



GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO

SECRETARIA DE EDUCACION

O S E J

DIRECCION DE EDUCACION TERMINAL



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

UNIDAD 14 E, ZAPOPAN

LA TELEVISION Y LA ESCUELA PRIMARIA

E N S A Y O

QUE PRESENTA LA PROFRA.

MARIA GUADALUPE HERRERA ALVAREZ DEL CASTILLO

**PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN EDUCACION PRIMARIA**

ZAPOPAN, JAL. OCTUBRE DE 1993

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

Zapopan, Jal., 3 de NOVIEMBRE de 1993

C. PROFR.(A)

MARIA GUADALUPE HERRERA ALVAREZ DEL CASTILLO.

P R E S E N T E :

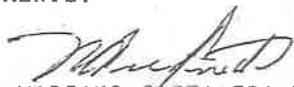
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo, intitulado:

"LA TELEVISION Y LA ESCUELA PRIMARIA"

opción ENSAYO a propuesta del asesor C. Profr.(a) DAVID VICTOR MANUEL SEVILLA CAVACHO, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE.



PROFR. MARIANO CASTAÑEDA LINARES.
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION
DE LA UNIDAD UPN 145 ZAPOPAN.



S. E. P.
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD 145
UPN 145, JAL.

I N D I C E

| | Pag. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1 INTRODUCCION..... | 1 |
| 2 MARCO TEORICO | |
| 2.1. Metodología..... | 13 |
| 2.2. Objetivos de la Educación Primaria..... | 17 |
| 2.3. Perfil del maestro..... | 20 |
| 2.4. Características de los alumnos..... | 25 |
| 2.5. Enseñanza - Aprendizaje..... | 34 |
| 2.6. Teorías de Comunicación..... | 40 |
| Modelo de la aguja hipodérmica. Teoría de las diferencias individuales. Teoría de las categorías sociales. Teoría de las normas culturales. | |
| Modelo de la comunicación de David K. Berlo..... | 42 |
| Funciones y medios..... | 47 |
| 2.7. Pasos Metodológicos del Lenguaje Total: Educación de la perceptividad. Educación de la intuición. Criticidad. Creatividad. Dinámica de grupo. Núcleo generador; gestación. análisis formal, análisis interdisciplinario, síntesis creativa, evaluación..... | 50 |
| 2.8. La T.V. y sus lenguajes: Características de la imagen. Planos de los decorados. Planos con relación a la cara. Funciones de los movimientos de cámara. Giros. Angulos. Composición. Ritmo. Banda sonora. Efectos..... | 64 |
| 2.9. La creatividad..... | 63 |
| 3 REFLEXIONES..... | 86 |
| 4 PROPUESTA..... | 91 |
| 4.1 Guías de creatividad: Cartel. Collage. Caricatura..... Tira Cómica. Historieta. Fotonovela. Fotocuento. Periódico mural. Radio. Discoforo. Comerciales. | 95 |
| 4.3. Realización de un video..... | 111 |
| BIBLIOGRAFIA | 118 |

1. INTRODUCCION

ENSEÑAR AL QUE NO SABE ES UN ACTO DE MISERICORDIA, DE JUSTICIA Y DE ESPERANZA.

PROFR. ANTONIO CAPONETTO
EDUCADOR ARGENTINO

INTRODUCCION.

Al leer un poco de historia podríamos introducirnos en un imaginario túnel del tiempo que nos llevara al año de 1535, a la primera escuela de América, fundada por Fray Pedro de Gante al inicio en Texcoco y posteriormente trasladada a la ciudad de México. Esta institución tenía como objetivos:

- convertir a los nativos al catolicismo
- y unificar el idioma en la Nueva España.

Entre la enseñanza de la doctrina cristiana, la escritura y la lectura, se les impartía latín, música, canto, bordado, escultura y pintura.

Veintidós años después se vio la conveniencia de consolidar la formación de maestros y así se fundó El Colegio San José de los Naturales... PRIMERA ESCUELA NORMAL DE MEXICO; subrayando desde entonces la IMPORTANCIA DEL PROCESO SOCIAL DE MAYOR TRASCENDENCIA en cualquier país.

A la acción de los colegios se sumó la importante obra educativa de algunas órdenes religiosas: franciscanos, agustinos, dominicos y jesuitas.

Tal vez porque sus bases fueron principalmente religiosas, a la escuela se le llegó a considerar como un verdadero TEMPLO DEL SABER, que implicaba un saber hacer bien las cosas.

Durante los primeros años de la EPOCA INDEPENDIENTE, la Educación Pública tomó gran impulso; se crearon numerosas escuelas primarias

que seguían el sistema lancasteriano, método de enseñanza mutua en que los alumnos mayores y más adelantados servían de maestros a los pequeños.

En esa época, el ideólogo Lucas Alamán declaraba que "sin instrucción no podía haber libertad".

Durante la REFORMA se fijaron las metas básicas a las que aspiraba México en materia Educativa. Gómez Farias definió la instrucción del niño, como la base de la ciudadanía y la moral social. Juárez formuló y puso en vigor un decreto disponiendo que la educación primaria debería ser GRATUITA Y OBLIGATORIA.

Por aquellos tiempos hubo un niño italiano que desde pequeño soñó en perfeccionar las comunicaciones entre los hombres: muy joven ingresó a la Universidad de Bolonia, donde tuvo la oportunidad de escuchar unas conferencias acerca de las ondas hertzianas y su propagación, hecho que lo motivó a continuar sus experimentos, hasta que en 1897 obtuvo la primera patente para enviar señales a través del espacio, a grandes distancias, en forma inmediata y sin necesidad de redes alámbricas. Su nombre... Guillermo Marconi, ocupa un lugar destacado en la historia de la electrónica y la comunicación.

LA RADIO, su invento, se debió a la necesidad de comunicarse con los barcos en altamar. En 1903, estando Marconi a bordo de uno de ellos, al recibir noticias desde Inglaterra y Canadá, se le ocurrió hacer un boletín para los viajeros, iniciándose así una de las funciones de la Radio. LA INFORMACION MASIVA.

El sistema Marconi, que fue perfeccionado por otros inventores, significó un espacio y un tiempo propicio para la unión familiar, ya que era y sigue siendo un medio relativamente barato en su producción y en su recepción.

Con el código radiofónico, exclusivamente auditivo: voz, música y efectos sonoros, tuvimos los jóvenes de antaño un vasto campo para imaginar, soñar, crear, recrear imágenes sonoras y desarrollar capacidades de fantasía y creatividad que pocas veces podían ser mejoradas en la vida real.

Durante la REVOLUCION MEXICANA, con la búsqueda de justicia social consecuente, se pensó que la Educación debería despertar la conciencia de los hombres para liberarlos.

Hasta entonces, las escuelas y los maestros habían conservado en aumento su prestigio: así lo pude comprobar al deleitarme con la lectura de un hermoso libro de texto (gratuito) que utilizaban las niñas del 4o. y último grado de Primaria de fines del siglo pasado y principios del XX, titulado "Susanita". Su autora, María Robert Halt, escritora premiada por la Academia Francesa, presenta en esta obra 250 sobrios grabados y una dedicatoria emotiva, con gran respeto por su calidad profesional, a las "señoras profesoras", segura de la trascendente labor que cotidianamente ellas realizaban.

Los maestros eran ejemplo viviente de las asignaturas de clase: La Moral, Economía Doméstica, el Cuidado de la Casa, Cocina y las Lecciones de Cosas (Ciencias Naturales, Gramática, Historia, Geografía, etc.)

Desde esos templos del saber, con maestros entregados a su vocación magisterial y programas de estudio basados en la realidad inmediata, se generaba bienestar, progreso familiar, social y nacional.

Las escuelas eran excelentes centros formadores de hábitos de estudio, economía, amor patrio y ecológicos, entre otros.

Al acercarnos a los tiempos actuales, nos tendremos que detener... obligatoriamente, en el año de 1942, para sentirnos orgullosamente mexicanos al presenciar LA PRIMERA TRANSMISION TELEVISIVA EN MEXICO, a través de la XHIGC, que enviaba la primera señal de video por espacio aéreo en nuestro país.

La hazaña fue la culminación de más de ocho años de trabajos experimentales del INGENIERO GUILLERMO GONZALEZ CAMARENA, con un equipo construido por él mismo. Su anterior logro había sido el de patentar en México y en Estados Unidos de Norteamérica un sistema de televisión a color denominado Tricromatico por basarse en tres colores: verde, rojo y azul.

Este segundo descubrimiento más importante para la educación, después del de América, marcó el inicio de una gran variedad de cambios cada vez más acelerados en este sector.

Planes, programas, metodologías y libros tuvieron periódicas variaciones: PLANES de seis, diez, once, doce o quince años de escolaridad obligatoria, requisito para alcanzar apenas un salario mínimo, METODOS Globalizados, Centros de Interés, Personalizados Individuales, Socialistas y el Programa Integrado que me hizo recordar aquel libro " Susanita ".

CORRIENTES FILOSOFICAS: positivistas, conductistas, neoconducti-
tistas, cognoscitivistas.

REFORMA, REVOLUCION, MODERNIZACION EDUCATIVAS
PROGRAMAS por materias, por asignaturas, por áreas.

CALIFICACIONES numéricas, por letras; evaluación sumaria, for-
mativa.

Pudieron ser necesarios en su momento PERO...

EL MAESTRO SE CANSO... todavía no asimilaba y se preparaba para un
cambio, cuando venía otro y no siempre para mejorar... Y acabó por
OPONERSE A TODOS ELLOS.

Es indiscutible que en el desaliento de los maestros y alumnos de
primaria, ha influido además en forma considerable, el entorno
social, el mundo de los medios de difusión electrónica, destacando
entre ellos el mágico ámbito de la TELEVISION, que conquista con
una amplia gama de opciones: Programa periodístico, noticias,
reportajes, entrevistas, polémicas, de entretenimiento: humoris-
ticos, musicales, concursos, deportivos, telenovelas, Series
americanas: melodramas de amor o institucionales, fantásticos, del
este y miniseries. Programas Infantiles, de servicio social.
También algunos CON INTENCION CULTURAL Y EDUCATIVA: documentales,
culturales, políticos y educativos.

Nadie sabe cómo fue, ni en qué momento sucedió, que todo este
cómulo de información y conocimientos presentados en forma tan
atractiva como dinámica, haya causado tanto desajuste social.

SI LA TELEVISION:

INFORMA de los acontecimientos más relevantes que día a día van escribiendo la historia y nos ponen en contacto con nuestro ambiente natural y social internacional;

EDUCA o deseduca según el caso, al modificar conductas, al enseñar a leer variados y multicolores lenguajes con gran habilidad, utilizando los recursos de la comunicación simultánea masiva;

DIVIERTE y entretiene, haciéndonos abandonar la rutina diaria, para vivir momentos de esparcimiento que nos hacen olvidar problemas cotidianos;

Entonces, ¿ Por qué, contrariamente, es el medio de comunicación que en pocos años más impacto negativo ha causado en las familias, donde sus integrantes pueden estar todos mirándola y sin embargo estar solos, cada uno aislado en sí mismo, en las únicas horas del día en que podrían platicar o realizar otras actividades para la unión familiar?

¿ Por qué la producción comercial ha sido un medio ideal para acrecentar el consumismo insaciable, la enajenación y la pérdida de los propios valores ?

Lo cierto es que a la televisión se le ha colocado en un lugar mítico, al que no debemos entrar, si no tenemos el coraje ni la tenacidad de prepararnos para aprovechar sus valiosos recursos.

Pero esta formación puede darse gracias a la presencia del maestro- educador que, en lugar de permanecer cansado, enfrenta diariamente los retos de animar, guiar, avanzar, adelante de los alumnos, en los aprendizajes de esta área, donde ellos saben más.

LA TELEVISION QUE PUEDE SER NUESTRA AMIGA no debe seguir convirtiéndose cada vez más EN ACERRIMA ENEMIGA DE LA ESCUELA, si nosotros, los profesores de primaria, nos involucramos en investigar en esta ciencia, técnica y arte tan cuestionado.

Día a día es mayor el número de personas que se robotizan inmersos en este controvertido medio.

En un estudio realizado en la ciudad de México hace unos años, se detectó que más del 90 % de los hogares tenían por lo menos un aparato televisor.

" Este artefacto familiar es mucho más que un receptor de luces y sombras; es un 'maestro a domicilio' que habla un lenguaje fácil y asequible que se dirige de persona a persona, no con los simbolismos abstractos de la escritura fonética sino con imágenes concretas, realistas y sensoriales". (1)

¿ Cuánto necesita un maestro realizar para captar la atención de los alumnos al explicar un tema x ?... Mientras que la televisión logra lo inimaginable en UN TREINTAVO DE SEGUNDO, breve y suficiente lapso en el que se envían mensajes directamente al subconsciente, en ocasiones tan negativos, que provocan un daño muy difícil de reparar.

En la mente PRIMERO ES LA IMAGEN Y DESPUES LA PALABRA, Los buenos libros son costosos. Hace falta orientación y estímulo a nivel

*1 Padilla, Ramón, El texto literario de los medio de comunicación, Ediciones Paulinas, Bogotá, Colombia, 1973. p. 21

familiar-escolar para la investigación documental; esa falta impide canalizar a los niños a las bibliotecas, entre otras fuentes de información y cultura. En los niños EL GUSTO POR LA LECTURA HA DESAPARECIDO.

La T.V. está AHI, minuto a minuto las 24 horas de cada día, a disposición inmediata de niños, jóvenes o adultos, con sólo accionar un botón y desde la comodidad de su lugar favorito en los hogares; inmóviles, callados en plena fascinación, con todos los artificios que los atacan y controlan SIN SABER oponer siquiera la mínima resistencia.

Amplia gama mágica multicolor de efectos sonoros y visuales componen y distorsionan imágenes pletóricas de significación hasta llegar a la animación computarizada de la " TELEVISION LIQUIDA ".

¡ ¡ ¡ ALGO TENEMOS QUE HACER ! ! ! si somos los educadores comprometidos con la formación de las generaciones jóvenes.

Nací cuando se iniciaban los primeros experimentos de la televisión, me eduqué en una familia a la usanza antigua, con muy buenos hábitos de estudio; fui profesora por vocación; mi inquietud pedagógica me llevó a ser productora de gran variedad de recursos auxiliares de la enseñanza: sociodramas, cine, diaporamas y televisión educativos, esta última actividad en transmisiones semanales por el canal 13 durante algunos años y posteriormente en la época de auge educativo en X. H.I.P.N. canal 11.

Pero no fue únicamente esto lo más importante en mi vida profesional, lo trascendental ha sido el entrar en contacto con la

Pedagogía de la Comunicación hace 20 años, donde inicié estudios entre el mundo semiológico de Ferdinand de Saussure, la Semiótica definida por Ch. S. Peirce o Roland Barthes, las teorías y funciones de la comunicación de David K. Berlo y Roman Jakobson.

Fui enormemente motivada por las experiencias vividas en los maratónicos cursos de Lenguaje Total, conducidos por el doctor Francisco Gutiérrez Pérez, Ramón Padilla, Juan Borroero y Luis Campos, autores de los primeros libros consultados para este trabajo. El grupo de " COMPANEROS DE BÚSQUEDA " como se llaman entre sí, tradujeron en praxis ideogenomatesis, métodos y pedagogía del Lenguaje Total. (Pedagogía de la Comunicación).

El Dr. Gutiérrez ha llevado a cabo interesantes proyectos en Europa, Latinoamérica y en algunos estados de la República Mexicana, facilitando las herramientas para desmitificar los medios de comunicación social con el objetivo de utilizarlos en beneficio de la obra educativa.

¿ Por qué decidí un ensayo ?

Porque un ensayo es un trabajo corto que permite juicios personales y subjetividad del autor para abordar cualquier área de la naturaleza educativa a partir de la propia experiencia, para escribir libremente con relación al tema, después de una bien orientada investigación documental referente a un problema de la práctica docente.

Saber que este caso es válido para todos niveles educativos, y el revisar con sorpresa las tesis de la Universidad Pedagógica, sin

encontrar una sola alusiva a la televisión, me convenció de escribir este ensayo, donde lo que más importa no son las palabras que más o menos pueda redactar para darle congruencia al trabajo, sino el objetivo: compartir con los docentes y padres de familia que me hagan el honor de leer estas páginas, mi fascinante experiencia de haber participado en este campo, descubrir el gran potencial educativo y la facilidad de llevarlo a las aulas, sin sofisticados equipos de avanzada tecnología.

En mi opinión una sola variable es la que cuenta para que vuelva a resurgir el maestro y la escuela y se eleve a los más altos niveles de excelencia educativa. Esta variable se refiere a QUERER ABRIR ESTA FANTASTICA CAJA DE PANDORA; pero de una Pandora real y positiva que nos obsequie grandes dosis de CREATIVIDAD y ENTUSIASMO para salir adelante en esta magna obra.

PROBLEMA.

Consecuentemente a lo expuesto, el principal problema detectado es que:

" El maestro no ha aprovechado ampliamente la T.V. como recurso válido para el desarrollo de estrategias de aprendizaje en los alumnos de Educación Primaria ".

La experiencia también nos lleva a comprobar que no existe suficiente bibliografía que incluya variados ejercicios prácticos para los maestros en su necesario encuentro con este medio.

HIPOTESIS

La hipótesis que surge es la siguiente: " Si al maestro se le proporciona orientación sistemática acerca de los lenguajes de la televisión, podrá convertirla en un instrumento propicio para incrementar la capacidad crítica y creativa de los alumnos, además de contribuir a la formación de hábitos de lectura e investigación".

OBJETIVOS

Los objetivos propuestos son pocos en número; pero muy ambiciosos en su contenido e implicaciones a lograr en la actividad educativa diaria:

1. Proporcionar a los maestros de educación primaria información acerca de las etapas metodológicas de la PEDAGOGIA DE LA COMUNICACION, como instrumento de trabajo para motivar el aprendizaje de los alumnos.
2. Propiciar en los alumnos la necesidad de llevar a la práctica los conocimientos que sobre esta metodología se sugieren en el ensayo.
3. Incrementar el desarrollo de hábitos de investigación en forma atractiva para los alumnos.
- 4.- Proponer a la Unidad No. 145 de la U.P.N. un proyecto relativo a un " Curso de Producción de Audiocassettes y Videocassettes Didácticos" dirigido a profesores, licenciados en educación y alumnos de primaria, mediante un convenio entre esta Universidad y la Universidad Autónoma de Guadalajara.

