



GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS Y COMUNICACIONALES

I. Materiales escritos (impresos y/o digitales)

Andrea Rossi · Cecilia Iucci · Mariela Urbani

UNL

**UNIVERSIDAD
NACIONAL DEL LITORAL**

**SECRETARÍA DE
EXTENSIÓN SOCIAL Y CULTURAL**

Colección: Extensión Universitaria: Saber/hacer
Serie: Guía para la elaboración de materiales educativos
I. Materiales escritos (impresos y/o digitales)

Secretaría de Extensión Social y Cultural UNL
Área de Comunicación Estratégica
Área de Publicaciones de Extensión

Andrea Rossi
Cecilia Iucci
Mariela Urbani

Licencia Creative Commons Reconocimiento–No Comercial–Compartir Igual 4.0 Internacional
(CC BY–NC–SA 4.0)



Esta licencia implica para otras personas:

Atribución (*Attribution*): en cualquier explotación de la obra autorizada por esta licencia será necesario reconocer la autoría (esto es obligatorio en todos los casos).

No Comercial (*Non commercial*): la explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.

Compartir Igual (*Share alike*): la explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

Para citación:

Rossi, A.; Iucci, C. y Urbani, M. (2020). Guía para la elaboración de materiales educativos. I. Materiales escritos (impresos y/o digitales). Secretaría de Extensión Social y Cultural. Universidad Nacional del Litoral.

Índice

Introducción	04
1. Pertinencia del material	05
2. Pensar en la población a la que está dirigido el material	05
3. Abordar los contenidos	06
4. Tipos de materiales y características	07
5. Circulación y reproducción del material	08
6. Estructura de los contenidos	09
7. Utilización de recursos visuales	10
8. Producir materiales desde una perspectiva de género y un enfoque de derechos	11
9. Diseño del material	12
10. Validación participativa	13
11. Cuestiones legales	15
A modo de cierre	16
Bibliografía	17

Introducción

El objetivo de la presente Guía es orientar el trabajo de planificación y elaboración de materiales educativos impresos y/o digitales en el marco de intervenciones sociales vinculadas a extensión universitaria. Forma parte de una serie que aborda modos de producirlos en distintos soportes: audiovisuales, micros y spot radiales, aplicaciones, entre otros.

Siguiendo a Gabriel Kaplún, denominamos **material educativo** a un producto que facilita una experiencia mediada para el aprendizaje. No se trata de una propuesta que proporciona información sino que, en un contexto determinado, facilita o apoya el desarrollo de una experiencia de aprendizaje. “Es decir, una experiencia de cambio y enriquecimiento en algún sentido: conceptual o perceptivo, axiológico o afectivo, de habilidades o actitudes, etc.” (Kaplún, 2002, s/p).

En el caso específico de los programas, proyectos y prácticas de extensión, los materiales son construidos en las dinámicas de interacción con socios y/o destinatarios de las intervenciones, donde los intereses y percepciones de los sujetos involucrados son parte esencial para su elaboración.

Hay muchas maneras de producir este tipo de materiales, de allí que el objetivo de esta Guía sea acercar a los integrantes de los equipos de extensión algunas pautas para orientar su confección.

Para ello, les proponemos pensar en la pertinencia, los destinatarios, los modos de circulación, los tipos de soportes, en la construcción y su validación y en las cuestiones legales que debemos tener en cuenta.

1. Pertinencia del material

Cuando pensamos en producir un material en el marco de una intervención en extensión es importante que nos preguntemos: ¿cuál es el objetivo del material? ¿A quién va dirigido? ¿En el marco de qué otras acciones o de qué estrategia tiene sentido este material? ¿Cómo pensamos su circulación?

Como primera acción, debemos saber si existen materiales disponibles que podrían utilizarse. En casi todos los temas o problemas, Internet aporta un variado menú de publicaciones y videos multimedia procedentes de instituciones prestigiosas y de referentes académicos y sociales que pueden ser utilizados en contextos educativos. En este caso, el ejercicio de intervención implicaría ponerlos a operar dentro de un proceso educativo situado. Proceso que podría involucrar otro tipo de producciones como resultado de la experiencia desarrollada: videos, intervenciones en espacio público, informes, etc.

