesario escoger la semilla para obtener resultados satisfactorios. Dan buena semilla las mazorcas que presentan aspecto sano y tienen granos uniformes e hileras rectas.

De este modo, puede continuar hasta el final de la serie. Es recomendable que se cierre la serie de fotogramas con uno que diga:

GRACIAS POR SU ATENCION, o simplemente, FIN.

E. Pruebe el Equipo

Para servirse de los fotogramas, usted necesitará conocer su equipo.

1. Los proyectores

Actualmente, hay alrededor de cien clases de proyectores, desde los más sencillos, que operan con un transportador de lanzadera, hasta los automáticos de control a distancia. Algunos están combinados con grabadoras y con parlantes. Los hay también de los que operan con batería o con kerosene.

Cualquiera sea el tipo de que usted puede disponer para sus sesiones, lo que importa es que sepa manejarlo con destreza y seguridad. Antes de cada sesión, compruebe la clase de corriente en el local y vea si es la requerida para su proyector. Vea los accesorios eléctricos que ha de necesitar, como: cable de extensión, enchufes, etc.. Pruebe el alcance de la lente para colocar a distancia conveniente la pantalla a fin de que las imágenes se muestren nítidas.

La longitud de las lentes de proyectores varía desde tres pulgadas a siete pulgadas. La longitud focal, indicada en pulgadas, es la distancia que hay desde la parte en que se colocan los fotogramas en el proyector hasta la cara externa de la lente que da a la pantalla.

Ahora bien, la distancia focal determina la distancia a que debe ser colocado el proyector con relación a la pantalla para la buena visibilidad de las imágenes. Al final de este artículo va inserto un cuadro que facilitará la colocación adecuada del proyector y la pantalla.

2. Las pantallas

La buena calidad, el color y la buena definición de las imágenes proyectadas depende, en gran parte, de la calidad de la pantalla; depende en realidad de la superficie de ella y de su tamaño, aparte de la colocación del proyector a distancia conveniente.

Hay pantallas de distintos tipos de superficie: mate, cristalina, plateada y lenticular. Las mejores son la lenticular y la de color blanco mate.

La pantalla lenticular tiene la superficie cubierta de millares y millares de lentes diminutos que reflejan, ampliadas, las luces que reciben. Así las imágenes tienen brillantez y pueden ser vistas cómodamente por gran número de espectadores. La visión es uniforme desde cualquier punto del área de visibilidad de la proyección. Ello, por cierto, se debe a la disposición ingeniosa de las lentillas convexas, en líneas, y de las cóncavas, en círculos.

En segundo lugar, por su calidad, está la pantalla mate, porque también ofrece buena visibilidad a los espectadores desde el área de ubicación apropiada. Tiene gran amplitud, aunque no brillantes. Pero esta falta de luminosidad puede compensarse con lámparas de mayor potencia en el proyector. Las imágenes en esta clase de pantalla se muestran suaves y con buena definición.

La pantalla plateada se utiliza de preferencia para las imágenes estereoscópicas o sea tridimensionales. Las cristalinas ofrecen sólo un limitado ángulo de visibilidad, tienen una superficie irregular y, por eso, las imágenes no se ven con claridad desde corta distancia.

Pero puede ocurrir, como le ocurrirá varias veces, que sólo disponga de pantallas improvisadas, quizá de la superficie clara de una pared. Procure elegir una de un color blanco mate y, si es posible, rodee su "pantalla" de un marco negro para dar la sensación de que las vistas se muestran a través de una ventana. El marco negro, por contraste con la pantalla, da a la imagen, sentido de profundidad, y, por tanto, mayor relieve.

F. Preocúpese del Público

Antes de la presentación, observe el lugar de la sesión y preocúpese porque su público tenga comodidad. El público no se sentirá dispuesto a recibir las nuevas ideas, si no se siente a gusto. Haga que el borde inferior de la pantalla quede a la altura de los ojos de las personas sentadas.

Disponga adecuadamente los asientos en relación con la pantalla. Desde el centro del borde inferior de ésta, proyecte imaginariamente un ángulo de 30 grados a cada lado del eje de la sala. El área de buena ubicación estará dentro de ese ángulo. Las personas más próximas deberán estar sentadas a una distancia dos veces mayor que el ancho de la pantalla. Las personas más alejadas, a una distancia seis veces mayor que ese mismo ancho. Recuerde que cada persona requiere un espacio de 60 centímetros por 70 centímetros para acomodarse holgadamente.

Preocúpese de la ventilación y de las facilidades de oscurecimiento de la sala para proyectar sus fotogramas. Pruebe la acústica del local para determinar el volumen y el alcance de su voz. Coloque su material a mano. Procure, en todo caso, proyectar desde la parte posterior de la sala, de este modo evitará que el público se distraiga o que el proyector interfiera la visión de las personas sentadas detrás de éste.

G. Exponga el Tema

En la expansión de un tema con el auxilio de fotogramas, es usted quien dará la calidad a él, y no los fotogramas por sí solos. Interesará a su público en la medida en que usted de animación y vida al tema con su palabra y con la sucesión gradual y lógica de las imágenes. En la parte introductoria, es bueno que se refiera a los siguientes puntos:

- El motivo de la reunión. (Ejemplo: informar sobre los resultados obtenidos por los agricultores de una región con una nueva variedad de maíz).
- El tema o materia que está contenido en la serie de fotogramas. (La nueva variedad).
- Relación que hay entre el tema y los intereses, necesidades o aspiraciones de su auditorio. (Esta zona cultiva maíz, pero los resultados no son del todo satisfactorios para ustedes).
- Interés de la entidad a que usted representa en el desarrollo del tema en relación con el público. (El Ministerio de Agricultura tiene el interés de ayudar a ustedes, poniendo a su alcance conocimientos y métodos que les permitan mejorar su producción).

1. Desarrolle el tema

Siga en la exposición del asunto el orden establecido en el guión. Recuerde que lo concibió como una unidad; desarróllelo en esa misma forma. Hable con entusiasmo y, cuando sea oportuno, matice la disertación con anotaciones y anécdotas humorísticas. Siempre es posible recordar situaciones y circunstancias relacionadas con los puntos del tema, que puedan servir para hacer amena la exposición.

Tenga en cuenta que los fotogramas son los que ilustran los puntos principales de su tema. Entonces, no dé la sensación de que describe cuadros aislados; evite las muletillas: "en este cuadro", "aquí vemos", "observen en este fotograma", y otras semejantes. Su auditorio acudió a la sala para "ver", entonces no ponga en duda que lo haga.

Es recomendable que opere usted mismo el proyector, así sabrá dar el ritmo conveniente a la presentación de la serie. Si tiene necesidad de la colaboración de un operador, ensaye previamente con él para establecer el ritmo de la serie. Evite, ante todo, usar un bastón para indicar con golpes el cambio del fotograma, o evite decir cuándo ha de cambiar. Eso distrae al auditorio y rompe la unidad del asunto, Ofrezca una sesión en que se advierta que todo está sincronizado: en suma, presente una "clase" que a la vez sea una buena "función".

2. Aplique

Después de pasada la serie por pantalla, dé una breve pausa a su auditorio para que se anime de nuevo. Luego solicite preguntas ó hágalas de manera cordial sobre el asunto expuesto. Es probable que al principio haya timidez para hacer la primera pregunta o dar la primera respuesta. Es un buen expediente distribuir tarjetas y pedir al público que escriba las preguntas o exprese las ideas sugeridas por la proyección. Habrá muchas respuestas. Lea una por una y coméntelas con el público. Así puede provocar discusiones muy animadas.

Puede también formar grupos de discusión, si el tema se presenta a especulaciones más amplias o a la aplicación de problemas particulares. El trabajo será más dinámico y provechoso. De usted un tiempo de 15 a 20 minutos para organizarse y tratar el asunto con relación a los problemas que surjan con consecuencia de la proyección. Al final haga que el líder de cada grupo de a conocer los puntos de vista a conclusiones.

H. Evalúe

Todo buen educador está interesado en conocer los resultados que obtiene de la aplicación de los diferentes métodos en su trabajo; la evaluación le revela puede lograr mayor eficiencia. Habitúese a evaluar su trabajo; hágalo durante sus sesiones y demostraciones, como después de ellas.

En el curso de una sesión, observe las reacciones del público y trate de medir su grado de aprendizaje. Las preguntas que formulen, el interés que revelan ellas, la actividad desplegada por los grupos y las conclusiones a las que lleguen, le darán el índice de evaluación.

Por otra parte, para medir la influencia ejercida por usted mediante sus ayudas visuales, anote nombres y direcciones de los asistentes a la sesión. Visítelos más adelante para comprobar en qué forma están aplicando los nuevos conocimientos o qué cambios de actitud y conducta se han producido en ellos.

Infórmese igualmente de la suma que invirtió usted en su trabajo, vea si los resultados justifican la inversión.

La evaluación revelará a usted si los medios y métodos que utiliza en determinadas situaciones son los adecuados.

