

El diseño gráfico de materiales educativos

Por Víctor Leyva

Los retos del diseño gráfico en la generación de recursos para apoyar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Al hablar de diseño gráfico ingresamos en un amplio mundo de posibilidades donde podemos, mediante metáforas visuales, comunicar, afectar el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de la gente, provocar sensaciones usando una variedad de piezas gráficas. Si queremos producir la sensación de que un pollo frito es sabroso, debemos crear en el público las ganas de saborearlo, lo cual se puede lograr manejando el color, la textura, una buena fotografía que permita crear un excelente diseño. Este tipo de efectos suelen ser muy relevantes en la publicidad comercial, sin embargo, cuando nos referimos a materiales educativos —cartillas, libros, páginas web educativas, software, entre otros— hay que considerar además de lo gráfico, lo pedagógico.

Hay diseñadores que —por falta de experiencia o de una formación académica adecuada— trabajan este tipo de materiales tomando en cuenta solamente criterios comerciales, olvidando aspectos como la ergonomía cognitiva, los objetivos de aprendizaje, las perspectivas del docente o el público estudiantil al que van dirigidos. Al trabajar el diseño de materiales educativos, ya sean digitales o impresos, el conocimiento del diseñador juega un papel sumamente importante que requiere de experiencia. Dentro de los equipos interdisciplinarios conformado por docentes y asesores pedagógicos, el diseñador es una pieza clave. Su interlocución es fundamental para traducir al lenguaje gráfico necesidades de aprendizaje en las distintas áreas del conocimiento.

Diseñar para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje

Para trabajar en el diseño de materiales educativos es necesario profundizar en elementos de ergonomía cognitiva; es decir, comprender cómo un ambiente puede promover ciertos aprendizajes en los estudiantes a partir del uso de colores, tipografía y fotografías particulares. También es determinante la conceptualización. El equipo de trabajo no se sienta a diseñar una campaña publicitaria para ganar millones o vender una gaseosa, sino a analizar el tema de clase, definir objetivos de aprendizaje, estructuras temáticas, y lo más importante, producir ideas sobre qué quiere comunicar el docente a sus estudiantes.

Los diseñadores corremos el riesgo de actuar con ligereza, omitiendo muchos aspectos que el profesional en educación tiene muy claros y anteponiendo formas a contenidos educativos. Para estos casos, y en aras de lograr la meta trazada, es recomendable actuar como un mediador que cumpla la función de traducir a modo gráfico las temáticas definidas por el educador. En cada caso el diseñador debe preguntarse de qué manera su tarea puede aportar

al proceso de enseñanza-aprendizaje, y cuál es el lugar adecuado para la imagen, el color y la tipografía en la búsqueda de apoyar a la comprensión de ideas y conceptos.

Al público de materiales educativos se lo debe encarar de un modo particular. Se debe pensar en los llamados *estilos de aprendizaje*; conocer cómo aprenden las personas según su edad y nivel cognitivo. El diseño gráfico puede ayudar a que, quienes se les facilite el aprendizaje visual, auditivo o kinestésico, encuentren alternativas de aprendizaje en los recursos multimediales. No se está buscando convencer al destinatario de que compre un pollo o unos zapatos, la tarea consiste en apoyar la labor docente.

A los diseñadores nos falta mucho camino por recorrer en el tema de ergonomía cognitiva, que es la disciplina que estudia los aspectos cognitivos del diseño de los sistemas de trabajo. El componente más importante de dispositivo con el que el usuario interactúa es la *interfaz*. Una interfaz supone entonces una comunicación de doble vía, al ser el medio por el cual, el sistema muestra información al usuario y por el cual el usuario introduce información en el sistema (Cañas, 2003).

En el diseño publicitario el profesional del diseño cuenta con una amplia gama de insumos para la construcción creativa de una campaña, pero en el caso del diseño de materiales educativos, hay que enfrentarse al desafío de construir unidades didácticas, con programas especializados manejados por los docentes con los que se trabaja en cada caso. Esto puede dar lugar a la necesidad de integrar herramientas especializadas que los propios docentes manejan regularmente, sean aplicaciones o materiales audiovisuales preexistentes.

Como puede observarse, existen marcadas diferencias entre diseñar materiales educativos y materiales comerciales. Con la participación de la tecnología, la educación avanza muy rápido y los diseñadores deben estar preparados para incursionar en nuevas áreas del diseño. La educación virtual, las aplicaciones y los juegos educativos para dispositivos móviles están en plena expansión, y los docentes requieren apoyo para utilizarlos con unos estudiantes, que están cada vez más expuestos a la maraña de la información. Se trata de una necesidad real que pocos diseñadores gráficos consideran, pero que está ahí, esperando respuesta.

Publicado el 06/05/2013

Bibliografía:

1. Cañas, j. J. (2003). *Ergonomía cognitiva: el estudio del sistema cognitivo conjunto*.
2. Granada, España. *Telefónica investigación y desarrollo*.
3. Frascara Jorge (2008). *Diseño gráfico para la gente, comunicaciones de masa y cambio social*.



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/articulos/el-diseno-grafico-de-materiales-educativos>

