EL TELEVIDENTE CREATIVO

manual educativo en recepción activa para campesinos

VALERIO FUENZALIDA ■ MARIA ELENA HERMOSILLA

CENECA ■ AREA COMUNICACIONES CECH ■ IER

con la cooperación de OREALC / UNESCO

Inscripción Nº 72.674

Santa Beatriz 106 - Providencia
Fono: 43772 – Santiago-Chile
Primera Edición - 1989

Diseño y diagramación: Area de Comunicaciones CECH.
Composición Computacional: Hombauer. Teléfono: 2516187

Este trabajo recibió apoyo de la Asociación Mundial
de Comunicadores Cristianos (WACC), de Londres.
Las opiniones expresadas no representan
necesariamente las de la WACC.

EL TELEVIDENTE CREATIVO

manual educativo en recepción activa para campesinos

VALERIO FUENZALIDA ■ MARIA ELENA HERMOSILLA

CENECA ■ AREA COMUNICACIONES CECH ■ IER

con la cooperación de OREALC / UNESCO

(1989)

CENECA
Comunicación y Cultura para el Desarrollo

CENECA es una Organización No Gubernamental sin fines de lucro, creada en 1977, con el objetivo básico de promover la comunicación y la cultura para el desarrollo desde una perspectiva democrática. Realiza tareas de investigación en diversas áreas de la comunicación y la cultura, e impulsa programas de animación socio-cultural en comunidades locales y regionales y en organizaciones sociales.

Para estimular la Recepción Activa de TV y propender a la democratización del sistema televisivo chileno, CENECA creó en 1982 un programa especializado en Recepción de TV.

Este programa desarrolla actualmente las siguientes tareas:

1. Elabora **materiales educativos** para contribuir al aprendizaje de una actitud activa ante la televisión.

2. Realiza **capacitación** de monitores para el trabajo de instituciones, organizaciones y grupos sociales en Recepción Activa.

3. Realiza **talleres regionales** en América Latina destinados a capacitar en metodología y a crear condiciones para establecer centros autónomos en Educación para la Recepción Activa de televisión.

4. Investiga el **significado** que los distintos segmentos de televidentes atribuyen a los mensajes televisivos.

5. Estimula una **producción televisiva** adecuada a las características del medio y a las necesidades de los diversos segmentos de destinatarios.

INDICE

INTRODUCCION

La TV es un medio de comunicación que goza de gran prestigio en el medio rural chileno. Cumple un rol de vínculo con la actualidad nacional e internacional y es fuente de entretención y agrado para la familia campesina.

Sin embargo, una investigación reciente sobre recepción televisiva en el campo[1] ha demostrado que los campesinos no se sienten presentes ni valorados en los mensajes televisivos y perciben que la TV está lejos de responder a sus necesidades.

La tarea de promover la formación de televidentes activos es una preocupación prioritaria de CENECA. Desde 1982, ha venido trabajando con educadores, estudiantes de la enseñanza básica y media, jóvenes de sectores populares, mujeres pobladoras, agentes pastorales, educadores populares. Para ello, ha contado con el apoyo permanente del Area de Comunicaciones de la Conferencia Episcopal de Chile y de la Oficina Regional de Educación de la UNESCO. La iniciativa de trabajar con sectores campesinos, ha recibido la colaboración del Instituto de Educación Rural (IER) y de otras instituciones y organizaciones que actúan en el medio rural.

Este manual de trabajo, como lo dice su nombre, pretende contribuir a formar televidentes creativos ante la TV, en un doble sentido: críticos ante as deficiencias del medio y capaces de proponer innovaciones televisivas útiles al mundo campesino.

Los conceptos y actividades que propone este manual, fueron elaborados a partir de la gran cantidad de información obtenida por la investigación sobre recepción de TV en el mundo rural, ya citada. Lo cual garantiza que el manual responde a situaciones y problemas reales.