CUADRO DE PROYECCION DE FOTOGRAMAS

Longitud focal (lente)	Ancho de la Pantalla (en metros)								
	1.20	1.30	1.50	1.80	2.10	2.40	2.70	3.00	3.70
3" ...	2.10	2.70	3.40	4.0	4.90	5.50	6.10	6.70	8.20
4" ...	3.0	3.70	4.60	5.20	6.10	7.30	8.20	9.10	11.0
5" ...	3.70	4.90	5.80	6.70	7.90	9.10	10.40	11.30	13.70
6" ...	4.60	5.80	6.70	7.90	9.50	11.00	12.20	13.70	16.50
7" ...	5.20	6.70	7.90	9.10	11.30	12.80	14.30	15.80	19.20

Las pantallas de forma cuadrada son las más convenientes, porque se prestan muy bien a la proyección de fotogramas de cuadro vertical u horizontal. El tamaño requerido de ellas depende de dos cosas:

1. De la longitud focal de la lente, y
2. de la distancia a que se quiera colocar el proyector respecto a la pantalla. Por ejemplo, si su proyector tiene una lente de longitud focal de 5 pulgadas y desea usted situarlo a 13 metros de la pantalla. ésta debe tener 3.70 x 3.70 metros.

BIBLIOGRAFIA

1. ADMINISTRACION DE COOPERACION INTERNACIONAL. Las ayudas visuales en la Extensión Agrícola. Traducción y adaptación de Enrique Sánchez Narváez. Turrialba, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, 100p. 1960.
2. BROWN, J.W., RICHARD B. y HARCLEROAD, F.F. A-V Instruction Materials and Methods. New York, McGraw-Hill Book Co., Inc., 554p. 1959.
3. DALE, E. Audio Visual Methods in Teaching. Rev. ed. New York, Dryden Press, 534p. 1954.
4. HAAS, K.B. y PACKER, H.Q. Preparation and Use of Audio-visual Aids. 3rd. ed. New York, Prentice-Hall, 381 p. 1955.
5. MCBURNEY, Y.F. y WRAGE, E.J. El Arte de Bien Hablar, Tratado de elocuencia. Traducción y adaptación de Juan Petit. Barcelona, Editorial Argos, 557 p. 1955.
6. MCKOWN, H.C. y ROBERTS, A.B. Educación Audio-visual. Traducción de Orencio Muñoz. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana, 581 p. 1954.
7. MORENO Y GARCIA, R. y LOPEZ ORTIZ M. DE LA L. La Enseñanza Audio-visual. México, Editorial Patria, S.A. 299p. 1960.
8. PRAT GABALLI, P. Publicidad Combativa. Barcelona, Editorial Labor, 460 p. 1953.
9. SANDS, L.B. Audio-Visual Procedures in Teaching. New York, Ronald Press Co., 670 p. 1956.
10. WEAVER, G.G. y BOLLINGER, E.W. Visual Aids, Their Construction and Use. New York, D. Van Nostrand Co., 388p. 1949.
11. WITTICH, W. A. y SCHULLER, C.F. Audio-Visual Materials, Their Nature and Use. New York, Harper and Brothers, 564p. 1953.

NOTAS PRACTICAS SOBRE FOTOGRAFIA

Orlando Lugo, M. V.

Introducción

Su trabajo como agente de cambio exige que usted se comunique eficazmente con su audiencia. Una buena foto le ayuda a dar mayor claridad a sus mensajes. Una buena foto habla por sí sola.

Usted puede utilizar una serie de fotografías para describir alguna técnica, cuya explicación teórica resulta complicada. A través de una serie de fotografías usted puede transmitir conocimientos o narrar un suceso.

Una buena fotografía debe reflejar claramente la realidad. Ella debe expresar lo que el fotógrafo tenga en mente. Para tomar buenas fotos usted necesita básicamente conocer la cámara y saber por qué va a tomar la foto. O sea que debe tener un objeto definido para sus fotos.

Objetivos

El objetivo de este artículo es proporcionarle algunos conocimientos prácticos sobre cómo tomar buenas fotos y ayudarle a mejorar el contenido de las que usted toma para ilustrar publicaciones. Se excluyen del mismo los tecnicismos relativos a la cámara y los procesos de revelado y copiado.

A. Partes Básicas de una Cámara

1. Caja a prueba de luz

Sin tener en cuenta su tamaño o su forma podemos decir que la cámara es una caja a prueba de luz. Esta caja sólo permite la entrada de la luz que penetra a través de la lente cuando se abre el obturador. Cabe decir que el obturador se abre cuando usted presiona el disparador.

2. Avanzador o arrollador de la película

Todas las cámaras tienen un sistema que permite cambiar la posición de la película. Este mecanismo que funciona a través de una palanca, permite mantener la película estirada y en una posición fija para que la luz procedente de la imagen impresione la misma.

3. Obturador

El obturador está hecho para abrirse o cerrarse en un intervalo preciso de tiempo. El obturador decide si la luz entra o no a la cámara y el tiempo que ella debe permanecer allí. Algunos obturadores se encuentran colocados entre las lentes y otros en la parte posterior del cuerpo de la cámara.

4. Diafragma

El diafragma cumple la misma función que el IRIS en el ojo humano. O sea que deja entrar una cantidad exacta de luz a la cámara cada vez que el obturador lo permite. Esto debe quedar bien claro. El obturador es como el guardián que deja entrar la luz, en tanto que el diafragma dice la cantidad de luz que debe entrar.

El grado de abertura del diafragma se expresa con números tales como: 2.8, 4, 5, 6, 8, etc.. Cuanto más pequeño es el número mayor es la apertura del diafragma.

Cada número en la escala del diafragma, representa el doble del volumen de luz que deja pasar la abertura anterior.

5. Lentes

Las lentes tienen la función básica de condensar y coordinar los rayos luminosos que se reflejan, ya sea en las personas o en las cosas, para formar una imagen clara y brillante sobre la película. Las lentes varían en tamaño, forma y construcción pero todos ellos cumplen la misma función.

Claro que las lentes no forman esa imagen clara, si usted no enfoca bien el objeto que piensa fotografiar. Cuando no se enfoca bien, la imagen sale borrosa o confusa.

6. Exposímetro

El exposímetro mide la luz que reflejan los distintos objetos. También indica la cantidad de luz que se necesita para producir en la película una imagen clara. Esto es lo que se llama tiempo de exposición o exposición.

El exposímetro es básicamente una aguja que se mueve sobre un cuadrante. Algunas dan al fotógrafo una indicación en valores de exposición. Otros son una especie de exposímetros semiantoniáticos que coordinan la abertura y la velocidad del obturador.

7. Visor

El visor ayuda a mirar lo que usted quiere fotografiar. Además se usa para encuadrar la imagen.

8. Disparador

El disparador es por lo general un botón que se presiona para que el obturador pueda cumplir su función.

B. Película

La película es una lámina delgada de plástico con una emulsión de gelatina que contiene unos granos microscópicos compuestos de una sustancia química a base de plata, muy sensible a la luz.

La sensibilidad de la película a la luz varía con el tamaño de los granos de plata y otras propiedades de la misma. Podemos decir que la sensibilidad de una película es la rapidez o la lentitud con la cual ella puede captar la imagen de algún objeto que se refleja a través de los lentes de la cámara.

Las películas pueden ser lentas, medias o rápidas, de acuerdo con su sensibilidad. Las películas rápidas tienen los granos de plata más grandes. En cambio las lentas tienen los granos más finos y reflejan mejor los detalles del objeto que se quiere fotografiar.

La sensibilidad de las películas se indica por los grados ASA o DIN. La mayor parte de las películas dan la medida tanto para grados ASA como para los grados DIN. Hay algunas cámaras que tienen incorporada una tabla con los valores correspondientes a los grados ASA y DIN.

C. Cuidados de la Cámara

Mantenga la cámara en su estuche para protegerla del polvo, granos de arena o contra los golpes.

Proteja las lentes de largas exposiciones a la luz del sol, porque de lo contrario se calientan mucho y se van dañando.

Mantenga la cámara fuera de la guantera de su carro.

No deje la cámara abandonada a la acción de los rayos del sol.

Limpie el polvo que se acumula dentro de la cámara una o dos veces cada tres meses. Esto debe hacerlo con una brocha fabricada especialmente para tal fin (pincel de piel de marta).

Las manchas de las lentes pueden aparecer en la fotografías. Utilice papel y un limpiador apropiados para esta labor. Cuando limpie la lente, hágalo pasando el papel sobre la misma, en forma circular. Siempre utilice primero la brocha y después el papel.

Mantenga la cámara en un sitio seco para evitar que aparezcan hongos, tanto en la lente como en el cuerpo de la misma. El hongo juega en la lente el mismo papel que una nube en un ojo.

D. Prepare su Cámara

Antes de abandonar su casa o su oficina ajuste su cámara a una velocidad de 1/25. En esta forma no andará tonteando o ensayando para graduar la velocidad, y la abertura o F-stop. apropiado.

Procure ajustar la abertura, la velocidad y el foco que piensa fotografiar, particularmente cuando se va a tomar fotos de una persona o de un grupo de personas. Esto puede también conseguirse enfocando sobre algo que se encuentre a un lado del objeto y a la misma distancia de la lente.

Muchos fotógrafos llevan sus cámaras ajustadas o preparadas para tomar fotos en condiciones promedias de "tomas". En esta forma pueden obtener fotos con la rapidez que lo deseen.

