

# Justificación a la justificación: Justificación a la izquierda en textos orientados a la interpretación

Fernando Ramos García  
Director de programas de Educación y  
Comunicación de Ineco  
[fernando@ineco-ambiente.com](mailto:fernando@ineco-ambiente.com)

*Este documento es una adaptación de un texto anterior que publiqué en la lista de correo de la AIP. Originalmente fue escrito para explicarle a un cliente porqué en Ineco justificamos a la izquierda (en vez de en los dos márgenes) los textos principales de los paneles interpretativos. Ni que decir tiene que cayó en saco roto.*

Con el auge de la autoedición y el fácil acceso a los programas informáticos dedicados a ella, se ha producido un fenómeno por el cual cualquiera que sepa “manejar” (a nivel principiante) *software* de autoedición, ya “sabe” automáticamente de diseño gráfico, como si saber utilizar una herramienta transmitiera automáticamente al que lo hace los conocimientos completos de una disciplina concreta (manejar un martillo no convierte a uno en carpintero), el desastroso resultado es el de esperar, pero no llama la atención en un país donde la evaluación, la planificación y el trabajo orientado a objetivos simplemente no existen (o casi). ¿Si se construyen centros de visitantes que se cierran nada más inaugurar... a alguien le puede importar que haya diseños gráficos que no funcionen? La situación del diseño gráfico es similar a la de la educación ambiental o la de la interpretación: Cualquiera que suspenda clarinete en un examen de ingreso al conservatorio, puede al día siguiente dedicarse a la EA, la IP, o al diseño gráfico... o aún mejor... ¡a todo a la vez!

Esta situación está bien resuelta en entornos donde la efectividad de los mensajes es considerada estratégica, existen objetivos claros y mensurables, los resultados importan y por tanto las acciones se evalúan: Las grandes compañías industriales tienen bien estudiadas sus ventas en un entorno de gran competencia por el posicionamiento en el mercado y, por tanto, controlan y evalúan constantemente la efectividad de sus esfuerzos de comunicación: Una mala campaña, un mal embalaje, se traducen en una bajada en el índice de ventas de un producto con respecto a las proyecciones realizadas. Las empresas

que realizan sus programas de comunicación, una de cuyas fases importantes es el diseño gráfico, conocen perfectamente los mecanismos que incitan a públicos determinados a fijarse y atender a los mensajes estratégicos, amén de toda una serie de efectos subliminales. Para ellas el diseño gráfico requiere de conocimientos sobre el efecto que ejercen las diferentes opciones de maquetación en la psique y la voluntad del destinatario.

En el contexto interpretativo, hay que tener en cuenta que desde el principio de una actividad, los individuos establecen (en el caso que nos ocupa, una interpretativa: sendero autoguiado, visita a una exposición, etc.), un balance subconsciente de la relación esfuerzo/recompensa que conlleva atender/participar en ella. En este caso leer un panel\*.

---

\* El cerebro es un órgano extraordinariamente caro para nuestro organismo: en situación de reposo (por ejemplo escuchando el discurso inaugural de un congreso de medioambiente o viendo “Gran hermano” en TV) consume nada menos que el 25% de toda la glucosa del organismo (más que cualquier otro órgano en su mismo estado). A pesar de que representa tan solo el 2% de la masa corporal, recibe el 15% del esfuerzo cardíaco y el 20% del consumo de oxígeno. Esto en condiciones normales; a pleno funcionamiento gasta más glucosa que todos los demás órganos juntos. Una cantidad enorme si consideramos que evolucionó en eras en las que la supervivencia del ser humano estuvo seriamente comprometida, como prueba la extinción de numerosos homínidos altamente evolucionados. Sin embargo, una de las claves del aprendizaje fueron (y sobre todo fue) la curiosidad, la investigación, el ensayo y error. Pero un gasto muy alto de proteínas y de azúcares (que el cerebro consume con avidez cuando está muy activo) tendría serias consecuencias si no se viera compensado por éxitos que supusieran ventajas vitales. Por ello los humanos hemos aprendido a desarrollar un “sistema de filtrado” que evita un uso estéril del cerebro si prevemos unos resultados que no compensan en términos de utilidad o **placer** (explicar porqué a algunas/os les proporciona placer ver Gran hermano, sería objeto de otro artículo). Por lo tanto, “pensar”, o lo que es lo mismo, procesar una charla “interpretativa” o el texto de un panel es un trabajo cerebral que puede consumir mucha energía: en jugadores de ajedrez se han medido frecuencias cardíacas de hasta 150 lpm (lo normal en un adulto son 70 y en entrenamiento físico no profesional 120) y pérdidas de peso en una sola partida de 4 kg (aunque una buena parte sería transpiración, también señala la “quemadura” de miles de calorías).