El enfoque metodológico, caracterizado por el aprendizaje grupal a través de juegos de simulación, ha sido desarrollado y perfeccionado por CENECA a lo largo de muchos años y goza de respeto y aprecio en Chile y otros países de América Latina. Para aplicar la metodología en forma eficiente junto a grupos campesinos, es necesario leer con atención la "Guía para el Animador" (Anexo 2).

Los autores y editores del manual "El Televidente Creativo" ponen a disposición del mundo rural este material de trabajo, con la esperanza de contribuir, desde el punto de vista de la comunicación, a su desarrollo social y cultural.

[1] Fuenzalida Valerio y Hermosilla María Elena. Visiones y Ambiciones del televidente. CENECA, 1989

Unidad 1

LOS ESPECIALES DE PRENSA

Introducción

Esta Unidad se compone de dos sesiones. En la primera sesión, el grupo observará y comentará un programa de TV y en la segunda, realizará un juego que consiste en crear y representar un Especial de Prensa. Ambas sesiores son complementarias; pero si no fuera posible realizar la sesión de observación y comentario, la segunda puede efectuarse de manera independiente.

Sesión 1: Viendo TV

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. ¿De qué estamos hablando?

Además de la información noticiosa que los canales de TV entregan en los noticiarios de mediodía y de la noche, la TV exhibe otros programas que muestran la realidad nacional e internacional de forma más detallada. Son programas que presentan 4 ó 5 temas de interés como el SIDA, el alcoholismo, el pololeo, el aborto, enlazados por un animador o conductor; ejemplos "Temas" e "Informe Especial".

Otros programas presentan la geografía, el bosque, la flora y fauna chilenos, ejemplos "La tierra en que vivimos" y "Al sur del mundo".

Otros, presentan la vida de los animales o del fondo del mar, como el "Mundo submarino de Jacques Cousteau".

Otros presentan adelantos científicos y tecnológicos, como la serie "Mundo (87, 88)".

Finalmente, otros exhiben curiosidades que suceden en diversas partes del mundo, proezas, records notables, como "Aunque usted no lo crea".

Estos programas son muy apreciados por los jóvenes y por las familias campesinas y urbanas en general.

Esta unidad trabajará con los Especiales de Prensa, que son programas como "Temas" e "Informe Especial".

B. **Objetivos**

1. Distinguir el género "Especiales de Prensa" de otros géneros televisivos.
2. Reconocer la estructura de algunos de estos programas.
3. Apreciar los valores y deficiencias de estos programas.
4. Descubrir que a través de la inclusión o exclusión de temas, la TV valoriza o desvaloriza la realidad.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

1. En todo proceso de comunicación hay un **emisor,** un **mensaje,** un **canal** y un **destinatario.** Cuando una persona habla por teléfono, quien llama es el emisor; lo que dice es el mensaje; el canal es la línea telefónica, y el destinatario, es quien se encuentra al otro lado de la línea.

   En un Especial de Prensa, los emisores son la Dirección del Canal y el equipo que elabora el programa; el mensaje, los reportajes que nos muestran; el canal es la TV, y el destinatario, todos nosotros.

2. En la TV hay variados programas que pertenecen a géneros diversos, como musicales, telenovelas, deportivos, etc.

   Los noticiarios son un género televisivo. Ellos presentan diferencias muy evidentes con los Especiales de Prensa, sin embargo, tienen en común que ambos entregan información y enfocan temas de la realidad nacional e internacional. Mientras el noticiario se exhibe una o dos veces al día, el Especial de Prensa se exhibe una vez por semana. El informativo presenta una síntesis de los acontecimientos del día, por lo tanto, entrega un alto número de noticias breves.

El Especial de Prensa presenta pocos temas y los explica más profundamente, reuniendo información de distintas fuentes, opiniones de expertos y puntos de vista diversos.

Habitualmente existe un animador, cuyo rol es presentar el tema y enlazar las distintas fuentes informativas y opiniones.