2. Pensar en la población a la que está dirigido

Si la decisión de avanzar en la elaboración del material está tomada porque el equipo de extensión considera la necesidad de hacer este ejercicio con las y los participantes del proyecto, el primer paso es pensar a quién va dirigido el material. Ello requiere **realizar un diagnóstico** de los destinatarios y las destinatarias. Cuanta más información tengamos mejor podremos adaptar los contenidos que vamos a trabajar.

En primer lugar, necesitamos precisar los **conocimientos que poseen** sobre el tema, sus percepciones, sus imaginarios. Para ello podemos preguntarnos: qué saben y qué no saben; qué necesitan saber; qué temores y qué expectativas tienen; si hay mitos, prejuicios o estereotipos. Será en torno a estas ideas que intentaremos construir una nueva percepción, un nuevo conocimiento.

En segundo lugar, debemos **conocer su contexto social**, y con esto nos referimos a saber dónde viven, en qué condiciones, de qué recursos materiales disponen (por ejemplo, si estamos realizando un material de nutrición donde vamos a incluir la elaboración de recetas saludables, es preciso saber si cuentan con los elementos indispensables para realizarlas, como cocina, heladera, agua potable, etcétera).

Y en tercer lugar, no debemos perder de vista las **condiciones socioculturales y el nivel educativo formal** de esos destinatarios y destinatarias, a fin de que el contenido y el lenguaje que utilicemos en el material se adecúen lo mejor posible (por ejemplo, si desconocemos si se encuentran alfabetizados, tenemos que pensar en la utilización de otros formatos, como el audiovisual). Conocer sus hábitos culturales, formas de comunicación, modos de expresión y acceso a las tecnologías son claves para el proyecto.

3. Abordar los contenidos

Gabriel Kaplún (2002) propone tres ejes para analizar los materiales educativos que pueden resultarnos de utilidad a la hora de pensar en su producción:

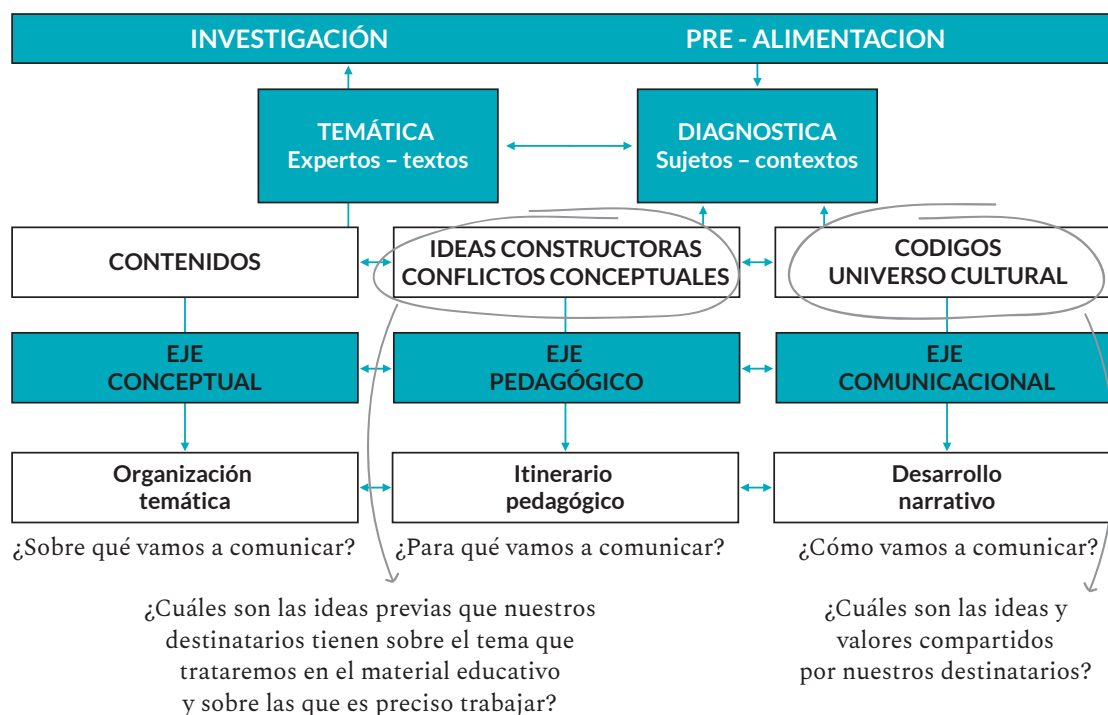
- **El eje conceptual:** refiere a los contenidos teóricos del material, a su selección y a su organización.