Es evidente que el contenido del panel cuenta y, por ello, la interpretación ha desarrollado una serie de técnicas para garantizar el atractivo de los mensajes y por tanto la “recompensa de leerlos”. Pero lo que sabemos muestra también la decisiva importancia que tiene el modo en que se presenta la información. Un manejo adecuado de la tipografía es estratégico a este fin: La elección de tipos de letra de alta legibilidad para títulos o mensajes importantes, y de alto índice de lectura para textos largos (no es lo mismo, incluso suele ser relativamente antagónico, pero no es tema de este texto) es un primer paso. Pero también es decisiva “la imagen que las masas de texto proyectan sobre el ojo del espectador”, antes de que este conecte el *software* de lectura de texto”. La lectura implica a numerosas partes del cerebro humano: una es la que aprende a atribuir un significado a grupos de letras que, de desconocerlas, serían simplemente dibujitos. Por ejemplo: 호텔 probablemente no signifique nada para usted, pero para un coreano significa “Hotel”.

Paralelamente a este proceso de aprendizaje comprensivo, hay otro tipo de aprendizaje mecánico, es decir: de desarrollo de habilidades que, aunque ahora las realizamos sin esfuerzo, supusieron en su momento un durísimo proceso, como puede fácilmente comprobar quien, por tener niños, ha podido seguir paso a paso su evolución en el desarrollo de habilidades lectoras. Uno de los procesos inconscientes consiste en “enseñar al ojo” a seguir líneas de texto muy finas sin salir de ellas (lo que va contra nuestros instintos primarios, que por cuestiones de supervivencia hacen que el ojo recorra nuestra periferia visual en busca de posible peligros u oportunidades). Para ello el ojo debe de saber dónde empieza y dónde termina un texto. ¡Cuanto más fácil mejor! También debe de aprender a identificar lo que es texto y lo que no, y a reconocer los diferentes “estatus de texto presentes” (qué es un título, un subíndice, el texto principal, etc.). Se trata de un adiestramiento difícil, pero: ¿puede usted imaginarse la cantidad de millones de veces que su ojo se ha movido así a lo largo de su vida? ¿quién lo guía sin aparente esfuerzo y por qué?

Es evidente que su cerebro tiene un área dedicada a ello y esa área ya ha adquirido “reflejos condicionados”. Reconoce líneas de texto y un impulso inconsciente le impele a leerlas salvo que otros contextos subjetivos le disuadan de ese impulso (recuerde: el balance subconsciente de esfuerzo/beneficio). Ese sistema de “automatización de acciones” ha sido estudiado en diversos contextos (el deportivo, por ejemplo), descubriendo que supone un menor gasto de energía que ese mismo acto

realizado de manera consciente. La forma más obvia que el ojo (en realidad el *software* del cerebro) tiene de reconocer un bloque de texto es, en Occidente, la presencia de un margen izquierdo. La existencia de una masa reconocible como texto con un claro margen izquierdo, desencadenará un proceso automático de lectura, salvo que otros indicios o prejuicios le disuadan de ello (recuerde otra vez: el balance subconsciente de esfuerzo/beneficio). Si lo que ha leído en anteriores paneles no era “lo suficientemente atractivo” = no era interpretativo, un sistema de “alerta automática contra el aburrimiento” prevalecerá sobre el sistema también automático de “léete esto”.