2. MARCO TEORICO

2.1 METODOLOGIA

LO IMPORTANTE NO ES LEER SINO
COMPRENDER,
NO ES RECORDAR SINO REFLEXIONAR,
NO ES SABER SINO VIVIR LA CIENCIA.

PEDRO CHICO

MARCO TEORICO

2.1. METODOLOGIA

Este ensayo se refiere principalmente a la revisión de algunos textos relacionados con la Pedagogía de los Medios de Comunicación; lo fundamento con ejemplos obtenidos en la práctica de otros autores y en mi experiencia propia.

Todo ello lo adapto a los objetivos de la escuela primaria, dando énfasis al enfoque didáctico de la televisión y sus lenguajes que todos sabemos leer pero que debemos aprender a interpretar en forma integral, para considerar los intereses de los alumnos: Aprovechar ese semillero de ideas y ansias de aprender que son los niños, fortalecerlos en contra de los efectos negativos, nutrirlos con recursos creativos, alcanzar éxito educativo cuando ellos logren por si mismos desmitificar el medio, escribir historias, realizar guiones, escenificar conceptos educativos y culturales.

A partir de un programa de televisión lograr ejercicios plenos de creatividad y aprendizajes.

Para fundamentar este trabajo analicé los siguientes TEXTOS BASICOS:

1. "El lenguaje total", donde el Dr. Francisco Gutiérrez Pérez presenta una propuesta pedagógica interesante: los diferentes lenguajes y los pasos metodológicos para transformar a los medios de información en agentes formidables de comunicación educativa;

al estimular y promover la perceptividad, el espíritu crítico y la creatividad, a través de acciones al alcance de los educadores, a partir de la creación, análisis, síntesis y evaluación de "Núcleos Generadores" (Programas de Televisión escogidos expofeso) motivadores de estos aprendizajes.

2°. Para aprovechar mejor la información cultural visual de nuestros días se hace necesario conocer "La sintaxis de imagen", de D.A. Dondis, quien marca la necesidad imperativa del estudio detallado de una gramática de la imagen, para mejorar nuestra ALFABETIDAD TELEVISIVA. Con la alfabetidad visual podemos comunicarnos u n i v e r s a l m e n t e ; presenta técnicas y estrategias de comunicación, trata la función de los mensajes de las artes visuales.

3°. De Pierre Guiraud, "La Semiología", ciencia que estudia el sistema de los signos, en este caso con énfasis en los no lingüísticos, sus funciones, significación, códigos y metodología, para profundizar en los lenguajes del medio en estudio.

4°. En "El Texto Literario de los medios de Comunicación", Ramón Padilla nos muestra variados ejemplos de cómo ejercitarnos en la transferencia requerida al traducir TEXTOS en IMAGENES. Iniciar con la imagen fija hasta llegar a las de movimiento con banda sonora, propias del código cinematográfico, y sobre todo el diálogo de la pantalla chica que nos atañe.

5°. John M. Keil en su tratado de la " Creatividad " nos dice cómo manejarla, incrementarla y hacer que funcione, a partir de algunas ideas acerca de la formación de hábitos, el funcionamiento de la mente creativa y la detención de personas con este tipo de talento. Sugiere cómo canalizar el caudal creativo y nos orienta hacia la investigación para definir cuándo se puede ayudar ... y cuándo no se puede.

2.2 OBJETIVOS DE LA EDUCACION PRIMARIA

EL FIN DE LA EDUCACION ES EL BIEN
DEL EDUCANDO, CUANDO SE LE RESPE-
TA EL DON DE LA NATURALEZA DEL
NIÑO.

PROFR. ANTONIO CAPONETTO

2.2. OBJETIVOS DE LA EDUCACION PRIMARIA

De acuerdo al artículo 3° de la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos que dice: "La educación que imparta el estado, Federación, Estados, Municipios, tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en el . a la vez el amor a la Patria y a la conciencia de la solidaridad internacional en la independencia y en la en justicia"

(1) y conforme a la Ley Federal de Educación, vigente desde Noviembre de 1973, que delinea y precisa los conceptos explicados en este artículo, se deducen como OBJETIVOS DE LA EDUCACION PRIMARIA los siguientes:

- 1.- El desenvolvimiento de la capacidad racional del niño.
- 2.- Su adaptación al mundo físico y social.
- 3.- Aprehensión de las técnicas fundamentales de adquisición de la cultura.
- 4.- Oportunidad de expresión del niño, tendiendo al desenvolvimiento del espíritu creador.
- 5.- Ensanchamiento del círculo familiar mediante el contacto con otras personas fuera del hogar.
- 6.- Aprendizaje de actitudes básicas para la convivencia y la cooperación social. (2)

(1) Documentos sobre la Ley Federal de Educación, México, 1974, p.15

(2) Imideo G. Nérice, Hacia una Didáctica General Dinámica, Edit. Kapelus, 10a. Edición, México, 1973, p. 67

Para ubicarnos en la época actual, tenemos que referirnos a la modernización educativa, que tiene por objetivo ofrecer una educación primaria de calidad, con las características establecidas en el Artículo 3o. Constitucional y la Ley Federal de Educación, a todos los niños, y asegurar que la concluyan, por ser este nivel educativo base para la formación de los mexicanos.

En este contexto la educación primaria debe propiciar en el educando una formación armónica, mediante experiencias de aprendizaje, que le permitan la adquisición del bagaje de conocimientos que posibiliten su incorporación a la sociedad, con los siguientes objetivos: (1)

- a)- Formar educandos reflexivos, críticos, participativos, responsables de sus actos y decisiones.
- b)- Producir y distribuir oportunamente más y mejores materiales y apoyos didácticos, que utilicen la tecnología moderna como la televisión y la computadora.
- c)- Poner en marcha un vigoroso programa de bibliotecas escolares.
- d)- Fortalecer los valores y expresiones culturales en especial de los grupos sociales y regiones más desfavorecidas.
- e)- Asegurar la permanencia y la conclusión en este ciclo, de los alumnos.
- f)- Efectuar articulación pedagógica con los niveles de preescolar y secundaria.
- g)- Adecuar sus contenidos a requerimientos de la sociedad actual.

(1) Oria Razo, Vicente, Política Educativa Nacional. Camino a la Modernidad. Imagen Editoras: México, 1990, p.253

2.3 PERFIL DEL MAESTRO

JUAN GAVIOTA HABIA NACIDO PARA SER INSTRUCTOR Y SU MANERA DE DEMOSTRAR EL AMOR ERA COMPARTIR ALGO DE LA VERDAD QUE HABIA VISTO CON ALGUNA GAVIOTA QUE ESTUVIERA PIDIENDO SÓLO UNA OPORTUNIDAD DE VER LA VERDAD POR SI MISMA.

RICHARD BACH

2.3. PERFIL DEL MAESTRO

El agua nos golpeaba fuertemente en la cara cuando atravesábamos el Lago de Chapala, en una pequeña lancha rumbo a la isla de Tepetitlán en el estado de Michoacán.

Era la tarde de un viernes septembrino de hace ya algunos años, después de una agotadora gira de trabajo como las que frecuentemente realizábamos los consejeros de la Secretaría de Educación, por varios estados de la República.

En una cima de la isla, se ubicaba la modesta y linda escuela donde conocimos a María González, una joven de aproximadamente 20 años, quien se encontraba trabajando extra clase con algunos alumnos. María, como comprobamos después, sin ser oriunda del lugar, destacaba por su gran espíritu de servicio a la comunidad, afable carácter y gran entrega a la noble tarea de la enseñanza.

Sólo bastó que ella tocara algunas veces la campana, para que el resto de los alumnos, corriendo alegremente, llegaran de todas partes.

Más noche, ya de regreso a la ciudad de México, mi cansancio había desaparecido, en su lugar repasaba por la mente las maravillosas escenas de esa tarde: Un patio de tierra húmeda, adornado con macetas de flores y plantas variadas, el huerto escolar, en el que los pequeños dueños, muy satisfechos, nos mostraron cada uno sus logros, limpios y ordenados cuadernos, trabajos manuales, dibujos plenos de creatividad, sin faltar alguien que animado nos comentara que quería ser contador, mientras otro más osado estaba convencido de estudiar para maestro. Poesías, risas,

cantos, el magno paisaje del atardecer en la isla y laguna, eran difícil de olvidar.

Por los padres de familia supimos que gracias a las gestiones de María el pueblo tenía alumbrado y agua, además de otras acciones en beneficio de la población. A cada nueva información la profesora se sonrojaba, aludiendo que todo era parte de su misión de maestra.

También imaginaba... Cuántas Marías hacen falta en nuestras escuelas primarias. Anónimas profesionales de la educación, que antes de disculparse con la inclemencias de la geografía, carencias económicas y otras razones más, se convierten en el centro motor de una comunidad que las reconoce como su líder.

EL MAESTRO

Las cualidades requeridas para profesores-licenciados de primaria:
LA JUSTICIA, LA BONDAD, LA CALMA, LA PACIENCIA, EL DOMINIO DE SI.

SENTIDO DEL HUMOR, INTELIGENCIA, SIMPATIA, HONESTIDAD,

PUNTUALIDAD, CAPACIDAD DIDACTICA, CULTURA GENERAL,

CULTURAL ESPECIAL, CULTURA PEDAGOGICA,

AUSENCIA DE PREFERENCIA PERSONAL.

Dos de las CLASIFICACIONES Y TIPOS DE MAESTRO más comunes son: (1)
a) MAESTRO-INSTRUCTOR. Es el que se limita a transmitir los conocimientos que se incluyen en los programas. Piensa que los alumnos ya son adultos responsables y que van a estudiar sin orientación, a marchas forzadas, todo el tiempo que él exige para

1) Alfredo G. Nérico, Hacia una Didáctica General Dinámica, Edit. Editorial Kapelusz, 10a. Edición, Buenos Aires, 1973, p.108

tareas extra clase. Se sujeta a los textos sugeridos. Los alumnos existen para él sólo para copiar, recordar y repetir todo lo que se les enseña, sin interesarle cómo aprenden.

b)- MAESTRO-EDUCADOR. Es el que procura comprender, ayudar y orientar al alumno en su realidad biopsicosocial, se pone en el lugar del niño para conducirlo al aprendizaje de la manera menos conflictiva, sin coacción, presión o reprimenda.

El Educador estimula, orienta, prepara para la investigación, despierta la curiosidad y desarrolla el espíritu crítico, motiva la superación y da ejemplo de los valores de la cultura. Se hace amigo de sus alumnos y los apoya para corregir sus debilidades y deficiencias.

El verdadero maestro es agente educativo y cultural por excelencia en tanto esté convencido de que el significado de educar no es necesariamente sinónimo de escolarizar.

El educador debe enseñar a aprender; la escuela debe enseñar a pensar a los alumnos.

2.4 CARACTERISTICAS DE LOS ALUMNOS

LAS PERSONAS MAYORES AMAN LAS CIFRAS, PARA SABER QUE UNA COSA ES BELLA NECESITAN SABER CUANTO VALE.

EL PRINCIPITO

2.4. CARACTERISTICAS DE LOS ALUMNOS

Muy temprano, antes que ningún alumno llegara a la escuela, el papá de Celio lo subió en brazos hasta el salón de 4° grado y me indicó que se quedaría ahí toda la mañana hasta que regresara por él cuando todos se hubieran ido. El niño usaba unos aparatos de metal que protegían sus piernas afectadas por la poliomielitis.

MAESTRA: Celio... ¿ Vas a quedarte en el salón ?

CELIO : ¡ No me gusta el recreo ! (aventando unos libros hasta el suelo). Es el primer día de clases y todo me ha salido mal. Yo no quiero estar con usted y la maestra Carito no me acepta en su grupo ¡ Usted tampoco me va a entender.

MAESTRA: Eso es lo que tu piensas ¿ verdad Celio ? ... pero puede ser diferente .

CELIO : (A punto de llorar) Eso no es cierto, todos los maestros tienen a sus consentidos. A mí no me quieren como a los demás.

MAESTRA: Mi cariño no lo mido por la estatura, el peso o el color de los ojos. Debes saber que yo tengo suficiente amor para todos mis alumnos.

CELIO : (Sonriendo un poco) Le apuesto que ninguno de ellos sabe dibujar mejor que yo.

Le confesé a Celio mi dificultad para el dibujo y la urgente necesidad de hacer materiales atractivos para las clases, él prometió ayudarme. Unos meses después se habla ganado el reconocimiento del

grupo, el niño no sólo había aprendido a reír sino que jugaba, casi corriendo auxiliado por sus compañeros, durante el recreo. Era mi primer grupo como profesora de una escuela en la colonia Merced Gómez del Distrito Federal, con más de cincuenta inquietos niños y adolescentes que trabajaban rápido y bien, logrando las mejores calificaciones durante toda la semana, para que yo les gestionara permiso ante la Directora de salir un poco antes cuando tenían partido de fútbol en los campos del antiguo Manicomio de la Castañeda.

Desde entonces me gustó más trabajar con niños o en grupos mixtos, porque me resultaba muy difícil el entusiasmar a las niñas solas hacia el aprendizaje más dinámico.

LOS ALUMNOS

Los niños y jóvenes de educación primaria pertenecen a la tercera infancia, por lo que se hace indispensable conocer más a fondo los diferentes aspectos de su personalidad. Se dice que en esta edad los alumnos logran la plenitud del desarrollo físico y psíquico. En Teoría de la evolución del pensamiento, Jean Piaget (1) y clasifica el desarrollo de la inteligencia en cuatro fases:

A - LA ETAPA DE LA INTELIGENCIA SENSORIO-MOTRIZ, de 0 a 1 1/2 ó 2 años (desde el nacimiento hasta la aparición del Lenguaje). En esta edad el niño aprende a utilizar sus capacidades físicas, adquiere conciencia de su individualidad y de los objetos externos. Esta etapa consiste en la preparación que tiene el niño para integrarse a un sistema abierto de asimilación y acomodación.

(1) Beard, Ruth M., Psicología Evolutiva de Piaget, Edit. Kapelusz, p.45

Los intereses del niño de LA PRIMERA INFANCIA son MOTORES Y SENSO-PERCEPTIVOS. Como característica se manifiesta el ser EGOISTA, como medio de lograr SEGURIDAD. Progresivamente irá evolucionando del EGOISMO hacia la GENEROSIDAD, siempre y cuando sienta que el ambiente familiar y escolar le ofrezcan AMOR y SEGURIDAD.

8. ETAPA PREOPERACIONAL o de la preparación y organización de la inteligencia concreta. (De 1 1/2 a 2 hasta 6 ó 7 años). (1)

Durante esta etapa el niño desarrolla de modo intuitivo la representación simbólica del mundo por medio del lenguaje. Entre los 2 y los 4 años se fortalece el pensamiento simbólico, preconceptual e intuitivo. Entre los 3 y los 5 años el niño empieza a manifestarse EGOCENTRICO, no muestra esfuerzos por adaptar su lenguaje a la necesidad del escucha. Muestra tendencias al ANIMISMO es decir, querer ver a los objetos como dotados de vida. (2)

Al razonamiento de los pequeños de esta edad, Piaget lo denomina de las siguiente forma:

TRANSDUCCION por no ser el procedimiento ni inductivo ni deductivo; YUXTAPOSICION, cuando emiten varios juicios no relacionados entre sí; SINCRETISMO, porque observan el conjunto y no analizan ni clasifican las partes.

(1) Beard, Ruth. Psicología Evolutiva de Piaget, Edit. Kapelusz, p. 47
(2) Bustamante Rafael. Amalos, adúcalos y déjalos ir, Cuaderno No.1 Curso de Orientación Familiar. Colección Escuela de Padres. México 1986.p.30

A la SEGUNDA INFANCIA el Ps. Rafael Bustamante (1) (acorde con Piaget), la caracteriza como la época clásica del JUEGO, como necesidad y placer para el niño, quien les da a los juguetes un valor representativo de los objetos que usan los adultos. La IMITACION es poderosa en esta época infantil. La mente entra en el período de la RACIONALIZACION, apareciendo la edad del PRESUNTON.

C. ETAPA DE LAS OPERACIONES INTELLECTUALES CONCRETAS. De 6 a 7, hasta los 11 años, aproximadamente. Aparición del pensamiento lógico y de las nociones de cooperación social. Comienza a utilizar las operaciones lógicas como la reversibilidad y la clasificación. En lugar de los juegos de simulación y fantasía se inicia en la imitación de la realidad (REALISMO). Presenta juicios morales confusos. Se hace posible. El descubrimiento y estabilización de las ideas de cantidad, tiempo, espacio y causalidad que permite el paso a la ejecución de las operaciones formales. Autor de diversos cursos de Orientación en la "Escuela de Padres", el Ps. Rafael Bustamante Partida, menciona para la SEGUNDA INFANCIA las siguientes características.

FISICIDAD Desde la caída de los dientes hasta la manifestación de la adolescencia. Al iniciar la primaria las niñas son más altas que los niños pero al finalizar sucede lo contrario. Adquieren mayor precisión en los movimientos delicados, es decir, en la coordinación motriz fina.

(1) Bustamante Rafael, Amallos, educarlos y dejarlos ir p. 20

Son inquietos y tienen gran movilidad y elasticidad. Se fortalece su constitución orgánica, las enfermedades gastrointestinales y respiratorias son menos frecuentes.

PSICOLÓGICAS

Impulsividad, espontaneidad y mente abierta a toda clase de sugerencias. Al iniciar esta etapa son afanosos coleccionistas. Tienen muy despierta su imaginación. Por principio son egoístas y se tornan generosos si el ambiente es propicio. Tienen marcada tendencia hacia la competencia y a la satisfacción por el trabajo. Cercanos a la adolescencia tienen mayor necesidad de llamar la atención. Respetan y defienden los valores humanos (honor, verdad, justicia, generosidad etc.) Son sensibles al cambio de humor de sus padres, hermanos o parientes con los que conviven. A veces muestra rasgos de ansiedad o angustia. La inteligencia infantil avanza en forma notable llegando a niveles de gran abstracción en esta etapa.

SOCIALES

Se lleva a cabo el proceso de socialización. Fortalecimiento progresivo al sentido de colaboración. Se organizan por pandillas del mismo sexo, en busca de seguridad. Se preocupan por lo que van a ser de grandes. Respetan y practican normas de urbanidad. Siente necesidad de expresar su opinión. Se dirige a sus padres con gran camaradería. Pide consejos cuando tiene problemas personales. Se preocupa por los asuntos escolares y sociales. Fortalecimiento de su sentido crítico.