- **El eje pedagógico:** supone un análisis previo de los destinatarios y las destinatarias del material, de sus “ideas constructoras” y de los conflictos conceptuales que pueda causar el tema. Sobre ese diagnóstico se pensará el recorrido pedagógico que consideremos más apropiado, el camino que invitamos a recorrer, pensando a quiénes estamos invitando y dónde están antes de partir. Es deseable que en el equipo de extensión estén incluidos profesionales vinculados al campo educativo (que puede proceder de la misma institución social del proyecto), o referentes académicos o sociales que permitan pensar el lenguaje y las estrategias para potenciar los aprendizajes al ubicarse en las características singulares de la población a la que está dirigida: niños y niñas, adultos mayores, comunidades bilingües, personas con alguna discapacidad, entre otras.

- **El eje comunicacional** propone un modo concreto de relacionarnos con el objetivo de favorecer el aprendizaje. Para ello tendremos que apelar a la creatividad y tratar de que el material sea lo más atractivo posible. Dependiendo del tipo de producción que sea, podemos incorporar imágenes, cuentos, canciones, poemas, juegos, situaciones de la vida cotidiana, paisajes sonoros y cualquier otro recurso que nos resulte pertinente según la temática que trabajemos.

Siguiendo a Luciana Ruiz *et al.* (2014), podemos sintetizar el proceso de producción de un material educativo del siguiente modo:

FIGURA 1: EL PROCESO DE PRODUCCIÓN



Fuente: gráfico realizado sobre la base de Ruiz *et al.* (2014, p. 14).

Desde la política de extensión universitaria de la UNL se promueve la participación activa de socios y socias y/o destinatarios y destinatarias en la construcción de los materiales.

4. Tipos de materiales y características

Una vez elaborados los contenidos, es preciso definir cuál es el tipo de material más adecuado para presentarlos. Como dijimos en un comienzo, el estudio previo de los destinatarios y destinatarias es clave, y a ello se suma el propósito del material. Manuales, guías, revistas, comics o cuentos, fichas, folletos, afiches, son algunas opciones a evaluar.

Cuadro 1: Ventajas y desventajas según el tipo de materiales

Tipo de material	Ventajas	Desventajas
Manuales y guías	<p>Permiten comprender el funcionamiento de algo o acceder de manera sistematizada al conocimiento de un tema o materia. (por ejemplo, manual de usuario, manual de procedimientos, manual de calidad, entre otros). Se pueden publicar en formato digital y alojarlos en un sitio web. Pueden incluir imágenes y recursos gráficos.</p>	<p>Requieren mucho tiempo de producción y de lectura. Poseen alto costo de diseño y/o impresión.</p>
Revistas o publicaciones	<p>Permiten desarrollar los temas con cierta profundidad. Pueden incluir imágenes y recursos gráficos. Permiten tratar varios temas a la vez. Se pueden publicar en formato digital y alojarlas en un sitio web.</p>	<p>Requieren mucho tiempo de producción y de lectura. Poseen alto costo de diseño y/o impresión.</p>
Afiches	<p>Generan impacto. Son de fácil lectura. Llegan a muchas personas. Tienen bajo costo.</p>	<p>Brindan escasa información. Permiten abordar un solo tema.</p>

Tipo de material	Ventajas	Desventajas
Folletos	Se leen con facilidad. Su distribución es individual. Posibilitan la incorporación de imágenes. Permiten imprimir grandes cantidades a bajo costo.	Tratan un tema con escasa profundidad.
Fichas / carillas	Brindan detalles de las características o funciones de un determinado objeto, producto o proceso. Se utilizan para transmitir los datos más relevantes sobre un tema específico. Contienen información resumida y de utilidad que varía según la finalidad. Se leen con facilidad. Posibilitan la incorporación de imágenes.	Tratan un tema con escasa profundidad. Permiten abordar un solo tema.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