3. Todos los días ocurren hechos o problemas posibles de ser presentados en los Especiales de Prensa. Sin embargo, sólo algunos son considerados dignos de aparecer en pantalla. Lo que ocurre es que los emisores de TV **valoran** como importantes ciertos hechos, de acuerdo con diversos factores y criterios; y éstos son seleccionados para aparecer en TV. Otros hechos son excluidos por no ser considerados importantes por los emisores.

4. Los emisores, entonces, perciben selectivamente los hechos o temas de la realidad para ser mostrados a los telespectadores.

5. Para destacar o reducir la importancia de un tema, los emisores utilizan el tiempo: a los problemas más importantes se le concede más tiempo. Y por el contrario, los temas considerados menos importantes se muestran en forma más breve.

6. También el orden de los temas en el programa se usa para valorizar: los temas considerados más importantes por el emisor van, generalmente, al comienzo o al final del programa.

D. **Materiales**

- Para ver un programa perteneciente a este género, pueden presentarse tres situaciones:

  a) La institución o grupo posee un televisor y es posible reunirse todos juntos para ver y comentar el programa a la hora de su emisión; por ejemplo, jueves a las 21:30 horas.

  b) No se posee televisor. El animador solicitará a los miembros del grupo que vean el programa en sus hogares y luego se reúnan a comentarlo;

  c) Se dispone de videograbador; en ese caso se graba el programa durante su emisión y posteriormente se exhibe a la hora programada para la sesión con el grupo.

- Papelógrafo y plumones.

- Lápices y papel para tomar notas.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo, que la sesión tiene por objeto ver un "Especial de Prensa" y comentarlo. Dirá también cuál es el programa que ha seleccionado.

Paso Nº 2: VISIONADO

Visionado del programa en el Canal a la hora de su emisión. Si el programa ha sido grabado previamente en video, se exhibe ante el grupo. El animador procurará crear un ambiente de silencio y concentración y sugerirá la conveniencia de tomar notas. Si cada participante lo vio en su hogar, chequeará que la mayoría lo haya visto y continuará de inmediato con el Paso Nº 3.

Paso Nº 3: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos aproximadamente)

El animador convidará al grupo a discutir el programa, para lo cual formulará algunas preguntas motivadoras. Evitará la discusión sobre los comerciales, porque serán enfocados en otra Unidad.

¿Qué diferencias hay entre este programa y los noticiarios que la TV muestra todos los días en la noche o al mediodía?

Irá anotando las diferencias en el papelógrafo, señalando las características del programa visto. (Duración de los temas presentados, presencia de un conductor, se transmite sólo una vez por semana, tipo de temas que se presenta, forma en que se presentan los temas, etc.).

El animador realizará lo anterior rápidamente y luego solicitará a los participantes que se pongan de acuerdo en cuál de los temas presentados les resultó más interesante, intentando llegar a consenso. Anotar el tema en el papelógrafo. Propondrá al grupo que discuta sobre ese tema. ¿Es novedoso? ¿Es atractivo? ¿Qué lo hace atractivo? ¿Aprendieron algo? ¿Faltó información o

explicación? ¿Es entretenido? ¿Qué lo hace entretenido? ¿Tiene alguna utilidad para el grupo? De todas las preguntas anteriores, formulará sólo aquellas que le parezcan más pertinentes al grupo.

Terminada esta parte, el animador motivará una discusión sobre estos programas en general, formulando las siguientes preguntas:

- ¿Qué nos aporta este tipo de programas?
- ¿Son útiles a los jóvenes? ¿Son útiles a la gente del campo?
- ¿Aparece el campesino en los Especiales de Prensa? Si aparece, ¿cómo aparece?
- ¿Qué temas no aparecen en general en los Especiales de Prensa? ¿Por qué no aparecen?
- ¿Qué consecuencias tiene el que sean excluidos ciertos temas?