E. Sostenga la Cámara Firmemente

Muchas fotos se dañan más por culpa de una mano floja que por cualquiera otra causa. A menos que usted dispere a una alta velocidad, aun el más leve movimiento puede producirle una foto "movida".

No existe en realidad una forma correcta de sostener la cámara, pues los distintos tamaños y formas que ellas presentan exigen que la gente deba acomodarse a las mismas.

En términos generales la cámara debe sostenerse firmemente, evitando que se mueva o que se caiga. Trate de convertirse en un trípode. Mantenga sus pies en una posición confortable pero firme, ligeramente separados, con un pie un poco más adelante que el otro, con la mano que soporta la cámara apoyada o pegada contra su cuerpo. De manera que a cualquier lado que usted se mueva la cámara se mueve con usted.

Tenga presente que lo más importante no es la forma como usted sostenga la cámara, sino que la sostenga firmemente.

F. Uso de Las Lentes

La mayoría de los fotógrafos no profesionales saben que las lentes largas permiten aumentar los objetos distantes. Una lente corta cubre una área bastante grande y una lente normal sirve como punto medio entre los dos anteriores.

Al hacer la escogencia de las lentes tenga en cuenta la posición del objeto que vaya fotografiado y la forma como usted quiere obtener la foto.

G. Cuidado con los Errores

Uno de los error que se comete con frecuencia en fotografía es que se presenta cuando el objeto principal de la foto pasa desapercibido en la misma. Así muchas veces intentamos tomar la foto de una persona, pero cuando ya obtenemos la copia final vemos que esta persona tiene la apariencia de insecto perdido en el paisaje.

Procure acercarse lo suficiente al objeto cuando vaya a tomar fotos. Muchas veces las caras de las personas se ven borrosas porque el fotógrafo se encontraba muy lejos.

Tenga en cuenta lo que se encuentra al fondo de sus fotos. Hay algunas veces en que nos olvidamos del fondo y obtenemos composiciones indeseables. Hay fotos en donde aparecen árboles creciendo en la cabeza a alguna persona, o un río pasando a través de las orejas de ella.

Muchas veces usted toma fotos confusas o desenfocadas porque no selecciona la velocidad apropiada. Claro que el desenfoque en el fondo o en el objeto mismo puede darnos la sensación de velocidad, ya sea de un vehículo o de un corredor que se mueve rápidamente.

Procure no tomar las fotos tan cerca que mutile a los objetos que quiere fotografiar. Así algunas veces aparecen las fotos con personas cuya cabeza o piernas quedaron por fuera de la misma foto.

H. Reglas para Memorizar

Hay muchos fotógrafos, aun los profesionales que pierden fotos por cometer errores tales como disparar sin tener película en la cámara o sin quitarle el proyector o tapa de la lente.

Evite errores tan elementales, teniendo en cuenta los siguientes puntos:

1. Cerciórese de que la cámara tenga película. Hay muchos fotógrafos que han perdido hermosas fotos por disparar con una cámara sin película. Observe la ventana posterior que tiene su cámara o el contador automático de la misma. En caso de duda, trate de avanzar la palanca que arrolla la película, si la cámara tiene película o rollo usted sentirá una pequeña resistencia cuando avanza la misma.

2. Cerciórese de que tiene el ASA o DIN correctas de la película que está utilizando.

3. Cerciórese de que las baterías de su cámara están cargadas.
4. Cerciórese de que la lente no está cubierta por su protector. Con una cámara tipo Reflex, usted no tiene problema, porque si no quita el protector de la lente, no se ve nada. Sin embargo, procure observar la lente de su cámara antes de tomar la foto para evitar sorpresas desagradables.
5. Cerciórese de que la película está avanzada sin problemas dentro de la cámara; cuando coloque un rollo o película esté seguro de que la primera parte o cabeza de la misma queda bien insertada en el carretel, entonces avance la película, el equivalente a una foto, mientras la cámara esté abierta.
6. Cerciórese de que la cámara se halle herméticamente cerrada. Después de cerrar la cámara trate de abrirla suavemente, sin tocar el botón o el mecanismo que la abre.
7. Cerciórese de que la lente se encuentra bien colocada. Cuando cambie las lentes de su cámara procure que ellas queden bien instaladas.
8. Sostenga bien la cámara o colóquela en un sitio firme. Mantenga la cámara firme, contenga la respiración y... apriete el disparador.
9. Tome las fotos con el sol o la luz detrás de usted.
10. Avance la película después de cada toma. Con esto evitará superposición de imágenes o que se le trabé la cámara.
11. Cerciórese de que tiene la suficiente película para tomar las fotos que necesita. Si usted tiene poca película y quiere tomar muchas fotos, entonces pase el resto de la misma y ponga un rollo nuevo.
12. No monte la película o cargue su cámara a la luz fuerte y procure que la parte emulsionada o lechosa quede hacia el interior de la cámara.
13. Mantenga las lentes limpias. Nunca limpie las lentes con cualquier clase de tela porque las raya. La mejor forma de limpiar una lente consiste en soplar sobre ella para quitarle el polvo, luego empañándola con el aliento y finalmente limpiándola con un papel de fotografía especial para lentes.
14. Mantenga la cámara libre de polvo o pedazos de película. Antes de cargar la cámara cerciórese de que en su interior no se encuentran pedazos de película u otros elementos como polvo. Tanto el polvo como los residuos de películas pueden rayar ésta y dañarle las fotos.

I. Cómo Tomar Mejores Fotos

1. Use más de una abertura

A pesar de que el revelado puede rectificar muchos errores, él no compensa todos y usted pierde algunos detalles en sus fotos. Algunos profesionales acostumbran tomar fotos con la exposición correcta y luego toman dos extras, una con una abertura más alta y la otra con una más baja. Así, por ejemplo, si toman una foto con una abertura de 4 a una velocidad de 1/125, ellos toman después una con 2.8 y la otra con 5.6. Esta técnica permite eliminar fotos que se toman cuando las condiciones de la luz no son muy favorables.

Cuando tome paisajes iluminados por la luna procure utilizar un trípode.

2. Cierre un ojo

En realidad éste es un truquito bastante viejo, pero que permite ver cómo aparecerá la escena en la fotografía.

Cierre un ojo. Después de cerrarlo, haga un marco rectangular con las dos manos, de tal forma que se junten los dedos pulgares y los índices de cada mano, mire a través de este marco la escena que quiere fotografiar. De esta manera usted verá exactamente lo mismo que su cámara. Esto le permitirá tomar una visión de la forma y la posición en que se encuentran los objetos que usted piensa incluir en la foto.

3. Personas

No tema acercarse a la persona que quiere retratar. Evite tomar fotos de personas en donde la persona no se ve en el paisaje. Procure que la persona que quiera fotografiar encaje dentro de los límites del visor de la cámara. Así evitará tomar fotos de personas sin cabeza, sin manos o sin piernas.

4. Bosques

En la misma forma que usted toma un paisaje, concentre su fotografía sobre detalles. Así puede usted seleccionar un pequeño grupo de árboles destacados sobre un fondo de cielo nublado. Esto le dará una mejor expresión que todo un bosque en conjunto.

Procure escoger la dirección en que la luz se filtra entre los árboles. Si las fotos quedan muy iluminadas de frente, la composición pierde interés. En cambio las tomadas con iluminación lateral, resaltan la acción de los rayos solares sobre el fondo oscuro y suavizan estéticamente el paisaje.

Tenga presente que los árboles y la maleza absorben mucha luz porque son muy oscuros.

5. Plantas y flores

Las plantas y las flores pueden fotografiarse en el sitio donde se cultivan, pero muchas veces es necesario aislarlas del medio que las rodea. Entonces elija el punto de vista o el detalle que quiere mostrar y despeje el terreno alrededor del mismo. Procure que tanto el primer plano como el fondo aparezcan bien enfocados. Si salen algunas plantas o flores borrosas se daña el efecto. No tome fotos de flores o plantas con una luz muy intensa. Es mejor una luz solar atenuada. Si quiere una foto nuetra, utilice un papel gris claro, el cual se puede sostener con un par de estacas o listones a cada lado.

6. Grupos

Si no tiene ningún pretexto, procure reunir a las personas con un poco de tacto, en forma disimulada, y sin que se interrumpan las conversaciones. Además, procure que no miren la cámara. Si es posible engañarlos, llegando hasta fingir que ya tomó la foto y tómelas cuando ellos se descuiden.

Cuando sea un grupo muy numeroso, procure tomar la foto desde una posición un poco elevada. Claro que no muy alta porque se empequeñecen las personas.

7. Naturaleza

Cuando quiera tomar fotos de pájaros procure hacerlo en el nido y muy de mañana o antes de las tres de la tarde. En este caso es mejor trabajar con una lente larga o Teleobjetivo para evitar acercarnos al objeto.

Para tomar fotos de animales, es bueno a veces conocer los hábitos de los mismos, muchos de ellos son tímidos y cautelosos, o duermen durante el día. Por lo general se necesita hacer las tomas a alta velocidad.

Procure en lo posible tener enfocada la zona sobre la cual piensa disparar. Cuando se trate de animales domésticos procure observarlos mientras juegan o descansan y esté alerta para tomar la foto que desea. Si los animales se encuentran entre rejas, acerque la lente a la reja y colóquela entre los huecos de la misma o de la malla. De esta manera se elimina la malla o la reja.