Es el tiempo para la formación de los buenos hábitos, por la tendencia a ser constantes y el espíritu de superación que tienen los niños de esta edad.

EL NIÑO DE SEIS AÑOS

Presenta fragilidad orgánica y psicológica. Es necesario mantener las muestras de cariño y aceptación en forma estable y equilibrada. Las condiciones materiales, emocionales y afectivas que le rodean, determinarán, en gran parte, el ajuste exitoso a la escuela. Es recomendable comenzar a canalizar sus actividades y habilidades personales hacia la ejecución espontánea y dirigida.

SIETE AÑOS

Ha adquirido nuevos elementos de comprensión y expresión. Puede aceptar y cumplir las órdenes mediante un razonamiento justo. Es capaz de aplicarse una AUTOCRITICA CONSTRUCTIVA. La EDUCACION del niño de esta edad, suele resultar, en cierta forma, fácil, ya que presenta CLARIDAD y FRANQUEZA en su forma de ser. Es conveniente facilitar la participación del niño en grupos extraescolares y extrafamiliares. Propiciar el diálogo y ayudarle a usar el razonamiento para que encuentre soluciones a sus problemas. Se le debe confiar responsabilidades a su alcance. Ante los problemas que surjan, se le invitará a resolverlos, cuanto antes, o bien propiciar su resolución usando el corazón y la inteligencia.

OCHO AÑOS

Necesita cuidado, respeto, comprensión, guía educativa y amor. Le gusta la vida familiar y acepta la organización del hogar, pero le

gusta que lo traten con respeto. Puede presentar algunas formas de angustia infantil, al no haber resuelto conflictos anteriores adecuadamente, o bien haber sentido que algo o alguien atacaba su individualidad.

NUEVE AÑOS

Es común que presente vitalidad, entusiasmo, inquietud, seriedad y gracia. Ha adquirido sentido realista, conciencia moral, afectividad, esfuerzo por realizarse y capacidad lógica. Acepta las normas de disciplina y orden, pero no se le debe imponer una decisión sin conocer la suya. Es conveniente propiciar progresivamente su independencia

DIEZ AÑOS

En esta edad la SOBREPOTECCION es un grave obstáculo para el desarrollo del YO, pero a la vez hay que evitar la indiferencia y la falta de interés en él. A los diez años se le considera la "EDAD DORADA", por el fortalecimiento de los VALORES HUMANOS Y MORALES en el niño.

D. PERIODO DE LAS OPERACIONES FORMALES. (11 ó 12 hasta 16 años).

Acceso al pensamiento intelectual abstracto, la consolidación de la personalidad y la integración en el mundo adulto. Culminación del desarrollo intelectual del individuo, como uno de los aspectos del desarrollo integral de su personalidad. (Madurez). Empiezan a dominar estructuras basados en la proporcionalidad y conservación. Sistematización de las operaciones concretas; accede al mundo del razonamiento abstracto.

El adolescente se vuelve menos receptivo, menos abierto y más difícil de controlar. Puede aparecer una serie de conductas de fuga o tensión, como: fobias, tartamudeos, morderse las uñas (onicofagia), malestares estomacales, erupciones, acné, dolor de cabeza, etc. Búsqueda de la independencia y la identificación con otros patrones de conducta que no sean sus padres. Es la edad de los ENAMORAMIENTOS y del "amor tierno". Se busca al "AMIGO INTIMO" que le escuche sin criticarlo o censurarlo. Puede aparecer a esta edad el NARCISISMO, o interés exclusivo en sí mismo. Igualmente la presunción y la susceptibilidad.

Gusta de las EXPERIENCIAS NUEVAS, sorprendentes y novedosas. Aparecen los intereses ETICO SOCIALES. Experimentan la necesidad de plasmar su PERSONALIDAD, ser "él" o "ella". Quiere formar su propia manera de ser. A veces aparecerán aptitudes de creerse más vivo e inteligente que sus padres y maestros. Pero luego tiene sensación de impotencia. Presenta ansia de creación. Busca sobresalir y ser mejor que sus padres. Se identifica con héroes o artistas que han triunfado. Siente la necesidad de contar con amigos de confianza o consejeros mayores, que les den seguridad y confianza. Le gusta dejar volar su imaginación sobre temas irreales o inaccesibles. La mujercita adopta una actitud de cierta coquetería y el varoncito de notoria jactancia.

SUGERENCIAS PARA TRATAR AL ADOLESCENTE 1o. Se recomienda tratarlo mediante las siguientes actitudes: CONOCERLO A PROFUNDIDAD, COMPRENDERLO RACIONALMENTE, DARLE CONFIANZA, DEMOSTRARLE RESPETO, TENERLE CIERTA TOLERANCIA, REFORZAR SUS ACIERTOS Y TENERLE PACIENCIA.

20. Se debe tratar al adolescente como SI FUERA MAYOR A LO QUE REALMENTE ES. No es lo mismo educar a un niño que guiar a un adolescente.

30. Propiciar la INDEPENDENCIA progresiva, haciéndose cada vez menos indispensables para él.

40. Estimularlo para que estudie, pero sin imponerle una determinada posición u oficio. Ayudarlo para que realice su estudio VOCACIONAL, descubriendo sus INTERESES y APTITUDES. (Quiero y puedo)

50. Facilitar toda clase de ACTIVIDADES FISICAS SANAS.

60. Aceptar que la ADOLESCENCIA es una etapa de grandes CONTRASTES e INESTABILIDAD, por lo que se procurará entender profundamente a los jóvenes, sabedores de que con un ambiente positivo y una guía acertada, ingresarán a la JUVENTUD con una personalidad CENTRADA, LLENA DE VITALIDAD PARA ALCANZAR OBJETIVOS DE PLENA REALIZACION.

2.5 ENSEÑANZA-
APRENDIZAJE

ANTE UN MAESTRO QUE EXIGE
SUMISION, SILENCIO E INMOVILIDAD,
EL NIÑO APRENDE A INHIBIRSE, A
SER INDIFERENTE Y HOSTIL.

DR. FRANCISCO GUTIERREZ P.

2.5. ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

La educación es tan antigua como la misma humanidad; el nombre desde sus inicios se ha preocupado por la crianza y el cuidado de los niños hasta que puedan valerse por sí mismos.

El proceso de enseñanza-aprendizaje ha sido motivo de múltiples estudios y diferentes corrientes psicológicas, pedagógicas y sociológicas.

Se sabe que un niño aprende cuando ha cambiado su forma de pensar, de sentir y de actuar, en la medida en que pueda resolver los problemas que se le presentan, como resultado de ir venciendo obstáculos, logrando metas, conducido por sus padres y maestros. Se dice que se ha aprendido cuando se manifiesta un nuevo hábito de conducta persistente y duradera.

En Pedagogía de la Comunicación (1) Francisco Gutiérrez propone la escuela como un taller de vivencias, donde el educando tenga suficiente tiempo y sobre todo motivación para convivir con un tema antes de pasar a otro promoviendo, así no únicamente el aprendizaje primario, representado por los objetivos de los programas de estudio, sino además estimulando en forma notable los aprendizajes secundarios o concomitantes en que el alumno, en muchos casos, aprende más allá de lo previsto.

La educación es un bien que se adquiere durante toda la vida, es una formación por la que día a día el educando es creador,

(1). Francisco Gutiérrez, Pedagogía de la Comunicación 3a. Edición Edic. Humanitas, B.Aires. 1983, p.91.

actualizador y realizador de su propio ser, gracias a que aprende en la interacción con su ambiente en un proceso permanente de adaptación de sus potencialidades.

En este proceso de aprendizaje en su ámbito social, es donde está en contacto continuo con los lenguajes de los medios de comunicación.

La civilización, como parte de la cultura de los pueblos, se transmite por medio de diferentes lenguajes. El sistema de golpes de tambor usado en los pueblos de Africa es un lenguaje exclusivamente sonoro, insustituible. Las señales de tránsito en las calles nos proporcionan una información visual, también insustituible. Las imágenes en movimiento del cine y televisión, sean mudas o sonoras, tienen un lenguaje propio como sistema ordenado de signos utilizados especialmente en estos medios de comunicación. Cada imagen en la pantalla es un signo, tiene un significado, por lo tanto es portadora de información y puede tener un carácter doble. Por una parte, reproduce los objetos del mundo real, estableciendo una relación semántica. Por otra parte, la luz, el montaje, el juego de planos, el cambio de velocidad de estas figuras, pueden adquirir una significación complementaria totalmente impredecible.

Ante tal sofisticación se hace necesaria la revisión del concepto que nos permite profundizar en el tema, y así iniciamos con LA DICOTOMIA LENGUA / HABLA. Se entiende por: LENGUA un sistema de signos que utilizan para comunicarse los miembros de una misma comunidad lingüística, por habla, el uso que cada miembro de esta

comunidad nace de la lengua para darse a entender. Por lenguaje, al instrumento, sin el cual sería imposible la vida en sociedad y en cualquier forma de cultura. ya que lenguaje son todos los sistemas de signos (gestual, mimico, sonoro, ideográfico, etc.), basados en determinadas convenciones para comunicarse con los demás.

Para profundizar más en el tema establecemos semejanzas y diferencias entre los conceptos de SEMIOLOGIA O SEMIOTICA y los de SEMANTICA.

a) SEMIOLOGIA-Para Ferdinand de Saussure, debería existir una ciencia que estudiara la vida de los signos no lingüísticos en el seno de la sociedad (función social). Estudio de las lenguas, códigos señalizaciones; etc.

Algunas escuelas europeas, como la francesa, prefieren el término de semiología y no el de semiótica, para referirse a la teoría general de los signos. Ambas denominaciones se usan con frecuencia de modo indistinto, pero ciertos autores consideran que la Semiología se centra en el aspecto pragmático de la semiótica.

b)- A la SEMIOTICA, término preferido por los anglosajones, Ch. S. Peirce la define como ciencia dedicada al estudio de los signos no lingüísticos, en su función lógica, y de las leyes que rigen su generación, trasmisión e interpretación.

Su campo abarca todos los sistemas de comunicación animal o humana y dentro de estos últimos, tanto el lenguaje verbal como las entonaciones emotivas, los gestos y cualquier actividad significativa

arte, moda, publicidad, rituales. Códigos de carretera, etc.).

No debe confundirse la semiología o la semiótica con la semántica que es el estudio de los signos lingüísticos.

c) La SEMANTICA estudia los significados de las palabras y su evolución histórica o, en una acepción más estricta, las relaciones de las palabras con los objetos que designan. El término, derivado del griego *semantikós*, "significativo", fue acuñado por el lingüista francés Michel J. A. Breal, quien lo definió como la ciencia de las significaciones integradas en la lingüística o gramática general y paralela a la fonética, ciencia de los sonidos.

La comunicación del hombre ha necesitado de juegos, señas, sonidos, colores, luces, etc. Hay muchos otros tipos de comunicación, que son parte también de una semiología o de una semiótica: la comunicación animal (zoosemiótica), la comunicación de las máquinas (cibernética), la comunicación de las células (biológica).

Los niños y los jóvenes están mucho más adaptados al lenguaje de las imágenes y sonidos que los adultos, formados o deformados dentro de las normas de una civilización intelectual abstracta.

El lenguaje total como pedagogía tiene como finalidad primordial la formación equilibrada del ser humano, dando el valor que tienen ambas formas de comunicación.

La invención de la cámara fotográfica, y de todas sus formas colaborales en constante desarrollo, constituye un logro de la actividad visual universal, que crea una necesidad educativa por

largo tiempo sentida. El cine, la TELEVISION y los computadores visuales son extensiones modernas de un diseñar y un hacer que han sido históricamente una capacidad natural de todos los seres humanos. El potencial espectacular de la comunicación visual espera un desarrollo amplio y articulado, que en este ensayo se transforma en propuesta.

2.6 TEORIAS DE LA COMUNICACION

UNA MAÑANA, ANTES DEL DÍA...
SE ARMO DE TODAS SUS ARMAS, SUBIO
SOBRE ROCINANTE...Y POR LA PUERTA
FALSA DE UN CORRAL SALIO AL CAMPO
DON QUIJOTE.

2.6. TEORIAS Y EFECTOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA

MODELO AGUJA HIPODERMICA

Este modelo es uno de los más antiguos, asegura que los medios de comunicación tienen efectos potentes, inmediatos y directos sobre el público colectivo. Bajo esta teoría no se admitían variables entre el comunicador y el receptor.

TEORIAS DE LAS DIFERENCIAS INDIVIDUALES

Gracias al avance sociológico y al de la psicología, surgieron teorías como la de diferencias individuales, que establece los efectos de los medios sobre el auditorio colectivo, como no uniformes, sino variables de una persona a otra: también acepta que el individuo, a través de un aprendizaje diferenciado, tiene exposición, atención y percepción selectiva.

TEORIA DE LAS CATEGORIAS SOCIALES (1948, LAWELL)

Supone que hay amplias colectividades o categorías sociales, cuya conducta frente a un conjunto de estímulos es más o menos uniforme. Menciona que las características tales como la edad, el sexo, el nivel de educación, lugar de residencia, religión etc., contribuyen a la adquisición de hábitos y modos de pensar similares en materia de comunicación colectiva.

Otros autores subrayan que las relaciones sociales informales actúan modificando la manera en que un individuo reacciona frente a un mensaje transmitido por los medios colectivos.

TEORÍA DE LAS NORMAS CULTURALES (MERTON Y LABARSEFELD)

Más tarde se aseguraba que los efectos que los medios pudieran tener sobre los individuos están condicionados por las normas culturales que tiene determinado grupo.

Se afirma que los medios tienden más a reforzar los valores existentes en algunos individuos que a crear cambios en áreas de comportamientos firmemente establecidos.

En 1959, Zemeran y Bauer demostraron que se buscan y recuerdan experiencias del medio que cada quien cree le serán útiles.

Bauer dijo que el proceso de comunicación es una transacción en la cual el comunicador es influenciado por la audiencia como la audiencia es afectada por el comunicador.

Wilbur Schram asegura que no existe una línea directa del mensaje a la acción. El efecto sucede entre el tiempo en que una persona se ha expuesto a la comunicación y el tiempo cuando toma una acción, por lo tanto hay algo oculto a la vista que él llama "caja negra". Las personas pueden cambiar su conducta como resultado de los efectos de la comunicación.

MODELO DE COMUNICACION. (David K. Berlo) (1)

Toda comunicación humana tiene una FUENTE, que es la persona o grupo de personas con el propósito de comunicar un MENSAJE, que tiene que ser CODIFICADO, según el CANAL seleccionado, dirigido a un RECEPTOR, que tendrá que DECODIFICAR o retraducir el mensaje de acuerdo al objetivo de la fuente, para poder utilizarlo.

Así los componentes que integran este modelo son los siguientes:

1. La FUENTE
2. El ENCODIFICADOR
3. El MENSAJE.
4. El CANAL
5. El DECODIFICADOR y
6. El RECEPTOR de la Comunicación.

Para que la fuente logre lo que desea, se requiere que su comunicación tenga alta fidelidad. Un encodificador de alta fidelidad será aquel que exprese en forma perfecta el significado de la fuente.

Shannon y Weaver, con relación a la fidelidad, agregan el concepto de RUIDO, como algo que distrae la interpretación del mensaje o los factores que distorsionan la calidad de la señal.

1.- LA FUENTE- ENCODIFICADOR

Existen por lo menos cuatro factores dentro de la fuente que pueden aumentar la fidelidad: a) sus habilidades comunicativas, b) sus actitudes, c) su nivel de conocimientos y d) la posición que ocupa dentro de un sistema sociocultural.

HABILIDADES

Existen cinco habilidades verbales en la comunicación; dos de ellas son encodificadoras HABLAR y ESCRIBIR. Dos decodificadoras, LEER y ESCUCHAR; la quinta es vital, tanto para el encodificador como para el decodificador, y es la REFLEXION o el PENSAMIENTO.

(1) Berlo, David K., "El proceso de la Comunicación". Edit. Ateneo Buenos Aires, 1971. p.25

LAS ACTITUDES

- La actitud hacia sí mismo. Todas las variables que conforman la "personalidad" del individuo están relacionadas con el concepto de actitud hacia sí mismo que tiene la fuente y que afectan a la comunicación.- Actitud hacia el tema que se trata. El comunicador debe creer en el tema a tratar para que sea posible transmitir una comunicación efectiva sobre él.- Actitud hacia el receptor. Cuando el receptor se da cuenta que el emisor realmente lo aprecia, está más dispuesto a aceptar lo que los mensajes dicen. (Empatía)

NIVEL DE CONOCIMIENTOS

La fuente necesita poseer cierto grado de conocimientos sobre el tema de que se trata y también ha de saber cómo comunicarlo eficazmente.

SISTEMA SOCIO-CULTURAL

Las personas no se comunican igual cuando pertenecen a clases sociales diferentes y quienes poseen distintos antecedentes culturales tampoco se comunican de la misma manera.

2.- DECODIFICADOR-RECEPTOR

Aquel que en un momento es receptor en otro ha sido fuente; los mensajes que se emiten están determinados por los que se han recibido. Las HABILIDADES COMUNICATIVAS del decodificador-receptor son las de ESCUCHAR, las de LEER y las de PENSAR.

ACTITUDES. La forma de decodificar un mensaje está determinada en cierto modo por sus actitudes hacia sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido del mensaje.

NIVEL DE CONOCIMIENTOS. Todo lo que se ha dicho con respecto a la fuente es igualmente aplicable al receptor. El decodificador-receptor debe conocer el código y comprender la naturaleza del proceso de comunicación a fin de que tenga una percepción correcta de las intenciones de la fuente y pueda entender el mensaje.

CULTURA Y SISTEMA SOCIAL. El status social del receptor, los componentes de su grupo y sus formas habituales de conducta, afectan la manera en que recibe e interpreta los mensajes.

El receptor es el eslabón más importante de la comunicación efectiva. Si la fuente no logra alcanzar al receptor con su mensaje, es lo mismo que si se hubiera hablado a sí mismo.

EL MENSAJE

Definido el mensaje como el producto físico del emisor-encodificador, los factores que afectan su fidelidad y que deben ser considerados son los siguientes:

- el código,
- el contenido y
- la forma en que es tratado el mensaje.