El animador va anotando las principales conclusiones en el papelógrafo. Cuando las opiniones comiencen a repetirse, el animador, basado en las anotaciones del papelógrafo, hará una breve síntesis de lo discutido por el grupo sobre:

1. Características de estos programas
2. Diferencias con el noticiario
3. Aspectos negativos y positivos de estos programas.

Luego formulará la siguiente pregunta: Cómo jóvenes y campesinos ¿qué temas consideramos que deben ser incluidos en estos programas?

Irá anotando los temas propuestos por el grupo en el papelógrafo. Cuando no surjan más temas, formulará una pregunta evaluativa: ¿Qué hemos aprendido en esta sesión? y procurará llegar a un consenso sobre los 3 ó 4 elementos aprendidos por el grupo, anotándolos en el papelógrafo. Finalmente, agradecerá el aporte de cada uno y los invitará a la próxima sesión en que ellos elaborarán un "Especial de Prensa". (El animador conservará los papelógrafos).

Sesión 2: Creando un programa Especial de Prensa

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

El animador debe revisar el punto A de la sesión anterior "Viendo TV".

B. **Objetivos**

1. Crear programas especiales de prensa.
2. Presentar temas que los participantes consideren útiles e importantes para los jóvenes y campesinos.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

El animador debe revisar el punto C de la Sesión anterior y también los resultados de esa Sesión, tal como aparecen en los papelógrafos.

D. **Materiales**

- Papelógrafos y plumones
- Para realizar el juego, se necesitará disfraces improvisados y otros materiales para simular un programa de TV.

para simular un programa de TV.

Si fuera posible, el animador buscará espectadores para el momento de la presentación del juego. Estos pueden ser profesores, otros grupos, alumnos u otras personas que se encuentren en el recinto.

Nota: En este juego, el animador desempeñará la tarea de Director del Programa que crearán los participantes, para ayudar a organizar el trabajo.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo que en esta sesión continuarán trabajando con los Especiales de Prensa y crearán un programa como si fuera para la TV.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL (5 minutos)

Si el animador considera conveniente, puede seleccionar dos dinámicas entre las presentadas en el Anexo 1.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (5 minutos)

El animador expresará al grupo que, para continuar trabajando el tema "Especiales de Prensa", revisarán rápidamente lo descubierto en la sesión anterior, "Viendo TV". Para ello, exhibirá los papelógrafos elaborados en esa sesión y recordará al grupo las principales ideas y conclusiones.
Resaltará las diferencias con el noticiario y las características y estructura de un Especial de

Paso Nº 4: EL JUEGO (45 minutos)

El animador invitará al grupo a crear y representar un programa Especial de Prensa. Para ello, dará las siguientes instrucciones:

- los participantes constituyen el equipo productor de un Especial de Prensa en un canal de TV;
- deben organizarse para producir un programa especial que durará aproximadamente 15 minutos;
- este programa constará de cuatro temas diferentes de una duración aproximada de 3 minutos cada uno;
- el grupo deberá organizarse en cuatro equipos productores para cada una de las secciones; cada equipo debe tener un jefe; el animador se desempeñará como Director del programa;
- el Director con los jefes de equipo deben definir:
  - a) el nombre del programa;
  - b) cuál es el público televidente a que desean llegar;
  - c) los 4 temas que presentarán; por ejemplo el pololeo, el alcoholismo, la relación padres/hijos, el trabajo campesino u otros que el grupo proponga, y que a su juicio sean atrayentes para el público seleccionado;
  - d) si habrá un presentador o presentadora del programa o varios presentadores, y quiénes desempeñarán estos roles;
  - e) el orden de las presentaciones.

Para ello cuentan con 5 minutos.