Claro que lo más importante es la PACIENCIA que usted debe tener para obtener estas fotos.

J. Cuidado con las Sombras

Tenga cuidado porque las sombras pueden dañar las fotos. Cuando ellas cruzan la cara de la persona o caen sobre la ropa de las mismas.

Sombras producidas por hojas, enrejados o biombos en el fondo de la foto, hacen más atractiva su composición.

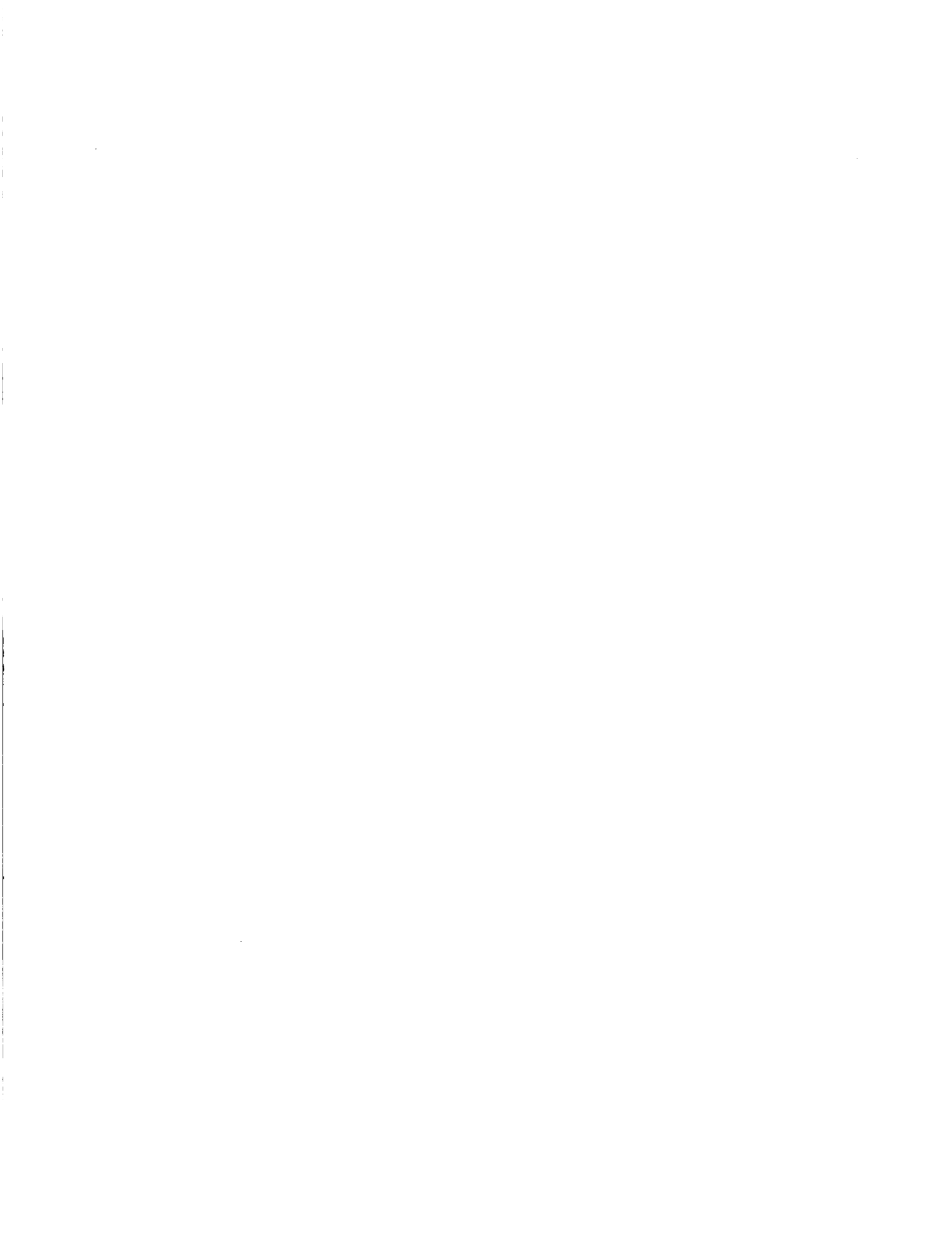
BIBLIOGRAFIA

BRUMMITT, WYATT B., BURNETT, W y ZUM, H. S. Photography. Western Publishing Company. Inc. New York, 1964.

EMANUEL, N. D. Toda la fotografia en un solo libro. Ediciones Omega. Barcelona, 1963.

Tome fotos que hablen. Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la OEA. Turrialba, Costa Rica.

Photographer's Handbook. Life Library of Photography. Time, Inc., 1970.



EL TABLERO O PIZARRON

Vicente Alba Robayo

Introducción

El tablero o pizarrón es una ayuda visual que ofrece grandes posibilidades a los Agentes de Cambio en sus actividades educativas. Sin embargo, a veces no se usa con la frecuencia deseable ni en la forma adecuada.

Por otra parte, es muy posible que la persona que aprenda a usar adecuadamente el tablero esté mejor capacitada para utilizar correctamente otras ayudas como el papelógrafo. Por lo tanto, la presente información condensa algunas experiencias que pueden aumentar la eficiencia en la utilización de uno de los auxiliares didácticos más antiguos y comunes como es el tablero o pizarrón.

A. Elaboración-Materiales

Un tablero se puede elaborar de cemento, de madera, de material sintético o puede ser un simple encerado. También puede servir el material de lona que se usa para carpar vehículos. Por lo general se prefiere la forma rectangular. Un tablero portátil para un grupo de 15 personas puede tener 75 x 55 centímetros.

El color negro es quizás el más común. Sin embargo se recomienda el verde que es más atractivo y más legible. La pintura especial para cada uno de los materiales señalados, se consigue en los almacenes del ramo.

B. Ubicación

Se recomienda situarlo en un lugar donde haya luz suficiente para que todos los asistentes puedan ver sin dificultad. Evite que la luz se refleje en el tablero, impidiendo su fácil visibilidad. La altura del borde inferior debe estar al nivel de los ojos del público. En algunos casos será necesario usar una tarima para que el expositor tenga fácil acceso a toda la superficie del tablero.

La distancia a la primera fila de asistentes debe ser el doble del ancho del tablero. Por ejemplo, si el tablero tiene 1.50 metros de ancho, la primera fila debe situarse a 3 metros de distancia.

C. Haga Letras Fáciles de Leer

1. Tamaño de las letras

Deben ser lo suficientemente grande para que los asistentes de la última fila puedan leer fácilmente. Se recomienda hacer letras de 5 a 10 centímetros de alto.

2. Espesor de las letras

Se aconseja el trazo grueso en vez del trazo delgado. Un corte inclinado, de chaflán, en uno de los extremos de la tiza facilitará mayor espesor.

3. Diseño

Se prefiere el diseño tipográfico al cursivo. De todas maneras los trazos deben ser rectos y no inclinados.

4. Mayúsculas vs. minúsculas

No use sólo mayúsculas sino minúsculas. Combine ambas formas.

D. Use Recursos de Énfasis

1. Con tiza de colores

2. Con letras mayúsculas

3. Con letras de mayor tamaño

4. Con letras de mayor espesor

5. Encerrando las palabras claves en círculos, rectángulos, paréntesis, óvalos

6. Subrayando

7. Dibujando flechas y asteriscos

8. Señalando con un puntero

E. Recomendaciones Especiales

1. No escriba demasiadas palabras, ni atiborre el tablero

2. Evite el uso de abreviaturas

3. No hable mientras escribe

4. No tape el tablero. Una vez que haya escrito colóquese a un costado
5. Borre verticalmente, de arriba hacia abajo.
6. Haga dibujos simples

UTILICE BIEN LA PIZARRA *

Usted está familiarizado con la pizarra, porque sus profesores se valieron de ella para enseñarle e instruirle. Tal vez usted mismo la emplea en sus disertaciones y demostraciones. Pero ¿está seguro de que obtiene el mayor provecho posible de ella? A pesar de ser un instrumento muy simple de enseñanza visual, es de mucha utilidad. La amplitud de su uso se debe, precisamente, a su sencillez y a su adaptabilidad a las más diversas condiciones y necesidades de la enseñanza. Porque usted ...

- a. Puede adecuar la pizarra a todos los temas y materiales que deseen desarrollar.
- b. Puede representar en ella las ideas y conceptos mediante bosquejos, diagramas, diseños, gráficas y símbolos.
- c. Puede adaptarla a cualquier clase de público.
- d. Emplearla durante el tiempo que requiera un tema.
- e. Y puede animarla con su propia acción personal, o sugiriendo movimiento, o valiéndose del color.

Si aplica los recursos que dan eficacia a ese instrumento, tenga la evidencia de que hará más vigorosos, precisos y claros sus mensajes y comunicaciones. Los principios y normas que contiene esta publicación le ayudarán a enseñar con mayor eficiencia y exponer sus ideas de manera más sugestiva y amena.