CODIGO DEL MENSAJE

El código puede definirse como todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. La música es un código; posee un vocabulario (las notas), tiene una sintaxis y una estructura. EL CONTENIDO del mensaje es el material seleccionado por la fuente para expresar su propósito y el TRATAMIENTO son las decisiones que toma la fuente al seleccionar y estructurar los códigos y los contenidos.

CANAL

Los tres principales significados de la palabra "canal" en la comunicación son:

- a) la FORMA de encodificar y decodificar los mensajes,
- b) los VEHICULOS de los mensajes y
- c) los MEDIOS DE TRANSPORTE.

Aunque los componentes y los factores de la comunicación se hallan entrelazados en forma estrecha, pero podemos enfocar la atención en los distintos elementos por separado con el fin de analizarlos.

FUNCIONES Y MEDIA

A partir del esquema clásico de las teorías de comunicación, Roman Jakobson define las siguientes Funciones lingüísticas. (1)



1. LA FUNCION REFERENCIAL. Es la base de toda comunicación. Son las relaciones entre EL MENSAJE y EL OBJETO al que se hace REFERENCIA. El problema fundamental es el de formular a propósito del referente una información verdadera (objetiva, observable, verificable). Es propósito de la lógica y otras ciencias evitar toda confusión entre el mensaje y la realidad codificada.

2. LA FUNCION EMOTIVA: Define la relación entre EL MENSAJE Y EL EMISOR, cuando se puede expresar nuestra actitud respecto al referente: bueno ó malo, respetable ó ridiculo, sin confundir el manifiesto espontáneo de la emoción con el uso que se puede hacer de ella al comunicar. FUNCION REFERENCIAL y FUNCION EMOTIVA; BASES COMPLEMENTARIAS y CONCURRENTES DE LA COMUNICACION.

3. FUNCION CONNOTATIVA O CONMINATIVA. Define las relaciones entre el MENSAJE y el RECEPTOR. De tal modo que la conminación pueda dirigirse a la inteligencia o a la afectividad del receptor.

(1) Guiraud, Pierre. Semiología, 15 Edición, Siglo XXI, 1968, p. 41

La función conminativa considera dos aspectos:

EL OBJETIVO COGNOSCITIVO: del que se derivan los códigos de señalización, programas operativos (trabajo, tácticas etc.) EL SUBJETIVO AFECTIVO: el que proceden los códigos sociales y estéticos para movilizar la participación del receptor. Esta función acrece su importancia en la publicidad, donde el contenido referencial del mensaje desaparece ante los signos que apuntan a una motivación del destinatario, ya sea condicionándolo por repetición o desencadenando reacciones afectivas subconscientes.

4. FUNCIÓN POÉTICA. ESTÉTICA. Define la relación del MENSAJE consigo MISMO. En las artes el referente es el mensaje que deja de ser instrumento de la comunicación para convertirse en su objeto. Así se crean los mensajes-objeto, que van más allá de los signos, son portadores de su propia significación y pertenecen a una semiología particular: estilización, simbolización, etc.

5. La FUNCIÓN FÁTICA tiene por objeto: AFIRMAR, MANTENER O DETENER LA COMUNICACION. Está representada por los signos que sirven para verificar si el circuito funciona: ¡ R O L A !, ¿ ME ESCUCHAS ?, etc. Tiene un papel determinante en ritos ceremonias, discursos, donde el contenido del mensaje tiene menos importancia que el hecho de la presencia y unión del grupo.

EL REFERENTE del mensaje fático es la propia comunicación; el del mensaje poético es el propio mensaje y el del mensaje emotivo es el emisor.

6. FUNCIÓN METALINGÜÍSTICA. Define el sentido de los signos que corren el riesgo de no ser comprendidos por el receptor. Una palabra entre comillas se puede utilizar para remitirnos al código del cual se extrae la comunicación. De la función metalingüística procede también la elección del vehículo o medium.

El referente del mensaje en este caso es el propio código, v.g.f., una pala de carbón en una exposición de arte adquiere significación estética.

2.7 PASOS METODOLÓGICOS

SI LA ESCUELA NO ENSEÑA A LEER NI
A ESCRIBIR NI A ESTUDIAR NI A
ORDENAR Y EXPRESAR LAS IDEAS,
ENTONCES ¿ QUE HACE ?

DR. FRANCISCO GUTIERREZ P.
PEDAGOGO EN COMUNICACION

2.7. PASOS METODOLÓGICOS DE LA PEDAGOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.

La pedagogía de la comunicación reintroduce al ser humano a un universo de percepciones visuales y sonoras, operaciones fundamentales en el acto de conocer; la escuela primaria puede aportar un goce nuevo y motivador en el aprendizaje, ya que el alumno está siempre deseoso de estímulos, sensaciones y percepciones.

Los pasos metodológicos propuestos conforman un proceso eminentemente dinámico, que de ninguna manera será igual para todos los niños, dado que existen unos más intuitivos, otros más reflexivos o algunos con mayor grado de sentimentalismo que los demás.

1er. PASO. EDUCACIÓN DE LA PERCEPTIVIDAD O LECTURA DENOTATIVA DEL SIGNO (1)

Cada signo es vehículo de comunicación y pensamiento. Percibir una imagen es un proceso más complicado para los adultos que para los niños.

Una deficiente lectura denotativa (perceptividad) llevará a una errónea interpretación de los significantes y por consiguiente a la falta de un espíritu crítico frente a la televisión u otros medios de comunicación colectiva.

La práctica indica que la percepción exige variados ejercicios y una educación minuciosa para llegar a la objetividad que es indispensable y se propone como requisito de esta metodología.

(1) Gutiérrez Francisco. El Lenguaje Total, 5a Edición, Editorial Humanitas, Buenos Aires 1982, p.101

Las diferentes actividades artísticas así como la televisión pueden servir para despertar y educar el registro sensorial completo de las personas, es decir abrir de par en par las puertas del aprendizaje. Esto se logra orientando al niño a moverse, oler, ver, tocar, oír, del modo más completo y con la mayor libertad posible para familiarizarse con la contextura el tono, el movimiento, silencio, ritmo y forma. Lo que interesa en la denotación es obtener el máximo de respuestas sensibles tanto en cantidad como en calidad. Si en la educación del niño se logra poner claridad a sus sensaciones, podremos llegar a establecer una relación entre la acción y el sentimiento e incluso entre la realidad y nuestras ideales.

2º. PASO. EDUCACION DE LA INSTITUCION (lectura connotativa)

El primer impacto de los lenguajes de la televisión origina en nosotros una reacción intuitiva. Aceptamos o rechazamos intuitivamente. Este enfrentamiento nos introduce en un muestrario de significados cuyo descubrimiento requiere de una participación más activa por parte del espectador.

La importancia de la respuesta intuitiva es que implica un contacto directo con la realidad y esto es de gran valor en el proceso educativo. La comprobación, analítica racional vendrá después. Es conveniente dar mayor énfasis a las aportaciones personales de los educandos, por más subjetivas que resulten. El ambiente de una dinámica de grupo es el más propicio para pasar de respuestas intuitivas formulados en plena libertad a un análisis sereno de

La sistematización rigurosamente científica a la que puede llegar el grupo tendrá repercusiones muchísimo más duraderas por estar fundamentados en una genérica natural del psiquismo infantil.

3º PASO. CRITICIDAD O PERSONALIZACION

El alumno necesita valorar su propia reacción. Las respuestas connotativas del paso anterior han de ser examinadas a la luz aportada por la lectura denotativa y por la visión estructural. La crítica deberá estar basada en el análisis científico del elemento perceptivo y tendrá un triple objetivo:

1. **Visión de la obra como una realidad histórica.** Un programa de televisión o un poema son un trozo de historia que el autor trata de hacernos vivir intensamente. El análisis crítico ha de llevarnos a realizar un estudio acucioso de todas las implicaciones culturales, políticas, sociales, económicas y religiosas de la obra. El alumno dejará de ser simple espectador para convertirse en recreador o autor de la historia.

2. **Visión del creador.** La televisión nos pone en contacto con la realidad que el autor ha recreado y ha hecho suya. Esto significa que la realidad nos llega deformada o dignificada a través del guionista, productor y del realizador de un programa. La lectura de imágenes nos pone en contacto con una doble realidad: la del mundo de los seres que estos representan y la de los autores de las imágenes y sonidos.

3. **Visión crítica.** Ni intuitiva ni críticamente la obra estudiada puede quedar al margen de la propia vida. Habrá que examinar cuáles

quedaran haber sido las motivaciones del autor en relación con el receptor: educar, informar, alienar, entretener, etc. La reflexión nace de la práctica.

4º. PASO. LA CREATIVIDAD

La televisión es una fuente de autoexpresión de los niños que a fin de expresarse bien no sólo necesitan conocer sino sentir.

El deseo más la necesidad de expresarse constituyen el fundamento de la creatividad del educado.

Los pasos metodológicos del Lenguaje Total quedarían truncados de no poder realizar la dinámica de grupo. Cuando se trata de poner en común la lectura denotativa de un cuadro, de una foto, de un anuncio de televisión, el diálogo resultará valioso si se tiene en cuenta que es fruto de la perceptividad de varias personas. Lo mismo sucede con la reflexión crítica y con mayor razón en el momento de autoexpresión creativa.

DINAMICA DE GRUPO

Es obvio que una metodología que se basa en la comunicación concede gran importancia a la intercomunicación que se lleva a cabo en dinámica de grupo.

La empatía o capacidad de situarse verdaderamente en el lugar de la otra persona, obligándonos a pensar y sentir como el otro piensa y siente, es muy necesaria para que se pueda establecer una dinámica de grupo favorable en esta experiencia educativa.

Un diálogo de grupo basado en el amor, confianza y la fe puede provocar un clima favorable entre los estudiantes. Los pasos metodológicos del lenguaje total quedarían truncados de no poder realizarse una interacción sináptica conveniente al grupo.

Cuando se trata de poner en común la lectura de un cuadro o de una foto, el diálogo resultaría valioso si se toma en cuenta que el fruto será resultado de la perceptividad de varias personas. Lo mismo sucede en la reflexión crítica y con mayor razón en el momento de autoexpresión creativa.

A algunas veces la realidad de una película o un programa de televisión no puede ser comprobada físicamente: el deseo de corroborar datos perceptivos propios con los datos y criterios de los otros miembros del grupo resulta una necesidad.

La comunicación participada ha de ser vivida para aprenderse. Se necesita romper con la relación de dependencia entre el maestro informador y el alumno oyente.

REQUISITOS DEL GRUPO

1. EL GRUPO MAYOR

Hay que conformarlo en equipos entre 5 y 7 personas. Un equipo pequeño favorece el conocimiento mutuo más profundo, la libertad, la amistad, el respeto y la responsabilidad compartida.

2. GRUPO SIN PREDOMINIO DEL LIDER

No es necesario dar comisiones de moderador, secretario, etc. Estas funciones pueden ser cumplidas por todos. Cuando se nombra un responsable de tomar nota, los demás ya no se ocupan de ello.

Los alumnos tienen que trazar sus propias normas para cumplir los trabajos. La autoridad no ha de imponerse, más bien es una consecuencia de la buena dinámica del grupo.

3. GRUPOS VARIABLES

Cada que se lance un nuevo núcleo generador, hay que variar los equipos de trabajo, dar libertad de elección y procurar que los líderes no arrastren a ciertos compañeros ni anulen su participación por una amistad mal entendida. Una dinámica así, propicia el conocimiento rápido de todos los integrantes del grupo escolar.

CONSECUENCIAS DEL TRABAJO EN DINAMICA DE GRUPO

1. El quehacer educativo es una tarea compartida que nace de la propia dinámica del trabajo.
2. La tarea educativa ha de volver a centrarse en el alumno y no en el profesor.
3. Todos los alumnos han de tener la oportunidad y la posibilidad práctica de expresar sus sentimientos y a través del diálogo tratar temas del programa escolar y problemas educativos a su alcance.
4. La reflexión grupal participada y la personalización son resultado de la comunicación horizontal que se tiene que dar dentro del grupo.
5. El grupo ha de proporcionar el máximo de cohesión y de fuerza para desarrollar la creatividad. Sólo así podrá darse el verdadero compromiso para la propia educación, el encuentro con uno en la aceptación a los demás.

NUCLEO GENERADOR

Antes del inicio del año escolar, se debe pensar en los objetivos generales que se pretenden lograr de acuerdo a la edad y a las necesidades de la comunidad educativa, mismos que se tratan de alcanzar por medio de los centros de interés o núcleos generadores, que pueden estar sujetos a cambios, si en el desarrollo de actividades surgen otros de mayor impacto educativo.

El núcleo generador es una problematización que se presenta al grupo, obtenida de una noticia, anuncio o programa de televisión o radio. Da lugar a dos momentos Metodológicos: analítico y sintético.

Es el motor que pone en marcha todo el proceso dando origen a los más variadas posibilidades educativas. Los horarios, el sistema del trabajo y de la misma evaluación están sometidos al desarrollo del trabajo.

Todo núcleo consta de cinco etapas fundamentales: gestación, análisis formal, análisis interdisciplinario, síntesis creativa y evaluación.

La programación, la investigación, la creatividad y la evaluación son actividades interdependientes para completar el proceso.

1.- GESTACION DEL NUCLEO

El centro de interés nace del trabajo de grupo; los alumnos, con gran motivación y compromiso, animados por los profesores en una primera etapa, han de dar nacimiento al núcleo.

a) Búsqueda del tema: El tema puede ser dado por un acontecimiento local, nacional o internacional: originarse en el deseo de

profundizar un subnúcleo anterior, ser resultado de la necesidad de investigar algunos temas del programa.

b) Enriquecimiento del tema. Profesores, alumnos y padres de familia pueden y deben poner los medios a su alcance para enriquecerlos, según las capacidades y especialidad, para que el proceso resulte lo más completo posible.

c) Estructuración del tema. Con todo el material (poemas, cuentos, tira cómica, fotografía, canciones etc.), uno de los profesores, el que más relación tenga con el tema, debe darle coherencia y unidad narrativa; antes de ser lanzado debe estudiarse, para detectar los conocimientos que se desprendan de él.

2. ANALISIS FORMAL DEL NUCLEO

Objetivos de esta pedagogía son los de educar la percepción, la intuición, la reflexión crítica, etc. De ahí la importancia de realizar un análisis formal:

a) Lanzamiento del núcleo. Es conveniente que sea en el salón de actos, en un día y hora fijados, en presencia de todos los alumnos, para darle más impacto, formalidad e interés, al anunciarse en carteles.

b) Lectura Denotativa del núcleo(Estudio Objetivo) Implica una descripción minuciosa de cada uno de los signos lingüísticos, icónicos, sonoros, etc. La lectura se da en equipos pequeños (de 4 a 6 integrantes), a fin de que cada uno realice una enumeración objetiva, lo más exhaustiva posible, de todos los contenidos del núcleo.

Se debe evitar cualquier interpretación personal en esta primera parte. Los signos se analizan como referentes, no como significantes.

Análisis denotativo de los signos:

Técnicos: decorados (ambientes), personajes (protagonistas), acciones (de los protagonistas en sus ambientes).

Lingüísticos: diálogos, monólogos, palabra impresa, etc.

Sonoros: música, canciones, ruidos, silencios.

Hay alumnos sumamente objetivos e incluso detallistas que perciben lo que los adultos no logran.

c) Lectura Connotativa del núcleo. (Estudio Subjetivo). Con los mismo equipos de trabajo y metodología con que se realizó la lectura denotativa debe llevarse a cabo la lectura connotativa. Este es el momento en el que cada alumno puede expresarse subjetivamente, de acuerdo al impacto que le hayan producido los diferentes signos.

Se ha de dejar en plena libertad a los alumnos para que digan no sólo lo que piensan sino lo que sienten también.

No se trata aún de encontrar la verdadera significación de los signos, puesto que puede tener una significación diferente para cada alumno.

Los resultados de estas lecturas se ponen en común para enriquecimiento de todos, porque una denotación bien hecha es el camino más rápido para conseguir la empatía entre los componentes del grupo.

c) Lectura Estructural. (Estudio crítico reflexivo del núcleo).
en este paso se trata de confrontar los aportes subjetivos con los
datos objetivos enfrentar los signos como referentes con los
mismos signos como significantes, por la necesidad de verificar la
propia respuesta connotativa. Esta lectura responde al desarrollo
del espíritu crítico frente a la televisión, que cada día tiene
programas más enajenantes y nocivos.

D. ANALISIS INTERDISCIPLINARIO DEL NUCLEO

La lectura denotativa, la connotativa y la reflexión crítica
permiten un análisis lo suficientemente profundo para encontrar
diferentes temas de investigación y estudio, que en alguna forma
tienen relación con el núcleo.

a) Programa de contenidos. Es importante que todos los temas
encontrados en la asamblea se agrupen por áreas o asignaturas;
además, que los alumnos se reúnan voluntariamente de acuerdo
a sus intereses y aptitudes. Esta programación se puede realizar
en forma de pautas de trabajo, especificando bibliografía y de ser
posible material didáctico, visitas a centros de producción de la
comunidad, etc. Es recomendable, en caso de planificación por
asignaturas, reestructurar las pautas de trabajo por áreas. Al
final de esta etapa de planificación, cada uno de los equipos
especializados tiene que entregar a todos los alumnos de la
sección las pautas de trabajo que les permitan investigar primero,
y posteriormente crear nuevos significantes.

b) - Investigación de contenidos. La investigación no queda reducida a un llenado de fichas ni tampoco se trata de realizarlas únicamente como estudio para la puesta en común. Los objetivos consisten esencialmente en la búsqueda de todos aquellos elementos para la elaboración o reestructuración de contenidos.

El trabajo de investigación puede durar de 3, 4 ó más días: mientras, se hace indispensable el uso de la biblioteca y de cualquier otra fuente de información, dentro o fuera de los muros de la escuela, acompañados por el profesor que oriente y guíe al equipo que recurra a él en busca de ayuda. No responderá a sus objetivos si se reduce a cumplir con una tarea impuesta. Cada equipo debe profundizar en ese campo, de acuerdo a sus gustos y a los intereses especiales del grupo. Lo importante es habituarse a resolver los problemas en la forma más eficiente posible.

c. Resolución de dudas. El equipo de profesores y cada uno en su asignatura o área elegida deberán actuar como un verdadero radar. Las dudas deben encontrar el remedio inmediato y adecuado en la retroalimentación, que indica los obstáculos en los cuales los educadores deberán actuar rápidamente. Todos los equipos investigan el total de asignaturas, a fin de descubrir la interrelación existente entre las diferentes áreas que se desprenden de un núcleo generador común.