¿Por qué entonces no maquetar justificando a derecha e izquierda, como en la mayoría de los libros?  
¡Exactamente, porque un panel no es un libro! Y la persona que está dispuesta a leerlo, quizás no estaría dispuesta a leer un libro sobre ese tema. Por tanto es importante alejar la idea subconsciente de “libro”, que implica una imagen de esfuerzo superior a la de leer un panel.

Hay otra razón más: si queremos facilitar más aún las cosas por aquello del balance subconsciente, deberíamos intentar (dentro de lo posible), cortar los renglones intentando que las partes de las frases que “queden” en cada reglón, tengan sentido. **Intentemos “escuchar” cómo quedará lo que escribimos.** No he aplicado ese precepto aquí, porque asumo que usted está muy interesado en mis argumentos y por tanto se los leerá hasta el final. Usted es casi “público cautivo”, pero los visitantes que están ante su panel son “público no cautivo”, no están obligados a leer su panel, ni tienen un interés profesional en ello. Recuerde: balance esfuerzo/beneficio. Por otro lado, con audiencias motivadas, el espacio ocupado por el texto es también un valor a tener en cuenta (por costes de edición, etc.).

Estas reglas no son un precepto religioso: a veces por diversos motivos se puede justificar como uno desee o le convenga... Pero solo debe romper las reglas aquel que las conoce perfectamente, y ¡entonces hay que romperlas de manera manifiesta y provocadora!

Un dato que conviene recordar: Algunos estudios señalan que la media de tiempo dedicado a la lectura de un panel es de ¡45 segundos! Todo lo que facilite la lectura es aumentar las probabilidades de éxito y de efectividad de nuestro panel. Para volcar más información y satisfacer a perfiles de visitante más interesados que la media, existe la técnica de autoselección de audiencias, en donde el diseño gráfico vuelve a ser crucial, pero ese es otro tema.

## Conclusión

El cerebro humano es un órgano “muy caro” y por tanto sujeto por nuestro organismo a “sistemas de ahorro energético”. **Recibir, procesar y memorizar** la información que se ofrece en charlas, paneles y folletos “interpretativos” consume mucha energía. Se consume más energía cuanto más complicado sea el procesado (si hay que activar en el cerebro *software* suplementario para entender lo que se nos muestra). Facilitarle el consumo de lo que le entregamos y aprovechar sus propias habilidades mediante un diseño gráfico orientado a la eficacia, es una forma de asegurarnos la lectura de nuestros módulos, su procesado mental y aumentar esos 40 segundos de lectura fatídicos.

## Alguna bibliografía relacionada

### Para entender el proceso de la IP:

Ham, Sam H. 1992. Interpretación Ambiental: Una Guía Práctica para Gente con Grandes Ideas y Presupuestos Pequeños.

Morales Miranda, Jorge. 1998. Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio.

Serrell, Beverly. 1996. Exhibit Labels: An Interpretative Approach.

Tilden, Freeman. 2006. La Interpretación de Nuestro Patrimonio. AIP.

### Para entendernos a nosotros desde una perspectiva evolutiva:

Barash, David P. 1987. La liebre y la tortuga. Cultura, biología y naturaleza humana.

Investigación y Ciencia. Nº 425. Febrero 2012.  
Orígenes del pensamiento: Genética, neurología y evolución de la cognición humana. (Edición española de Scientific American).

Martínez, Ignacio; Arsuaga, Juan Luis. 2001. La especie elegida.

### Para entender algo de diseño gráfico:

Williams, Robin. 1991. El Macintosh no es una máquina de escribir.

Williams, Robin. 2008. Diseño gráfico. Fundamentos.