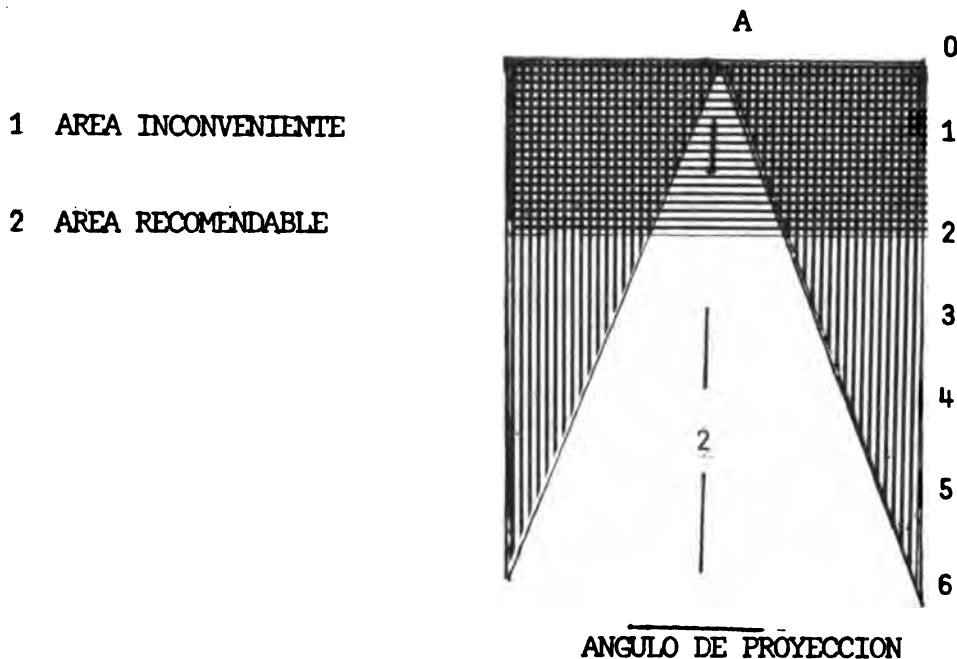
A. Sitúela Bien

1. Coloque la pizarra en un sitio con iluminación suficiente. Si la luz es poca, el público no se esforzará por leer lo escrito y acabará por perder interés en lo que usted expone. Y si el reflejo sobre la pizarra molesta la vista de su auditorio, no se empeñará en ver el texto o los diseños.

2. Sitúe a las personas dentro de un ángulo de proyección de 60 grados (30 y 30 grados a ambos lados del eje imaginario de la sala) con vértice en el centro inferior de la pizarra. Todos ven con comodidad. Los más próximos deben estar a una distancia dos veces mayor que el ancho de la pizarra. Por ejemplo, si el ancho de ésta es de un metro y medio, las personas más inmediatas deben estar a tres metros, y las más lejanas, a nueve metros.

* Publicación del IICA-OEA, mediante su Servicio de Intercambio Científico. Turrialba, Costa Rica, 1955, p. 9

3. Si, como ocurre hoy en muchas aulas, la pizarra abarca la pared de un extremo a otro; la primera fila de asientos debe estar a unos cuatro metros y la última fila, a unos doce o quince metros, esto depende de la cantidad de público que cuente usted.



ANGULO DE PROYECCION

4. El borde inferior de la pizarra debe estar a la altura de los ojos de las personas sentadas.

5. Quite el contorno y proximidades de ella, los cuadros, las láminas, y los objetos que pudiesen desviar la atención del público, del texto y los diseños que usted presente.

6. Finalmente, recorra por el local donde ha de actuar, observe desde distintos puntos las condiciones de luz y la buena visibilidad de la pizarra. Haga los cambios y arreglos que considere necesarios para beneficio del auditorio y de usted.

B. Inspire Confianza

Cuando usted use la pizarra, proceda con orden. Es preferible que anote en una libreta u hojas sueltas los puntos que desee exponer. Siga esas notas: le dan precisión y seguridad en el curso de su labor.

Pero, sobre todo, ensaye cada una de sus disertaciones antes de presentarse al público.

Para iniciar sus disertaciones o demostraciones, trate de ganar la simpatía de su auditorio con una introducción cordial. Hable en tono familiar. Mire a los oyentes en los ojos, así adquirirá confianza en usted mismo y, a la vez, inspirará confianza en los demás.

C. Escriba con Claridad

1. Comience en la parte superior y vaya en líneas horizontales de izquierda a derecha: esa es la dirección normal de la lectura. Escriba su proposición en frases claras. No cruce nunca diagonal ni verticalmente la pizarra con la escritura.

2. No recargue el texto ni las imágenes. No las aglomere. Los textos breves y con espacio suficiente entre líneas y entre palabras serán más fácilmente comprensibles e impresionarán mejor.

3. Escriba los términos técnicos, los nombres y las palabras que no sean familiares para su auditorio y que usted quisiera grabar en la memoria de éste.

4. Si tiene material extenso, organíselo por partes y preséntelo en orden lógico para dar continuidad e interés a su exposición.

D. Escriba con Letras del Tamaño Apropriado

1. Una letra de tres centímetros de alto puede leerse sin dificultad desde unos 10 metros de distancia. Las letras de 6 centímetros de alto pueden leerse a una distancia de 30 metros. Según estas medidas, calcule el tamaño que le conviene emplear para su auditorio.

2. El grueso de la línea de las letras debe ser aproximadamente una séptima parte del alto de ellas: por ejemplo, si el alto de las letras es de 8 centímetros, el grueso de la línea tendrá que ser de 4 milímetros.

3. El alto de las minúsculas debe ser dos tercios de alto de las mayúsculas; es decir, si las mayúsculas son de tres centímetros de alto, las minúsculas deberán tener dos centímetros de alto.

4. El espacio entre las líneas de escritura deberán ser dos tercios de alto de la mayúscula. Por tanto, entre letras de tres centímetros de alto, el espacio deberá ser de dos centímetros entre líneas.

E. Use Letras Claras

1. Escriba en letras de imprenta; son más claras que las manuscritas.

2. Prefiera las letras sencillas; si las adorna, se leerán con dificultad.

3. Prefiera la letra vertical para sus textos, la inclinada o cursiva exige mayor esfuerzo a la vista para la lectura.

4. Emplee mayúsculas y minúsculas; el lector las reconocerá más fácilmente. Si sólo usa mayúsculas en el texto, las frases tenderán a formar bloques visuales y darán la sensación de monotonía.

5. Dé apariencia agradable al texto, emplee títulos y subtítulos, deje márgenes adecuadas y cuide los espacios entre líneas.

F. Emplee Bien la Tiza

1. Para trazar líneas o perfiles gruesos, tome pedazos de tiza de una buena longitud que corresponda al ancho de los trazos deseados. Aplíquelos de lado contra la pizarra, no de punta, y ejecute el diseño.

2. Si quiere recalcar un concepto, subraye la palabra o palabras que lo expresan, enciérrelas en cuadros o círculos. Para indicar movimiento o dirección, utilice flechas.

3. Las tizas de color dan animación. Tienen gran utilidad para gráficas, diseños de mapas, figuras en mente, las partes componentes que usted desea mostrar con claridad en la explicación de funciones del cuerpo humano o de los animales; órganos de las plantas; funcionamiento de aparatos y máquinas. Le sirven también para subrayar palabras y frases.

G. Ilustre sus Disertaciones

Muchos conceptos, por su naturaleza compleja, son abstractos: requieren una imagen gráfica para ser comprendidos. Aunque tenga la evidencia de que sus disertaciones son claras y precisas, habitúese a ilustrarlas. Es cierto que no todos tenemos habilidad para dibujar; pero hay medios que facilitan mucho la ejecución de diseños y gráficas. Uno de estos métodos puede serle útil.

1. Haga dibujos simples, bastante grandes y de trazo vigoroso. No es necesario que haya exactitud fotográfica en las cosas que se presenten. Con la combinación de líneas y círculos, logrará hacer figuras sugestivas.

2. Use plantillas recortadas de cartón o cartulina, sobre todo de figuras que tienen que repetirse con frecuencia. Siguiendo los bordes del patrón o molde con la tiza, obtendrá buenas siluetas.

3. Puede también usar un modelo perforado en las líneas del diseño (stencil). Aplíquelo contra la pizarra y sacuda sobre las perforaciones una almohadilla impregnada de tiza. Cuando levante el modelo aparecerá la

figura formada por puntos. Siga esas líneas de puntos con la tiza para construir la figura.

4. Trace un cuadrículado sobre la figura que desee ampliar. Si no quiere dañar la lámina, aplique sobre ella un papel transparente cuadrículado del tamaño que corresponde a la ampliación. Copie la figura, siguiendo las líneas guías del modelo.

Si es preciso hacer para una clase de dibujo laborioso, hágalo con anterioridad a la hora en que debe hablar. Luego cubra la pizarra con papel hasta el momento en que tenga que mostrar el diseño para precisar más su idea. De otro modo, la atención del auditorio se dirigirá a la figura y no a cuanto usted diga.

H. Use los Instrumentos de Dibujo

Con alguna frecuencia, se verá usted en la necesidad de trazar líneas, figuras geométricas o círculos. En tales casos, tenga a la mano la regla, la escuadra, el transportador y el compás.