5. Circulación y reproducción del material

Si bien es deseable que el material que se elabora sea el resultado de un proceso de interacción singular dado en el marco de una acción de extensión, hay ocasiones en que puede ser pensando para un público más amplio, especialmente cuando brinda información que no es fácil de hallar o es novedosa, o trabaja sobre situaciones de aprendizaje que es posible de replicar. Ello requiere de un esfuerzo extra para pensar en un equilibrio entre lo particular y lo general, en cuanto a contener información más “atemporal”, a evitar las siglas o información interna que un público general sea incapaz de comprender, a reflexionar sobre el soporte en que se va a presentar, el modo en que se va a diseñar una estrategia especial para la circulación del material (cuáles son los destinatarios a los que hay que llegar que van más allá del proyecto de extensión). También es importante que tengamos en cuenta de qué manera se va a sostener esa circulación en el tiempo, quién se va a encargar de hacerlo, qué licencias va a tener (ver punto 11), cómo se piensa el modo de reproducción, entre otras cuestiones. Un material que no encuentra lectores carece de sentido.

Cabe aclarar que, en el caso de advertir que se trata de una publicación que merece otro tipo de circulación, mucho más allá de la cuestión del ámbito de un proyecto de extensión, podrá presentarse ante la Secretaría de Extensión Social y Cultural para canalizarlo por otras vías (por ejemplo, a través de Ediciones UNL si el caso lo amerita).

6. Estructura de los contenidos

Cualquiera sea el tipo de material elegido deberá contener información básica respecto de:

- Quiénes lo elaboraron (actores institucionales y sociales): supone identificar autores y autoras con nombres y apellidos que van a ser tributarios de los derechos de autoría.
- Desde qué dispositivos se elaboró: Universidad Nacional del Litoral / Secretaría de Extensión / Programa de extensión (...); Proyectos de extensión (título); Práctica de educación experiencial (título).
- Fecha de elaboración.
- Destinatarios.

Hay que pensar siempre que, una vez terminado un proyecto, los materiales pueden circular de manera independiente del contexto que le dio origen, y es muy habitual encontrar producciones que carecen de información mínima de referencia.

Cuadro 2: Estructuración y contenido

Parte	Presentación	Detalle
Portada	Título	Debe ser preciso del contenido a desarrollar. Si se recurre a un título metafórico/poético, deberá haber un subtítulo que ancle el sentido del contenido desarrollado.
	Autores	Pueden ser personas físicas y/o colectivos sociales.
	Instituciones	Universidad Nacional del Litoral, otras instituciones o colectivos sociales. Aquí se colocan los logos.
Información sobre la publicación	Datos Institucionales	Universidad Nacional del Litoral / Secretaría de Extensión Social y Cultural. Título del proyecto. Año de convocatoria. Año de elaboración del material.
	Cita del material	Presenta la forma en que va a ser citada la guía, manual o publicación. Apellido, N.; Apellido, N. ... y Apellido, N. (año). <i>Título</i> . Secretaría de Extensión Social y Cultural de la Universidad Nacional del Litoral.
	Metadatos	Identificar con 5 palabras clave o expresiones que representen el contenido del texto. Para las publicaciones digitales son motores de búsqueda importantes para su localización.
	Licencia de contenidos	En el punto 11 se explicitan los tipos de licencia para los materiales involucrados en procesos de extensión universitaria.

Parte	Presentación	Detalle
Índice	Estructura de la publicación	En el caso de publicaciones digitales, es interesante que pueda haber hipervínculo de cada parte con el contenido.
Introducción / presentación / Editorial	Información básica	Responde rápidamente a las preguntas: qué se aborda, a quiénes está dirigido, en qué contexto fue producido, con qué propósito, cómo está estructurado y cómo se utiliza.
Desarrollo de los contenidos	Ejes, temas o problemas a abordar	A través de títulos y subtítulos o de secciones (para el caso de las revistas), se presenta de manera organizada el contenido.
Epílogo	Cierre de la publicación	Puede presentar: Resumen, Desafíos, Reflexión final.
Bibliografía	Qué tipo de aval tiene el contenido	Puede presentarse al final o en cada parte. Puede referenciarse tanto la bibliografía citada como la recomendada.
Anexo (opcional)	Información complementaria	Resoluciones / Leyes / estadísticas.