4. SINTESIS CREATIVA (Creación de nuevos significantes)

La verdadera asimilación de los contenidos investigados ha de realizarse por medio del proceso de creatividad, ya que los

contenidos necesitan ser reelaborados, recreados, es decir, estructurados mentalmente por los propios alumnos.

La creación de nuevos significantes pone en juego el uso de diferentes medios o técnicas de expresión: fotografías, pintura, vídeo etc. Esto no se ve como simple técnica audiovisual, sino como forma de creatividad y agente formidable de información.

Los talleres de expresión son indispensables en esta etapa, los ejercicios pueden presentarse en cuatro formas:

a) Significantes kinésicos, orales y escritos: relatos orales, mesas redondas, entrevistas, piezas teatrales, relatos escritos, descripciones etc.

b) Significantes icónicos y lingüísticos. Relatos gráficos, artículos de revistas, historietas, guiones, fotocuentos, fotonovelas, fotomontaje, marionetas, etc.

c) Significantes orales sonoros. Invención de diálogos (para un cuadro, una pintura etc.) fondos sonoros, montaje sonoro, canciones, música (popular, clásica), etc.

d) Significantes provenientes del cine y la televisión. El videotape permite la realización de los más variados y valiosos ejercicios de creatividad.

5. EVALUACION DEL NUCLEO

El proceso del desarrollo del núcleo generador termina con la evaluación y la crítica de las creatividades de los diferentes grupos. En esta evaluación no se pueden dar pautas ni directrices.

Conviene que se reúnan varios equipos para que se critiquen mutuamente. Es importante que se establezca la comunicación participada entre perceptores y creadores. Debe realizarse bien esta etapa, ya que constituye parte culminante del núcleo, por significar para los educandos la toma de conciencia de su aprovechamiento, productividad y empeño. El compromiso es precisamente el mejor testimonio de la validez de la evaluación. Con esta etapa se complementa el proceso de aprendizaje en comunicación participada, primordial objetivo de la pedagogía de la comunicación. (1)

(1) Gutiérrez Pérez, Francisco, El Lenguaje Total, 3a. Edición, Editorial Humanitas, Buenos Aires, 1982.p.52

2.8 LA TELEVISION Y SUS LENGUAJES

LA TELEVISION ES UN MAESTRO A
DOMICILIO, QUE HABLA CON UN
LENGUAJE DE IMAGENES CONCRETAS,
REALISTAS Y SENSORIALES.

PROFR. RAMON PADILLA.
PEDAGOGO EN COMUNICACION

2.8 LA TELEVISION Y SUS LENGUAJES

Vivimos en un ambiente saturado de imágenes y sonidos, comprobando a cada momento los alcances cualitativos y cuantitativos de este fenómeno social. La televisión con sus lenguajes entra a los hogares, completando la información visual de revistas y periódicos y dando origen a personas (niños, jóvenes o adultos) acostumbradas al extenso consumo de imágenes.

CARACTERISTICAS DE LA IMAGEN

1) - Re-creación de la Realidad. Las imágenes que vemos, tanto en la televisión como en las pinturas, no son copia fiel sino una re-creación de la realidad; hacen referencia a seres abstractos, fantásticos, genéricos, creados artificialmente en la mente del productor.

2)- Inmediatez. (1). Las imágenes ofrecen informaciones concretas y vivenciales. En su presencia, la percepción, intuición y afectividad entran en acción mucho antes que se tenga la intención de captar algún mensaje.

3)- Forma de expresión. Nos comunicamos con los demás por medio de imágenes y sonidos, las primeras integran un lenguaje universal y eterno.

4)- La Significación. Toda imagen de televisión, por sencilla que parezca, está cargada de un sentido propio, que proviene de su analogía con el objeto que representa, y de una segunda significación, relacionada con el sujeto creador, que va más allá de la simple representatividad.

(1) Gutiérrez Pérez, Francisco. El Lenguaje Total, 5a. Edición, Edit. Humanitas, Buenos Aires, 1982, p. 22

La televisión ofrece una serie de realidades imprevisibles que desconciertan las convenciones y posibilidades del sentido de la vista, al representarse en formas no habituales. Ante tal variedad de estímulos artificiales, rápidos y caóticos, lógicamente el psiquismo humano ha cambiado y el detener o interferir en este tipo de comunicación sería como transformar a las personas en objetos.

La imagen móvil obliga al niño y al joven a vivir tanto en el pasado como en el futuro o en un presente inmediato, acostumbrándolos a no establecer diferencias temporales en la vida real.

Es indispensable que todo educador de primaria se ejercite en el análisis de mensaje, para que pueda orientar a los educandos a reconocer la manera en que el emisor selecciona cada elemento formal o referencial, a fin de discriminar entre mensajes estereotipados y los que sirven para enriquecer la propia percepción, o nos llevan a conocer una información a fondo.

La televisión incluye las formas pictóricas (encuadre, líneas, color, composición, ángulos, etc.), además de los materiales usados en la comunicación oral.

El estudio de la imagen atiende a cuatro puntos principales:

1) LOS PERSONAJES. En su aspecto físico y en el psicológico.

2) EL DECORADO. Pueden ser elementos naturales, inanimados (colinas, rios, rios etc.), la vegetación (árboles, plantas) y las construcciones (casas, puentes etc.). La ambientación la constituye la combinación de los elementos del decorado.

3) LAS ACCIONES. Son todo cuanto realizan los personajes (nombres, animales, objetos personalizados) y los fenómenos de la naturaleza. Las acciones nos ayudan a conocer la forma de ser de los personajes, nos dan la interpretación de los hechos según la idea del autor.

4) LAS IMPRESIONES. Son producidas por la descripción de la manera de ser de los personajes, quienes descubren sus sentimientos por sus gestos y acciones. Impresiones de alegría, ternura, paciencia, inquietud.

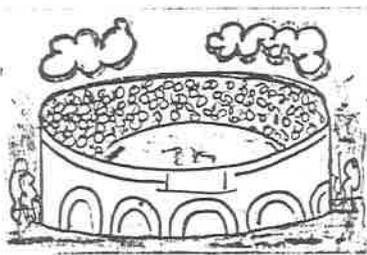
CLASIFICACION DE LA IMAGEN

Los planos de las imágenes se pueden dividir en tres categorías:

1. PLANO DE LOS DECORADOS O DEL AMBIENTE



1.1. G.P.G. GRAN PLANO GENERAL. (E.L.S. EXTREME LONG SHOT). Enfoque al infinito de un paisaje lejano donde no se distingue figura humana. Es un plano descriptivo porque los productores se sirven de él para mostrarnos el ambiente en el que se desarrolla la acción.



1.2. P.G. PLANO GENERAL. (B.L.S.. BIG LONG SHOT). El decorado se nos acerca, la cámara trata de evidenciar algo que interesa a la narración y se debe centrar la atención; puede ser la visión de conjunto de una plaza, de un monumento, un caserío, la multitud en un estadio. Los personajes no son reconocibles, sólo forman parte del decorado.



1.0. P.G.C. PLANO GENERAL CORTO P.C. PLANO DE CONJUNTO.
(L.S.,LONG SHOT). En él ya la cámara se ha acercado a los personajes; sin embargo el decorado sigue ocupando una parte importante del encuadre, pero podemos comprobar que el ambiente está en función del hombre y forma parte de su vida.

2. PLANO DE LOS PERSONAJES

Describen el aspecto físico de los personajes, mostrándolos en el decorado que los rodea. Uno y otro tienen una importancia creciente a medida que el personaje ocupa mayor espacio en el encuadre.



2.1. P.E. PLANO ENTERO (F.S., FULL SHOT). Toma de los personajes de cuerpo entero. Aquí el decorado está plenamente en función de los personajes; los vemos más cerca de la cámara. Lo que interesa es el hombre entero, de la cabeza a los pies, no importa la posición que adopte. Es la forma más natural de ver a los personajes en la vida diaria.



2.2. P.M. PLANO MEDIO. (M.S., MEDIUM SHOT). La figura humana en el plano medio aparece cortada por la mitad, desde la cintura.



2.3. P.M.C. PLANO MEDIO CORTO P.P.M. Primer. PLANO MEDIO.
(M.C.U., MEDIUM CLOSE UP). Corta a los personajes del medio tórax hacia arriba.



3. P.M.L. PLANO MEDIO LARGO P.A. PLANO AMERICANO.
(M.F.S., MEDIUM FULL SHOT). Capta al hombre desde las rodillas.

3. PLANOS RELACIONADOS CON LA CARA

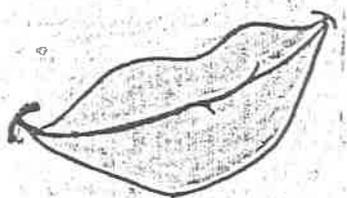
Son expresiones de sus rostros, traducen los sentimientos de los personajes, pueden tener un gran valor dramático.



3.1. P.P. PRIMER PLANO. (C.U., CLOSE UP). El personaje está encuadrado desde la parte superior de los hombros.



3.2. G.P.P. GRAN PRIMER PLANO P.P.P. PRIMERISIMO PLANO (B.C.U., BIG CLOSE UP) Es cuando aparece sólo el rostro ocupando toda la pantalla desde la barbilla hasta el inicio del pelo.



3.3. P.D. PLANO DE DETALLE, (E.C.U., EXTREME CLOSE UP). Se toma un detalle de la persona: unos aretes, unos ojos, boca. La marca de un producto o un objeto es también un PLANO DE DETALLE (T.S., TIGHT SHOT) para poner en relieve aspectos a los cuales se les da una importancia especial, estar ligado a sentimientos profundos del ser, recuerdos, etc.

FUNCIONES DE LOS MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Una vez definidas las características generales de la imagen, es preciso estudiar ahora su proceso creativo: es decir, la función de la cámara como agente activo de la toma de la realidad.

Primera función, acompañar a un personaje u objeto en movimiento.

Segunda, creación de movimiento ilusorio en un objeto estático.

Tercera, descripción de un espacio o acción que tenga un contenido o material dramático único o unívoco.

Cuarta, definición de las relaciones espaciales entre los elementos de la acción.

Quinta, relieve dramático de un personaje o un objeto destinados a tener un papel importante en el desarrollo de la acción.

Sexta, expresión subjetiva de un personaje en movimiento.

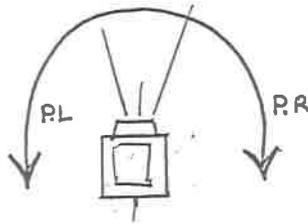
Séptima, denota la tensión mental de un personaje.

Los tres primeras son funciones meramente descriptivas. Cuando el movimiento de la cámara no tiene valor en sí, sólo permite que el espectador vea mejor. Las funciones de la cuarta a la séptima tienen valor dramático, dado que el movimiento de la cámara tiene significación en sí y tiende a expresarlo.

MOVIMIENTOS DE LA CÁMARA

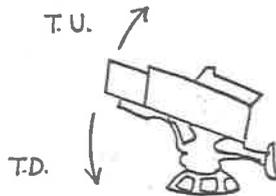
Al hacer las tomas de la cámara, se seleccionan libremente los movimientos y los ángulos: lo importante es saber razonar los motivos de la selección.

1. PANNING. -Son giros de la cámara sobre su eje para dirigir la atención o seguir una acción.



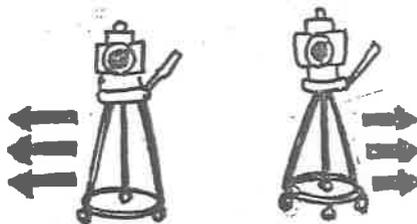
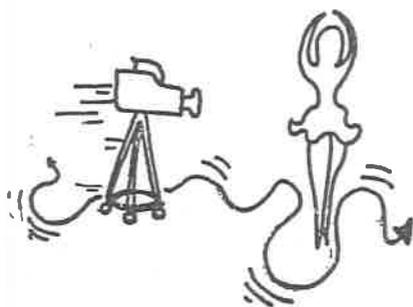
A.GIRO A LA IZQUIERDA (Pan Left) B.GIRO A LA DERECHA (Pan Right)

2. TILT. Giro de la cámara sobre su eje, similar al Panning.



A.GIRO HACIA ARRIBA (Tilt Up) B.GIRO HACIA ABAJO (Tilt Down).

3. TRAVELLING. Viaje de la cámara cuando se desplaza sin dirección con todo y su transporte para seguir a los actores o la acción.



A. DESPLAZAMIENTO A LA IZQUIERDA (Travel Left)

B. DESPLAZAMIENTO A LA DERECHA (Travel Right).

4. DOLLY. Desplazamiento de la cámara con "dolly", riel o grúa.



D. I.



D. B.

A. DOLLY IN. Acercarse al objetivo. movimiento de la cámara hacia adelante

B. DOLLY BACK. Retirarse la cámara hacia atrás.

Las panorámicas horizontales (PANNINGS) a la derecha y a la izquierda ayudarán en el plano descriptivo. La acentuación del movimiento dependerá de la impresión que se quiera dar: amplitud, belleza de paisaje o, por el contrario, visión más restringida, más íntima. Se realiza a través de giros de la cámara sobre su cabezal. A los giros de la cámara hacia arriba y hacia abajo se les llama TILTS.

Los TRAVEL RIGHT, TRAVEL LEFT, movimientos laterales a derecha e izquierda o TRAVELLING, siguiendo al personaje, y los DOLLY IN o DOLLY BACK permiten acompañar a un personaje por más tiempo. Pueden detallar con más precisión una parte del decorado. Hacia adelante, puede acercarse a una cara para estudiarla mejor, a un objeto, precisándonos lugar, color, importancia, etc. En movimiento hacia atrás, amplía el campo de acción y sitúa a los personajes y los objetos en el lugar del emplazamiento. Estos movimientos pueden tener un valor tanto descriptivo como dramático.

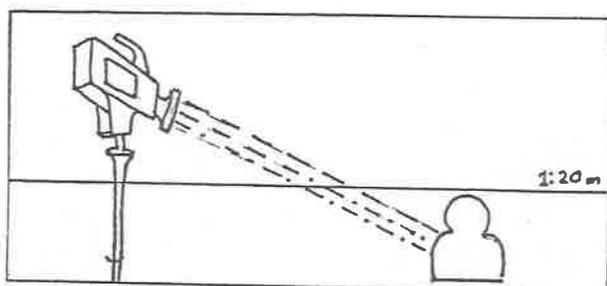


5. PED UP. Sube cámara con pedestal o grúa (CRANE UP, BOOM UP).

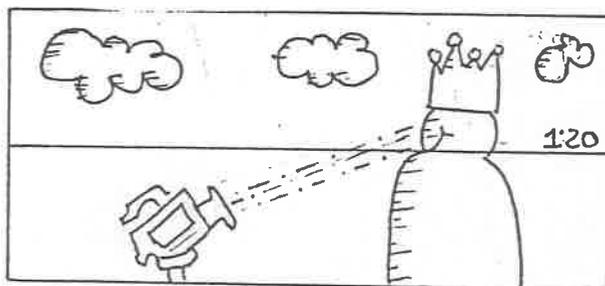
6. PED DOWN. Baja la cámara con pedestal o grúa (CRANE UP, BOOM DOWN).

ANGULOS DE TOMA

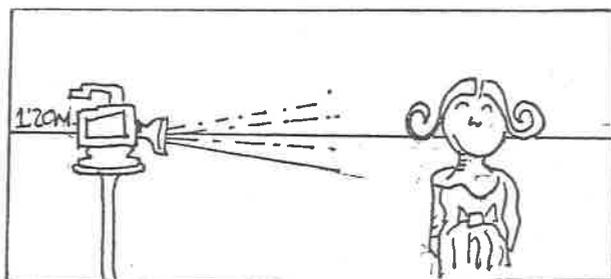
a). **PICADO** . Es cuando la cámara se coloca a una altura de más de 1.20 m., enfoca al objetivo de arriba hacia abajo. El picado puede ayudar a traducir la fragilidad, el aislamiento, la intimidad de un recinto. Puede darnos la situación de un lugar al mirarlo desde la altura.



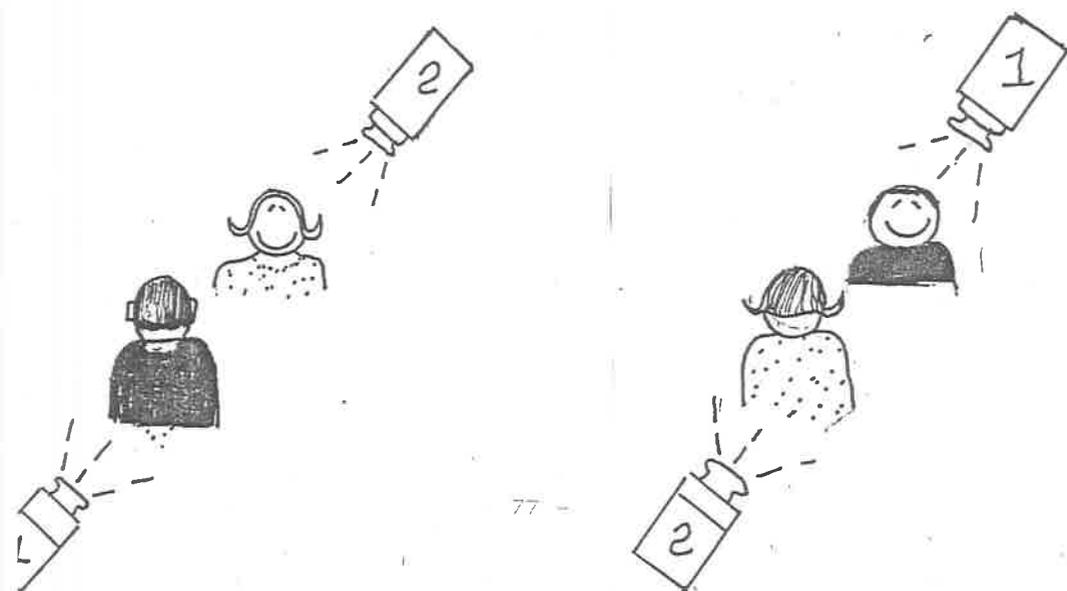
b). **CONTRAPICADO**. En este caso el ángulo que se forma se debe a que la cámara se coloca a menos de 1.20 m. de altura, con el propósito de engrandecer visualmente a un hombre o a un objeto; ayuda a mostrar sus deseos de poder. También se utiliza subjetivamente al simular que la cámara fuera una persona que ve a otra desde abajo.



c) **NORMAL.** Es la forma usual del encuadre de la cámara y es cuando ésta se coloca cerca del 1,20 m., altura aproximada de la mirada de los ojos de los personajes.



