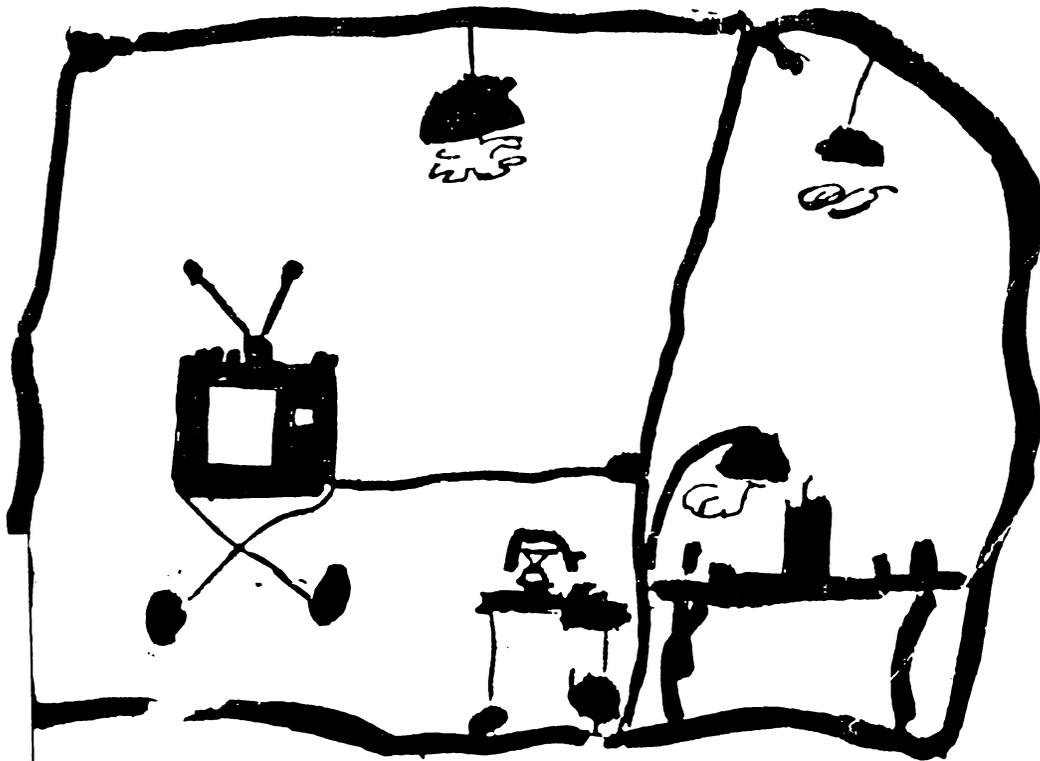


Fernando Beramendi – Fernando Da Rosa
Teresa Herrera – Graciela Prat – Walter Sollier

MANUAL DE EDUCACION PARA LOS MEDIOS



fundación de cultura universitaria

001.55 MAN ej.2

Inv.:LCC003071

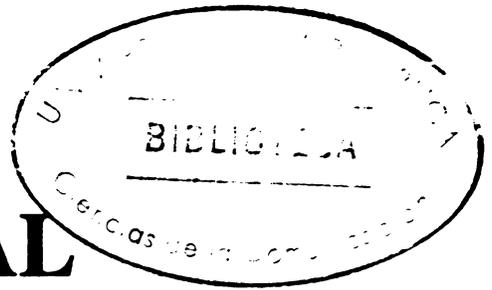


001.55

MAN

1972

UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA
CIENCIAS DE LA COMUNICACION



MANUAL DE EDUCACION PARA LOS MEDIOS

Fernando Beramendi
Fernando Da Rosa
Teresa Herrera
Graciela Prat
Walter Sollier



FUNDACION DE CULTURA UNIVERSITARIA

3071

1ª edición, setiembre 1991

Este Manual es producto del Proyecto de Investigación y Sistematización en Educación para los Medios financiado por la Universidad de la República.

Como Coordinadora del Proyecto actuó la Prof. Teresa Herrera.

Como Ayudante el Br. Walter Sollier.

Montevideo, noviembre de 1990.

Dibujó la portada: Sebastián Aliés Podestá (5 años)

Dibujos: Anna Podestá, reelaborados con autorización: Walter Sollier.

© FUNDACION DE CULTURA UNIVERSITARIA
25 DE MAYO 568 - 11000 MONTEVIDEO - TELEFONO 96 11 52
DERECHOS RESERVADOS

Queda prohibida cualquier forma de reproducción, transmisión o archivo en sistemas recuperables, sea para uso privado o público por medios mecánicos, electrónicos, fotocopiadoras, grabaciones o cualquier otro, total o parcial, del presente ejemplar, con o sin finalidad de lucro, sin la autorización expresa del editor.

**PROYECTO DE INVESTIGACION
Y SISTEMATIZACION EN EDUCACION
PARA LOS MEDIOS (PISEM)**

INTRODUCCION

La discusión acerca del carácter e influencia de los medios de comunicación en la vida social no es nueva. Pero, a partir de la experiencia de las últimas décadas en América Latina, existen frente a los medios posturas que los definen como omnipotentes y todopoderosos, y al receptor, como un ser pasivo e impotente, un receptáculo de información que casi siempre va a operar en el sentido en que el mensaje lo induce.

También están aquellos que subrayan el camino hacia una comunicación democrática, especialmente a través de la reivindicación gremial o política, y para los cuales, muchas veces, el mensaje que proviene desde los centros emisores no es objeto específico de análisis.

Nosotros entendemos que en el primer caso la propuesta es incorrecta, y en el segundo, insuficiente. Porque partimos de una premisa fundamental que estructura nuestro trabajo y le da razón de ser: el público usuario siempre “resignifica” los mensajes, razón por la cual está capacitado para desarrollar una recepción crítica y consciente de los mensajes de los medios de difusión y circulación.

Es por demás conocida y fácilmente comprobable la incidencia que los medios ejercen sobre la vida de la gente en la formación de estereotipos, hábitos culturales y gustos, además de ser el blanco constante de mensajes unidireccionales. Por otra parte, la ausencia de las múltiples voces del hombre cotidiano está planteando de hecho el privilegio de un discurso que aparece como dueño de la verdad y orientador de conductas.

La educación para los medios tiene entonces un rol fundamental. Nuestro principal objetivo es la formación de multiplicadores de un método que hemos desarrollado a partir de importantes experiencias latinoamericanas. De manera primordial destacamos el método de "Lectura crítica de los mensajes" del profesor Mario César Kaplún y el de "Recepción activa de la TV" de la profesora María Elena Hermosilla y el CENECA de Chile. Precisamente, el punto de partida de nuestra labor sistemática está en el Seminario sobre Educación para los Medios, auspiciado por la UNESCO, que se realizó entre marzo y abril de 1987, impartido por los dos prestigiosos docentes y comunicadores.

En una rápida aproximación a ambos métodos debemos apuntar que coinciden en la definición de sus destinatarios naturales: los sectores populares, por el rol protagónico que les cabe en los procesos de transformación. Además, ambos coinciden en no tener un punto de partida en la clásica interpretación de la imposición ideológica de los medios.

Ahora bien, mientras el Método de Lectura Crítica se estructura a partir del proceso ideológico como conjunto de valores y creencias que articulan la conducta cotidiana y en lo imaginario (aspiraciones no racionales), el Método de Recepción Activa lo hace a partir de la "resignificación", robusteciendo la valoración del propio grupo frente a la propuesta de valores que la TV realiza.

A partir de allí, de aportes realizados sobre la estructura del relato por el profesor Daniel Prieto Castillo y de nuestra propia elaboración, hemos desarrollado y practicado este método, definido sus premisas teóricas e instrumentado las siguientes sesiones que posibilitan la formación armónica y metodológica de multiplicadores del método, en el entendido que, día a día, se reafirma el necesario encare de esta labor. Es importante aclarar, a modo de conclusión, que esta experiencia que aquí vertemos y que ha tenido un carácter teórico-práctico, no es cerrada, y se enriquecerá en la medida que docentes y multiplicadores vayamos sumando receptores que aumenten su activo rol crítico.

La experiencia realizada por PISEM hasta el momento es coherente con los antecedentes vinculados a la comunicación popular en América Latina, en el sentido que hemos comprobado la demanda constante de los grupos sociales y académicos para una mayor articulación frente a la presencia dominante y no participativa de los medios de difusión masiva. Cada vez más los sectores populares se esfuerzan por comprender no solamente las claves de un discurso que no es omnipotente, sino también para desarrollar espacios de comunicación que apunten a una democratización de los medios.

PREMISAS TEORICAS

1) Dado el sistema de medios de comunicación de nuestro país, la relación que se establece entre los mismos y los receptores es, en primer lugar, de difusión o circulación de información y no de comunicación, como nosotros la entendemos, ya que la unidireccionalidad del mensaje impide toda posibilidad de interacción horizontal.

2) Todo proceso de intercambio de información se produce en un contexto específico. Este contexto (integrado por enunciador, sujeto de enunciación y medio) es determinante en el análisis de todo proceso de difusión.

3) Teniendo en cuenta los dos puntos anteriores, puede señalarse que:

3.1) entre el medio y los receptores se da un proceso de “resignificación”, en la medida en que el código es la conjunción de significados y significantes. Los significados varían según la experiencia (condiciones materiales) de los receptores.

3.2) para que haya comunicación debemos compartir el mismo código de expresión.

3.3) la “resignificación” presupone poder compartir el código de expresión, pero no el código de contenido.

4) Lo señalado en 3 nos coloca en una postura divergente a las dos siguientes teorías (1):

4.1) una que podríamos denominar la de la “satanización” de los *mass media*: parte de la premisa de que los medios son absolutamente omnipotentes y que los mensajes que emiten tienen un efecto directo sobre la audiencia. Subyace detrás de esta concepción una visión mecanicista de relación causa-efecto absolutamente lineal.

4.2) la inversa, de gran auge actualmente en América Latina, parte de la base de que el abismo cultural entre los medios y el público es tan grande que nada que emita el medio es asumido como verosímil o, lo que es peor, ni siquiera se entiende.

5) Por el contrario, nosotros suscribimos una tercera concepción, que considera la complejidad del fenómeno, difícil de esquematizar, para lo cual es necesario tener en cuenta los siguientes elementos:

5.1) el público que recibe el mensaje no es homogéneo; por el contrario, se encuentra segmentado, teniendo cada uno de esos segmentos rasgos comunes al conjunto, pero también, por razones de clase, ideología, educación, etc., manejan subcódigos diferentes, lo cual implica recepciones diferentes del mensaje.

5.2) por otra parte, la relación *mass media* - público en la mayoría de los casos no es tan directa como parece; los líderes grupales o sectoriales suelen “traducir” el mensaje recibido y el nivel de credibilidad de esos líderes es mayor que el del medio.

5.3) además, interesa el contenido del mensaje; si el mismo es significativo para quien lo recibe, su estructuración y por lo tanto, si las segmentaciones son homogéneas entre emisor y receptor.

(1) Moragas (compilador): *Sociología de la Comunicación de masas*, Madrid, Gustavo Gilli, 1984.

5.4) los medios en general no modifican sustancialmente las opiniones de las personas, en todo caso refuerzan o cristalizan dichas opiniones. Influyen sí, en crear opinión cuando se carece de ella o en colocar un tema sobre el tapete.

5.5) por último, importa quién es el emisor, no sólo la imagen que tiene el medio como tal, sino aquel que aparece como portador del mensaje y la conjugación de ambas imágenes.

6) A partir de nuestra concepción acerca de la “resignificación”, entendemos que un método de “Educación para los Medios” puede ser general; sin embargo, en su aplicación deberá adecuarse a las peculiaridades propias de cada contexto.

7) En coincidencia con la posición de CENECA (Chile), entendemos que la actividad grupal influye en la resignificación del mensaje elaborada por el receptor, y que el grupo directo tiene una función mediadora. Esto tiene consecuencias respecto a la constitución de los grupos en los que se aplique el método, por lo tanto es imprescindible establecer variables de definición de grupo.

7.1) La función mediadora varía según las relaciones que se den en el grupo de referencia. Este es un elemento clave a considerar en la aplicación del método.

7.2) Teniendo en cuenta lo anterior, compartimos el planteo de Stuart Hall (1) acerca de cómo la audiencia interpreta y decodifica los mensajes de los medios en los términos de sus propias definiciones de la situación, para lo cual plantea tres hipotéticos casos tipos de decodificación que son los siguientes:

A) Cuando el telespectador decodifica el mensaje en los mismos términos de referencia en que fue construido.

(1) Hall Stuart, “Cultura, medios de comunicación y efectos ideológicos”, en *Mass Communication and Society*. Londres, 1977. Citado por Edwards, Paula en Educación para la comunicación televisiva, Santiago, CENECA, 1986, pág. 82.

- B) Cuando el televidente acepta el mensaje de un código negociable. Esto es: hay una mezcla de adaptación a la ideología dominante a nivel general, pero surge oposición en la medida que ésta es aplicada a su particular situación.
 - C) El mensaje es percibido como un código opuesto del cual el televidente saca la información dada, pero interpreta el significado de acuerdo a un código completamente diferente.
- 7.3) De acuerdo a nuestra elaboración teórica y la evidencia empírica recogida en nuestra práctica profesional y grupal, agregamos una cuarta hipótesis, por entender que no es una situación contemplada.
- D) Cuando el televidente no comparte la ideología del código general, pero termina "aceptando" el mensaje en situaciones particulares.