Fuente: elaboración propia, 2020.

7. Utilización de recursos visuales

La incorporación de fotografías, ilustraciones, infografías, viñetas, mapas, cuadros y tablas puede resultar muy útil para enriquecer el contenido del material educativo y hacerlo más atractivo.

En general, la imagen como recurso didáctico posibilita activar los conocimientos previos, relacionar conceptos, sintetizar ideas, temas. Si decidimos utilizarlas debemos tener en cuenta algunas consideraciones conceptuales y técnicas.

Conceptuales:

Las fotografías y/o ilustraciones funcionan en muchos casos como mecanismos de identificación de la propia realidad (material y/o emocional). En este sentido, es conveniente que no estén tan alejadas del contexto de la intervención pero sin caer en la estigmatización. Por ejemplo, si vamos a trabajar el tema del dengue en un barrio en situación de vulnerabilidad social, procuraremos utilizar imágenes que se asemejen a las características habitacionales de esa comunidad.

Técnicas:

Si se prevé que el material sea fotocopiado, es preferible que utilicemos imágenes lineales, sin relleno o en escala de grises.

En caso de emplear fotografías, debemos asegurarnos de que posean buena resolución, adecuada iluminación y encuadre.

Si buscamos recursos en Internet, debemos prestar atención a las licencias (ver punto 11).

8. Producir materiales accesibles desde una perspectiva de género y un enfoque de derechos

A través del lenguaje se negocian y se construyen sentidos comunes, y por ello es el lugar donde se visibilizan identidades y se reconocen derechos de grupos históricamente discriminados y negados.

Introducir en nuestros materiales educativos un enfoque de derechos implica, entre otras cosas:

- Tener en cuenta la diversidad y la complejidad dentro de las comunidades.
- Desnaturalizar miradas, creencias y valores instalados.
- Promover relaciones sociales justas e igualitarias.
- Visibilizar derechos y brindar información y herramientas para exigir su cumplimiento.

Incorporar la perspectiva de género en nuestros materiales permite fomentar nuevos modos de pensar las relaciones entre las personas, sus identidades y sus roles en la vida social, política, familiar y laboral.

Para ello sugerimos:

- Evitar imágenes estereotipadas, como, por ejemplo, mujeres en el rol de amas de casa y cuidadoras y hombres como proveedores de la familia, o niños jugando a la pelota y niñas jugando a las muñecas.

- Utilizar un lenguaje no sexista posibilita visibilizar a las mujeres y a los colectivos como LGBTI+ rompiendo con estereotipos y prejuicios. Para sustituir el masculino genérico podemos emplear términos colectivos, abstractos o vocablos no marcados.

Cuadro 3: Ejemplos de uso de lenguaje no sexista:

Lenguaje sexista	Lenguaje no sexista
Los alumnos	Los alumnos y las alumnas. Los y las estudiantes. El alumnado.
Los becarios	Los becarios y las becarias. Quienes sean titulares de las becas.
El solicitante	Las personas solicitantes. Quienes soliciten.

Lenguaje sexista	Lenguaje no sexista
Los aspirantes	Las personas aspirantes. Quienes aspiren. Quienes concurren.
Los que necesitan trabajo	Quienes necesitan trabajo.
Los ciudadanos	La ciudadanía.
Los niños	Los niños y las niñas. Las infancias.
Los oyentes	La audiencia.
Los profesores	El profesorado.

Fuente: Elaboración propia, 2020.

Una cuestión muy importante es que al momento de pensar materiales desde un enfoque de derechos debemos tener en cuenta su **accesibilidad**. Esto significa el grado en el que algo puede ser usado y/o visitado por todas las personas, independientemente de sus capacidades técnicas o físicas. Para conocer en profundidad las pautas para su producción, sugerimos solicitar asesoramiento al Área de Inclusión y Calidad de Vida de la Secretaría de Bienestar, Salud y Calidad de Vida de la UNL: inclusion@unl.edu.ar.