Si no dispone de instrumentos especiales, siga uno de estos métodos:

1. Marque puntos de referencia: uno dónde debe comenzar la línea y otro donde ha de terminar. Haga el trazo entre esos dos puntos, aplicando la tiza de lado contra la pizarra longitudinalmente en el sentido en que debe ir la línea.

2. Tome una cuerda delgada y pásela, restregando, contra una barra de tiza para impregnarla de polvo.

a. Envuélvase en los dedos meñiques los extremos de la cuerda sin quitarle el polvo de tiza.

b. Extiéndala y sosténgala contra la superficie de la pizarra en el sitio donde desee trazar las líneas.

c. Sujétela bien con el índice y el pulgar de la mano izquierda contra la pizarra.

d. Con los dedos índices y pulgar de la derecha, levántela ligeramente como si pulsara la cuerda de una guitarra. Luego déjela caer sobre la pizarra. La línea aparecerá pintada nítidamente. Repita la operación completa según el número de líneas que requiera.

3. Contando con la ayuda de otra persona, usted podrá trazar líneas con mayor comodidad mediante la cuerda impregnada de tiza.

4. Para trazar circunferencias e inscribir figuras dentro de ellas, proceda de este modo: Haga un ojo en el extremo de la cuerda y coloque la tiza en él. Tome la tiza y ese extremo de la cuerda con la mano derecha.

- a. Deslice la izquierda por la cuerda hasta obtener el radio conveniente.
 - b. En el lugar señalado por su mano izquierda, haga un nudo.
 - c. Con ese nudo, que le servirá de centro del círculo, busque con la mano izquierda un punto de apoyo en la pizarra. Trace los círculos con la derecha, comenzando la línea por el lado inferior izquierdo. A medida que trace el círculo, cambie la posición de su cuerpo, de derecha a izquierda, hasta colocarse con su flanco izquierdo próximo a la pizarra.
5. Para hacer un elipse, tome un pedazo de cuerda aproximadamente dos veces más grande que el largo que ha de tener la figura deseada.
- a. Atela a manera de aro, uniendo los dos extremos.
 - b. Según la posición que ha de dar a la elipse, trace en la pizarra una línea recta (horizontal, vertical u oblicua).
 - c. Sobre un extremo de la línea, fije un clavito delgado o un alfiler grueso.
 - d. Cuelgue la cuerda, como si fuera un aro, en ese clavito o alfiler.
 - e. Con el índice de la mano izquierda, introduciéndolo en el "aro", atirántelo sobre la línea que trazó usted.
 - f. Sosteniendo así la cuerda, fije también sobre la línea otro clavito o alfiler a unos dos centímetros antes de llegar al punto donde está su índice (o sea antes del extremo de la cuerda).
 - g. Deje el "aro" colgante entre los dos clavitos.
 - h. Para hacer la elipse, introduzca la tiza en medio de dicho "aro" y trace la figura en torno a los dos ejes o focos.

I. Limpie la Pizarra

Tan pronto como haya terminado de hablar sobre la proposición escrita en la pizarra, borre texto y dibujos que sirvieron de ilustración. Hágalo antes de pasar a otro punto del tema. Si descuida este detalle, las contrapropuestas apelaciones de la pizarra y lo que usted exponga se disputarán la atención del auditorio. Puede producirse un estado de confusión en la mente de los que escuchan.

Para borrar, pase la almohadilla de arriba abajo, así el polvo caerá en el piso sin causar molestias ni a usted ni a su público.

De tiempo en tiempo, es conveniente que lave con una esponja o trapo húmedo (no empapado) la pizarra a fin de que esté siempre en buenas condiciones para una escritura clara.

J. No se Mueva sin Objeto

No se pasee de un lado a otro mientras habla, pues obligaría a los circunstantes a seguirle con la vista y los fatigaría. Tampoco haga movimientos impropios, como jugar con la tiza u otros objetos.

K. Use el Puntero

Para llamar la atención sobre determinadas palabras en un texto o las partes de un diseño, el puntero es un instrumento útil. Le sirve a veces como regla.

L. Use un Reflector

La luz de un reflector o proyector sobre la pizarra ayuda a concentrar más la atención de sus oyentes. Uselo si puede disponer de uno de esos aparatos.

M. Evalúe

La eficacia de los métodos y los medios de comunicación depende del modo apropiado de su empleo. Cuando use la pizarra, adáptela a los objetivos de su labor, a las condiciones del medio y a la preparación de su auditorio.

Así mismo, tenga en cuenta las normas y los principios que aconsejan los tratadistas para el empleo de este instrumento de enseñanza audiovisual. Los resultados le dirán si lo utilizó bien. Para conocer esos resultados, EVALÚE:

1. Estudie las reacciones de su público ante el estímulo de las formas visuales y auditivas de expresión. Observe el grado de atención e interés de las personas en las distintas etapas del trabajo. Tome notas en su cuadernillo.

2. Cuando haya escrito una proposición o parte de ella en la pizarra, o cuando haya hecho un diseño, interrogue si todos ven con claridad.

3. Pregunte si en el texto o los dibujos hay algo deficiente o confuso.

4. Cuando haya tratado el punto relativo a las notas o ilustraciones de la pizarra, antes de borrarlas, pregunte si alguien desea explicaciones complementarias.

5. Estudie las posibilidades de combinar la pizarra con otras ayudas visuales para mayor eficacia de la comunicación.

6. Tome nuevas notas. Compare sus observaciones con las respuestas del auditorio. Las conclusiones y deducciones le servirán para mejorar sus métodos y utilizar de manera más adecuada sus instrumentos de enseñanza.

BIBLIOGRAFIA

1. ADMINISTRACION DE COOPERACION INTERNACIONAL. Las ayudas visuales en la extensión agrícola. Traducción y adaptación de Enrique Sánchez Narváez. Turrialba, Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, 100 p. 1960.
2. BROWN, J. W., RICHARD B. y HARCLEROAD, F. F. A-V Instruction Materials and Methods. New York, McGraw-Hill Book Co., Inc., 554 p. 1959.
3. DALE, E. Audio Visual Methods in Teaching. Rev. ed. New York, Dryden Press, 534 p. 1954.
4. HAAS, K. B. y PACKER, H. Q. Preparation and Use of Audio-visual Aids. 3rd. ed. New York, Prentice-Hall, 381 p. 1955.
5. McBURNEY, H. F. y WRAGE, E. J. El Arte de Bien Hablar: Tratado de elocuencia. Traducción y adaptación de Juan Petit. Barcelona, Editorial Argos, 557 p. 1955.
6. McKOWN, H. C. y ROBERTS, A. B. Educación Audio-Visual. Traducción de Orencio Muñoz. México, Unión Tipográfica Editorial Hispano-América, 581 p. 1954.
7. MORENO Y GARCIA, R. y LOPEZ ORTIZ M. DE LA L. La Enseñanza Audio-visual. México, Editorial Patria, S.A., 299 p. 1960.
8. PRAT GABALLI, P. Publicidad Combativa. Barcelona, Editorial Labor, 460 p. 1953.
9. SANDS, L. B. Audio-Visual Procedures in Teaching. New York, Ronald Press Co., 670 p. 1956.
10. WEAVER, G. G. y BOLLINGER, E. W. Visual Aids, Their Construction and Use, New York, D. Van Nostrand Co., 388 p. 1949.
11. WITTICH, W. A. y SCHULLER, C. F. Audio-Visual Materials, Their Nature and Use. New York, Harper and Brothers, 564 p. 1953.

LA EXPOSICION ORAL

Gerardo E. Naranjo

A. Generalidades

La forma de la exposición oral en la enseñanza se reduce cada vez más en favor de otras formas didácticas. En ciertos aspectos, la exposición escrita supera a la oral, como medio de información. El libro, la revista, la prensa periódica especializada, sustituyen con ventaja, a la llamada exposición oral.

Hay quienes exageran su actitud negativa contra la exposición oral, porque dicen que ella pudo ser indispensable, cuando no se disponía de otros medios para transmitir conocimientos, pero que, desde que ocurrió el descubrimiento y difusión de la imprenta, no tiene porque subsistir. "Se aprende más y mejor leyendo que escuchando". El que escribe pone más atención que el que habla y es más preciso. La lectura se puede interrumpir para reflexionar, y repetir para comprender mejor y recordar. El conferenciante no se detiene. Si no se comprende algo, se pierde la hilación del discurso; y la atención del oyente, absorbida, atraída por el giro de la exposición, dificulta una continua y honra reflexión, siéndole por otra parte, imposible retener algo más concreto en la rápida sucesión de las ideas; ésto es, que le quede muy poco en la memoria.

La conferencia es impropia de la exposición sistemática de los conocimientos científicos. Esta necesita un lenguaje preciso que corresponda a la naturaleza de los conceptos. Además, la exposición oral es imprecisa por naturaleza. Un lenguaje sintético no puede retener la atención prolongada de un auditorio. El que habla tiene que diluir sus ideas para hacerse comprender, y su esfuerzo será compensado si promueve en sus oyentes por lo menos, una aceptación general de las ideas. Por eso, ciencia y exposición oral no son términos muy compatibles, y la conferencia ha sido siempre excluida de la enseñanza típicamente científica, como el caso de las matemáticas, por ejemplo, cuya exposición ha tomado por lo general la forma de repeticiones que se basan en textos escritos.