LA TELEVISION EN EL URUGUAY

Las transmisiones comerciales de TV, en nuestro país, comenzaron a fines de la década de los años cincuenta, siendo el canal pionero CXB 10 SAETA, el cual inició su actividad el 7 de diciembre de 1956. Siguió CXB 4 Montecarlo TV en el año 1961, CXB 12 Teledoce en el año 1962 y finalmente CXB 5 SODRE en el año 1963.

Actualmente contamos con 32 estaciones de televisión en todo el territorio nacional, las cuales se alimentan en su mayor parte de los 4 canales existentes en Montevideo. Se constata la presencia de dos redes de televisión: una estatal, Red de Emisoras del Interior de Canal 5 SODRE, y otra privada, Red Uruguaya de Televisión S.A. (RUTSA).

Podemos decir que la televisión se halla centralizada en torno a Montevideo. Dada la presencia de redes podemos hablar de que

existe homogeneidad y concentración. Concentración en torno a un punto geográfico, pero concentración también de los medios masivos de comunicación en pocas manos. Homogeneidad en cuanto los usuarios están recibiendo los mismos mensajes en diferentes puntos de la República.

Se constata además una gran influencia de la televisión de países limítrofes en algunos lugares fronterizos; por ejemplo, el departamento de Colonia, el cual no cuenta con repetidora del canal estatal.

El medio está regulado por escasas leyes, no se debe pensar que éstas son sistemáticas y completas, se puede decir que en cuanto a los medios de comunicación existen varios marcos jurídicos.

Dentro de estas normativas hay algunas que son soslayadas, por ejemplo: los tiempos de las tandas, la cantidad de producción nacional en publicidad, etc.

ESTACIONES DE TELEVISION POR DEPARTAMENTOS

CXB 2 SODRE (Maldonado), CXB 2 SODRE (Tacuarembó), CXB 3 SODRE (Durazno), CXB 4 (Chuy, Rocha), CXB 4 Montecarlo (Montevideo), CXB 5 SODRE (Montevideo), CXB 5 SODRE (Mercedes), CXB 5 SODRE (Rivera), CXB 6 SODRE (Rocha), CXB 7 Canal 7 Tele Rocha (Rocha), CXB 8 Canal 8 TV Melo (Cerro Largo), CXB 9 Canal 9 del Este (Maldonado), CXB 9 SODRE (Treinta y Tres), CXB 10 Saeta (Montevideo), CXB 11 SODRE (Salto), CXB 11 Canal 11 de Punta del Este (Maldonado), CXB 12 Teledoce (Montevideo), CXB 12 SODRE (Artigas), CXB 13 SODRE (Tacuarembó), CXB 23 Canal 3 Colonia Televisión (Colonia), CXB 24 Canal 12 Río Uruguay (Río Negro), CXB 26 Melo TV Canal 12 (Cerro Largo), CXB 28 Canal 13 Cerro del Verdún (Lavalleja), CXB 32 Canal 3 Río de los Pájaros (Paysandú), CXB 33 Canal 11 Televisora Treinta y Tres (Treinta y Tres), CXB 35 Canal 10 Tele-

diez de Rivera (Rivera), CXB 37 SODRE (Paysandú), CXB 38 Canal 8 Salto Grande (Salto), CXB 39 Canal 7 Zorrilla de San Martín (Tacuarembó), CXB 42 Telediez de Bella Unión (Artigas), CXB 44 Rosario Televisión (Colonia), CXB 46 SODRE (Maldonado).

LAS REDES

La Red Uruguaya de Televisión S.A. (RUTSA) comenzó sus actividades el 25 de agosto de 1981; trasmite vía microondas de ANTEL hacia las repetidoras y canales que la integran; cubre todo el país menos Montevideo, Maldonado, San José, Florida y Canelones.

La integran 19 canales: 3 de Artigas, 3 de Paysandú, 3 de Rio Branco, 7 de Tacuarembó, 7 de Rocha, 8 de Rosario, 10 de Bella Unión, 4 de Chuy, 11 de Durazno, 9 de Paso de los Toros, 8 de Salto, 12 de Fray Bentos, 12 de Melo, 10 de Rivera, 11 de Treinta y Tres, 3 de Colonia y 13 de Minas.

Red de Emisoras del Interior Canal 5 SODRE - El canal 5 SODRE trasmite en simultáneo con Canal 8 de Melo y Canal 5 de Rivera. Se conectan con esta Red: 2 SODRE de Maldonado, 2 SODRE de Tacuarembó, 3 SODRE de Durazno, 5 SODRE de Mercedes, 5 SODRE de Rivera, 6 SODRE de Paysandú, 6 SODRE de Rocha, 9 SODRE de Treinta y Tres, 11 SODRE de Salto y 11 SODRE de Tacuarembó.

LA TELEVISION EN LA SEMANA DEL SABADO 12 AL 18 DE MAYO DE 1990

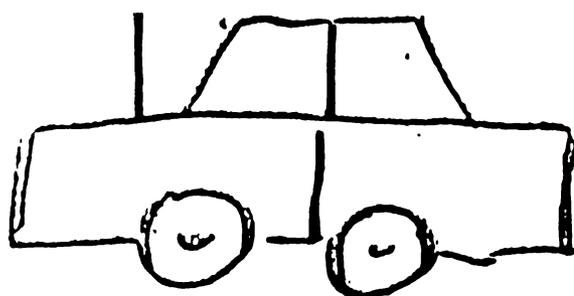
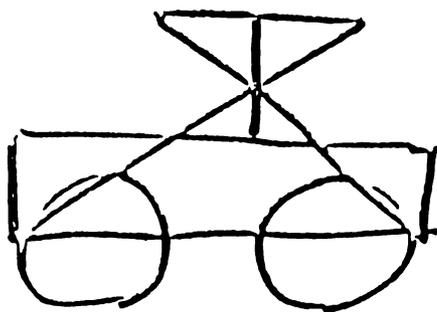
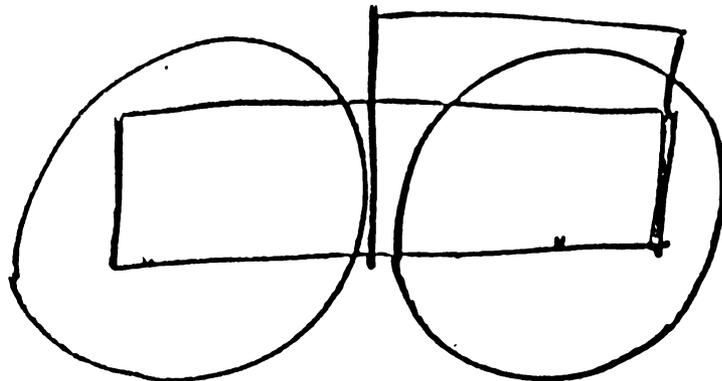
En la semana observada se constató la presencia de aproximadamente 327 unidades o programas, siendo de procedencia nacional 96 (29.66%), extranjera 219 (66.66%), y mixtos, es decir programación extranjera con elementos nacionales que le dan un carácter híbrido, por ejemplo, Telenoche 4 segunda edición o los Requetedivertidos, 12 (3.66%).

Los tiempos de emisión fueron:

Canal 4	80 horas.
Canal 5	73 horas.
Canal 10	69 horas.
Canal 12	64 horas.

LA FRECUENCIA TEMATICA EN LOS 4 CANALES Y RUTSA

Series	40
TV Educativa	28
Teleteatros	50
Programa Infantil	29
Humor	7
Entretencimientos	18
Periodísticos	22
Periodísticos Agro	7
Divulgación General	21
Informativos	26
Informativos basados en material extranjero	9
Ballet	1
Musicales	12
Religiosos	1
Cine	28
Deportes	21
Programas de Colectividades	2
Teatro	1
Informativo de RUTSA	7
Musical Teatralizado	1



**axiomas
de la
comunicación**

SESIONES 1 Y 2: EMISION, RECEPCION, AXIOMAS DE LA COMUNICACION

- 1) **OBJETIVO GENERAL:**
Poner en común los conceptos fundamentales de la comunicación.

- 2) **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - 2.1) Reconocerse como emisores y receptores.
 - 2.2) Aprender el concepto de empatía.
 - 2.3) Identificar los siguientes procesos y componentes en la comunicación:
 - 2.3.1) Imposibilidad de no transmitir.
 - 2.3.2) Aspectos de contenido y relacionales.
 - 2.3.3) Puntuación de la comunicación.
 - 2.3.4) Comunicación digital y analógica.
 - 2.3.5) Interacción simétrica y complementaria.
 - 2.4) Reconocer a la comunicación masiva, grupal e interpersonal como parte de un mismo sistema.

- 3) **INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:**
 - 3.1) Esta unidad se desarrolla en dos sesiones.
 - 3.2) En la primera sesión se trabajarán los axiomas 1 y 2.
 - 3.3) En la segunda sesión se trabajarán los axiomas 3, 4, y 5.
 - 3.4) El animador deberá ir trabajando los contenidos y conceptos más importantes a lo largo de la sesión.

- 3.5) Las respuestas y síntesis de cada juego (presentación cruzada y axiomas) deben ser registradas en papelógrafo.
- 3.6) Para esta sesión son necesarios marcador y papelógrafo.
- 3.7) Principales conceptos contenidos en la sesión:
 - 3.7.1) Empatía: se trata del proceso por el cual una persona logra “ponerse en el lugar del otro”, para poder realizarlo, teniendo en cuenta que sin él no hay verdadera comunicación; es necesario “conocer al otro”, saber cómo es. Los comunicadores realizan el proceso tratando también de conocer con qué lenguaje (código) se comunica con el otro (sub-código de los adolescentes, de los médicos, los del cantegril, los propios de un departamento).

4) AXIOMAS:

La comunicación es un proceso de intercambio de mensajes entre emisores y receptores (cada uno de ellos puede ser individual o colectivo). En este proceso siempre se dan varias situaciones que son las que se describen a continuación.

- 4.1) Primer axioma: es imposible no transmitir. Aun cuando no deseamos transmitir igual lo estamos haciendo, le decimos al otro “no quiero comunicarme contigo” a través de nuestros gestos, de nuestra actitud. Esto es así porque no nos comunicamos sólo con la palabra (uno de los medios disponibles), también lo hacemos con los gestos o la imagen (por ejemplo en la TV). Nuestra propia presencia (altos, bajos, rubios, morochos, etc.) ya está diciendo cosas. Por esto es que el primer axioma, la imposibilidad de no transmitir, es de importancia para saber que cuando hablamos de “leer” la TV no se trata sólo de lo que dicen o hacen.
- 4.2) Segundo axioma: toda comunicación tiene un aspecto de contenido y otro de relación. Cuando nos comunicamos no sólo importa lo que decimos sino quién lo dice y a quién se lo dice. Si un vendedor callejero le dice a uno

“compre tal reloj que será codiciado por las mujeres”, tiene muchas menos probabilidades de ser creído que si lo dicen en un aviso de la TV.

- 4.3) Tercer axioma: puntuación de la secuencia de los hechos. Todos tenemos diversas modalidades para hacer las cosas y usar nuestro tiempo. En las relaciones de comunicación se dan situaciones de contradicción; cuanto más lento se es, más ansioso se pone el interlocutor, esto en general provoca más lentitud (por ejemplo, un profesor acosando a un alumno en un examen).

Curiosamente, en la relación con la TV pasa algo parecido, cuanto más rápido es el ritmo (choques, persecuciones, etc.), más pasiva es la actitud del televidente.

- 4.4) Cuarto axioma: comunicación digital y analógica. Los seres humanos nos comunicamos de dos formas diferentes:

4.4.1) Digital, a través de la lengua, que es arbitraria (por ejemplo, la palabra árbol no se parece en nada a un árbol).

4.4.2) Analógica, los gestos, los dibujos, etc.; todas aquellas formas de comunicación que guardan relación con lo que representan. Este axioma apunta a lo que decíamos al principio sobre los diferentes códigos.

4.4.3) En el ejercicio planteado, lo que se pretende esencialmente es que la representación permita visualizar la existencia de distintos códigos y cómo todos comunican igualmente.

- 4.5) Quinto axioma: comunicación simétrica y complementaria. En las relaciones de comunicación ocurren dos cosas, o son simétricas, es decir, basadas en la igualdad, o son complementarias, es decir, basadas en la diferencia.

En la gran mayoría de los casos las relaciones complementarias implican la dominación de unos sobre otros.

En el ejercicio planteado se pretende ver si la relación con el aparato de TV es una relación de igualdad o

dominación (por ejemplo, si la actitud con el televisor es no comprarlo o apagarlo impositivamente, quiere decir que se tiene con él una relación en la que el espectador siente que “no puede con él”).

5) DESARROLLO DE LA SESION:

5.1) Presentación del tema (1 minuto):

El animador explicará al grupo que el tema de la primera sesión de trabajo es la comunicación; seguidamente invitará a los participantes a realizar un trabajo corporal en conjunto.