9. El diseño del material

Como vimos hasta aquí, la elaboración de materiales educativos requiere de la conformación de un equipo interdisciplinario en el que debemos prever la intervención de un diseñador de la comunicación visual. Esta persona será la encargada de la presentación del material y de asesorarnos en cuanto a opciones de impresión, soportes más adecuados, etc. En este punto resulta importante aclarar que es aconsejable trabajar con un diseñador que conozca las pautas institucionales de la UNL o que se pueda poner en contacto con el área de Comunicación Estratégica de la Secretaría de Extensión Social y Cultural a fin de recibir asesoramiento.

Es conveniente, además, que ese diseñador o diseñadora participe de las discusiones del equipo de extensión cuando este identifica los contenidos a comunicar, define sus destinatarios y el propósito de esa comunicación, los valores que se desean transmitir, como también los soportes y canales más adecuados.

Para esto es fundamental que el diseñador de la comunicación visual cuente con un tiempo para desarrollar su proceso creativo, investigar a fondo el tema, consultar fuentes y referencia, generar los recursos que decida utilizar para la realización del diseño (fotografías, ilustraciones, tipografías, etcétera).

También es importante que haya una instancia de corrección de estilo de los materiales producidos.

10. Validación participativa

Luego de culminado el proceso de producción y bajo el enfoque del conocimiento como construcción colectiva, resulta interesante tomarnos un tiempo para recoger miradas, opiniones, ya sea de expertos en la temática o de los destinatarios del material.

Los métodos más utilizados para validar materiales son las entrevistas o grupos de discusión:

- **Entrevistas individuales:** son útiles cuando el material trata un tema complejo y están dirigidas a públicos bien informados o cuando se refieren a temas delicados.
- **Grupos focales:** se trata de un trabajo de indagación con un grupo de personas que podrían ser destinatarias del material. Las discusiones sobre el material deberían ser dirigidas por una persona y contar con otra como observadora que pueda tomar nota de reacciones, actitudes, emociones y opiniones de los participantes.

Cuadro 4: Preguntas a considerar en las entrevistas individuales y grupos focales.

COMPONENTE	QUE SIGNIFICA	PREGUNTAS CLAVES
Atracción	Consiste en averiguar si nuestro material llama la atención al grupo destinatario	¿Qué es lo que más le llamó la atención de material? ¿Por qué? ¿Qué es lo que menos les gustó? ¿Por qué? ¿capta la atención y mantiene el interés? ¿Qué cambios haría para mejorar lo que no le gusta?
Comprensión	Implica preguntar si los contenidos del material son entendidos por el grupo destinatario	¿De qué trata el material? ¿Cuá es el mensaje que da? ¿De las palabras utilizadas alguna le resulta difícil de entender? ¿Cuál (es)? ¿cómo explicaría el mensaje a otra persona? ¿Hay algunas partes más difíciles que otras? ¿Hay poca, suficiente o mucha información?

COMPONENTE	QUE SIGNIFICA	PREGUNTAS CLAVES
Involucramiento	Se trata de averiguar si nuestro grupo destinatario siente que el material es para personas como ellos/as	¿Le parece que este material está dirigido a personas como Usted? ¿Por qué? Si hubiera personas ¿Con cuál de ellos se siente identificado/a? ¿Por qué? ¿Hay alguna expresión que no le resulte familiar? ¿Cuál (es)?
Aceptación	Este aspecto permite confirmar si se acepta o no el enfoque, los contenidos y el lenguaje utilizado	¿Algo de este material le resulta ofensivo o molesto? Explique ¿Cree que algo podría ser rechazado o mal visto por otras personas como usted? Explique ¿Las imágenes que aparecen sobre los roles de las mujeres y varones son estereotipadas? ¿El lenguaje usado es discriminatorio? ¿y las imágenes? ¿En el material está considerada la mirada de la mujer y del hombre o aparece un enfoque parcial del tema que se aborda?
Cambio o acción	Con este punto buscamos comprobar si con el material contribuimos a que nuestros/as destinatarios/as adopten un cambio de mirada o de actitud	¿El mensaje de este material le pide que haga algo? ¿Qué? Usted estaría dispuesto/a a realizarlo? ¿Por qué? ¿Recomendaría a alguna persona cercana que realice esa acción o cambio de mirada?