- Luego se reunirán por separado los cuatro equipos productores para idear y representar los cuatro temas escogidos.
- El Director del programa debe estar permanentemente supervisando los equipos, coordinando el trabajo, sugiriendo ideas y apresurando a los grupos para salir al aire con el programa a la hora precisa.
- En la elaboración de este programa, el grupo trabajará seriamente, como si su Especial de Prensa fuera a ser visto por millones de telespectadores (no se trata de una caricatura ni de una parodia burlona).
- Cada equipo productor debe internamente asignarse roles y tareas (entrevistados, periodistas, camarógrafos, gente de la calle que opina, víctimas, enfermos, expertos que opinarán sobre un tema); buscar rápidamente algunas personas autorizadas que estén disponibles y próximas para ser entrevistadas; materiales o experiencias que puedan exhibir en el programa; improvisar disfraces para dar mayor realce a su trabajo. Como en la TV, se trata de una carrera contra el tiempo.

A la hora señalada para la "salida al aire", el grupo representará ese programa de acuerdo con el orden establecido por el Director. El animador anotará en el papelógrafo los temas presentados y otros detalles del programa.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (10 minutos)

El animador discutirá con el grupo el trabajo realizado, centrándose en 3 ideas:

1) ¿Se presentaron temas novedosos, útiles, importantes, atractivos para una gran audiencia?

2) ¿Por qué eligieron estos temas?

3) Pensando en el público a quienes dirigieron el programa ¿fueron las sesiones atractivas, novedosas y creativas para los televidentes?

4) ¿Qué puede haber aprendido el público telespectador en este programa?

Terminada esta discusión, el animador expresará al grupo que así como los emisores de TV seleccionan temas para incluir en los Especiales de Prensa, los participantes también fueron emisores que seleccionaron algunos temas, pensando en el interés de los televidentes y que al seleccionarlos, los valorizaron ante el público. Para ello, puede apoyarse en los puntos 3, 4 y 5 de "Es necesario saber que" de la sesión anterior.

Finalmente, formulará la pregunta evaluativa: ¿qué aprendimos en esta sesión?

Anotará las ideas principales en el papelógrafo. Luego agradecerá la participación de todos y los invitará para la próxima sesión.

Unidad 2

LOS SHOWS DEL MEDIODIA

Introducción

Esta unidad se compone de dos sesiones. La primera, está destinada a observar y comentar un programa de TV. En la segunda, el grupo realizará un juego creativo.

Sesión 1: Viendo TV

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

En esta sesión comentaremos los programas de entretención que presentan espectáculos y variedades en la TV. Como son muchos y muy diferentes, nos centraremos en los shows del mediodía.

Queremos ayudar a reconocer algunos elementos que componen este tipo de programa (por ejemplo, "Exito", "Cordialmente" y otros), y contribuir también a la reflexión acerca de la utilidad que tiene la entretención y la relajación en nuestra vida diaria.

B. **Objetivos**

1. Reconocer el género y la estructura de estos programas.
2. Diferenciar los shows del mediodía de otros programas de espectáculo.
3. Evaluar lo positivo y lo negativo de este tipo de programa para el mundo campesino.

C. **Antes de trabajar con el grupo** **es necesario saber que...**

1. La TV exhibe algunos programas que se llaman shows o espectáculos; en ellos se mezclan varios elementos como: canto, bailes, humor, concursos, competencias, exhibiciones de habilidades, etc. Algunos de estos programas son típicos del fin de semana (sábados-domingos), otros se ubican alrededor del mediodía y otros en horario nocturno.

2. Estos programas han ido evolucionando hacia una **estructura fija,** la cual se compone de una secuencia de **unidades breves** (15-20 minutos), lo que permite introducir variedad y agilidad.

3. El animador(a) es una pieza clave en estos programas, es el encargado(a) de darles **unidad y continuidad.** Para ello actúa como un(a) **presentador(a)** que contacta a los participantes del espectáculo: artistas y público. También actúa como el (la) **conductor(a)** de concursos y competencias.

El (la) animador(a) en la medida que seguimos estos programas, se va transformando en una **presencia amiga** de nuestro hogar. También, por el contrario, puede provocarnos antipatía.