5.2) Actividad lúdica (30 minutos):

El animador explicará los ejercicios.

5.2.1) La flor que se abre y se cierra. Ejercicio para respirar mejor, su objetivo es la relajación y concentración. El animador invitará al grupo a desarrollar el ejercicio dando las siguientes instrucciones:

- Todo el grupo en círculo de pie.
- El grupo se toma de las manos y avanza un paso adelante.
- Levantar los brazos todos al mismo tiempo e inspirar. Retener la respiración durante unos segundos, luego retroceder bajando los brazos y expirar.

5.2.2) Presentación cruzada. El objetivo de este juego es lograr la empatía (ponerse en el lugar del otro).

- El animador debe dar la indicación a los participantes de que se van a presentar por parejas y que deben elegir a la persona que menos conocen para hacerlo.
- La pareja debe intercambiar un tipo de información que sea de interés para todos; por ejemplo: nombre, expectativas por el curso, información sobre su trabajo, etc.

- Luego en la asamblea, cada participante presenta a su pareja como si fuera él mismo (yo soy ...).
- Se recomienda dar instrucciones claras sobre cómo armar las parejas y la información a intercambiar, sobre todo cuando se trata de personas que ya se conocen; aconsejar la búsqueda de datos hasta ese momento desconocidos, por ejemplo, tipos de cine que le gusta, cuadro de fútbol del que es partidario, tareas que realiza en su trabajo, etc.
- Luego de desarrollada la presentación el animador incentivará la reflexión preguntando cosas tales como:
 - ¿Qué fue lo que hicieron?, ¿qué sintieron?, ¿qué dificultades tienen para ponerse en el lugar del otro? ¿pudieron comunicarse? (haciendo énfasis en los conceptos de empatía y código).

5.3) Dramatización (20 minutos para preparar, ensayar).

El animador invitará a los participantes a realizar por subgrupos un *sketch* sobre cada uno de los axiomas explicados en las instrucciones para el animador:

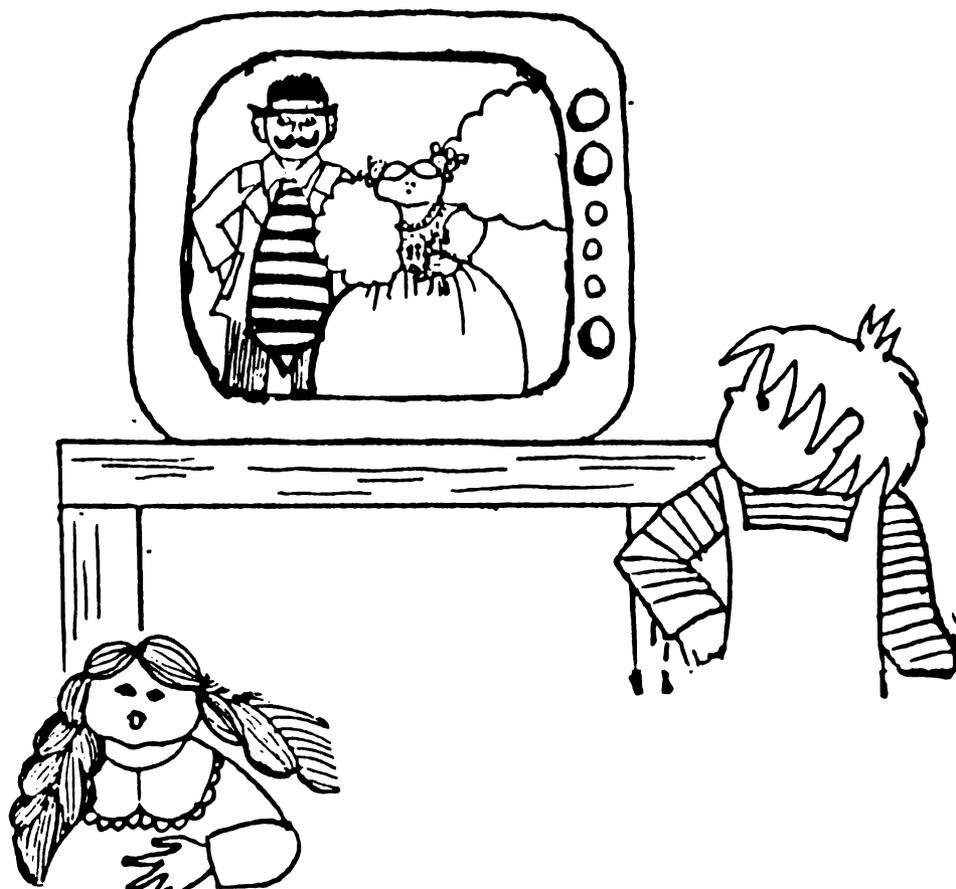
- 5.3.1) Grupo uno: representará el primer axioma (“es imposible no transmitir”), mediante un *sketch* donde uno trata de hablar y otro se niega a hacerlo (por ejemplo, dos personas que viajan en ómnibus y uno se hace el dormido).
- 5.3.2) Grupo dos (“contenido y relación en la comunicación”): imitarán a una monja, un borracho y un gremialista que solicitan ayuda para un comedor infantil. El resto del subgrupo aportará en proporción al grado de convencimiento que lograron los solicitantes.
- 5.3.3) Grupo tres: representará el axioma “la puntuación de la secuencia de los hechos”, mostrando una situación de estímulo-respuesta con enfrentamiento. Por

ejemplo, un ansioso y un lento que se potencian mutuamente.

- 5.3.4) Grupo cuatro: representará el axioma “comunicación digital y analógica”; escenificarán una situación de poder sin palabras y otra con palabras; por ejemplo, un director de tránsito y un padre rezonando a su hijo.
- 5.3.5) Grupo cinco: representará el último axioma, mostrando por lo menos tres “soluciones” a la cantidad de horas que permanecen los niños frente a la TV.
- 5.4) En la sesión N° 1 se representarán los dos primeros axiomas, durante 10 minutos cada uno, y luego durante otros 10 minutos se dará la discusión.
En la sesión N° 2 se procede igual que en la sesión N° 1, realizando la “ flor que se abre y se cierra”, y los axiomas 3, 4 y 5.

6.) CONCLUSIONES:

- 6.1) Luego de cada sesión el animador preguntará:
 - 6.1.1) Al grupo uno: ¿es imposible no transmitir?, ¿no está diciendo nada el que permanece mudo?
 - 6.1.2) Al grupo dos: ¿a qué peticionante le creen más?, ¿por qué?, ¿qué relación tienen con él?
 - 6.1.3) Al grupo tres: ¿qué pasa cuando los “tiempos” son diferentes para uno y otro?, ¿en relación a la TV, qué pasa con el tiempo?
 - 6.1.4) Al grupo cuatro: ¿cómo se trasmite el mensaje en una y otra forma?, ¿qué diferencias hay entre uno y otro?, ¿cuál es la forma más clara?, ¿por qué?
 - 6.1.5) Al grupo quinto: ¿cómo es nuestra relación con la TV?, ¿en qué se parece y en qué se diferencia con las relaciones entre las personas?
- 6.2) El animador anotará las respuestas sobre cada grupo en papelógrafos, y al final de la sesión hará una síntesis en función de los objetivos de la sesión.



la telenovela

SESION 3: LA TELENVELA

- 1) **OBJETIVO GENERAL:**
Desentrañar la estructura e intencionalidad de la telenovela.

- 2) **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - 2.1) Conocer la estructura tradicional del relato.
 - 2.2) Reconocimiento de distintos mecanismos que usa el relato en la telenovela para emocionarnos o interesarnos.
 - 2.3) Distinguir los conflictos que se manejan y compararlos con los propios.

- 3) **INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:**
 - 3.1) La telenovela es una de las formas de narrar o contar historias.
La historia sigue la estructura tradicional del relato:
 - 3.1.1) Planteo de una situación feliz.
 - 3.1.2) Ruptura de dicha situación ocasionada por una agresión externa.
 - 3.1.3) Aparición de un héroe, siempre individual, que vive la peripecia y logra la restauración de la situación inicial.
 - 3.1.4) En el caso de la telenovela, la peripecia ocupa prácticamente todo el relato y normalmente son un héroe y una heroína.
 - 3.2) Los que escriben las telenovelas eligen sólo algunos hechos para ser narrados.

- 3.3) El conflicto es el principal mecanismo de narración de la telenovela, porque su presentación, desarrollo y desenlace es lo que nos mantiene interesados.
- 3.4) Los conflictos seleccionados son algunos de los que la gente vive cotidianamente. Esto implica una valoración de los conflictos que se consideran importantes, y por lo tanto, restándole interés a los que dejan afuera.
- 3.5) La caracterización de los personajes también implica una selección. Estos son caracterizados según algunos aspectos y clasificados como buenos o malos.
- 3.6) La relación entre el espectador y la telenovela permite una falsa posición de poder, caracterizada por la omnipresencia del telespectador (El lo sabe todo).
- 3.7) Para esta sesión son necesarios papelógrafo y marcadores.

4.) DESARROLLO DE LA SESION:

- 4.1) Presentación del tema (1 minuto).
El animador dirá al grupo que el tema de la sesión son las historias que nos narra la TV a través de la telenovela.
- 4.2) Actividad lúdica.
El animador invitará al grupo a realizar un juego: el “saca polvo”. Este ejercicio es para recuperar nuestra energía y su objetivo es:
 - 4.2.1) Activación del cuerpo en su totalidad, provocar soltura y mayor irrigación sanguínea en las distintas zonas de tensión muscular.
 - 4.2.2) El animador dará las siguientes instrucciones:
 - Elegir parejas y realizar la misma actividad cada uno de los miembros de la pareja, primero uno y luego el otro.
 - Con los dedos rozar con movimientos rápidos, uno a otro, desde el centro del cuerpo hacia afuera como si estuviera sacando polvo.

- El animador hará primero una demostración de cómo se juega. Al final del juego preguntará: ¿cómo se sintieron?, ¿qué les pareció el juego? Buscará que lleguen a una conclusión.

4.2.3) Juego:

El animador invitará al grupo a participar de un juego que consiste en imaginar y representar conflictos. Para ello dará las siguientes instrucciones:

- Los participantes se dividirán al azar en dos o cuatro subgrupos.

- Uno o dos subgrupos elegirán un conflicto que sea habitual en la telenovela y lo tratará como lo hace la telenovela.

- Uno o dos subgrupos deberán elegir un conflicto cotidiano cualquiera y lo tratarán de forma diferente a la telenovela.

- Cada subgrupo deberá discutir el conflicto, situarlo en un espacio físico, elegir los personajes, definir la acción a ser representada e imaginar una solución.

- Se distribuirán entre los participantes del subgrupo los personajes y se preparará una representación de 10 minutos como si se hiciera en la TV. Para esto se cuenta con media hora de preparación.

- El animador invitará a los grupos que representen sus trabajos.

- Con los elementos proporcionados por cada grupo se llenará un papelógrafo donde constarán los elementos de la estructura del relato:

Espacio - lugar donde se desarrolla.

Personajes - individuales o colectivos.

Acción - peripecia.

Conflicto - interno o de agresión externa.

Solución - final feliz

u otro final con restauración o cambio.

- Luego de completado el papelógrafo el animador mostrará:

- Que narraron historias.

- Que identificaron los elementos básicos de cada narración.

- Que las historias se armaron en torno a conflictos, que fue el principal mecanismo.

5) CONCLUSION:

El animador estimulará la discusión y síntesis por medio de preguntas:

5.1) ¿Qué idea de la vida nos crea la TV a través de la telenovela?

5.2) ¿Qué conflictos vivimos y conocemos?

5.3) ¿Qué consecuencias puede tener que la telenovela nos muestre algunos conflictos y deje afuera muchos otros?

5.4) ¿Qué idea de la vida nos crea la TV a través de la telenovela con esa selección de conflictos?

5.5) ¿Qué solución a los conflictos nos presenta la telenovela?

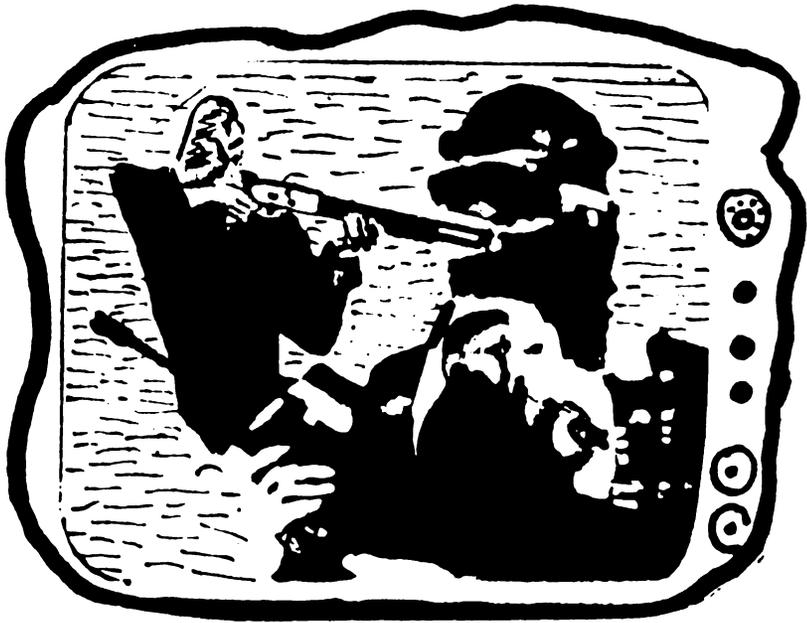
5.6) ¿Qué relación tiene con la estructura del relato?