Fuente: gráfico realizado sobre la base de Ruiz, L. et al. (2014, p. 20).

11. Cuestiones legales

Para proteger los derechos de autor es importante obtener los registros de ISBN del material. De allí que es fundamental la responsabilidad de referenciar las citas y la bibliografía utilizada en el texto. La correcta citación evita posibles juicios por derechos de autor.

Por otra parte, es relevante también definir la licencia que tenga el material respecto de su reproducción.

Desde la UNL se propician las licencias Creative Commons, especialmente la Licencia Creative Commons Reconocimiento–No Comercial–Compartir Igual 4.0 Internacional (CC BY–NC–SA 4.0).

Esta licencia implica para otras personas:



Atribución (*Attribution*): en cualquier explotación de la obra autorizada por esta licencia será necesario reconocer la autoría (esto es obligatorio en todos los casos).

No Comercial (*Non commercial*): la explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.

Compartir Igual (*Share alike*): la explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

El uso de imágenes y recursos:

Al igual que los textos, el uso de fotografías, cuadros, infografías, dibujos, se rige por normas legales cuando estos no son producidos por el equipo de intervención.

Cuando apelamos a cualquiera de estos recursos que tienen autoría externa, hay que revisar qué tipo de permisos o licencias tienen para su utilización. En todos los casos, se deben citar las fuentes, al igual que en los textos escritos.

Hay muchos sitios con licencias libres para reproducir imágenes, como, por ejemplo

<https://www.freeimages.com/es/>;

<https://www.pexels.com/es-es/>;

<https://pixabay.com/es/>

A modo de cierre

Como mencionamos al comienzo, el objetivo de un material educativo no es solo acercar información sobre un determinado tema sino facilitar una experiencia de aprendizaje. Y para que esto suceda tiene que estar pensado en el contexto de circulación y como parte de una estrategia de intervención más amplia.

Diseñar textos accesibles, incorporar la perspectiva de género y el enfoque de derechos permitirán desnaturalizar miradas, cuestionar lo establecido y proponer formas de vincularnos más justas e igualitarias, que otorguen visibilidad a grupos históricamente discriminados.

Antes de dar por concluida la elaboración del material, es importante tomarse un tiempo para realizar la corrección de estilo y recoger las opiniones de los destinatarios y las destinatarias a fin de enriquecer el trabajo y asegurarse de que efectivamente se ajuste a las necesidades del proyecto.

El tratamiento de las imágenes y la presentación del material deben ser trabajados desde el inicio con un diseñador gráfico, quien, además de conocer las pautas institucionales, podrá orientarnos respecto de los soportes y los modos más convenientes para su reproducción y distribución (impresiones, digital, etcétera).

Tener en cuenta las cuestiones legales que atraviesa cualquier publicación es muy importante a la hora de su diseño y su circulación.

Para finalizar, sugerimos a los equipos de trabajo que antes de comenzar con la producción de materiales se acerquen al Área de Comunicación Estratégica de la Secretaría de Extensión Social y Cultural para recibir asesoramiento escribiendo a: comunicacionextension@unl.edu.ar

Bibliografía consultada

Kaplun, G. (2002). *Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos*. VI Congreso de ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

Presidencia de la Nación. Ministerio de las Mujeres, Género y Diversidad (2020). *(Re) Nombrar. Guía para una comunicación con perspectiva de género*. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/guia_para_una_comunicacion_con_perspectiva_de_genero_-_mmgyd_y_presidencia_de_la_nacion.pdf

Ruiz, L.; Motta, L.; Bruno, D.; Demonte, F. y Tufró, L. (2014). *Producción de materiales de comunicación y educación popular*. Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.

Sitios de referencia

UNICEF. Guía Metodológica y Video de Validación de Materiales IEC. http://www.unicef.org/peru/spanish/validacion_materiales.pdf

AUTORIDADES

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL

Enrique Mammarella
Rector

Lucila Reyna
Secretaria de Extensión Social y Cultural

Mariana Bofelli
Directora de Extensión Social

Mariela Urbani
Área de Comunicación Estratégica

Cecilia Iucci
Área de Publicaciones de extensión