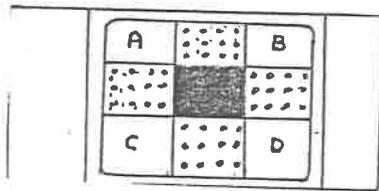
d) **CAMPO Y CONTRACAMPO.** Es lo que se usa normalmente en el diálogo de las personas. Se capta en forma alternativa a uno de ellos de frente y parte de la espalda del otro. Esto no quiere decir que sea obligatorio en todos los casos. Cada autor tiene una forma artística de mostrar su mundo y ciertos momentos (especialmente psicológicos) descartan esta técnica por inadecuada.



COMPOSICION

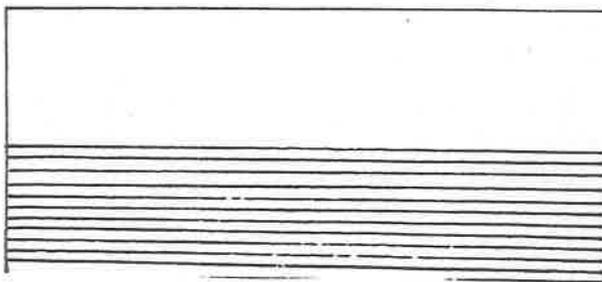
Dentro del encuadre, la composición tiene su antecedente en las normas experimentadas por la pintura, que estudia la adecuada distribución de líneas, masas y colores del tema, con el fin de obtener la expresividad deseada, que puede ser una composición equilibrada o desequilibrada, según las exigencias expresivas, el estilo, etc.

Si se divide la altura y la anchura del encuadre en tres porciones, cada una con línea imaginaria, resultará lo siguiente:

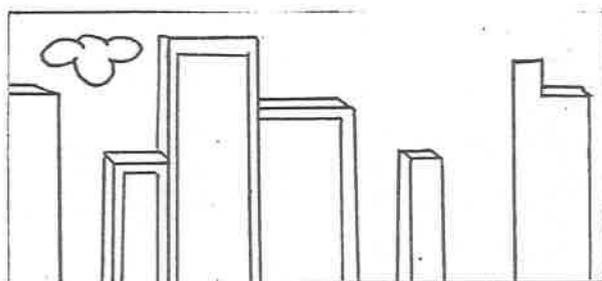


1. El rectángulo negro constituye la zona de máximo interés del encuadre, es aquella que el espectador ve en primer lugar.
2. Las zonas punteadas son las que siguen en interés.
3. Los cuatro rectángulos A, B, C y D son las zonas más débiles.

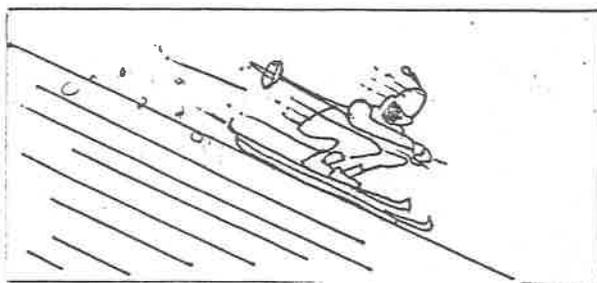
No existen reglas fijas que obliguen a determinadas normas. El estilo se establece como resultado de la voluntad estilística de cada autor. Sin embargo, subconscientemente algunas disposiciones compositivas remiten a determinados estados anímicos, que generan ciertas emociones en el espectador.



La composición con predominio de líneas horizontales nos da una sensación de calma, tranquilidad y paz.



Las líneas verticales toman la función de distinción, grandeza, definen un estado de tensa espera.



Las diagonales en composición pueden significar dinamismo o desequilibrio.

RITMO

Al leer un texto videograbado podemos tener la sensación interior de diferentes ritmos:

RITMO RAPIDO, si se realizan una serie de planos cortos.

RITMO LENTO, si se le da un tratamiento a base de planos largos. Una regla a seguir para mantener un buen ritmo es que no podemos pasar de planos muy cortos a uno muy largo, porque se vería un cambio brusco denominado brinco.

SONIDO

En toda traducción a imágenes se le da especial importancia a la sonorización por la música y los ruidos ambientales, que pueden llegar a la creación de imágenes sonoras, es decir, cuando se oye algo que nos hace evocar una figura que no vemos.

RUIDOS AMBIENTALES

La selección del paisaje puede imponer los ruidos (canto de los pájaros, ruido de las olas golpeando sobre las rocas, etc). Los sonidos ambientales interiores pueden estar unidos a la intimidad familiar (tictac del reloj, crepitar del fuego, maullido de un gato, pasos, etc.).

MUSICA

La selección de esta parte debe estar en concordancia con el ritmo del texto y con la atmósfera que queremos crear. La selección de los trozos musicales significa una dimensión valiosísima en la auténtica educación musical de los alumnos.

EFFECTOS CON LA CAMARA

El lenguaje televisivo recurre a diferentes efectos que hacen las veces de SIGNOS DE PUNTUACION.

La PUNTUACION es para dar a entender al espectador algún cambio de escena, de ritmo o de línea narrativa.

El CENITAL : Es una toma desde la parte superior de una escena, realizada con el fin causar un efecto psicológico.

Los FADES. FADE IN: De obscuro se va aclarando poco a poco para aparecer la imagen. FADE OUT: De luz normal a obscuridad, va desapareciendo la imagen.

Al FADE IN y al FADE OUT juntos se les llama FUNDIDO ENCADENADO o DISOLVENCIA. Esto consiste en tomar dos imágenes; una se va imponiendo y la otra va desapareciendo.

WIPES (CORTINILLAS). se utilizan para dar transferencia de una toma a otra en sentido vertical, horizontal, diagonal, etc.

EL BARRIDO. Movimiento violento de la cámara que se detiene en un objeto o persona que se desea captar con impacto psicológico.

IRIS O FOCO.- Las cámaras tienen un primer anillo, colocado sobre el objetivo (lente), que al accionarse sirve para enfocar y desenfocar. (FOCUS IN) Enfoque. (FOCUS OUT) Desenfoque.

ZOOM . Al igual que el iris, el zoom es un anillo sobre el lente que se opera en forma manual y automática en la siguiente forma: el ZOOM IN. acercamiento o cierre de la toma, y ZOOM BACK, alejarse de la imagen por medio del lente o abrir la toma.

A la cámara se le puede dar indiferentemente la función OBJETIVA, cuando la cámara es como un espectador y sólo describe la toma; y la función SUBJETIVA, cuando para dar mayor impacto dramático, la cámara hace la función de un actor más en la escena.

EFECTOS ESPECIALES. Se utilizan comúnmente algunos generadores de efectos que dan más de 300 posibilidades combinables de transferencia de una toma a otra en el trabajo de edición.

ANIMACION COMPUTARIZADA. Requiere de un equipo más especializado de postproducción.

3.9 LA CREATIVIDAD

LOS HOMBRES DE LA TIERRA CULTIVAN CINCO MIL ROSAS EN UN JARDIN Y NO ENCUENTRAN LO QUE BUSCAN. LOS OJOS SON CIEGOS, HAY QUE BUSCAR CON EL CORAZON.

ANTOINE DE SAINT EXUPERY
EL PRINCIPITO.

2.9. CREATIVIDAD

Los niños se manifiestan con mayor espontaneidad que los adultos. No es utopía crear una serie de condicionamientos basados en la televisión que permitan expresarse con máxima creatividad.

H. Read define la Educación como el cultivo de los modos de expresión y consiste en enseñar a los niños y a los adultos a hacer sonidos, imágenes, movimientos, herramientas y utensilios. "Un hombre que pueda hacer estas cosas es un hombre educado" (1)

Hay varios mitos acerca de las personas creativas, según John M. Keil, (2). Entre ellos, que las personas creativas son mundanas, cultas, presuntuosas, y que han leído mucho. Que las personas creativas son más inteligentes que las demás. Que la gente creativa es desorganizada. Que los creativos son ingeniosos y casi nunca resultan aburridos.

La realidad, no tiene obligatoriamente que ser así. Sin embargo, hay ciertos rasgos que parecen caracterizar a los creativos que han tenido éxito:

- a) Disposición para realizar ideas.
- b) Capacidad de aceptar la crítica.
- c) Poder trabajar bajo presión.
- d) Producir en una gran variedad de condiciones físicas y medios.
- e) Trabajar en más de un proyecto a la vez.

(1) Read, Herbert, Educación por el arte, Paidós, Buenos Aires, p.208.

(2) Keil, John M., Creatividad, Edit. McGraw-Hill, México, 1988, p.6

El subconsciente es una importante reserva creativa, un buen creativo sabe que debe alimentarlo y dejarlo trabajar por sí mismo. Una de las formas más comunes de permitir que funcione el subconsciente es ocupar la mente en algo muy alejado del tema que se tiene entre manos, como una forma de darse un descanso ordenado.

Otra fuente común y natural de ideas es el fluir del pensamiento, motivado por el mismo creativo o por estímulos externos, como las reuniones de grupos temáticos, en las que se provoca un debate sobre un tema o proyecto dado, entre personas no comprometidas en el trabajo.

La mayoría de las personas creativas necesitan algo más que dinero como recompensa por sus desvelos. Esto puede significar honores, publicidad, prerrogativas no concedidas a otros: elementos que distinguen claramente a quienes los reciben del resto de la gente y que implican un reconocimiento público de sus esfuerzos.

Los buenos profesores creativos se preocupan por averiguar acerca de quienes son sus alumnos y compañeros creativos, porque el proceso y el producto creativo del que son responsables dependen de una gran variedad de factores externos.

LA CREATIVIDAD es una de las cualidades más importantes de tomar en cuenta por un maestro; si no es INNATA, HAY QUE DESARROLLARLA.

3. REFLEXIONES

LA PALABRA, LA HERMOSA, LA SAGRADA
PALABRA: AQUELLO QUE ESTA
SEMITESCONDIDO, SUBYACENTE EN LA
IMAGEN, ES LO QUE VERDADERAMENTE
VALE, LO QUE VERDADERAMENTE DICE.

UNAMUNO, ARANGUREN Y OTROS.

III. REFLEXIONES

1. Es una necesidad pedagógica la interacción educativa entre la escuela y el hogar, entre los niños y los educadores (padres y los maestros).
2. En un mundo en que todos nos comolicamos la vida hasta no ser dueños de nuestro tiempo, esta comunicación nos resulta casi imposible, pero no por eso menos necesaria e inaplazable.
3. La educación es un bien que se adquiere durante toda la vida en la interacción con el ambiente donde el niño desde muy temprana edad se encuentra en contacto con la televisión.
4. Debemos reconocer que como educadores somos una contradicción y a veces un fracaso, y que aun así pretendemos ingenuamente proponernos como modelos de niños y jóvenes.
5. Las imágenes de la televisión ofrecen informaciones concretas y vivenciales; en su presencia la percepción, la intuición y la afectividad entran en acción mucho antes de que se tenga la intención de captar algún mensaje y sus modelos van desde Alejandra Guzmán, Luis Miguel a Madona o Michael Jackson.
6. La televisión, como uno de los medios más cercanos a los hogares, da origen a que los niños se acostumbren a un intenso consumo de imágenes.
7. Las nuevas generaciones no nos admiten como ejemplos ni teórica ni prácticamente. Esta es una situación existencial que no podemos ignorar.
8. Es objetivo principal de la educación primaria el desarrollo armónico de todas las facultades del ser humano, para su

adaptación al mundo social y al desenvolvimiento de su espíritu creativo.

9. Los educadores no podemos imponer normas de conducta que no practiquemos: silencios absolutos, inmovilidad, repeticiones innecesarias, memorizaciones sin sentido.

10. Es responsabilidad del educador facilitar el aprendizaje de los alumnos en forma agradable y eficaz, que los ayude a comprender su realidad biopsicosocial y los conduzca a lograr con éxito sus objetivos en la vida.

11. Nuestro problema de adultos es no asimilar el cambio y estar convencidos de que los que tienen que cambiar son los alumnos.

12. Son características de los niños de primaria: el juego, la imitación, la fantasía, el realismo, el afán de competencia, la satisfacción por el trabajo, la espontaneidad, el entusiasmo, y otras cualidades más que pueden ser estimuladas positivamente aprovechando los recursos de la televisión.

13. Los niños están viviendo en su mundo. No es fácil modificar una conducta.

14. Somos los adultos los que tenemos la obligación de cambiar.

15. Es fácil mandar y conseguir la obediencia de los niños por la fuerza. Es más fácil enseñar a los demás lo que deben hacer o dejar que la enseñanza sea impartida por otros (La televisión); lo que es difícil es aprender en conjunto, con padres y alumnos. los modelos de aprendizaje que debemos reinventar día a día.

16. El ser humano es esencialmente el mismo hoy que ayer, pero no lo es existencialmente. Todo en nuestro entorno ha cambiado... los

- educadores no queremos cambiar y culpamos a otros de los malos resultados en los exámenes tradicionales.
17. Todo profesor responsable de su misión educativa no puede permitir que los niños sigan siendo consumidores pasivos de toda clase de programas que presenta la televisión.
18. Nos indigna una melena, una falda muy corta o que alguno de nuestros alumnos no traiga los zapatos del uniforme, el cual ya no se exige como obligatorio, y no admitimos la disminución de autoridad del profesor ante los multicolores mensajes de la televisión.
19. La elaboración de guiones y la producción de videos educativos constituye una modernización sin precedente para el proceso educativo en la primaria, ya que posibilita la perceptividad, incrementa el espíritu crítico y fomenta la creatividad de los niños.
20. La creatividad no es un don inalcanzable; se desarrolla cuando se da la oportunidad de expresarla; podemos, en cualquier edad, aprenderla de los niños.
21. En la lectura y escritura de imágenes se aprende a profundizar en los significados por la interpretación de los significantes.
22. Ya es hora de ofrecer al educando una imagen diferente de la escuela primaria. Los salones de clase no pueden presentárselos como un lugar tremendamente aburrido al que deban asistir porque no queda otro remedio.
23. El lenguaje hablado y escrito adquiere en las imágenes y sonidos una complementación necesaria.

24. Los alumnos, durante su etapa escolar, dedican muchas horas más frente al aparato televisor que las que pasan en clases, por lo que se sienten más afectados por los mensajes positivos o negativos presentados con todo lujo de imaginación y fantasía, que por los regaños de padres y maestros.

25. Educarse bien no es únicamente obtener buenas notas. Las imágenes de la televisión, antes de existir en una cinta de 1/2 pulgada o más, deberían existir en la mente de los miembros de la comunidad educativa para motivar aprendizajes más trascendentes.

26. Es indispensable la determinación de que todo educador, adquiera conocimientos acerca de los lenguajes de la televisión, ya sea en forma sistemática, como una materia de tronco común en escuelas formadoras de maestros, o como una superación personal constante basada en la investigación documental y en la práctica diaria.

27.- Los ejercicios propuestos en este ensayo han sido llevadas a la práctica por una servidora y por otros maestros, en escuelas de esta ciudad y de otras más, comprobando ampliamente las bondades de esta metodología.

A manera de una carta abierta a los "señores educadores", con todo respeto presento estas reflexiones pidiendo tan sólo se den una oportunidad para comprobarlo.

MEJOR QUE APRENDER MUCHO ES
APRENDER COSAS VERDADERAS.

PROFR. ANTONIO CAPONETO

PROPUESTA

Este trabajo propone que niños, maestros y padres descubran en la praxis la conjunción armoniosa del lenguaje verbal, el lenguaje de las imágenes, el lenguaje de los sonidos de la televisión, a través de la ejercitación de las formas de comunicación visual y sonora: pintura, escultura, música, cine radio y TELEVISION, en el ámbito de nuestra escuela primaria, con el propósito de motivar la investigación y los hábitos de estudio.

La responsabilidad es compartida y el objetivo concreto y alcanzable: APRENDER A LEER, ESCRIBIR Y EXPRESARNOS CON LOS LENGUAJES DE LA TELEVISION. El aprendizaje progresivo consiste en repasar los pasos metodológicos que la pedagogía de la comunicación ha llevado a la práctica con magníficos resultados desde hace más de 20 años.

Se deberá iniciar con el estudio de la imagen fija, figuras fijas en secuencia; se continúa con el análisis de bandas sonoras, discos, cassettes, audio de películas sin ver el video, para culminar con los lenguajes auditivos y visuales de las imágenes de la televisión.

Denotar, connotar, reflexionar serán el preámbulo necesario para todos los trabajos de creatividad: fotografías, tiras cómicas, fotocuento, guiones de comerciales de un producto inventado, o una cápsula educativa para televisión, propiciados por los núcleos generadores seleccionados semanal o quincenalmente, según sea el interés.

LECTURA DE IMAGEN FIJA (EJERCICIO)

MATERIAL: Fotografías, carteles a base de imágenes, paisajes, reproducciones de pintores no conocidos, etc., previamente marcadas con número progresivo registrado en un listado de títulos del autor.

1. Dinámicas de presentación

Se pedirá a los niños que observen bien las fotografías y que elijan una que sea la que más se identifique con su personalidad, se presenten ante el grupo con ella explicando al final de la lectura de los demás, el porqué de su elección.

2. Lecturas denotativas

Con la misma imagen y con otras realizar inventarios de sus elementos constitutivos: personajes, objetos, escenarios, de la forma más objetiva posible. Esta descripción puede registrarse por escrito y platicarla a los demás de la forma más objetiva posible, cuidando no caer en apreciaciones subjetivas en estas primeras lecturas.

3. Lecturas connotativas

De acuerdo a la lectura anterior, se les busca título a las imágenes pensando en el que hubiera elegido el autor.