5.7) ¿Qué solución le damos nosotros a la telenovela que realizamos?

5.8) ¿Qué nos hace gustar de la telenovela aun cuando deje afuera gran parte de los conflictos reales?

5.9) ¿Qué es lo más importante que descubrimos de la telenovela?

5.10) El animador recogerá las opiniones de los participantes estimulando al máximo la participación. Luego expresará su propia opinión en torno al trabajo, destacando logros e insuficiencias, sin descalificar e intentando llegar a un consenso de evaluación de la sesión.



la teleserie

SESION 4: TELESERIE

- 1) **OBJETIVO GENERAL:**
Descubrir las características propias del género televisivo “serial” y compararlo con el género telenovela.
- 2) **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - 2.1) Descubrir que la serial es otra de las maneras que tiene la TV de narrar historias.
 - 2.2) Darse cuenta que la serial narra historias de manera diferente a la telenovela.
 - 2.3) Reflexionar en torno a los héroes masculinos y femeninos de las seriales.
 - 2.4) Analizar el concepto de estereotipo.
- 3) **INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:**
 - 3.1) La serial, al igual que la telenovela y las películas cinematográficas que exhibe la TV, también narra historias, en su mayoría policiales.
 - 3.2) Las seriales como “MacGyver”, “El Justiciero”, “Cazador”, “El Hombre Lobo”, “La Bella y la Bestia” y “Vicio en Miami” son, en su mayoría, de procedencia norteamericana y tienen alta audiencia entre el público uruguayo.
 - 3.3) Las características particulares de la serial que la diferencian de la telenovela son:
 - 3.3.1) En cada episodio se cuenta una historia completa con inicio, desarrollo y desenlace.

- 3.3.2) La acción ocurre a un ritmo muy rápido, al contrario de la telenovela, donde ésta se desarrolla lentamente.
- 3.3.3) En la serial ocurren acciones muy espectaculares: choques, asaltos, explosiones, salvamentos, naufragios, peleas. Todo esto en muy poco tiempo.
- 3.3.4) Los personajes principales o héroes son en su mayoría masculinos.
- 3.4) Las series nos presentan rasgos de personajes, conflictos y situaciones que se repiten en diferentes seriales. Los seres humanos reales somos difíciles de definir en una palabra; un estereotipo es la presentación de una persona o situación que en la vida real es compleja y que en la TV se muestra reducida sólo a algunos pocos rasgos de la persona o situación.
- 3.5) En la serie, el héroe, “el bueno”, se presenta casi siempre con las mismas características, algunas de ellas son:
 - 3.5.1) Sale del “aire”, no se conocen datos de su familia, educación ni a dónde pertenece, no tiene problemas personales, ni económicos.
 - 3.5.2) Es siempre igual, no envejece, no se enferma, nunca falla, no se frustra, no se cansa, no tiene dudas, las experiencias, por más terribles que sean, no lo transforman; es casi Dios, puede y sabe todo, es de inteligencia superior, físico perfecto, gana todas las peleas y al final es triunfador. Es generalmente hombre.
- 3.6) El malvado, “el malo”, también aparece estereotipado, es pobre, es marginal. Como la mayoría de las seriales son norteamericanas, los “malos” son negros, latinoamericanos, italianos o chinos. Es feo, sus rasgos físicos son desagradables, tiene mala cara, cicatrices, cojea. Es “malo”, astuto, malvado, cruel. No tiene salvación, no puede transformarse en “bueno”, al final siempre pierde.

- 3.7) Las características estereotipadas del héroe y del malvado terminan por cansar al público. Los que escriben las seriales deben introducir algunos cambios para crear héroes novedosos y así, entonces, nacen los antihéroes, como "Hamer", la "bestia" de la "Bella y la Bestia" y "Hooperman", por ejemplo. O personajes femeninos haciendo papeles de hombres, pero que, como son mujeres, se presentan con conflictos en su vida privada; se enamoran, tienen novio, o marido, algunas tienen hijos, se problematizan con el trabajo, muestran debilidades y así se transforman en personajes que muestran más facetas (como los seres humanos) y con los que nos identificamos más, "Cagney y Lacey" por ejemplo.
- 3.8) Para esta sesión son necesarios marcadores y papelógrafo.
- 3.9) Antes de comenzar la sesión el animador deberá confeccionar dos cuestionarios en hojas del papelógrafo:
- 3.9.1) Cuestionario N° 1: Comparemos la telenovela y la serial:
- ¿Cuántas veces a la semana se exhiben la telenovela y la serial?
 - ¿Cuánto dura cada capítulo en cada caso?
 - ¿Generalmente, de qué tipo es la historia que nos cuentan la telenovela y la serial?
 - Elegir un héroe de serial y un protagonista de telenovela, ¿en qué se parecen y en qué se diferencian?
 - Recordar algún capítulo reciente de una telenovela y de una teleserie y comparar:
 - ¿Cuántas cosas importantes para el desarrollo de la historia pasaron en cada uno de los capítulos?
 - ¿Cuánto tiempo nos toma conocer el final de la historia en la serial y en la telenovela?
 - ¿En cuál de los capítulos aparecían más acciones violentas o espectaculares, como asaltos, raptos,

choques, explosiones, etc.? Hacer una lista con los que recuerden.

- ¿En cuál de los dos tenemos la sensación de que el tiempo pasa más rápido? ¿En cuál es más lento?, ¿por qué se dieron cuenta?, ¿qué importancia tendrá el tiempo en la narración?

- ¿En base a qué otros elementos podemos comparar la telenovela con la serial?

Los participantes completarán la pauta y llevarán los resultados de su discusión a un papelógrafo.

3.9.2) Cuestionario No 2: Comparemos héroes y heroínas:

- Elegir dos series, una con protagonista masculino y otra con protagonista femenino. Describir los personajes señalados en términos generales.

- ¿Qué información nos entregan ambas seriales sobre:

¿Quiénes son sus familias?

Casa y barrio donde viven.

Estudios.

Emociones (¿Lloran, ríen, tienen miedo?).

Afectos y amores (¿Los tienen?, ¿quiénes son?)

Vida matrimonial (¿Son casados?, ¿conviven?).

Hijos (¿Los tienen?, ¿cómo se relacionan con ellos?).

Problemas domésticos.

Problemas económicos.

Enfermedades.

Frustraciones, fracasos, cansancio, depresiones, equivocaciones.

¿Estos personajes cambian sus características a través de los diferentes episodios?

¿En qué cambian?, ¿en qué permanecen iguales?

Estos héroes y heroínas, ¿alguna vez han sido vencidos por los “malos”?

Los participantes completarán la pauta y llevarán el resultado de su discusión al papelógrafo.

4) DESARROLLO DE LA SESION:

4.1) Presentación del tema (1 minuto).

El animador señalará a los participantes que el tema de la sesión es la serial y los invitará a participar de una actividad corporal.

4.2) Actividad lúdica (20 minutos).

El animador explicará al grupo que los ejercicios a realizar son dos:

4.2.1) La flor que se abre y se cierra (ver sesión N° 1).

4.2.2) Animales escapando del incendio: Este ejercicio es para ir calentando nuestros cuerpos y su objetivo es: movilización del cuerpo, coordinación de sus distintas partes e integración grupal.

El animador dará las siguientes instrucciones:

- Cada participante elegirá a un animal que le guste; sólo él sabrá cuál es.

- Todo el grupo comenzará a recorrer en distintas direcciones el espacio.

- Imitarán el movimiento del animal que elijan, harán ruidos, no olvidarán que están escapando de un incendio.

- Concluido el ejercicio todos intentarán adivinar qué animal era cada uno de sus compañeros.

4.3) Presentación de experiencias (10 minutos).

El animador intentará que el grupo relacione el tema con su propia experiencia, para lo cual seguirá las siguientes instrucciones:

- 4.3.1) Solicitará a los participantes que recuerden nombres de protagonistas (héroes y heroínas) de seriales.
- 4.3.2) Irá anotando los nombres en el pliego grande de papel de manera que se forme una lista.
- 4.3.3) Intentará que los participantes recuerden el mayor número posible.
- 4.3.4) Cuando los nombres comiencen a reiterarse formulará la siguiente pregunta:
 - ¿Qué es lo primero que -a simple vista- tienen en común estos personajes?
 - Anotará las respuestas en el papel y expresará que reservarán el debate para las conclusiones, invitando al grupo a pasar inmediatamente al juego.
- 4.3.5) Juego (1 hora).

El animador invitará al grupo a participar en el juego, que consiste en establecer diferencias entre la telenovela y la serial y entre los héroes masculinos y femeninos. Para ello, dividirá al grupo al azar en dos subgrupos y seguirá las siguientes instrucciones:

Grupo 1:

 - Solicitará que haga una comparación entre la serial y la telenovela, intentando establecer parecidos y diferencias.
 - Entregará al grupo el cuestionario N° 1, que habrá copiado previamente.
 - Pondrá a disposición del grupo un pliego grande de papel en el que los participantes anotarán el resultado de sus discusiones.

Grupo 2:

 - Solicitará al grupo que realice un paralelo entre héroes y heroínas de serial.
 - Entregará al grupo el cuestionario N° 2, que habrá copiado previamente para que el subgrupo pueda establecer semejanzas y diferencias.

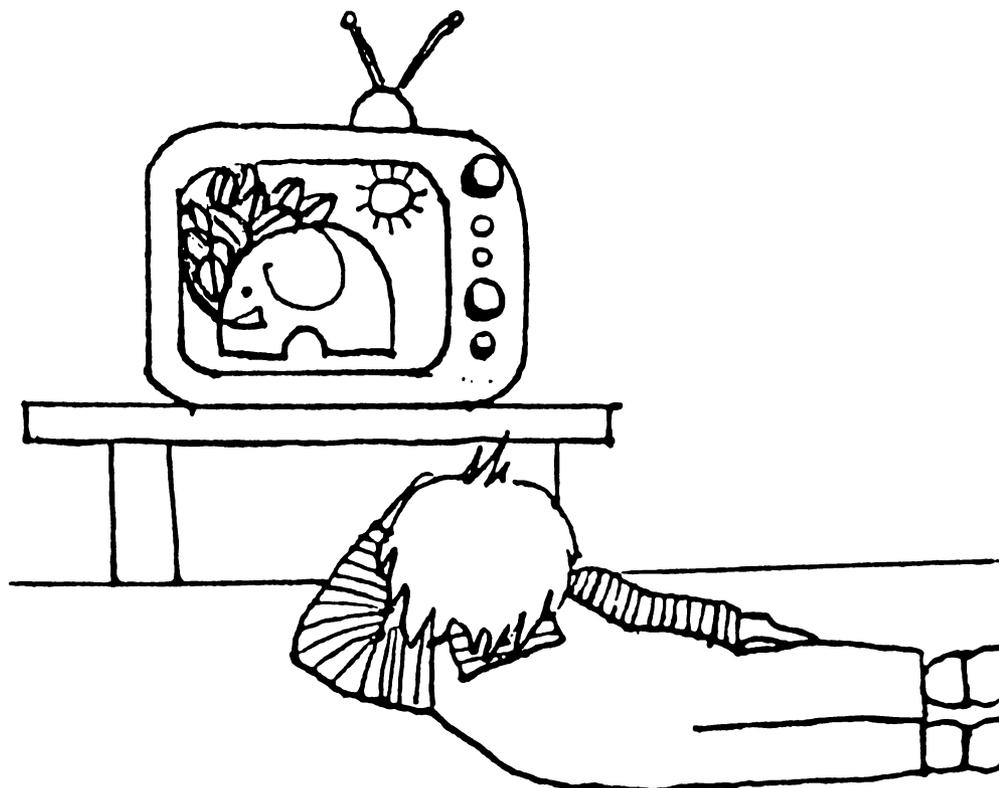
- Pondrá a disposición del grupo el pliego de papel grande en el que los participantes anotarán el resultado de sus discusiones.
- Expresará a ambos grupos que cuentan con 30 minutos para realizar esta actividad; terminado el plazo el animador solicitará a los grupos que presenten sus trabajos.
- En primer lugar expondrá el grupo N° 1 y luego el N° 2; ambos grupos basarán su presentación en los papelógrafos que completaron durante el juego.
- Terminadas las presentaciones el animador invitará al grupo a pasar a las conclusiones.

5) CONCLUSIONES:

Para discutir y sintetizar la experiencia, el animador invitará al grupo a reflexionar y dar opiniones sobre los siguientes puntos:

- 5.1) ¿Cuáles son las principales diferencias que existen entre la telenovela y la serial?
- 5.2) Las mujeres aparecen muy poco como heroínas de series pero generalmente las protagonistas de telenovelas son mujeres. ¿Por qué?
- 5.3) ¿Qué hemos descubierto acerca del estereotipo masculino y femenino?
- 5.4) ¿Qué consecuencias pueden provocar los estereotipos de la realidad que hace la TV?

El animador formulará todas o algunas de las preguntas anteriores, según el interés y capacidad de reflexión que detecte en el grupo, y estimulará el máximo de participación.



**dibujos
animados**

SESION 5: DIBUJOS ANIMADOS

1) OBJETIVO GENERAL:

Analizar cuál es el contenido que transmiten los dibujos animados y a través de qué mecanismos logran su cometido.

2) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 2.1) Identificar las distintas series, “tiras”, de dibujos animados más miradas por los niños.**
- 2.2) Determinar cuáles son sus temáticas principales.**
- 2.3) Listar los aspectos positivos y negativos de cada una y las razones por las cuales así se los considera.**
- 2.4) Identificar los principales estereotipos que transmiten los dibujos animados.**
- 2.5) Analizar las repercusiones de los dibujos animados en la vida cotidiana de los niños.**

3) INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:

- 3.1) La mayoría de los dibujos animados se inspiran también en la estructura tradicional del relato y tal vez, como en ningún otro género televisivo, se observe más claramente el comportamiento del “héroe individual restaurador”.**
- 3.2) En la inmensa mayoría de los dibujos animados toda situación de conflicto se resuelve mediante la violencia.**

- 3.3) En la actualidad, por otra parte, son los superhéroes, que en algunos casos ni siquiera son personas, sino máquinas, los protagonistas, en una clara sustitución de los valores personales por los cibernéticos.
 - 3.4) La mayoría de los niños demuestran a través de sus juegos una identificación con estos héroes. La discusión actual está en preguntarse que modelos son más fuertes: si los familiares y sociales o los televisivos, sabiendo que la respuesta está en el tipo de vínculo entre el niño, su familia y el entorno social.
 - 3.5) Para esta sesión son necesarios papelógrafo y marcadores.
- 4.) **DESARROLLO DE LA SESION:**
- 4.1) **Presentación del tema (1 minuto).**
El animador dirá al grupo que el tema de la sesión serán los dibujos animados y sus efectos en los niños.
 - 4.2) **Actividad lúdica.**
El animador invitará al grupo a participar de un juego, cuyo objetivo es comparar distintas formas de realizar una tarea, que en este caso consiste en lo siguiente:
 - 4.2.1) Colocará sillas en círculo tantas como participantes haya menos uno. Todas las sillas mirando hacia afuera.
 - 4.2.2) Invitará a los participantes a correr alrededor de las sillas; cuando golpee las manos los participantes deberán sentarse quedando fuera del juego quien no logre sentarse. En la vuelta sucesiva sacará otra silla y así hasta que queden dos participantes y una sola silla.
 - 4.2.3) Volverá el animador a colocar la misma cantidad de sillas, pero el juego ahora tendrá una variante, todos deberán sentarse cualquiera sea el número de sillas, y para ello deberán participar y organizarse entre sí.

Terminado el juego, el animador invitará al grupo a comentar cómo se sintieron en una y otra variante y qué diferencias notaron, tratando de analizar entre competencia y cooperación.

4.3) Trabajo en grupos (20 minutos).

El animador dividirá a los participantes en subgrupos y les transmitirá la siguiente consigna:

4.3.1) Deberán listar los dibujos animados que ven sus hijos, sobrinos u otros niños que conocen.

4.3.2) Deberán elegir de ellos los más vistos (hasta cuatro).

4.3.3) Deberán elaborar una lista de los aspectos positivos y negativos de cada "tira" elegida.

4.4) Puesta en común (35 minutos).

4.4.1) En un papelógrafo el animador irá anotando los aspectos positivos y negativos de cada tira.

4.4.2) Invitará a los participantes a discutir sobre lo que está escrito y las razones por las cuales se considera positivo o negativo un aspecto.

4.4.3) A continuación preguntará:

- ¿Los niños que ustedes conocen juegan a los dibujos animados?

- ¿Qué hacen cuando juegan a los dibujos animados?

- ¿Cómo hablan cuando juegan a los dibujos animados?

- ¿Reclaman la compra de muñecos u otro tipo de objetos provenientes de esos dibujos?

- ¿Qué opinan ustedes de esos juegos?

- ¿Han probado ofrecer a los niños juegos alternativos a éstos? ¿Cuáles? ¿Qué éxito han tenido ?

5) CONCLUSIONES:

5.1) El animador estimulará la discusión y conclusiones, con especial énfasis en los contenidos de las instrucciones y los objetivos de la sesión.



**cuentos
infantiles**

SESION 6: EL CUENTO INFANTIL

1) OBJETIVO GENERAL:

Analizar distintos tipos de cuentos infantiles y descubrirlos como mensajes alternativos.

2) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

2.1) Comparar distintas estructuras de relatos.

2.2) Conocer estructuras diferentes al relato tradicional.

2.3) Manejar esas estructuras diferentes como elementos alternativos al mensaje vigente difundido por la TV.

2.4) Reconocer al cuento infantil tradicional como antecedente de los relatos infantiles de la TV.

3) INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:

3.1) Durante esta sesión el animador deberá ser especialmente cuidadoso en marcar las diferentes estructuras del relato de los dos cuentos ofrecidos, como también los diferentes valores exaltados.

3.1.1) Los tres chanchitos: cuento que exalta el individualismo, busca recrear el mito de la igualdad de oportunidades y donde nuevamente aparece la agresión externa, "el lobo", resolviéndose el conflicto por medio de la violencia.

3.1.2) Por qué no se puede cazar un dodo: cuento de carácter ecológico que exalta la armonía del sistema natural y la necesidad de la cooperación entre el hombre y las diversas especies.

3.2) Determinar el eje semántico:

La técnica del eje semántico consiste en oponer al valor propuesto el contravalor correspondiente. Esto es posible porque en los cuentos infantiles hay estructuras que se mantienen constantes. Estas estructuras tienen algo en común, los elementos que las integran son percibidos simultáneamente. Así como poseen términos comunes poseen otros que las diferencian. Pueden tener en común el bien apetecido pero se diferencian por la condición moral. Es posible pues comparar términos. Esto es posible pues las oposiciones se hallan en un sólo y mismo eje de significación. Este eje que nos permite establecer comparaciones es el eje semántico.

POR EJEMPLO:

VALOR	ANTIVALOR
NO BUSQUEDA	BUSQUEDA
EGOISMO	GENEROSIDAD
MUJER OBJETO	MUJER PERSONA
AMOR	NO AMOR
JUVENTUD	VEJEZ

3.3) Para esta sesión son necesarios papelógrafo y marcadores.

4) DESARROLLO DE LA SESION:

4.1) Actividad lúdica (5 minutos):

La flor que se abre y se cierra ya explicada en sesiones anteriores.

4.2) Trabajo en subgrupos (30 minutos):

El animador invitará al grupo a realizar un trabajo en subgrupos; para ello el grupo se dividirá, al azar, en un número par de subgrupos.

4.2.1) Se procederá a entregar los cuentos de referencia.

4.2.2) Cada subgrupo leerá cuidadosamente sus cuentos, y luego de analizarlos según la técnica del eje

semántico, elegirá al menos cinco valores exaltados en el mismo.

4.3) Plenario (45 minutos):

4.3.1) Se realizará un eje semántico para cada cuento, que consistirá en colocar de un lado del eje los valores exaltados por cada uno de los cuentos y del otro lado el antivalor. Este trabajo deberá ser realizado por todo el grupo y cada valor y antivalor discutido convenientemente.

4.3.2) Luego se comparara el eje semántico de uno y otro cuento tratando de hallar similitudes y diferencias.

4.3.3) Se analizará cuál de los dos cuentos responde a la estructura tradicional del relato y por qué. Cuáles son las alternativas de relato diferente; por ejemplo, posibles finales.

5) CONCLUSIONES:

5.1) Una vez realizado lo anterior, el animador preguntará al grupo en cuál de estos tipos de relatos están basados la mayoría de los mensajes televisivos infantiles.

5.2) Preguntará asimismo si han tenido experiencias con relatos diferentes y cómo han sido esas experiencias.

5.3) El animador deberá motivar al grupo a llegar a una conclusión sobre la posibilidad de incentivar en los niños y jóvenes otros valores diferentes a los tradicionales transmitidos por la TV.

POR QUE NO SE PUEDE CAZAR UN DODO

En una pequeña y montañosa isla del Mar Indico, llamada Isla de Mauricio, allá por el año 1660 vivía un tejedor famoso por la calidad de sus esteras y sombreros.

Nadie supo el secreto de fabricación de los tejidos que él hacía. Nadie excepto yo. Y como Berto, el tejedor, murió hace ya muchos años, creo que te lo puedo contar.

En la Isla Mauricio crecían esbeltas palmeras, de cuyos frutos, unos coquitos que tenían la cáscara dura y gruesa, cubierta con una capa de fibras, y que no eran mayores que un huevo de gallina, nuestro tejedor obtenía el material para sus trabajos.

- Teresa - le decía a su mujer - vamos a ver si ya los cangrejos dejaron sus nidos.

- Ya voy Berto - contestaba ésta, y ambos bajaban a la playa y buscaban al pie de las palmeras, entre las plantas de orquídeas.

Me preguntarás ¿qué tienen que ver los nidos del cangrejo Birgo con los tejidos de Berto?...

Dejemos que él mismo nos cuente:

- Este es mi secreto, Teresa - le decía a su mujer mientras recogían nidos, - los cangrejos arrancan la fibra que cubre los cocos y la ablandan hasta dejarlas convertidas en suaves hebras con las que fabrican sus nidos.

- Y tú utilizas esa fibra suave en vez de la fibra dura del coco para hacer tus tejidos - decía Teresa que admiraba la habilidad de su marido.

- Así es - contestaba orgulloso el tejedor.

Durante la primavera, la playa se cubría de orquídeas rojas, y los Chupamieles, unos pequeños pajarillos, revoloteaban junto a las flores, tomando su néctar.

Lo que no sabían Berto y Teresa, es que los Chupamieles, además de tomar el néctar de las flores, permitían la polinización de las orquídeas, pues su cabecita se impregnaba del polen de las flores y ellos los transportaban a otras. Las semillas de orquídea caían en las grietas de los troncos, y la planta luego crecía arrastrándose por la arena: A su vez, los Chupamieles construían sus nidos en las palmeras de uno y dos años, pues no les gustaba a estos pájaros la dureza de las hojas de los árboles viejos.

- ¿Qué haríamos nosotros sin las palmeras? - había preguntado en cierta ocasión Teresa.

- Mejor ni pensarlo - había respondido Berto - sin las palmeras no tendríamos los cocos, ni los nidos de cangrejo... mejor ni pensarlo.

¡Pero estaban los dodos!

- ¡Berto... Berto...! - gritaba Teresa cuando divisaba alguno - ahí hay otro de esos pajarracos'...

Y Berto, armado de un garrote salía a perseguir al dodo y lo golpeaba hasta matarlo.

¿Quieres saber por qué Berto los mataba? Pues porque el dodo se tragaba de un bocado los cocos que tanto necesitaba el tejedor.

El dodo, grande como un pavo, y parecido a una paloma, corría y corría, pues no podía volar, pero como era muy torpe y pesado, siempre era alcanzado por Berto.

Hasta que un día...

Sucedió que ya no hubo más dodos. Berto los había matado a todos. No quedaba ninguno. Ya nadie se comería los tan preciados frutos de las palmeras. Ya no habría más problemas.

- ¡Por fin! - le dijo Berto a su mujer - se acabaron los dodos, no hay nada de qué preocuparse.

¡Pobre Berto! ¡No podía saber lo que sucedería!

Pasó un año... y todo parecía igual que de costumbre, pero algo llamó la atención de Teresa.

- ¿Te has fijado Berto que no hay retoños de palmeras este año?

- ¿Para qué te preocupas mujer, si hay tantas palmeras? - le contestó el tejedor.

Al año siguiente sucedió lo mismo: ni un sólo retoño apareció en el lugar. Entonces ambos se preocuparon un poco, pero como había tantas palmeras, pronto olvidaron aquel extraño fenómeno.

Y ahora te contaré un secreto que ni Berto ni su mujer supieron:

Yo sé por qué no aparecieron palmeras nuevas en aquel lugar; es más, por qué desaparecieron las palmeras, pues los árboles se fueron haciendo viejos y fueron muriendo, y ningún nuevo retoño volvió jamás a aparecer. No había palmeras nuevas, porque no había dodos. Normalmente los cocos caen al suelo y después de un tiempo, como tú sabes, el embrión en su interior produce una raíz. La raíz crece y ¡plof! rompe la cáscara y se entierra en la arena y ¡plump!, entonces un diminuto tallo verde sale al aire, y al cabo de un par de años otra gran palmera agitará sus hojas junto al mar.

Berto creía que así debía suceder. “ Ahí están los cocos, no veo por qué no brotan”, exclamaba indignado.

Pero las palmeras de la isla de Mauricio eran de otra especie; sus frutos, como sabemos, tenían la cáscara tan dura que la raíz, por más fuerza que hiciera, no lograba romperla... y no habría brotado ninguna palmera.

Pero el dodo... ¿Recuerdas que el dodo se tragaba de un bocado los pequeños coquitos? ¡Claro que él lo hacía porque era muy glotón!

Y ahora te diré lo que ni Berto ni Teresa sabían.

El coco simplemente pasaba de largo por todo el sistema digestivo del dodo. Allí, los músculos trituradores y los jugos digestivos lograban reblandecer la dura cáscara, pero no la deshacían totalmente; así es que, finalmente, el coco era eliminado junto con todo el alimento no digerido y volvía a quedar en la arena.

Y recién entonces, ¡plof! la raíz lograba romper la cáscara, ahora reblandecida, y se enterraba en la arena. Y ¡plump!, un diminuto tallo verde salía al aire y muy pronto se convertía en otra hermosa palmera.

Como puedes ver, era el dodo que, al tragarse aquellos frutos, permitía que las palmeras se reprodujeran; desaparecieron los dodos y no hubo palmeras nuevas.

Sin embargo lo terrible sucedió al tercer año...

- No he visto ningún chupamiel esta primavera - le dijo Teresa a su esposo.

- Tienes razón Teresa - respondió Berto - bueno, seguramente volverán el año que viene.

Berto no sabía que los chupamieles no volverían. Tú sí lo sabes, pues sabes que ellos hacían sus nidos sólo en las palmeras de uno o dos años... y no había palmeras jóvenes; por lo tanto los pajaritos, simplemente se fueron a otras partes. Pero al irse los chupamieles, nadie polinizó las orquídeas, y al año siguiente tampoco hubo plantas de orquídeas. Y tampoco hubo nidos de cangrejos Birgo, porque estos cangrejos no encontraron las plantas de donde hacerlos. Y al cuarto año, cuando Berto y Teresa bajaron a la playa a buscar nidos de cangrejos para usar la fibra suave, no encontraron nada.

- Berto - dijo Teresa un poco asustada - ¿qué habrá pasado, no hay ni un solo nido de cangrejo?

- Tienes razón, mujer, y esto sí es terrible, porque mis tejidos ya no serán los mismos de antes, no serán tan suaves ni tan hermosos.

- Y ya no te comprarán las esteras ni los sombreros - repuso llorando Teresa.

“¿Qué habrá sucedido?”, se preguntaron ambos, sin saber que ellos mismos eran los responsables de cuanto les ocurría, por haber matado a los dodos.

Ellos no lo sabían ni podían saberlo, pero tú sí lo sabes, así es que si ves alguno, cosa que no será fácil, sabrás por qué no se puede cazar un dodo.

(Cuento de Saúl Schkolnik, reproducido con autorización especial del autor.
Tomado del libro *Erase una vez... Un hermoso planeta llamado Tierra*.
Santiago, Chile, ediciones Tamarugal. 1979).

LOS TRES CERDITOS

Había una vez tres cerditos que salieron por el mundo a probar fortuna.

El primero no había andado mucho trecho cuando encontró a un hombre que llevaba un carro cargado de paja.

- ¿Sería usted tan amable de darme un poco de su paja para hacerme mi casita?

- Con mucho gusto - le contestó el hombre.

Se marchó, pues, el cerdito con la paja y con ella se construyó una choza en un periquete.

El segundo se encontró con otro hombre que llevaba varios haces de palos.

- ¿Quisiera usted darme algunos de esos palos para hacer mi casita?

- Bueno - le replicó el hombre.

Se alejó el cerdito con sus palos y en un momento se hizo una linda cabañita. Y se fue a jugar con su hermano.

El tercer cerdito se había levantado con la cabeza muy despejada la mañana que emprendió el viaje. Vio pasar al hombre con la paja y al otro con los palos, pero no les pidió nada. Siguió adelante hasta que se dio con un hombre que conducía un carromato cargado de ladrillos. Sólo entonces se decidió.

- ¿Tendría usted la bondad de darme unos cuantos ladrillos para hacerme mi casita?

- Encantado - le respondió el buen hombre.

El cerdito se fue muy contento con sus ladrillos y se puso a construir su pequeña casa muy bien hechita con ladrillos y argamasa. Los otros dos, al verlo, se rieron de él.

- ¿Por qué, con este tiempo tan precioso que hace, estás perdiendo tantas horas haciendo una casa tan complicada? ¿Para qué

hace falta una casa de ladrillos? Mira cómo nosotros ya hemos acabado hace rato de hacer las nuestras. Deja esa estupidez y ven a jugar con nosotros.

- ¡Ah, sí! Y cuando venga el Lobo, ¿qué va a pasar?

(Porque merodeaba en aquella región un taimado y viejo lobo).

- ¿El Lobo? ¿Y dónde está? ¿Quién le tiene miedo a ése? ¡Ja, ja, ja!

Y se reían a carcajadas. Pero el cerdito laborioso no les hizo caso y siguió haciendo su casita con esmero, uniendo bien fuerte ladrillo contra ladrillo.

Cuando el Lobo vio a los apetitosos cerditos jugando, pensó: "¡qué opíparo banquete me voy a dar esta noche!". Al caer la tarde se encaminó a la choza de paja y gritó:

- Simpático cerdito, ¿se puede pasar?

- No, no, que me quieres comer. Prefiero quedarme aquí, en mi casita.

- ¿Sí, eh? Pues vas a ver cómo me pongo a soplar y en un momento te echo la choza al suelo.

Y se puso a resoplar con tal fuerza que bien pronto la débil choza de paja se vino abajo. Saltó entonces al momento sobre el aterrorizado cerdito y en un santiamén se lo devoró, relamiéndose de gusto.

Después se acercó a la puerta de la cabaña de madera y dijo en voz bien alta.

- Querido amigo, somos vecinos, ¿me dejas entrar a visitarte?

- No, no, que yo te conozco y si te dejas entrar me vas a matar.

- ¿Ah, sí? ¿conque no me dejas entrar? Pues ahora verás.

Y se puso a soplar con tanta furia que, aunque esta vez le dio un poquitín más de trabajo, la cabaña se vino al suelo. Y ahí nomás saltó sobre el cerdito y se lo engulló relamiéndose de gusto.

Entonces fue a la casita de ladrillos y llamó a la puerta.

- Mi querido vecino, ¡qué hermosa casita te has hecho! ¿Se puede pasar a conocerla por dentro?

- Ni te lo sueñes, que tú lo único que quieres es comerme.

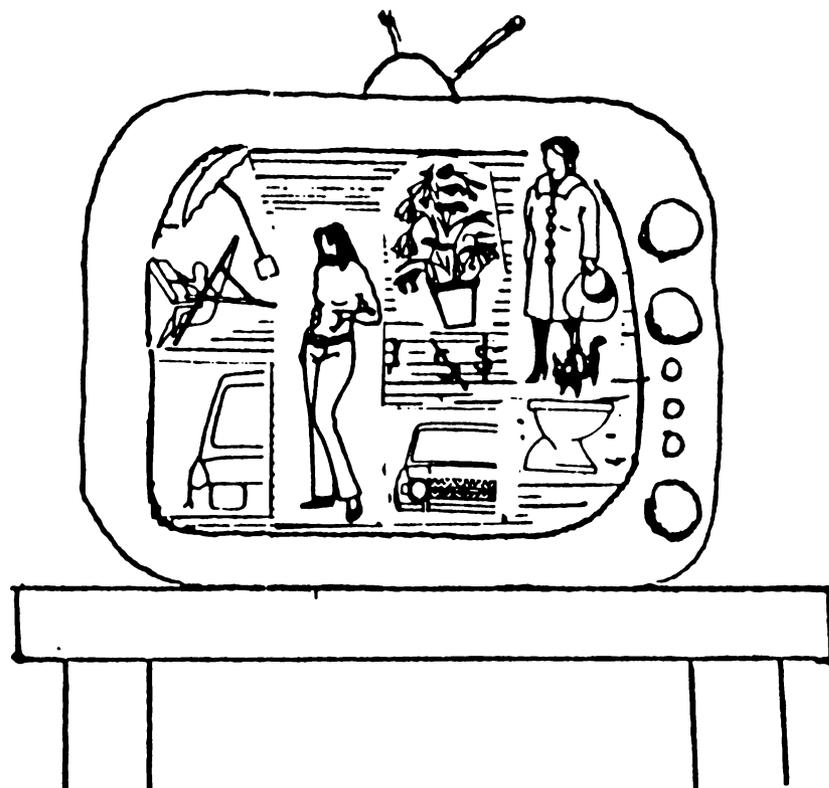
- ¿De modo que no me quieres dejar entrar? No importa. Verás cómo en dos soplicos te echo la casa abajo.

Pero como ésta era de ladrillos, bien sólida y muy bien construida, por más que el Lobo sopló y resopló, nada: la casa se mantuvo firme.

(Después de esto, el cerdito ingenioso burla y chasquea varias veces al Lobo con distintas tretas, hasta que éste, enfurecido, salta al tejado de la casa y se mete por la chimenea para así poder entrar y vengarse del cerdito; pero como éste ha encendido el fuego para cocer su pan, el Lobo cae sobre las llamas y muere tostado).

Así, el industrioso cerdito no sólo salvó su propia vida sino que libró a toda la región de la peligrosa fiera.

“Si en lugar de reírse de mí, mis hermanos me hubieran hecho caso, y si en vez de pasarse el tiempo jugando hubieran hecho como yo, ahora estarían sanos y felices”, pensaba el buen cerdito.



la publicidad

SESION 7: PUBLICIDAD

1) OBJETIVO GENERAL:

Lograr que el grupo se interiorice sobre la forma en que la publicidad promueve el consumo.

2) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

2.1) Diferenciar la publicidad que apela a la información de la que apela a la motivación.

2.2) Hacer un análisis de las motivaciones a las que echa mano la publicidad.

2.3) Analizar los valores que trasmite la publicidad.

2.4) Reconocer el segmento social a quien va destinada.

2.5) Verificar la exactitud de la información brindada por la publicidad.

3) INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:

3.1) A grandes rasgos podemos distinguir entre una publicidad que apela a la motivación y otra que apela a la información. La primera asocia el producto a la satisfacción de necesidades básicas (sus resultados). Por ejemplo apagar la sed con la coca-cola, ser amado por usar un determinado perfume.

La segunda nos brinda información sobre el mismo, sus cualidades.

3.2) En el desarrollo del mensaje se utilizan figuras tales como:

- 3.2.1) La hipérbole (exageración de una cualidad del producto).
 - 3.2.2) La metáfora (comparación entre dos contenidos, por ejemplo, alimento y atletismo).
 - 3.2.3) Sinécdoque (utilización de una parte para referirse al todo, por ejemplo, Coliseo para referirse a Roma).
 - 3.2.4) La metonimia (referirse a un objeto por medio de otro, por ejemplo, una imagen del Quijote para referirse a Cervantes).
 - 3.2.5) La sustitución (reemplazo mediante la utilización de un signo; por ejemplo, un hombre de paz por una paloma).
 - 3.3) En la secuencia filmica el elemento que da sentido jamás es una imagen, una cosa concreta, sino una relación, con lo que el sentido, si bien puede estar en la imagen, más concretamente está entre las imágenes.
 - 3.4) De acuerdo con la disponibilidad técnica se utilizará en el desarrollo de la sesión un video reproductor, o en su defecto se remitirá a los participantes a publicidad seleccionada.
 - 3.5) Asimismo son necesarios marcador y papelógrafo.
 - 3.6) Principales conceptos contenidos en la unidad:
A través de estos recursos del lenguaje publicitario se transmiten valores, los cuales serán evidenciados por medio de la utilización del eje semántico.
- 4) **DESARROLLO DE LA SESION:**
- 4.1) **Presentación del tema (1 minuto):**
El animador dirá al grupo que el tema de la sesión es la publicidad y los invitará a participar en un juego.
 - 4.2) **Actividad lúdica:**
 - 4.2.1) El objetivo es analizar el elemento subjetivo en la comunicación, ejercitar la descripción, analizar las consecuencias de la comunicación parcelada.

4.2.2) El animador, para la realización de este juego deberá contar con un libro u otro objeto que reúna características semejantes. Dará al grupo las siguientes instrucciones:

- Se piden tres voluntarios, que deben salir del lugar donde están reunidos.

- Se les pide que hagan una descripción objetiva de un libro. Cada uno va a describir al plenario sólo una parte, sin ponerse de acuerdo entre ellos de cómo lo van a describir. Para ello, previamente, deberán ponerse de acuerdo sobre qué parte va a describir cada uno (por ejemplo, para qué sirve, de qué está hecho, qué forma tiene).

- Se debe insistir en recordarles que en ningún caso deben mencionar el objeto.

- Luego, uno por uno, pasan al plenario a describir la parte que les tocó del objeto. Al plenario se le ha dicho que deben "adivinar" a qué objeto se están refiriendo los compañeros. Deben explicar qué cosas los hizo pensar en el objeto que dijeron.

- Durante la discusión se pueden analizar las diferentes interpretaciones que se pueden dar de una cosa, dependiendo de cómo se mire. Cómo el conocimiento o comunicación parcial llevan a tener ideas equivocadas. Se puede analizar la capacidad de descripción y observación, ver cómo estos elementos se dan en la vida cotidiana, en las noticias, publicidad, etc.

- Afirmar la importancia de tener una información completa y objetiva antes de emitir una opinión o de tomar una decisión sobre algo.

4.3) *Visionado* de publicidad:

4.3.1) Se realizara el visionado de cinco comerciales seleccionados como representativos de lo que esta siendo emitido por TV.

4.3.2) Trabajo en subgrupos (20 minutos):

- Los participantes se dividirán, al azar, en subgrupos, cada uno de los cuales tendrá entre 3 a 5 integrantes.

- Cada subgrupo deberá listar por lo menos cinco valores contenidos en un comercial.

4.3.3) Puesta en común (30 minutos):

Realización del eje semántico.

5) CONCLUSIONES:

El animador incentivará al grupo a que visualice las contradicciones puestas de manifiesto en el eje semántico y que formule conclusiones.

5.1) Se pueden formular preguntas como:

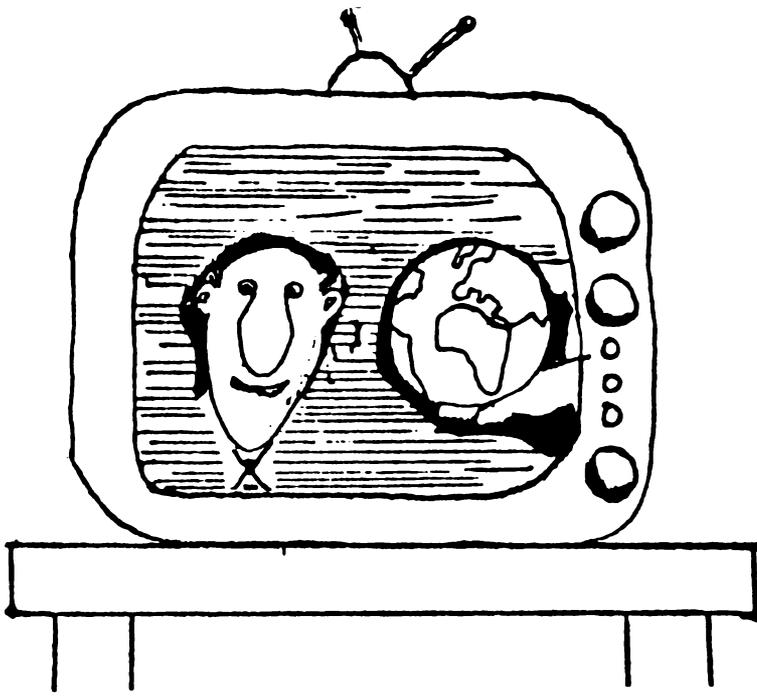
5.1.1) ¿Qué elementos utiliza la publicidad para inducir el consumo?

5.1.2) ¿Colabora o no al mantenimiento de estereotipos?

5.1.3) La alta cadencia de imágenes, ¿estimula o limita la reflexión sobre cada una de ellas?

5.1.4) ¿La publicidad es un reflejo de la realidad o una distorsión de la misma?

5.1.5) ¿Varían las apelaciones de acuerdo al sector social al cual están destinadas?



el telenoticiero

SESION 8: INFORMATIVO

1) OBJETIVO GENERAL:

Lograr que el grupo realice un proceso de concientización sobre la forma en que se genera un informativo televisivo.

2) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

2.1) Conocer y analizar los elementos que entran en juego al seleccionar las noticias.

2.2) Reconocer los géneros periodísticos.

2.3) Apreciar los elementos que conforman la estructura del informativo y su función dentro del mismo.

3) INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:

3.1) Todo informativo tiene una estructura básica:

3.1.1) Sinopsis.

3.1.2) Cortinas.

3.1.3) Bloques noticiosos.

3.2) Podemos distinguir a grandes rasgos tres tipos de géneros periodísticos informativos:

3.2.1) Informativos:

El periodista no toma posición ni emite opiniones, informa de la manera más objetiva posible. Son ejemplos de este grupo la noticia, el reportaje informativo, la entrevista y la conferencia de prensa.

3.2.2) Interpretativos:

Profundiza en un hecho. Son ejemplos de este grupo, el editorial, el comentario, el reportaje interpretativo y la crítica.

3.2.3) Mixtos:

La crónica es un género que posee algunas de las características propias de los géneros interpretativos e informativos. Podemos apreciar una relación de familiaridad entre cronista y receptor. Podemos decir que es la personalidad del cronista y su temperamento particular, así como su punto de vista, lo que convierte la información en crónica y no en reportaje.

3.3) Las informaciones se seleccionan en base a:

3.3.1) Notoriedad (proximidad, prominencia, actualidad).

3.3.2) Interés mayoritario.

3.3.3) Polémica conflicto.

3.3.4) Singularidad.

3.3.5) Espectacularidad de las imágenes.

3.3.6) Carga de excitación, acción e impacto.

3.4) El informativo televisivo, a diferencia de otros medios, cuenta con una mayor credibilidad dada por la doble condición de las imágenes de presentar un hecho ante nuestros ojos y situarlo en un contexto determinado. Esto no puede escapar a la subjetividad del realizador, quien, entre otras cosas, elige el punto de vista y selecciona fragmentos de la realidad, desdibujando muchas veces el límite entre noticia, opinión y crónica.

3.5) El alto costo de la producción televisiva, y por lo tanto el limitado acceso a la misma, indica un elevado grado de dependencia del realizador de la empresa televisiva.

3.6) Para la sesión el animador deberá contar con un video-grabador, un televisor, un papelógrafo, marcadores y material en bruto de un informativo televisivo.

4) DESARROLLO DE LA SESION:

4.1) Presentación del tema (1 minuto):

El animador dirá al grupo que el tema de la sesión es el noticioso televisivo.

4.2) Actividad lúdica (20 minutos):

El animador invitará al grupo a realizar un juego; el mismo está destinado a demostrar la necesidad de una comunicación bidireccional y la importancia de la resignificación.

4.2.1) El juego se realiza contando con la colaboración de dos integrantes del grupo. Uno se dirigirá al papelógrafo y tratará de dibujar lo que estará viendo el segundo (un dibujo sencillo, proporcionado por el animador). Ambos están de espaldas, o sea que el que ve el dibujo no ve el papelógrafo.

4.2.2) En una primera instancia el primero no podrá hacer preguntas al segundo, se basará únicamente en lo que éste le diga.

4.2.3) En una segunda instancia se realizará nuevamente el juego permitiendo al que está en el papelógrafo realizar preguntas a quien está viendo el dibujo.

4.2.4) En una tercera etapa el que hace la descripción podrá ver el papelógrafo.

4.2.5) Al final del juego, el animador preguntará: ¿cómo fue la comunicación en cada una de las etapas del juego? Buscará que lleguen a conclusiones.

4.3) Juego (1 hora):

El animador invitará al grupo a participar de un juego que consiste en armar un noticioso televisivo en base a un material proporcionado por el animador.

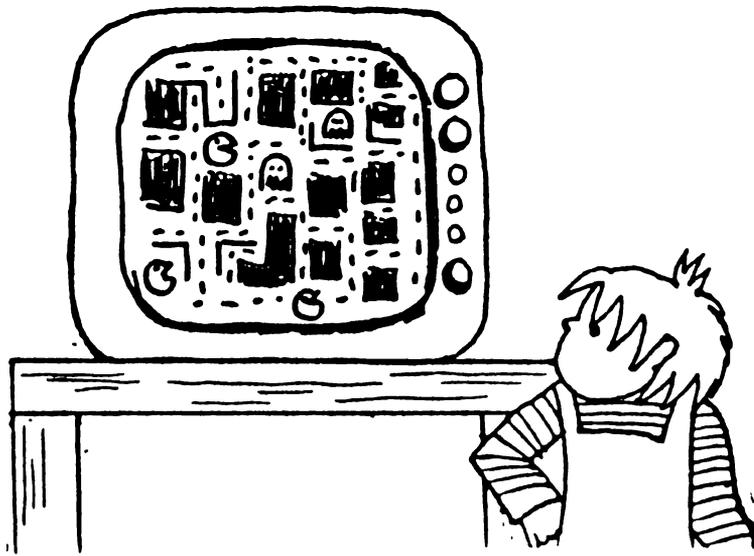
4.3.1) *Visionado* del material en bruto. El mismo deberá tener, por lo menos, una duración equivalente al doble del tiempo del noticioso que deben armar los participantes. Previamente al visionado el animador entregará a los participantes una hoja donde aparezcan en orden cada una de las noticias del material en bruto y su duración.

- 4.3.2) El grupo será dividido, al azar, en subgrupos.
- 4.3.3) Cada uno armará en base al material visionado un esquema de cómo realizaría el informativo, partiendo de las duraciones presentes en la lista entregada por el animador.
- 4.3.4) Cada grupo asignará un orden a cada una de las noticias y realizará la sinopsis. El animador indicará que el esquema de cada subgrupo deberá tener una duración no superior a la mitad de la duración del material en bruto, o sea que deberán hacer una selección dejando de lado al menos la mitad del material.
- 4.3.5) El animador invitará a los subgrupos a que lean el esquema elaborado por cada uno de ellos.
- 4.3.6) A continuación trasladará al papelógrafo el esquema de cada uno de los grupos.
- 4.3.7) Luego realizará la comparación entre cuántas noticias se repiten en el mismo orden, cuántas se repiten cambiando su orden y cuántas no se repiten.
- 4.3.8) Le preguntará a cada uno de los grupos por qué eligieron una u otra noticia y en qué criterios se basaron.

5) CONCLUSIONES:

El animador estimulará la discusión y síntesis por medio de preguntas.

- 5.1) ¿Las noticias seleccionadas por cada subgrupo son diferentes?; de ser así, ¿por qué?
- 5.2) ¿El perceptor de un noticioso televisivo recibe toda la información o una selección de la información?
- 5.3) ¿El perceptor puede seleccionar la información que se le brinda?
- 5.4) El animador buscará regular la discusión y guiar al grupo en la progresión hacia los objetivos fijados, ayudando a la reflexión y evaluación.



**video
game**

SESION 9: EL VIDEO-GAME (1)

1) OBJETIVOS GENERALES:

- 1.1) Lograr que el grupo realice un proceso de concientización sobre el tema del video-game, nueva forma de utilización de la TV vinculada a las nuevas tecnologías, en este caso la informática.**
- 1.2) Lograr que el grupo comience a observar en forma crítica los fenómenos producidos por los avances tecnológicos que influirán en la vida cotidiana.**
- 1.3) Mostrar que su mensaje se halla vinculado a otros de la época, tales como los cuentos, los dibujos animados y las historietas infantiles.**

2) OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 2.1) Identificar las variantes ofrecidas por los video-games y cuáles son las más usadas.**
- 2.2) Determinar cuál es la temática más utilizada.**
- 2.3) Determinar los aspectos positivos y negativos que posee para los usuarios esta forma de entretenimiento.**
- 2.4) Determinar el aspecto de participación en esta actividad lúdica.**
- 2.5) Analizar la repercusión de esta actividad en los niños y adolescentes.**

(1) Esta sesión fue elaborada en base al trabajo de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación: Rosa Rodríguez, Carlos Hernández y Walter Sollier.

- 2.6) **Mostrar la maquinización del ocio, y cómo la actividad autónoma lúdica puede ser utilizada con fines económicos.**
- 2.7) **Plantear la posibilidad de existencia de juegos alternativos.**

3) INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:

- 3.1) **Dada la cantidad de contenidos de los video-games, es conveniente enfocar la actividad en un solo tipo, en este caso elegimos los juegos bélicos.**
- 3.2) **Siendo esta temática relativamente nueva en Educación para los Medios y las referencias bibliográficas escasas, es necesario desarrollar en esta sesión la creatividad y la actitud crítica.**
- 3.3) **El video-game es un programa que en su estructura central contiene una fusión de elementos provenientes de las historietas, los dibujos animados y los cuentos tradicionales vinculados a la pantalla de TV (remitimos a las sesiones donde éstos se tratan en detalle).**
- 3.4) **Lo novedoso de esta actividad es que el usuario es involucrado en forma directa, al participar con su acción dentro de la historia presentada (la participación de uno o más usuarios está limitada por el programa, estableciéndose así una relación entre la persona y la máquina). La participación está limitada por lo que admite el programa y éste no puede ser usado de otra forma, tal como sucede con otros juegos.**
- 3.5) **Otro elemento señalable es que el juego, que no tiene otra finalidad que él mismo, al ser efectuado a través de la informática, reduce la autonomía, la libertad y maquiniza el ocio.**
- 3.6) **Esta maquinización llevaría, según algunos, a criterios productivistas, de rendimiento, celeridad y conformidad con las normas. Otros sostienen que a través del juego se**

prepara a los futuros ciudadanos a adquirir destrezas útiles para su futuro desarrollo en la sociedad técnica que les tocó vivir.

- 3.7) Es señalable que la comercialización del fenómeno toca a todos los sectores socioeconómicos, dado que se presentan estos juegos en tragamonedas o programas para computadoras, desarrollándose así una formidable actividad comercial.
- 3.8) A título de ejemplo, señalase que existen juegos sobre todos los géneros: la historieta (Batman), el cine (Rambo), la literatura (El hombre de la Rosa), etc., recayendo preferentemente la temática en la actividad bélica.
- 3.9) Para esta sesión son necesarios, papelógrafo y marcadores.

4) DESARROLLO DE LA SESION:

- 4.1) **Presentación del tema (1 minuto):**
El animador señalará a los participantes que el tema de la sesión es el *video-game*.
- 4.2) **Actividad lúdica (10 minutos):**
Se explicará que los ejercicios son:
 - 4.2.1) “La flor que se abre y se cierra” ya descrito.
 - 4.2.2) Se realizará una actividad destinada a resaltar la comunicación no verbal; previo numerarse del 1 al 4 los números pares e impares se separan en parejas, después de observarse unos minutos volverán al círculo original y por turno dirán tres características del compañero que les tocó en suerte deducidas de su aspecto exterior.
- 4.3) **Juego (20 minutos):**
 - 4.3.1) Se iniciará esta parte con la siguiente pregunta: “¿por qué creen que se toca este tema?” El animador explicará por qué se trabaja con los video games, fenómeno vinculado a la imagen televisiva, sus características de nueva tecnología, su vinculación

al área ideológica, cultural, económica, etc. Se debe remarcar la importancia de que llega a todo el sector juvenil e infantil, que es un fenómeno poco estudiado, etc.

- Se divide al grupo en dos subgrupos, se explica que deben representar un juego electrónico, donde cada integrante deberá tener un papel determinado. Deberá existir también un papel fijo, el de "jugador". El primer subgrupo representará un juego bélico. El otro subgrupo deberá inventar otro.

- Se le pedirá a cada uno de los grupos, que sobre el juego correspondiente, en un papelógrafo sucintamente explique por qué lo representó así, por qué escogió ese juego y que le dé un nombre.

- En el caso del que debe inventar un juego, se pedirá justificación de por qué lo creó así, por qué lo representa así y por qué se usaron los elementos que se presentaron.

4.4) Estructuración del eje semántico (15 minutos):

Se realizará uno por cada juego, se sacarán conclusiones comparando los dos ejes.

5) CONCLUSIONES:

Una vez realizada la estructuración del eje semántico y sus conclusiones, se pasa a la discusión sobre los valores que afloraron y la relación e influencia en la vida cotidiana; asimismo sobre las formas de recreación y participación.

10**5**

J. Mulligan.
PLANO
 de Giacosa.
QUILINA MIA
 TI TI
 Reginaldo Faria.
CLAVE DE SOL
ALCANZAR
UNA ESTRELLA 2
EL SHOW DE XUXA
MANUELA
 Grecia Colmenares.
TELEMUNDO 12
 La información nacional
 y mundial. D. Lucas con
 el panorama completo
 de espectáculos de fin
 de semana.
AMIGOS SON
LOS AMIGOS
 Telecomedia con Carlos
 Calvo, Pablo Rago, Cris
 Morena, etc.
TODO AL NUEVE
 Berugo Carámbula
LOS AÑOS DORADOS
CONTRAATAQUE
 Serie con Christopher
 Plummer, Simon Mac
 Corkindale, Cyrielle
 Claire y Stephen St
 llen.

11:45 TV EDUCATIVA
 12:00 FLAVIA ESTA
 DE FIESTA
 13:30 MTV
 El Club MTV con Down-
 town, Julie Brown.
 14:00 TOM Y JERRY
 14:30 EL SHOW DE
 BILL COBBY
 15:00 JAKE & McKEY
 16:00 AMOR DE NADIE
 16:30 POBRE DIABLA
 17:30 REGALO DEL CIELO
 18:30 UNA VOZ EN
 EL TELEFONO
 19:30 SUBRAYADO
 20:30 OPERACION JA JA
 21:30 RIO DULCE

SISTEMA NACIONAL DE TV
 Con Carreteras 6 de Melo,
 6 de Rivera, 6 de Mercedes,
 6 de Paysandú, 11 de Salto,
 12 de Artigas, 2 de Maldonado,
 13 de Tacuarembó, 3 de Durazno,
 2 de P. de los Toros, 8 de Rocha
 y 9 de Treinta y Tres.

7:00 REPORTE SNS
 8:00 REPORTE SNS
 Segunda edición.
 10, 11:30, 15:30, 17,
 18, 19:15 y 22:55
FLASHES SNS
 9:00 VIDA SANA
 Gimnasia para todas las
 edades.
 10:00 DIBUJOS
 QUE SE LA BAJABA PUE



**programando
 la tv**

SESION 10: PROGRAMANDO LA TV

- 1) **OBJETIVO GENERAL:**
Reconocimiento por los participantes de las principales características de la programación de TV en nuestro país.
- 2) **OBJETIVOS ESPECIFICOS:**
 - 2.1) Identificar los principales contenidos, géneros, destinatarios y tipos de elaboración de los programas que transmiten los canales.
 - 2.2) Elaborar una programación televisiva de acuerdo a criterios propios.
- 3) **INSTRUCCIONES PARA EL ANIMADOR:**
 - 3.1) El animador buscará que los elementos trabajados en las sesiones anteriores sean aprovechados por los participantes para las actividades a desarrollar en esta sesión.
 - 3.2) Las observaciones y conclusiones de cada actividad deben anotarse en los papelógrafos.
 - 3.3) Para esta sesión se necesitarán papelógrafos, marcadores y la programación de los canales (en una semana).
- 4.) **DESARROLLO DE LA SESION:**
 - 4.1) **Presentación del tema (1 minuto):**
El animador invita al grupo a participar en el tema de la presente sesión, que se referirá a la programación que realizan actualmente los canales en nuestro país.

4.2) Plenario (15 minutos):

El animador estimulará al grupo a exponer sus opiniones y experiencias en torno al tema por medio de las siguientes preguntas:

- ¿Quién decide los programas que ustedes ven en la TV?
- ¿Por qué las personas o instituciones mencionadas tienen la facultad para hacerlo?
- ¿Piensan ustedes que más personas deberían participar en esas decisiones?, ¿qué personas?, ¿qué instituciones?, ¿qué grupos sociales?, ¿cómo podrían hacerlo?
- ¿Es el que ustedes señalan el único modo de programar la TV? ¿Imaginan otras formas de hacerlo?
- ¿Conocen experiencias de otros países que puedan contar al grupo?

4.3) Actividad lúdica (30 minutos):

4.3.1) El animador invitará al grupo a dividirse en subgrupos para realizar dos juegos. El primer grupo clasificará los programas de TV. El segundo realizará una programación televisiva según los propios criterios.

4.3.2) Para el desarrollo de estos juegos el animador impartirá las siguientes instrucciones:

Dividirse en subgrupos y escribir las conclusiones en un papelógrafo.

El primer subgrupo deberá:

- Escoger un canal de TV privado para analizar.

- Analizar y clasificar la programación según:

Bloques de programas (teniendo en cuenta los destinatarios).

Géneros de programas (culturales, informativos, telenovelas, etc.).

Hacer un cuadro mostrando los tiempos y porcentajes que se destinan a los distintos géneros de programas.

Clasificar los programas desde el punto de vista de su elaboración:

- nacional / extranjero
- en vivo / envasado

Responder a las siguientes preguntas según la información que se obtuvo:

- ¿Cuáles géneros son en general extranjeros?
- ¿Cuáles géneros son en general nacionales?
- ¿Qué porcentaje del total de la semana se dedica a: cultura y educación, información, entretenimiento?

El segundo subgrupo deberá:

- Seleccionar la programación a realizar por un canal en una semana.
- Determinará el horario de comienzo y finalización.
- Tendrá en cuenta los criterios de géneros, tiempos, destinatarios, etc.
- Responderán a las siguientes preguntas:
 - ¿Con qué criterios programarían la TV?
 - ¿Cuáles serían sus prioridades en tiempos, géneros y destinatarios?
- Anotarán la programación acordada por los miembros del subgrupo.

5) CONCLUSIONES:

5.1) Discusión en plenario (45 minutos):

5.1.1) El animador reunirá a todo el grupo y cada subgrupo presentará sus conclusiones y se discutirá sobre ellas y se apuntará en el papelógrafo.

5.1.2) Para promover dicha discusión, buscando sistematizar datos y conclusiones durante el desarrollo de las actividades, el animador sugerirá algunas de las siguientes preguntas:

- Si usted tuviera la posibilidad de incidir en la programación de TV y habiendo varios canales,

¿usted los programaría compitiendo o especializándolos?

- Si los auspiciadores no quisieran respaldar ciertos programas, ¿cómo los financiaría?

- La TV en nuestro país es principalmente pensada y emitida desde la capital hacia otras zonas, ¿cómo podrían esas zonas convertirse en emisores activos en el proceso comunicacional de la TV?

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. *Medios - Educación - Comunicación* N° 10, Semestre 2, Buenos Aires, Televisión y recepción activa. Deluxe, 1986.
2. Valerio Fuenzalida, *Televisión Padres - Hijos*, CENECA, Santiago de Chile, Ediciones Paulinas, 1983.
3. Valerio Fuenzalida, *Educación para la comunicación televisiva*, CENECA. Santiago de Chile, 1984.
4. Valerio Fuenzalida, M. Elena Herмосilla, *Evaluación de CENECA*, Buenos Aires, 1987, (mimeo).
5. Valerio Fuenzalida, P. Edwards, *Educación para la TV*, CENECA. Santiago de Chile, 1984.
6. P. Edwards, M. Elena Herмосilla, *Mujer TV*, CENECA. Santiago de Chile. 1984.
7. Valerio Fuenzalida, *El primer Seminario Latinoamericano de Educación para la TV*, Curitiba, 1986, (mimeo).
8. "De la comunicación", *Diálogos* N° 20. FELAFACS, Buenos Aires, 1986.
9. Mario Kaplún, *Los Mattelart hoy: entre la continuidad y la ruptura*, Montevideo, 1988, (mimeo).
10. Umberto Eco, *La multiplicación de los medios*, (mimeo).
11. Heriberto Murano, *Limitaciones del modelo de invasión cultural*. Buenos Aires, 1987, (mimeo).
12. Manoel Olivera, *Lectura crítica de la comunicación*, Buenos Aires, 1987, (mimeo).
13. *Educación para la TV*, CENECA, Santiago de Chile, 1985.
14. Documento de Curitiba, Cuaderno 5, CEMEC.

15. "Lectura crítica de mensajes". *Chasqui* N° 15, CIESPAL, Ecuador, 1985.
16. *Teoría de la Comunicación Humana*. Watzlawicz y col, México, Interamericana, 1978.
17. "¿El público perjudica a la TV?", Umberto Eco, en *Sociología de la Comunicación de Masas*, de Miguel de Moragas, Barcelona, Gustavo Gilli, 1984.
18. *Educación para los medios*. Mario Kaplún, M. Elena Hermostilla, Montevideo, UNESCO - FCU - Ciencias de la Comunicación, 1986.
19. *Elementos para el análisis de mensajes*, Daniel Prieto Castillo, México, EDICOL, 1982.
20. *Tratamiento de la información en televisión*, Jaime Barroso García, Madrid, IORTV. 1987.
21. *Guiones, arte y técnica de escribir para cine y televisión*, Doc Comparato, Buenos Aires, 1983.
22. *El guión en la realización televisiva*, Jaime Barroso García, Madrid, IORTV. 1987.

INDICE

	Página
PROYECTO DE INVESTIGACION Y SISTEMATIZACION EN EDUCACION PARA LOS MEDIOS (PISEM)	
Introducción	7
Premisas teóricas	9
La televisión en el Uruguay	12
Estaciones de televisión por departamentos	13
Las redes	14
La televisión en la semana del sábado 12 al 18 de mayo de 1990	14
La frecuencia temática en los 4 canales y RUTSA	15
AXIOMAS DE LA COMUNICACION	
Sesiones 1 y 2: emisión, recepción, axiomas de la comunicación	19
LA TELENOVELA	
Sesión 3: la telenovela	27
LA TELESERIE	
Sesión 4: la teleserie	33
DIBUJOS ANIMADOS	
Sesión 5: dibujos animados	43

CUENTOS INFANTILES

Sesión 6: el cuento infantil	49
Por qué no se puede cazar un dodo	52
Los tres cerditos	56

LA PUBLICIDAD

Sesión 7: publicidad	61
----------------------------	----

EL TELENOTICIERO

Sesión 8: informativo	67
-----------------------------	----

VIDEO-GAME

Sesión 9: el video-game	73
-------------------------------	----

PROGRAMANDO LA TV

Sesión 10: programando la TV	79
------------------------------------	----

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	83
----------------------------------	----

**Impreso en
GRAFISERVICE S.R.L.
25 de Mayo 736 - Montevideo**

Depósito Legal N° 252.908/91

**COMISION DEL PAPEL
Edición efectuada al amparo
del Art. 79 - Ley N° 13.349**

FECHA DE DEVOLUCION			
	8/3/02	15/8/02	
25/04/99	28/4/02	31/10/03	
13/11/99		16/6/07	
14/5/00			
2/6/01			
19/07/01			
10/3 link			
30/07			

MANUAL DE EDUCACION PARA LOS MEDIOS.

3071

370.11
MAN
ej.2

7771



FUNDACION
DE CULTURA
UNIVERSITARIA

25 de Mayo 568 - 96 11 5
MONTEVIDEO - URUGUAY