Contra tan radical crítica, la pedagogía superior busca el justo medio. La conferencia tiene su razón de ser, en forma parcial. Ella ha de mostrar, dice Eduardo Spranger, el estado de formación, novísimo, de la ciencia con el criterio de la penetración personal. Contiene, por consiguiente, caso de que corresponda a esta exigencia, algo que no se puede encontrar en ningún libro. Más bien, la conferencia puede ser considerada

como el libro en proceso de génesis, expuesto en lenguaje vivo*.

Habrán muchas ocasiones en que las conferencias sean malas; es decir, se las lea o pronuncie en forma deficiente; del mismo modo, se la puede oír mal. Muchos estudiantes no saben cómo se puede hacer uso de una buena conferencia y cómo se puede dejar estimular por ella para llegar a la actividad. Es muy mala costumbre la de recargar materia en algunas conferencias, que llegan a extenderse a más y más horas y, hasta semestres. Debemos comprender que la conferencia sigue siendo un medio para auxiliarse en el estudio. De ningún modo es el estudio mismo. Este, como podemos suponer, es un acto personal, autoformativo que corre por cuenta y riesgo del futuro profesional.

B. Cómo Hablar en Público

Algunos aspectos importantes que merecen destacarse, cuando analizamos la exposición oral como método educativo son:

- El análisis del auditorio, y
- La preparación y presentación de exposiciones orales.

1. Análisis del auditorio

Consideramos que el análisis del auditorio es importante, porque así el profesor se encuentra mejor preparado para:

- a. Seleccionar adecuadamente los materiales educativos y la metodología que ha de utilizar.
- b. Seleccionar mejor los argumentos en los que apoyará sus tesis.
- c. Hablar en forma comprensible para sus alumnos.
- d. No provocar antagonismos en su auditorio.
- e. No enfocar erróneamente sus distintos temas.

2. Tipos de información requeridos

Algunos de los tipos de información valiosa que el profesor necesita conocer respecto de sus alumnos pueden ser:

*Mucio del material incluido aquí, corresponde al Capítulo VII sobre "La Enseñanza Expositiva, sus Formas y Límites en la Docencia Superior", de Larroyo, Francisco, Pedagogía de la Enseñanza Superior. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1959.

a. Intereses y características del grupo

Con inclusión de edad, raza, educación, sexo, nivel económico, ambiente del que proviene, familia, problemas personales o del grupo, tamaño de la clase, grupos políticos o religiosos dentro de la clase, etc..

b. Calendario de trabajo

Con horarios de clase, de prácticas de campo y laboratorio, problemas que pueden surgir por incompatibilidad de tiempo, aulas asignadas, características físicas, inclusive tamaño de los salones de clase, arreglo y número de asientos, iluminación temperatura, ambiente y ventilación, acústica, decoraciones, facilidades educativas. Regulaciones administrativas: pueden utilizarse personas, recursos, temas que pueden abordar esas personas; inclusión de foros o debates, mesas redondas, simposios, paneles de discusión, comités de escuchas, reproducción de resúmenes de clase, etc., posibles conexiones de su materia con la incluida de otros cursos facilidades bibliográficas. Horario de trabajo de la biblioteca, disponibilidad de fuentes de información, sistema de reserva para el material impreso, etc..

c. Actitudes del alumnado

1) Hacia su materia. Hasta qué punto está el grupo informado sobre su materia. Actitudes favorables, indecisas u opuestas hacia la materia.

2) Hacia usted. ¿Tiene usted algunas afinidades con el grupo? ¿Conocen esas afinidades los alumnos? ¿Emplea usted las formas adecuadas en la exposición (informativa, inquisitiva, de alegato o de persuasión)? ¿Relaciona usted el tema con los tratados anteriormente? ¿Prepara adecuadamente el tema? ¿Emplea el lenguaje y estilo adecuados a las circunstancias y al asunto? ¿Toma en consideración los recursos de la exposición oral, como la voz, el gesto, la postura y los movimientos?

3. Métodos de recolección de información

a. Experiencia del alumnado

Se puede obtener estas informaciones por medio de:

- 1) Entrevistas personales, cuestionarios, etc..
- 2) Su experiencia personal con grupos de años anteriores.
- 3) Entrevistas personales con los otros profesores.
- 4) Estudios de registros estudiantiles, etc..

b. Investigación más avanzada

1) Lectura de la posible literatura disponible sobre el grupo de alumnos que forman su clase.

2) Lectura de las publicaciones producidas por los alumnos de su grupo en las revistas estudiantiles, de la Universidad, periódicos de la localidad, etc..

3) Lectura de los trabajos que hayan sido preparados por los integrantes de su grupo para otros profesores.

4. Utilización de la información recolectada

Toda esta información le será útil para:

a. Determinar el enfoque de su materia

Si la mayoría de los estudiantes cuentan con suficientes conocimientos, destrezas, habilidades y comprensión sobre algunos de los temas que forman la trama de su materia, no será necesario que usted se extienda, considerablemente, sobre esos temas. Muchas veces su enfoque deberá ser distinto, según se trate de hombre o mujeres.

b. Adaptación de su programa

1) El tamaño de su grupo de clase es un factor muy importante. Mientras más grande es el grupo, tanto más alto y más lentamente, usted debe hablar. Con grupos mayores, también usted necesita cuidar sus movimientos, ademanes y gestos. Igualmente emplear escritura de mayor visibilidad. Si utiliza cuadros sinópticos, cifras u otro material escrito, cerciórese personalmente de que la información puede captarse fácilmente desde el último asiento de su salón de clase. Si no puede verse ese material, es preferible cambiarlo o eliminarlo. Además, es fundamental que estos materiales permanezcan convenientemente cubiertos hasta el momento en que usted los necesita; caso contrario, constituirán un elemento perturbador de la atención de sus alumnos.

2) Con grupos más pequeños, reducidos en número, usted debe actuar con más calma, puede ser más informal, a manera de diálogo o conversación.

3) El lenguaje también debe ser adecuado. Es decir, el nivel educativo de su exposición deberá encontrarse en relación directa con los conocimientos y ambiente cultural de su auditorio.

c. Selección de sus argumentos y material complementario

1) La información recogida sobre sus alumnos, en una u otra forma, puede servirle para hacer una más apropiada selección de los ejemplos que desea usar, citas que desea mencionar, analogías que puede presentar, chistes que contar al grupo, etc..

2) Los datos estadísticos pueden hacerse más significativos, cuando se los relaciona con imágenes o cuadros que son más familiares para el auditorio.

3) Los materiales educativos será mejor que incluyan ambientes más familiares para el grupo. Será mejor mencionarles temas, enfermedades, plagas o problemas de la agricultura en el Perú, antes que incluir en su programa temas que nunca o casi nunca serán vividos por sus alumnos. Por ejemplo, si se trata de un tema de desarrollo rural, es mejor utilizar películas, datos, información que correspondan al país, antes que tomar ejemplos de otros lejanos.

C. Preparación y Presentación de Exposiciones Orales

Algunos puntos importantes en la preparación de sus exposiciones son:

1. Propiedad del tema para sus alumnos

Lo apropiado del tema o temas que van sucediéndose en sus exposiciones orales siempre deberán ser revisados o adecuados a la experiencia del grupo y sus conocimientos e intereses. Es importante que los temas duren, exactamente el tiempo disponible. Es recomendable no hablar demasiado largo.

2. Propósitos específicos bien definidos

El propósito o propósitos específicos de cada clase deben estar claramente definidos en tal forma que usted pueda expresarlos en una o dos frases. Es probable que, además de los propósitos de enseñanza que, generalmente, se persiguen en la Universidad, puedan haber exposiciones orales cuyos fines sean los de:

- a. Obtener alguna reacción o acción de parte de los alumnos.
- b. Informar al grupo sobre resultados de algún experimento.
- c. Convencer a los oyentes sobre ciertos resultados.

En tales circunstancias siempre será aconsejable que el profesor determine claramente, el tipo de exposición que va a presentar.

3. Cómo preparar el cuerpo de sus exposiciones

De acuerdo con la extensión de los temas por cubrir, siempre será mejor no elegir más de tres puntos o ideas fundamentales por cada hora de clase.

Cada punto o idea fundamental podría ser desarrollada siguiendo, aproximadamente, las siguientes recomendaciones:

- a. Usando ilustraciones (imágenes, gráficas, ejemplos ilustrativos, etc.).
- b. Dando significado a sus ideas.
- c. Haciendo sus ideas originales.
- d. Dando un tinte personal a sus ideas.
- e. Asociando sus ideas con cosas familiares al auditorio.
- f. Haciendo que sus ideas sean convincentes.
- g. Mostrando que sus ideas ofrezcan la mejor solución posible.
- h. Haciendo que esas ideas atraigan por su relación con lo que la sociedad ha establecido como normas, valores, etc..

4. Cómo preparar sus introducciones

Las primeras impresiones que vierta el profesor deben ser importantes; ellas deben captar la atención de su auditorio. Para ello es recomendable:

- a. Usar inscripciones fáciles de destacar en forma llamativa.
- b. Usar citas de autores conocidos por el grupo.
- c. Planeamiento audaz de los problemas, en tal forma que tengan significado para el estudiante, y que éste sienta la necesidad de encontrar una solución para esos problemas. McKeachie* recomienda organizar la exposición en tal forma que permita al estudiante solucionar el problema, antes que requerir de él, que acepte un conjunto monótono de hechos que pretenden justificar un pensamiento del profesor o para escuchar cosas ya dichas en los libros. La técnica de centrar la exposición sobre la solución de un problema parece que es una buena ayuda para el aprendizaje, tanto en el caso de la exposición oral, como en la discusión.