4. Contar pequeñas historias utilizando series entre 3 a 7 imágenes, que puedan expresarse sin palabras.

5. Realizar ejercicios similares a manera de tira cómica en las que se les quite el texto escrito a los globos.

6. Escribir una obra con imágenes recortadas de revistas y/o fotografías en forma de collage.

7. Ejercitarse en fotosecuencia (de 3 a 7 fotografías); que platicuen y se adivinen historias en secuencia cronológica, y también cambiar las secuencias y los significados.

8. Análisis reflexivo y crítico.

De todas las lecturas y trabajos presentados por los maestros, los alumnos se ejercitarán en la crítica reflexiva y en la forma de mejorar la comunicación por imágenes.

9. Creatividad

De los núcleos generadores lanzados por los maestros, deberán resultar trabajos de los alumnos producto de su creatividad, y correlacionados con los temas del programa escolar.

10. De acuerdo a los pasos metodológicos del lenguaje total se realizan ejercicios para denotar, connotar, etc., programas de radio y Banda sonora de películas, hasta llegar a las imágenes en movimiento. (Ver Guías de Creatividad y Realización de un video 4.1 y 4.2).

4.1 GUIAS DE CREATIVIDAD

UNA IMAGEN QUE NO PUEDA TRADU-
CIRSE A UNA PALABRA CUANDO MENOS.
PODRA SER BONITA, COLORIDA, PERO
NUNCA TAN EFICAZ, TAN DOCENTE NI
MEMORABLE COMO LA PALABRA.

"EL QUIJOTE DE LA COMUNICACION"

GUIAS DE CREATIVIDAD

IMAGEN FIJA. Lenguaje de los elementos constitutivos de la imagen fija.

a) Línea.

CADA LINEA TIENE SU LENGUAJE DERIVADO DE LAS EXPERIENCIAS DEL HOMBRE CON LAS COSAS.

- Vertical; da idea de fuerza, dignidad, resistencia.
- Horizontal; transmite idea de base, fundamento, estabilidad; muerte, inmovilidad, reposo.
- Si la línea del horizonte está alta, da sensaciones de limitación o aplastamiento. Si está baja, significa amplitud y libertad.
- Vertical sobre horizontal: expresa apoyo, firmeza.
- Oblicua; puede significar desequilibrio, inestabilidad, provisionalidad, cansancio, caída.
- Dos oblicuas apoyadas entre sí: expresan estabilidad o equilibrio logrado con esfuerzo.
- Rayo: significa peligro.
- Diagonal del extremo superior izquierdo al extremo inferior derecho: da idea de descenso.
- Diagonal del extremo inferior izquierdo al extremo superior derecho: representa el ascenso.
- Convergentes en la parte superior de la imagen: guían la mirada hacia arriba y dan idea de exaltación.
- Convergentes en la parte inferior: guían la vista hacia abajo y significan depresión.
- Curva: es la línea de la vida, de los seres vivos, de la mujer e indica flexibilidad, agilidad.
- Espiral: expresa movimiento.

b) Angulación (O ANGULO DE TOMA). ES LA POSICION DE LA VISTA CON RESPECTO AL SUJETO QUE SE VE EN LA IMAGEN.

- Normal: con la imagen a la altura real de los ojos.
- Picado: en ángulo descendente. Produce efectos de desprecio, compasión, aplastamiento, etc.
- Contrapicado: el ángulo ascendente. Para mostrar un detalle o exaltar o producir sentimientos de admiración.

c) Encuadre DISTRIBUCION DE LOS OBJETOS EN EL LIMITE ESPACIAL

- Por su formato puede ser vertical, cuando el sujeto así lo requiera, u horizontal o apaisado.
- Si el objeto o sujeto se encuentra en el centro, tiene una función documental.
- Si se encuentra hacia el lado izquierdo da idea de inicio, comienzo, ida.
- Si se encuentra hacia el lado derecho, significa final, regreso.

d) Plano ESPACIO QUE ABARCA UN ENCUADRE

En relación a la cara y la persona:

- Extreme close up (E.C.U.) = Plano de Detalle = de la cara de la persona.
- Big close up (B.C.U.) o primerísimo plano (P.P.P.). desde la barbilla hasta el inicio del cabello.
- Close up (C.U.) o primer plano (P.P.). Acercamiento al rostro desde la parte superior de los hombros.
- Medium close up (M.C.U.) o primer plano medio (P.P.M), plano medio corto (P.M.C.), de medio tórax hacia arriba.

Estos cuatro primeros planos tienen una función expresiva.

- Medium shot (M.S.) o plano medio (P.M.), de la cintura hacia arriba o hacia abajo.
- Medium full shot (M.F.S.) o plano americano (P.A.) o 3/4. Abarca, como su nombre lo indica, 3/4 partes de la persona; de las rodillas hacia arriba.
- Full shot (F.S.) o plano entero (P.E.), toma de la persona completa.

Los tres planos anteriores se fundamentan en la acción. Lo importante no es la persona sino lo que hace.

En la relación con el ambiente:

- Long shot (L.S.) o plano de conjunto (P.C.), plano general corto (P.G.C.): abarca el espacio que determina la acción.
- Big long shot (B.L.S.) o plano general (P.G.) o panorámica: ubica el ambiente general.
- Extreme long shot (E.L.S.), gran plano general (G.P.P.): enfoque al infinito de un paisaje lejano donde no se distingue figura humana.

Estos tres planos cumplen una función documental, descriptiva.

En publicidad:

- Tight shot (T.S.): toma de un detalle del producto.
- Product shot (P.S.): toma de todo el producto.

En relación a animales o cosas:

- Plano de conjunto: el objeto entero (P.C.)
- Plano de detalle (P.D.). Acercamiento a una parte del todo.

- e) Color LOS COLORES PRIMARIOS SON TRES: ROJO, AMARILLO Y AZUL.
- Mezclando entre si los primarios se obtienen los secundarios:
 Con azul y amarillo se obtiene verde.
 Con azul y rojo el morado.
 Con rojo y amarillo, el naranja o anaranjado.
 - Son complementarios los colores que se oponen en el círculo cromático:
 Azul y naranja.
 Amarillo y morado.
 Rojo y verde.
 - Son trios armónicos los colores que, en el círculo cromático, quedan en los vértices de un triángulo equilátero:
 Rojo, azul y amarillo.
 Naranja, morado y verde.
 - Son relacionados los colores que se encuentran vecinos en el círculo cromático:
 Rojo con violeta por un lado y naranja por el otro.
 Azul con violeta por un lado y verde por el otro.
 Amarillo con naranja por un lado y verde por el otro.
 - Los colores que no están en el círculo cromático se obtienen por la mezcla de los primarios y secundarios.
 - El negro es la ausencia de color.
 - El blanco es la mezcla de todos los colores.
 - Es monocromático un color en sus diversos matices.
 - Es neutralizado un color al que se le agrega gris.
 - Quanto más puro es el color más luminoso.
 - Hay contrastes máximos:
 Negro sobre blanco.
 Negro sobre amarillo.
 Rojo sobre blanco.
 Blanco sobre rojo.
 - Hay contrastes mínimos:
 Verde sobre rojo.
 Rojo sobre verde.
 Negro sobre rojo.

4.1.1 Cartel

PUEDE SER PUBLICITARIO (POSTER) CUANDO VENDE O HACE PROFAGANDA DE UN PRODUCTO O UNA IDEA, O CONTESTATARIO CUANDO TRATA DE EXPRESAR SU DESACUERDO CON LOS VALORES IMPORTANTES EN LA SOCIEDAD.

- Su tamaño puede ir desde .65 X .50 m. en forma vertical.
- Es importante que el cartel llame la atención a primera vista.
- En él debe predominar la imagen.
- La imagen debe ser visible aun de lejos.
- Si son dibujos deben estar simplificados, pero comprensibles.
- Si es blanco y negro, lo importante es la línea.
- Si es un color, lo importante es la mancha.
- Si se tiene palabra debe estar condensada una fórmula publicitaria, en una fórmula publicitaria (slogan)
- Las letras deben ser grandes y sencillas, de modo que resalten y puedan leerse a lo lejos.

- Guión técnico de cartel:

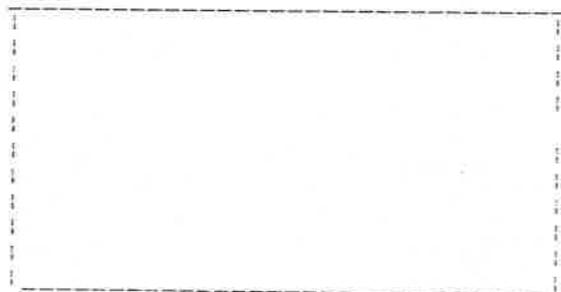
Distribución de funciones:

- + dibujante
- + titulista
- + Guionista

Forma, estilo y tamaño de las letras.

Tipo y tamaño del papel.

Esquema gráfico.



O
la
forma
que
se
desea

4.1.2 "Collage"

OBRA EN LA QUE SE UTILIZAN ELEMENTOS MUY DISIMILES, COMO PINTURAS, PEDAZOS DE PAPEL RECORTADO, CUERO, PIEDRAS, ETC.

- Puede o no transmitir una idea.
- Hay absoluta libertad en su elaboración.

4.1.3 Recortado OBRA MURAL COMPUESTA POR RECORTES DE FOTOGRAFÍAS DE DISTINTAS FORMAS.

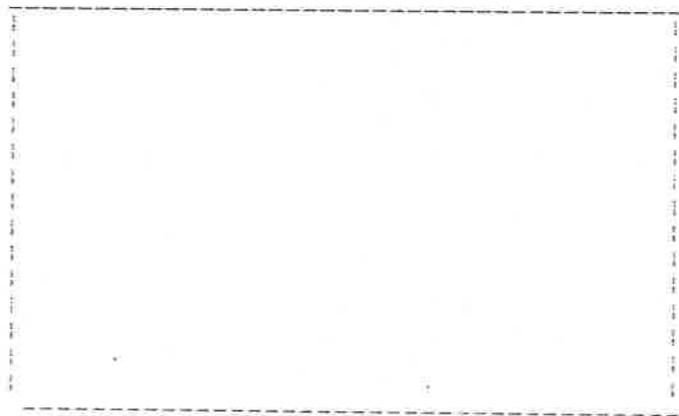
- Las fotografías se escogen en función de una idea central.
- Su tamaño es variable.
- Debe llamar la atención de lejos.
- La imagen debe transmitir el mensaje sin refuerzo de palabra.
- Guión técnico de recortado:

Tipo y tamaño de papel.

Enumeración de las fotografías.

Esquema gráfico.

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-
- 6.-
- 7.-
- 8.-



4.3.4 Caricatura EXAGERACIÓN DE LOS RASGOS CARACTERÍSTICOS DE UNA PERSONA, ANIMAL O SITUACIÓN.

- Casi siempre es dibujo.
- Puede ser únicamente imagen.
- Puede tener texto.
- Por lo general lleva un título.
- Normalmente su formato es vertical.
- Puede o no estar enmarcada.
- Quién técnico de caricatura.

Distribución de funciones:

- Guionista.
- Dibujante.

Técnica

Texto y tipo de letra (si hay texto).

Elementos de que se sirve para exagerar o ridiculizar la realidad.

Esquema gráfico.



4.1.5 Tira cômica SERIE DE VIÑETAS (MÍNIMO 2) QUE PRESENTAN PLANTEAMIENTO, DESARROLLO Y DESENLACE, SIENDO ESTE SORPRESIVO Y GRACIOSO.

- Sus personajes se basan en la caricatura.
- Lo cômico se puede enfatizar con la palabra.
- El ideal es que la imagen hable por si sola.
- Viñeta es cada uno de los pictogramas. Puede tener distintas formas y utilizar diferentes técnicas de dibujo.
- La parte que encierra la palabra se llama globo o vîrgula.
- Cuando la colilla del globo es continua, significa que la persona est hablando.
- Cuando la colilla es en forma de rueditas, quiere decir que la persona est pensando.
- Si la colilla tiene forma de rayo, quiere decir que la voz sale de un aparato.
- En algunas ocasiones el globo puede servir de puente entre dos viñetas.
- La tira cômica suele auxiliarse de sonidos onomatopéyicos.
- También usa signos como los ajos y cebollas para indicar enojo o malas palabras, estrellas par indicar dolor, notas para expresar música, etc.

4.1.7 **Fotonovela** HISTORIA CONTADA CON FOTOGRAFÍAS A LAS QUE SE UNE UN TEXTO (EN BLOQUES EXPLICATIVOS O GLOSOS).

- Está ordenada y narrada según el nivel de las facultades emotivas del consumidor.
- Generalmente llena las características del melodrama.
- Presenta un planteamiento, un desarrollo, un clímax y un desenlace.
- Por su tiraje es un medio masivo, uno de los más fuertes en la actualidad.
- Por su sistema de distribución y por los amplios y variables lapsos de tiempo transcurridos entre la emisión y la captación del mensaje, se considera personal.

4.1.8 **Fotocuento** ES COMO LA FOTONOVELA, PERO SE LE DIFERENCIA POR SU ASPECTO "CREATIVO" QUE GUIA EN LA OBSERVACION, ORIENTA EN LA REFLEXION Y COMPRUEBA UNA REALIDAD.

- Su estilo debe ser directo y sencillo.
- Las fotografías deben ser impactantes.
- Debe tener un mínimo de textos.
- Guión técnico de fotocuento o fotonovela:

Título

Distribución de funciones:

- + Guionista
- + Director
- + Fotógrafo
- + Diseñador
- + Titulista
- + Reportero.

Característica de los personajes, ambiente y acción.

| No. de foto | Contenido | Técnica | Texto |
|-------------|-----------|---------|-------|
| | | | |

4.1.5 Periódico mural COMO SU NOMBRE LO INDICA ES UNA PUBLICACION PERIODICA QUE AFARECE EN UN MURO.

- Debe, ante todo, cumplir una función social en relación con el grupo humano al que esta dirigido.

- De preferencia, debe girar alrededor de un solo tema.

- Su tamaño puede ir desde .90 X 1.20 m. en forma apaisada.

- Debe estar sobre un bastidor o una base firme.

- Puede estar en un mismo plano o haciendo sobresalir algunas de sus partes.

- Se debe colocar en un lugar frecuentado y amplio donde no haya otra cosa que llame más la atención. (Evitar corredores, escaleras, comedores, etc.)

- Debe predominar la imagen y ser visible de lejos.

- Por la distribución de la imagen y la combinación de colores, debe ser atractivo.

- Se pueden emplear fotografías (grandes y con pocos elementos), dibujos, caricaturas, tira cómica, etc.

- La palabra debe funcionar como reforzadora de la imagen. (No la imagen reforzadora de la palabra).

- La palabra debe estar condensada y ser clara. (Precisa, concisa y no profusa, ni confusa ni difusa).

- Las letras que se empleen deben ser grandes, sencillas y claras, en algún color resaltante.

- Guión técnico de periódico mural:

Distribución de funciones

- + Guionista
- + fotógrafo
- + Dibujante
- + Titulista.

Tipo y tamaño del periódico.

Título o nombre del periódico.

Enumeración de elementos.

Esquema gráfico.

4.1.10 Radio SISTEMA DE COMUNICACION DE SONIDOS POR MEDIO DE ONDAS HERTZIANAS. Es EL MEDIO DE MAYOR PENETRACION.

-Es un medio colectivo, simultáneo, instantáneo, dinámico. Su auditorio es disperso, casi personal y libre.

-Utiliza cuatro elementos: voz, música, efectos (F.X.) y silencio.

-Por medio de la combinación de estos cuatro elementos se debe propiciar el vuelo de la imaginación.

-Toda ambientación o sensación debe lograrse a través de la correcta utilización de los elementos. (La voz, por ejemplo, nos hace saber el estado de ánimo, condición social, edad, etc., de la persona).

-Tipos de programación:

| | | |
|------------------|----------------------|-------|
| Programa musical | Vivo | |
| | Grabado | Disco |
| | | Cinta |
| Voz actuada | Drama | |
| | Comedia | |
| | Cómico | |
| Voz narrada | Noticiario | |
| | Comentario | |
| | Información cultural | |
| Voz en acción | Entrevista | |
| | Reportaje | |
| | Mesa redonda | |
| Varietades. | | |

- Tipos de comerciais:

Cênico

Cantado (jingle)

Dramatizado

Expositivo

Narrado

Diálogo

Contado

Mixto

4.1.11 Discoforo

- Se forman equipos de 4 ó 5 personas.
- Se escucha el disco por primera vez.
- Se dan las instrucciones al grupo.

a) Análisis objetivo del disco:

¿Es música instrumental o canción?

¿Qué instrumentos tocan?

¿Cuáles llevan el ritmo y cuáles la melodía?

Si es canción, ¿quién canta?

¿Cuál es la idea central de la letra?

¿Cuáles son las secundarias?

¿Hay adecuación entre la frase gramatical y la frase musical?

b) Opinión subjetiva:

¿Qué mensaje capta cada quien?

¿Qué sentimientos despierta?

¿Hay algo que guste o disguste especialmente? ¿Por qué?

¿Los valores que transmite son los valores del grupo?

¿Presenta un reflejo de la realidad? ¿Es crítico?

c) Conclusiones:

¿Qué aplicación práctica podríamos sacar?

- En los grupos pequeños se evalúa el trabajo de equipo.
- En el grupo grande se ponen en común las conclusiones de todos los equipos.

IMAGENES EN MOVIMIENTO.

a) **Comerciales** PROPOSITO: LOGRAR ACCION (VENTA) A CORTO O INMEDIATO PLAZO Y DESARROLLAR TODO UN PROCESO DE VENTA, PARTE DE UNA CAMPAÑA, CON UN ANUNCIO DE 30, 20 O HASTA 10 SEGUNDOS.

- A través del sistema AIDA (Atención, Interés, Deseo y Acción)

- La atención del espectador se logra captar por los encabezados, frases cortas. Ej. "¿A que no puedes comer sólo una?" "NO me juzgues por ser bonita". etc.

Interés - Cuando el producto no es muy conocido, en los siguientes segundos se muestran las ventajas reales o exageradas, mediante un texto e imágenes que despiertan el deseo por adquirir el producto anunciado.

La acción se busca por medio, de frases cierre de venta, que procuran que la acción se dé al menor plazo, a veces en el mismo día. Ej. "Adquiéralo ya", "Sólo por hoy", etc.

- Guión literario.

- Guión Técnico.

- (Story Board) es el guión presentado con dibujos para mejor comprensión de los encuadres principales de cada toma.

- Distribución de funciones:

- Creativo

- Guionista

- Diseñador

- Director

- Actores

Si se cuenta con una videocámara, se puede lograr un trabajo más completo, inventando un producto y éste puede ser educativo.

4.2 REALIZACION DE UN VIDEO

EL PRINCIPITO BEBIO CON LOS OJOS CERRADOS. AQUELLA AGUA ERA DULCE COMO UNA FIESTA, ERA ALGO MAS QUE UN ALIMENTO, HABIA NACIDO DEL CAMINO BAJO LAS ESTRELLAS, DEL CANTO DE LA GARRUCHA, DEL ESFUERZO DE MIS BRAZOS. ERA UN REGALO DEL CORAZON.

EL AVIADOR (RECORDANDO)
ANTOINE DE SAINT-EXUPERY.

"EL PRINCIPITO"

4.3. REALIZACION DE UN VIDEO

Toda obra audiovisual se compone de tres partes principales que son: el guión, la realización y la edición, hacemos énfasis en :

EL GUIÓN es la etapa más importante, en cuanto a que es el punto de partida, la materia prima de la futura obra; y por lo tanto, sin él las otras dos no pueden existir.

Sin el guión sería imposible la preparación: busca de locaciones, actores o participantes, locutores, permisos, planes de trabajo y otras cuestiones básicas como la de establecer un presupuesto. Sin embargo el guión no es un fin, no tiene por sí solo valor como obra literaria. Es un medio, es el vehículo que conduce a un objetivo de un programa comercial o documental, de radio o televisión.

Guión literario. Paradójicamente se le dice literario, simplemente porque es el escrito que prepara la obra audiovisual; es insustituible porque supone la imagen, el tiempo y el espacio.

La forma, el ritmo la continuidad, la ordenación de los materiales son parte del guión técnico de radio o video.

a) LA IMAGEN

En la preparación de un guión no se trata simplemente de imaginar una historia o relato y luego pensar cómo se va a transformar en imágenes. Desde un principio, el guionista, tendrá que pensar en imágenes. Una imagen debe ser muy fuerte y significativa, ayudar de manera importante a provocar una emoción, transmitir una idea, hacer claro un mensaje, contribuir a comprender una tesis.

Lo que da sentido a un relato audiovisual es el encadenamiento y la sucesión de tomas, escenas y secuencias. Una sola imagen fotográfica, un solo cuadro de televisión (1/30 seg.) son en sí capaces de contar una historia.

Existen 2 niveles de lectura de una imagen: denotativo y connotativo.

DENOTATIVO. Cuando se formula una información objetiva, observable y verificable. Lo denotativo se refiere a todo aquello que se encuentra en la imagen (personas, color, objetos, composición etc.)

CONNOTATIVO. Esta lectura debe realizarse posterior a la denotativa, remite a otros códigos (culturales, económicos, psicológicos, políticos, etc.). Es el significado que le damos a la imagen.

Ejemplo:

Una imagen con predominio del color verde. Si nos ubicamos en el nivel denotativo, la imagen nos remite a la gama de colores y es simplemente verde.

Si trascendemos al nivel connotativo, el verde significará esperanza y en el código psicológico, tranquilidad.

La imagen sonora puede ser una pistola que se acciona, subrayada por el ruido del disparo, o ser en un video únicamente el ruido del disparo de una pistola que no se ve, o el efecto sonoro en un programa de radio.

b) DISEÑO DE LA IMAGEN.

Para nuestro objetivo de pensar en imágenes, en el momento de elaborar un guión, técnico no es necesario un escrito plagado de indicaciones técnicas hasta el mínimo detalle (guiones de acero). Para sí es necesario que el guionista tenga conocimientos de los diferentes tipos de encuadre, tamaño de los planos, ángulos, así como tener una idea precisa de la continuidad y ritmo del trabajo completo.

c) TRATAMIENTO DE LA OBRA

Se la forma de presentar el video. Puede llamarse también género.

Género de ficción: define una re-creación de la realidad o una concepción imaginaria, desarrollada por medio de una anécdota narrativa. Ello implica un cuidadoso estudio de la psicología y el temperamento del personaje, el análisis de la época, el lugar de la acción.

La obra documental presupone un enfoque totalmente distinto, ya que sus circunstancias están conectados a la realidad inmediata. Intenta transmitir acontecimientos verdaderos, desde una perspectiva determinada y con un enfoque particular.

Los protagonistas son los hechos verdaderos, las circunstancias reales. Todo ello impone al realizador una investigación de campo, así como un tratamiento acorde a los objetivos de la obra.

Obras con fines didácticos. Se realiza para alcanzar un objetivo de experiencia-aprendizaje. En este tipo de obra se encuentra una

explícita intención de comunicar para enseñar; y se presenta rodeado de otros elementos que en su conjunto integran un programa educativo.

RETO DEL GUIONISTA ES EDUCAR, INFORMAR Y DIVERTIR AL MISMO TIEMPO.

d) IDEA La idea es el punto de partida de la obra, es el hilo conductor que estará siempre presente al principio, en el desarrollo y al final de la obra. No todas las ideas pueden dar como resultado una obra audiovisual. La idea central implica, pide y exige un tema. El tema es pues de alguna manera el primer desarrollo de la idea.

e) TOMA, ESCENA Y SECUENCIA a la Toma se le dice equivalente de un plano, pero no es igual, ya que la toma es una unidad entre corte y corte; incluye movimientos de la cámara, mientras que el plano es una imagen fija. Escena es un lugar o locación, en donde uno o más personajes inician o concluyen una acción (consta de una o varias tomas). Secuencia es el bloque narrativo que ha sido tomado por diversos autores como similar al acto teatral o al capítulo de un libro.

f) TIEMPO REAL - TIEMPO AUDIOVISUAL. El tiempo real tiene una sola dimensión, la lineal, una sola dirección y una sola marcha; no se puede acelerar o cambiar, es uniforme y no admite retroceso. En cambio el tiempo audiovisual es variable, es un verdadero juguete en manos de un guionista.

Principales formas de utilización del tiempo audiovisual:

Asociación: es la igualdad entre el tiempo de acción y el tiempo de proyección. No se usa mucho por la dificultad que implica.

Condensación: Se utiliza para expresar mucha acción en poco tiempo; años y meses se pueden representar en segundos. Es utilizado con frecuencia y se logra sobre todo por la elipsis.

Elipsis: es la supresión de elementos, tanto narrativos como descriptivos, de una historia, de tal forma que se proporcionan suficientes datos, para poderlos suponer como existentes.

Evocación presente: es un espacio dentro de la línea narrativa que marca un estado subjetivo del personaje (deseo, sueño, fantasía).

Salto hacia atrás (flash back): La acción puede comenzar en un tiempo determinado y por el recuerdo se retrocede a épocas anteriores.

Salto adelante (flash forward): La acción comienza en el presente y por alusión se trasladan los personajes a épocas futuras.

g) ESTRUCTURA DRAMÁTICA (Puede ser utilizada en todos los géneros)
Hay diferentes tipos de estructuras gramáticas, pero la construcción lineal clásica es la más utilizada y consta de 3 partes: planteamiento, desarrollado y desenlace. Si nos ubicamos en una obra documental o didáctica, serían motivación, desarrollo y conclusiones, o en el caso de un comercial (educativo) los tres momentos se convierten en: encabezado, texto y frase cierre de venta.

El esquema de la distribución de tiempos en cualquiera de los casos se representa en la siguiente línea.

| | | | | | | | | |
|-----------------|-----|---|-------------|---|-----|--------------|-----|---|
| 1 minuto | | | 4 minutos | | | 1 minuto | | |
| 5 segundos | | | 20 segundos | | | 5 segundos | | |
| 3 | 1/6 | 3 | 2/3 | 6 | 4/6 | 3 | 1/6 | 3 |
| 3PLANTEAMIENTOS | | | DESARROLLO | | | 3 DESENLACES | | |

Como en una película o telenovela, realizador o guionista deben captar y conservar la atención del espectador; resulta conveniente terminar el planteamiento de una obra con un nudo dramático que por su impacto obligue a observar el video completo.

Durante el desarrollo se aclaran conflictos y dudas; es recomendable que los acontecimientos se resuelvan de la forma más interesante posible.

BIBLIOGRAFIA

YA NO ME NECESITAS, LO QUE
REQUIERES ES SEGUIR ENCONTRANDOTE
A TI MISMO, UN POCO MAS CADA DIA,
A ESE VERDADERO E ILIMITADO PEDRO
SAVIOTA.

RICHARD BACH

BIBLIOGRAFIA

EDUCACION

1. BARBOSA HELDT. Antonio. Cien años de Educación en México. Mexico D.F., Editorial Pax México, 1972, 317 p.
2. BUSTAMANTE PARTIDA. Rafael. Amalos, edúcalos y déjalos ir. México, D.F., Edit. Escuela de padres, 1985, 84 p.
3. CHICO GONZALEZ. Pedro. Estilo personalizado en Educación Técnicas y principios. Madrid, Editorial Bruño, 1972, 528 p.
4. CHICO GONZALEZ. Pedro. Educar para el futuro. Madrid, Edit. Bruño, 1970, 265 p.
5. GARCIA DAVILA, J. Filadelfo y varios autores. Gran Enciclopedia temática de la educación. México D.F., Edit Etesa, 1978, 1942 p.
6. GINOT. Haim. Maestro-Alumno. El ambiente emocional para el aprendizaje. México D.F., Pax México, 1974, 260 p.
7. GUTIERREZ PEREZ. Francisco. Strip - Tease de la Escuela. Edit IALPEC, Heredia, 1981, 220 p.
8. NERICI Imideo Giuseppe. Hacia una didáctica general dinámica. 10a Ed. Buenos aires, Edit. Kapelusz, 1973, 542 p.
9. WIMAN, Raymond. Material Didáctico. Ideas prácticas para su desarrollo. México D.F., Edit Trillas, 1985, 174 p.

FOTOGRAFIA

10. BUSELLE, Michael. El libro guía de la fotografía. Barcelona, Edit. Salvat, 1985, 224 p.
11. CIAPANI, Cisco, Trucos y Técnicas especiales de fotografía. Barcelona, Edit Daimon, 1986, 248 p.
12. DESILETS AVEC, Antoine. Aprende fotografía. Barcelona, Edit. Daimon, 1986, 223 p.
13. Fasciculos varios de Enciclopedia de fotografía. Salvat, 20 p. c/u.

14. FONT CUBERTA, Joan. Fotografía conaptos y procedimientos. Una propuesta metodologica. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1990, 204 p.

CINE

15. CARREÑO, Germán. Manual de cine súper 8. 2a Ed. México, D.F., Edit. U.N.A.M., 1981, 86 p.

16. Fascículos varios de Enciclopedia de cine. Salvat, 25 p. c/u.

17. LOTMAN, Yuri. Estetica y semiótica del cine. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1979, 157 p.

18. ROMAGUERA, Joaquín y otros. El cine en la escuela. Elementos para una didáctica. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1989, 168 p.

AUDIOVISUAL

19. BROWN, James y otros. Instrucción A.V. Tecnología, medios y métodos. México, D.F., Edit. Trillas, 1985, 581 p.

20. HURTADO, Moisés. Glosario de términos audiovisuales. México, D.F., Edit. I.P.N. y U.N.A.M., 1969, 63 p.

21. KENT JONES, Richard. Métodos didácticos audiovisuales. 2a. Ed. México, D.F., Edit. Bax México, 1986, 287 p.

HISTORIETAS

22. ALVAREZ CONSTANTINO, Higilio. La magia de los comics coloniza nuestra cultura. México, D.F., Academia mexicana de la educación, 1975, 82 p.

23. MANACORDA DE ROSETTI, Mabel. La comunicación integral. La Historieta. Buenos Aires, Edit. Kapelusz, 1978, 48 p.

24. RODRIGUEZ DIEGUEZ, Jose Luis. El comic y su utilización didáctica. Los tibeos en la enseñanza. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1988, 160 p.

GUIONES

- 25 GONZALEZ ALONSO, Carlos. El gui3n. M3xico D.F., Edit. Trillas, 1986. 61 p.
26. MEDINA ESQUIVEL. Rafael. Guia para la elaboraci3n de un gui3n t3cnico. 2a. Ed. Guadalajara, Jal, Ediciones educativas U.A.G., 1986, 50 p.
27. VALE. Eugene. T3cnicas para un gui3n de cine y televisi3n. M3xico, D.F., Edit. Gedisa, 1988, 133 p.

LINGUISTICA

28. GUIRAUD, Pierre. La Semiologia. 15a. Ed. M3xico D.F., Edit. Siglo XXI, 1988, 133 p.

CREATIVIDAD

29. KEIL. John. Creatividad. C3mo mejorar incrementar y hacer que funcione. M3xico, D.F., Edit. Mc Graw Hill, 1987, 188 p.
30. MARIN IBANEZ, Ricardo. La creatividad en la educaci3n. Buenos Aires, Edit. y Kapelusz, 1974, 40 p.
31. CIRIGLIANO, Gustavo y VILLAYERDE., Anibal. Din3mica de Grupos y Educaci3n. 15a. Ed. Buenos Aires, Edit. Humanitas, 1982, 258 p.
32. CHEHAYVAR Y KURI, Edith. T3cnicas para el aprendizaje grupal. 3a. Ed. M3xico D.F., Edit. U.N.A.M., 1985, 180 p.
33. LARA CASTILLO, Alfonso. El umbral del milenio. M3xico D.F., Edit. Diana, 1992, 92 p.

RADIO

34. GONZALEZ I MDNGE, Ferran. En el dial de mi ocapitre. Las ondas. herramienta educativa. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1989, 191 p.
35. ROMO GIL, Maria Cristina. Introducci3n al conocimiento y pr3ctica de la radio. M3xico, D.F., Edit. Diana, 1991, 120 p.

36. COHEN, Dorothy. Publicidad comercial. México, D.F., Edit. Diana, 1988, 719 p.
37. KEY WILSON. Brian. Seducción Subliminal. México, D.F., Edit. Diana, 1988, 284 p.
38. RIEST, al y TROUT, Jack. Posicionamiento. El concepto que ha revolucionado la comunicación y la mercadotecnia. México, D.F., Edit. Mc Graw Hill, 1986, 250 p.

COMUNICACION

39. ARRANGUREN, José Luis y otros. El Quijote de la comunicación. México, D.F., Edit. Comunicación, 1983, 151 p.
40. BERLO, David K. El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y práctica. Buenos Aires, Edit. Ateneo, 1971, 239 p.
41. CAMPOS, Luis y otros. Pedagogía del lenguaje total vocabulario. Bogotá, Ediciones Paulinas, 1972, 110 p.
42. CASTAÑEDA YAREZ, Margarita. Los medios de la comunicación y la tecnología educativa. 2a Ed. México., D.F, Edit. Trillas, 1992, 72 p.
43. DONDIS, Donis A Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual. 7a. Ed. Barcelona, Edit Gustavo Gili, 1988, 241 p.
44. ESCUDERO YERENA, Ma. Teresa. La comunicación en la enseñanza. 2a. Ed. Mexico, D.F., Edit. Trillas, 1990, 72 p.
45. GUTIERREZ P., Francisco. Pedagogía de la comunicación. 3a. Ed. Buenos Aires, Edit. Humanitas, 1983, 158 p.
46. GUTIERREZ P., Francisco. Idiogonomatésis del lenguaje total. Costa Rica, Edit. Humanitas, 1976, 215 p.
47. MC. QUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Mexico, D.F., Edit. Paidós, 1988, 318 p.
48. PADILLA, Ramón. El texto literario y los medios de comunicación. Colombia, Edit. Paulinas, 1973, 149 p.

49. PRIETO, Daniel. Elementos para el análisis de mensaje. México D.F., Edit. I.L.C.E., 1982, 186 p.

50. RATZKE, Dietrich. Manual de los nuevos medios. El impacto de la tecnología en la comunicación del futuro. México, D.F., Edit. Gustavo Gili, 1986, 354 p.

51. RODO SALINAS, Fernando Jesús. Información y comunicación de los medios y su aplicación didáctica. 2a. Ed. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1992. 142 p.

52. SCHRAM, Wilbur. La ciencia de la comunicación humana. México, D.F., Edit. Grijalbo, 1990. 191 p.

TELEVISION

53. COLOMBO, Furio. Televisión. La realidad como espectáculo. 2a. tirada, Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1977, 107 p.

54. Autores no especificados. El mundo de la televisión. Enciclopedia ilustrada Atlántida. Argentina, Edit. Atlántida, 1963, 66 p.

55. FERRÉS I PRATS, Joan y otros. El video. Enseñar video y enseñar con el video. Barcelona. Edit. Gustavo Gili, 1991, 141 p.

56. GONZALEZ TREVINO, Jorge. Televisión. Teoría y práctica que se debe estudiar. Madrid, Edit. Alhambra, 1988, 167 p.

57. LOPEZ MATEOS, Adolfo y el H. Congreso de la Unión Ley Federal de radio y televisión. Diario oficial del 19 de enero de 1960, 20 p.

58. LLORENC, Soler. La televisión. Una metodología para su aprendizaje. Barcelona, Edit. Gustavo Gili, 1988, 187 p.

59. QUIJADA, M Angel. La televisión, análisis y práctica de la producción de programas. México, D.F., Edit. Trillas, 1986, 109 p.

60. UTZ, Peter. Manual moderno de equipos de video grabación, filmación, edición y audio. N. de Juárez, Edo. México, Edit. Prentice hispanoamericana Hall, 1992, 626 p. (4 tomos)

LECTURAS

61. ROBERT HALT, Maria. Susanita. Paris, Edit. Vda. de Ch. Baurit, 1921, 335 p.

PRENSA

62. GONZALEZ MENDOZA, Graciela. Cómo dar la palabra al niño. Textos sobre impresión infantil. México, D.F., Edit. El caballito, SEP. Cultura, 1985, 155 p.

63. GUILLAMENT, Jaime, Conocer la prensa. Introducción a su uso en la escuela. Barcelona 1988, 141 p.

64. Varios Autores. Liquid television and others Animation, magazine U.S.A 1991, 31 p.

65. DUNCAN, Jody Cinefex magazine... the journal of cinematic illusions Canada 1991, 58 p.

66. Varios autores. Film and Video. The production magazine U.S.A., 1991, 88 p.

67. HEDGEQUE S., John. Complite video course step by step self instruction guide to making great videos. Spain, Edit. Fireside Books, 1989, 254 p.