4. Al interior de estos programas se desarrollan diversos **concursos,** los cuales son claramente publicitarios, y dan premios para el (la) potencial ganador(a). También existen **competencias:** canciones, ejecución musical, belleza femenina y masculina, parecidos, etc. Algunos tienen secciones en que se dan **consejos** y se prestan servicios a los televidentes.

5. De todos los elementos anteriores, provocan mayor atractivo entre los sectores campesinos:

a) los(as) animadores(as)
b) los concursos
c) los consejos y servicios
d) los viajes por las regiones del país.

6. En estos programas, rara vez aparecen campesinos. Sin embargo, son muy bien acogidos en el campo por toda la familia, especialmente los que se emiten al mediodía.

7. Los shows se ubican en diferentes horarios dependiendo de los estratos sociales a quienes se dirigen. Por ejemplo, "Exito", que va al mediodía, se dirige al estrato medio bajo; "Martes 13" se programa en la noche y se dirige al estrato medio alto. Según el estrato social que tengan los destinatarios del programa, se elegirán los artistas o invitados, y se preferirán determinados concursos y competencias. También de acuerdo al estrato social del público, se elegirá un(a) animador(a) con determinadas características (estilo, personalidad, vestuario, etc.).

8. Los shows trasladan a la TV ingredientes de entrentención que han sido **muy masivos y populares** en otro tipo de espectáculos: el Circo (humor, acrobacias, magos, etc.), la Revista Musical (canto, bailes, escenografías, trajes, etc.), los Titiriteros, el Cabaret, el Show de Variedades, Sainetes, Sketchs, etc.

9. Existe mucha discusión acerca del valor de estos programas. Algunos los acusan de "alienantes"; otros, los defienden pues tendrían la función de satisfacer necesidades de entretención. Algunos piensan que la TV pone al alcance espectáculos que por su precio quedan fuera de las posibilidades de recreación. Otros destacan la dignidad de los espectáculos de variedades que han tenido gran aceptación popular y que son de hecho, la base de los shows de TV. Otros intentan imaginar programas diferentes.

D. **Materiales**

– Como en la unidad anterior, para observar y discutir un show del mediodía como "Exito", "Cordialmente" u otro, se puede grabar en video; se puede ver en conjunto una transmisión directa, o bien, solicitar a los participantes que lo vean en su hogar.

– Papelógrafo y plumones

– Papel y lápiz para tomar nota.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo que en esta sesión se observará y comentará un show del mediodía.

Paso Nº 2: VISIONADO

Paso Nº 3: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos)

El animador invitará al grupo a discutir el show. Para ello, formulará las siguientes preguntas motivadoras e irá anotando sintéticamente las respuestas en un papelógrafo:

– ¿Qué agradó y qué desagradó en este programa?

- ¿Qué ingredientes hacen entretenidos estos programas?
- ¿Qué opinan del animador?
- ¿Es posible anotar en un papelógrafo los diferentes elementos que conforman la estructura del programa visto (entrevistas, canciones, consejos, concursos, etc.)?
- ¿Qué necesidades de la familia campesina satisfacen estos programas (entretención, relajación, concocimientos, etc.)?
- ¿Qué elementos les agregarían ustedes a un programa de este tipo para que fuese más atractivo para el mundo campesino?
- ¿Qué diferencias tiene este programa con otros espectáculos de la noche, como "Martes 13", o con un show sabatino como "Sábados Gigantes"? ¿Se dirige al mismo público o a públicos distintos?

Cuando las opiniones comiencen a agotarse, el animador formulará una pregunta evaluativa: ¿Qué hemos descubierto en esta sesión acerca de los shows televisivos?

Anotará brevemente las principales respuestas en el papelógrafo.

Finalmente, agradecerá la participación del grupo. Dirá que para la próxima sesión, se requiere de todos los talentos artísticos disponibles en el grupo y fuera de él (cantantes, imitadores, magos, bailarines, recitadores, ejecutantes de instrumentos musicales, prestidigitadores, conjuntos, etc.) y también disfraces improvisados, pues, en conjunto, crearán un show para la TV.

Atención: Leer el punto D. "Materiales" de la sesión siguiente.

Sesión 2: Creando un Show

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

En esta sesión se pretende realizar un juego creativo en el cual los participantes idearán y representarán un show; para este juego, será muy útil todo lo aprendido en la sesión de visionado previa.

B. **Objetivos**

1. Estimular la expresión de talentos cretivos.

2. Valorar la entretención televisiva y extratelevisiva.

3. Idear y representar un show con estas características: a) que sea entretenido, b) que sea atractivo para el televidente, c) que sea útil para la familia campesina, d) realizado a partir de los propios recursos creativos.

C. **Antes de trabajar con el grupo <u>es necesario saber que...</u>**

El animador debe revisar la información contenida en el punto C de la sesión anterior y también los papelógrafos escritos en esa oportunidad.

D. **Materiales**

Para la realización del juego, será necesario disfrazarse e improvisar dos sets de TV, como escenario de dos alegres shows.

Para ello al final de la sesión anterior, el animador habrá solicitado al grupo traer ropas y otros elementos simples para disfrazarse (sombrero, chales, maquillajes, etc.) y materiales para improvisar escenografías para la presentación de los shows (cartulina, diario viejo, plumavit, etc.).

– papelógrafo y plumones.

– papel y lápiz para tomar nota.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (2 minutos)

El animador invitará al grupo a participar en un juego en el que crearán y representarán un show para TV a partir de sus propios talentos.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL (7 minutos)

Si el animador lo considera conveniente, seleccionará dos dinámicas que le ayudarán a cohesionar y estimular la expresividad del grupo.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (5 minutos)

El animador dirá al grupo que para crear un show, en primer lugar, revisarán lo descubierto en la sesión anterior. En particular, la estructura de estos programas. Para ello, utilizará los papelógrafos elaborados en la sesión anterior. Intentará centrar la atención del grupo en 3 aspectos:

– los elementos que les agradan de los shows;

– los ingredientes que hacen entretenidos estos programas;

– los elementos que sugirieron para hacer más atractivos los shows al mundo campesino.

Paso Nº 4: EL JUEGO (1 hora)

Para la realización del juego, el animador impartirá las siguientes instrucciones:

- los participantes pertenecen a dos canales de TV; estos canales deben idear y poner en el aire un show de mediodía, que conquiste la audiencia de la familia campesina;
- los participantes se dividirán al azar en 2 subgrupos; cada subgrupo representará un canal distinto;
- cada subgrupo debe idear, ensayar y representar un show de 10 minutos variado y atractivo, utilizando sus talentos artísticos, recursos y habilidades;
- cada subgrupo deberá diseñar libremente su show definiendo:
  - animador(a)
  - números artísticos, etc.
  - cómo dará continuidad y variedad al show

- cómo lo hará atractivo y útil al mundo campesino
- escenografía.

Para cumplir esta tarea, contarán con 30 minutos incluidos los ensayos. Para hacer más atractivo su espectáculo, los participantes utilizarán los elementos y disfraces solicitados por el animador.

Mientras los participantes preparan su programa, se recomienda al animador salir a buscar "público telespectador": personas que se encuentren en el recinto y puedan premiar con aplausos (¡o abucheos!) a los artistas improvisados. Se trata de crear entre todos, un buen momento.

Durante la representación, el animador irá anotando en el papelógrafo los elementos o ingredientes (música, concursos, consejos) que conforman la estructura de cada show.

Cumplido el plazo de preparación, el animador invitará a los grupos a representar su trabajo. Concluidas las representaciones, invitará al paso siguiente.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS

Para la discusión, el animador formulará las siguientes preguntas:

- De los shows representados ¿cuáles fueron los elementos que más les agradaron y entretuvieron? Irá anotando las ideas principales en el papelógrafo.
- ¿Sabían que en el grupo había talentos creativos? ¿Cómo se sintieron los artistas presentándose ante sus compañeros?
- La experiencia de organizar un show ¿resultó atractiva para el grupo?
- ¿Piensan ellos que los shows creados son entretenidos y útiles para la familia?
- ¿En qué se diferencian estos shows de los shows del mediodía que muestra la TV?