5. Algunos errores que deben evitarse

Ya en el momento mismo de las disertaciones ante el grupo, es recomendable cuidarse de cometer estos errores:

- a. Jugar con el lápiz, tiza u objetos parecidos.
- b. Balancear el cuerpo.
- c. Esconder las manos en los bolsillos.

* McKEACHIE, W. Teaching Tips, Ann Arbor, The George Wahr Publishing Co., 4th. Edition, 1963.

ALGUNAS TECNICAS QUE PUEDEN EMPLEARSE EN LA EXPOSICION ORAL

Gerardo Naranjo

A. Disertación

Acción y efecto de disertar. Disertar es exponer oralmente un tema en forma metódica y razonable con fines informativos o de refutación.

B. Debate o Foro

Sustentación de un tema desde distintos puntos de vista, por dos o más oradores, siguiendo el método de defensa. No tiene carácter informativo y tampoco es adecuado para el examen imparcial de un problema. En el debate, cada orador tiende a lograr simpatías, o votos, o decisiones favorables a la causa por la que aboga. Los oradores que hablan en pro o los que hablan en contra de una proposición lo hacen alternativamente. La deliberación empieza con los primeros y termina con los mismos. El presidente o moderador señala el orden y fija el límite de tiempo para los discursos constructivos y los refutativos.

C. Discusión de Grupo

Método empleado para pequeños grupos, en que sus miembros tienen preparación, conocimientos y capacidad análogos. Generalmente se utiliza a continuación de una conferencia. Uno de los miembros del grupo actúa como director, y en la discusión se sigue un esquema. En el curso de las deliberaciones se someten las ideas para aprovechar las aportaciones de todos. De este modo se llegan a resolver reflexivamente y en cooperación los problemas. Al final, el director resume las ideas para sugerir la solución o soluciones.

D. Discusión Abierta

En general, este tipo de deliberación, llamada más propiamente discusión abierta al público, sigue a una conferencia, un simposio, un debate o una discusión de ponencia. El presidente, previa una breve referencia al problema, invita al auditorio a expresar sus opiniones, estimula la discusión con preguntas hechas de modo que provoquen en el público reacciones favorables al propósito. La primera pregunta puede estar dirigida al orador, luego las discusiones deben estar dirigidas con tino para que no se desvíen el asunto, no se limiten excesivamente o se prolonguen injustificadamente.

E. Mesa Redonda

Las mesas redondas se organizan después de la presentación pública de un tema por uno o más oradores. El auditorio se divide en pequeños grupos, tantos como lo permita la capacidad del local en torno a otras tantas mesas, para discutir, criticar o presentar puntos de vista en forma dialogada y en términos familiares, sobre lo expuesto. Al final, para conocer los informes de cada mesa, se organiza una o más reuniones plenarios.

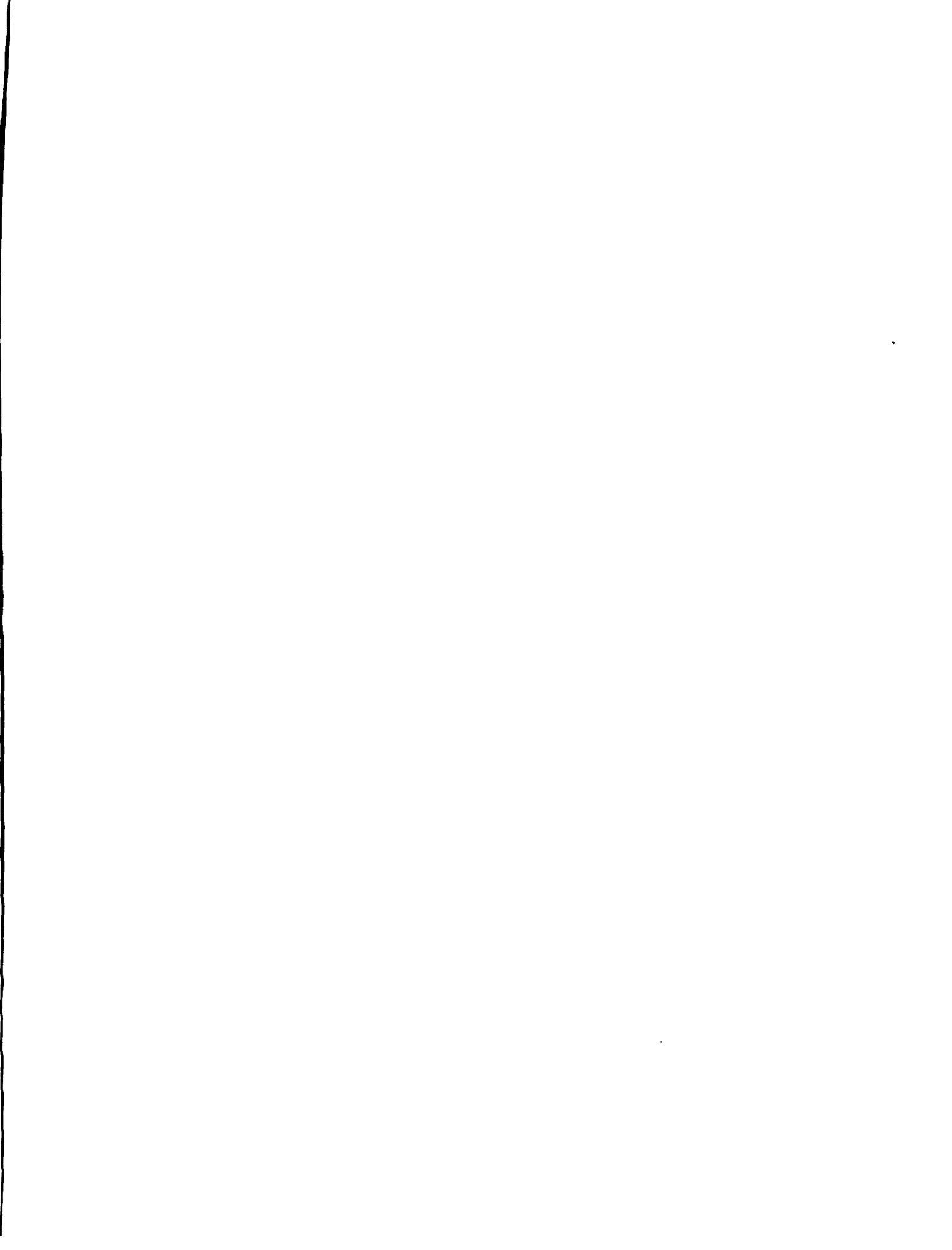
F. Panel

Discusión de un grupo no menor de cuatro personas ni mayor de ocho ante un público y para beneficio de éste, mediante conversaciones. Las personas deben estar bien informadas sobre el tema y poseer amplios conocimientos generales. La discusión es espontánea, viva y entusiasta para asociar al público con el proceso de pensar. Antes de tratar el tema, los participantes deben entrevistarse con el presidente del grupo, electo entre ellos, para que se señale a cada uno las responsabilidades y el límite de la discusión, pero de ningún modo debe haber ensayo previo. Este método se caracteriza por su espontaneidad y oportunidad en las respuestas o réplicas. Para la discusión misma, los miembros del grupo se sientan en semicírculo frente al auditorio, preferiblemente ante una mesa en un estrado. El presidente se acomoda en medio del semicírculo y los miembros más destacados a los extremos, los de reacciones más lentas, cerca del presidente para que éste pueda animar la reunión con sugerencias y preguntas oportunas. Inicia el presidente las discusiones con una disertación breve, explicatoria del tema, presenta a los miembros del grupo e indica el procedimiento que se ha de seguir para resolver el problema. Anuncia igualmente cuándo puede participar el auditorio, si es que está prevista su intervención y luego inicia las deliberaciones con una o dos preguntas. Los deliberantes deben adoptar una actitud cordial, emplear el ingenio, mantener el interés del público, aunque esencialmente la conversación en este tipo de reuniones no sale del público, sino cuando hay preguntas del público en el momento dado.

G. Seminario

Grupo de 5 a 20 personas que bajo la dirección de un profesor (o experto) realiza trabajo de investigación de carácter bibliográfico o científico. En ambos casos, el propósito es dar oportunidad a los participantes a recoger información directa, adquirir conocimientos de primera fuente y prepararse en la aplicación de métodos y técnicas de investigación.

El grupo en el informe final, que es generalmente oral, y se presta a discusión recibe información proporcionada de distintos puntos de vista. El Seminario se utiliza especialmente en las universidades.



FECHA DE DEVOLUCION

22 OCT 1992

IICA
PRRET-
309
Autor

Título
Técnicas y ayudas educativas

Fecha
Devolución

Nombre del solicitante

22 OCT 1992

M. E. Paniagua

DOCUMENTO
MICROFILMADO
- OCT. 1988
Fecha:

