

La comunicación visual, una herramienta del docente

Germán Alexander Fajardo Portillo

Universidad de Nariño
Licenciatura en Informática
IX Semestre
germanfajardop@gmail.com

El trabajo de un docente es una labor muy importante para el mantenimiento y desarrollo de una sociedad, es una ocupación que requiere realizar múltiples actividades; muchas de estas acontecen en el aula de clases, un espacio donde la habilidad comunicativa del educador es de vital importancia, pues en ella radica la capacidad que tiene el docente en enseñar, motivar, hacerse entender y captar la atención del estudiante, de ello dependerá en gran medida alcanzar las metas, objetivos o logros que se planteen para la clase, como bien lo mencionan Del Barrio & Borragán (2011) “Convencer, motivar y enseñar de forma ordenada, inteligente y atractiva, son las claves del éxito. Muchas veces no se consigue porque los mensajes que se usan son pobres o poco adecuados a los intereses de los alumnos” (p.18).

Al momento de impartir una clase, son muchos los factores involucrados para lograr su éxito. El atractivo de la clase es el principal punto de partida, ya que si el estudiante no está dispuesto a prestar atención, es difícil lograr que la enseñanza sea efectiva, es allí donde la comunicación del docente debe lograr captar la atención del estudiante por medio de explicaciones, dinámicas, metodologías o el material para la clase; algo muy complejo de lograr con el estudiantado de estos tiempos, ya que es un público que pertenece a una generación nueva, que en muchos casos es incomprensible por parte del docente debido a su edad. Se puede decir que la población actual de estudiantes pertenece a una generación donde la tecnología es parte de sus vidas, por esta misma razón

la educación no debería apartarse del desarrollo del estudiante, es decir, las clases de un profesor deben actualizarse y adaptarse al cambio.

Lo que les une, y seguramente lo que ha constituido la base principal de su comportamiento, permitiendo establecer conexiones entre sectores y procedencias diversas, es la importancia que adquiere la tecnología en sus vidas. Es una generación que ha nacido digital, que se ha educado en un entorno tecnológico con capacidad de adoptar nuevas tecnologías que en pocos años serán utilizadas de manera masiva por el resto de la sociedad. (Cerezo, 2016, p.98)

El público de un educador, es una generación que desde edades muy tempranas presentan un alto consumo de contenido multimedia disponible en internet, aplicaciones de mensajería y redes sociales virtuales, por lo que Viñals (2013) afirma “(...) que si bien son concebidos por sus principales usuarios, los jóvenes, como nuevos formatos de entretenimiento, en esta ocasión, consideramos como nuevos ocios digitales.” (p. 151). Desde esta perspectiva, el profesor puede estar alejado de la realidad de los jóvenes, con lo cual, captar la atención de una población inmersa en ocios digitales es un obstáculo difícil, donde se hace necesario que el docente acompañe su habilidad comunicativa con los nuevos formatos de entretenimiento.

El internet, las aplicaciones de mensajería y las redes sociales virtuales presentan demasiado contenido visual, como pueden ser fotografías, memes, vídeos, entre muchos otros contenidos visuales, los cuales resultan ser agradables y logran atraer la atención de los jóvenes. Teniendo en cuenta lo entretenido y atractivo que puede llegar a ser el contenido visual de estos medios digitales para los jóvenes, resultará benéfico en la labor educativa que el docente apoye su habilidad comunicativa con este tipo de contenido, es decir, que las explicaciones contengan formatos o contenidos relativos a estos medios digitales. Así, con su utilización generaría en los estudiantes un ambiente conocido y ameno para su aprendizaje.

La comunicación visual para Column Five (2016) “It’s a powerful

medium that uses the human visual system to communicate information in a way that is easy to consume, understand and recall later.” (p.1). Sin embargo, ante la gran cantidad de recursos visuales que se puedan acoplar en la enseñanza, no es suficiente con descargarlos e implementarlos en un recurso digital educativo, ya que también es necesario conocer qué es lo que se debe integrar para tener una buena comunicación visual en ese recurso, de tal forma que el mensaje llegue a ser claro, entretenido y motivante para el alumno.

Michigan State University (2000) afirma que:

If a builder constructed a house without understanding the basic principles of how the building materials should be assembled, the house would probably collapse! Similarly, in a project such as a poster, the elements of design need to be assembled using the knowledge of a group of design principles. That way, the design will be able to do its job of communicating a message. (p. 60)

Al realizar un contenido visual, es importante tener en cuenta la integración de distintos elementos básicos de la comunicación visual, los cuales según Ríos (2009) “(...) constituyen la sustancia básica de lo que vemos y su número es reducido: punto, línea, contorno, dirección, tono, color, textura, dimensión, escala y movimiento” (p.4). Teniendo claro lo anterior, es deber del docente planificar, bosquejar y seleccionar los elementos que usará en la construcción del contenido visual, para llevar a cabo lo anterior, es primordial tener en cuenta la necesidad del mensaje.

Llevar a cabo una buena comunicación visual, será de vital importancia en la creación de multimedia educativa, pues en esta interviene la utilización de textos, gráficos, vídeos y animaciones, donde se debe planear y diseñar en qué manera el uso de la comunicación visual ayudará a comunicar exitosamente un mensaje. Estos elementos que se pueden implementar en la multimedia, pueden ser creados completamente por el docente, aunque también pueden ser descargados de internet para

ser implementados en estos contenidos, pues en internet, abundan inmensas cantidades de contenido visual fácil de adaptar al formato de una clase. De esta manera, el docente ahorrará tiempo en el diseño y creación de su material.

Implementar una buena comunicación visual con el estudiantado pareciera una labor ajena a la del docente, ya que aparte de tener la responsabilidad de educar a una gran cantidad de estudiantes en una o varias asignaturas, debe conocer y aplicar de manera correcta los elementos de la comunicación visual, afortunadamente, los conceptos para su entendimiento están al alcance de todos, no es necesario que el docente tenga estudios en diseño gráfico para la implementación de esta, ahora, diversos contenidos audiovisuales en la plataforma de YouTube, proporcionan los conocimientos necesarios para comprender los conceptos y herramientas necesarias para determinar el éxito de la comunicación visual en las explicaciones de la clase.

Cuando se va a realizar un contenido visual para la clase, se puede recurrir a utilizar un software especializado y complejo para su elaboración; sin embargo, un docente no dispone de tiempo para realizar un contenido visual de manera compleja y muy profesional, pues muchos de estos programas especializados en el diseño y la edición exigen demasiado tiempo, aquí es donde diversas plataformas online sirven para la elaboración de estos recursos de manera sencilla y profesional, tal es el caso de Genially, Prezi, Easelly, Venngage y Canva, plataformas online que se enfocan en la creación de este tipo de contenido. Estas herramientas contienen múltiples plantillas con las cuales será más sencillo trabajar, permitiendo incorporar variedad de contenidos como imágenes, vídeos o materiales enlazados o traídos desde otras plataformas a un nivel casi profesional.

Muchas veces se considera que el material visual utilizado por el docente tiene como única función ayudar al educador a proseguir su relato, de tal forma que este no pierda el horizonte de la explicación; sin embargo, al ser un material que los estudiantes contemplarán, por qué no

utilizarlo para un beneficio mutuo, por tal motivo es necesario que el material visual sea del agrado del estudiante. Por ejemplo, presentar un contenido digital apoyado de la explicación del profesor, tal es el caso de un meme, un contenido audiovisual gracioso, una imagen o formas de diseño que llamen la atención, esto generará un espacio de entretenimiento. Todo esto con el propósito de llegar a estudiantes pertenecientes a un nuevo siglo.

De hecho, el contenido visual es procesado 60,000 veces más rápido que el texto y genera alrededor de 94% más de vistas. Además, nuestro cerebro retiene el 80% de lo que vemos y únicamente 20% de lo que leemos y 10% de lo que escuchamos. (Neuromarketing, 2018)

A manera de conclusión, una clase donde se utilice material con un buen nivel de comunicación visual para la explicación de una temática; captaría la atención de los alumnos con facilidad, ya que se presentaría un contenido acogedor y de mucho agrado para las nuevas generaciones. Por otro lado, la adaptación de estos recursos visuales, provocaría que las explicaciones del docente tengan una mejor comprensión por parte de los estudiantes, además, mucho del contenido visual reemplazaría los extensos párrafos. En muchos casos la información que se relaciona con imágenes hace que el estudiante tenga una mejor comprensión y un recuerdo más prolongado de la explicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cerezo, P. (2016). Generación Z y la información. *Revista de Estudios de Juventud*, 114(1), 95-109. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/28/publicaciones/documentos_7_la_generacion_z_y_la_informacion.pdf
- Column Five. (2016). Everything you need to know about visual content. Recuperado de <http://www.columnfivemedia.com/wp-content/uploads/2016/10/everything-visual-content.pdf>
- Del Barrio, J., & Borragán, A. (2011). Cómo atraer la atención hablando. Un reto para la enseñanza. *Bordón*, 63(2), 15-25. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3657071.pdf>
- Michigan State University. (2000). Communications Toolkit. Recuperado de https://www.canr.msu.edu/uploads/resources/pdfs/4-H_Communications_Toolkit_4H1560.pdf
- Neuromarketing. (20 de febrero de 2018). ¿Cuál es el efecto del contenido visual en el cerebro?. Recuperado de <https://neuromarketing.la/2018/02/contenido-visual-efecto-en-cerebro/>
- Ríos, Á. (2009). Elementos de la comunicación visual. *Innovación y Experiencias Educativas*, 22(1), 1-9. Recuperado de https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csif/revista/pdf/Numero_22/ANGELA_RIOS_TOLEDANO02.pdf
- Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio digital. *Fonseca, Journal of Communication*, 6(1), 150-176. Recuperado de <https://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/download/12089/12444>