- ¿Consiguieron los subgrupos superar las deficiencias de los shows de TV señaladas en la sesión anterior?
- ¿Qué otros programas de espectáculo podrían resultar atractivos y útiles para la familia campesina?

El animador irá anotando sintéticamente las respuestas, hasta que las opiniones comiencen a repetirse.

Finalmente, el animador formulará la pregunta evaluativa: ¿Qué hemos aprendido en esta sesión? Irá anotando las ideas principales, luego complementará las respuestas del grupo con su propia opinión. También, sólo si fuese útil, con lo expuesto en el punto C, "Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que..."

Agradecerá la participación de todos y convidará para la próxima sesión.

Unidad 3

DESCUBRIENDO LOS CODIGOS

Introducción

Esta Unidad se compone de una sesión en que los participantes realizarán un juego para aprender a reconocer los códigos con que trabaja la TV.

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

En esta sesión vamos a analizar la TV de una manera distinta. Esta vez, trataremos de entender que el lenguaje televisivo se compone de imágenes, palabras, música y sonidos, y es la combinación de estos sistemas de signos lo que hace tan atractiva y entretenida a la TV.

B. **Objetivos**

1. Familiarizarse con el lenguaje televisivo.
2. Distinguir la imagen de la palabra como códigos con características diferentes y formas de combinación propias.
3. Descubrir el papel activo del destinatario frente a los mensajes que recibe.

C. **Antes de trabajar con el grupo <u>es necesario saber que...</u>**

1. El lenguaje de la TV es complejo porque combina imágenes, palabras, música y sonidos.
2. Las palabras constituyen el código lingüístico, las imágenes constituyen el código icónico y la música y los ruidos constituyen el código sonoro que sirve para ambientar y emocionar.
3. El código lingüístico está constituido por las palabras del lenguaje y sus leyes de combinación están contenidas en la sintaxis. Por ejemplo, la lengua española tiene reglas de combinación de las palabras que son diferentes a otros idiomas.

En la frase "La niña" hay dos signos lingüísticos: el artículo "la" y el sustantivo "niña". Según la sintaxis española, estos signos deben combinarse concordando en género y número. (En este ejemplo, género femenino y número singular). En inglés, en cambio, el artículo no tiene género ni número.

4. El código icónico, o código de la imagen, está constituido por las imágenes; sus formas de combinación son mucho más flexibles que en el código lingüístico. Otra característica del código icónico es que se compone de una cantidad indefinida de imágenes, pues permanentemente se están produciendo nuevas imágenes (fotográficas, cinematográficas, televisivas, gráficas); en cambio, las palabras constituyen un repertorio relativamente fijo, ya que hay una lenta creación de palabras nuevas.

5. Otra diferencia fundamental entre el código lingüístico y el código icónico es que las palabras tienen un significado más preciso. En cambio la imagen contiene gran cantidad de información y por ello entrega muchos significados. Por ejemplo, si le digo a una persona "te invito a mi casa", la palabra "casa" significa "domicilio", "habitación". En cambio, en una fotografía de mi casa, hay muchos signos que expresan el tamaño de la casa, su antigüedad, su estilo, si es de uno o dos pisos, si tiene o no jardín, etc., más aún, si la foto es en colores, entregará mucho más información.

   Por lo tanto, el código de la palabra tiende a expresar significados más precisos. En cambio, el de la imagen es más rico en significados. Es decir, tiende a la polisemia.

   A través del juego que se propone en la presente unidad, los participantes descubrirán muchos de los conceptos presentados anteriormente.

6. El cine y la TV utilizan también un complejo código sonoro, conformado por música, diversos sonidos y ruidos. El código sonoro sirve para ambientarse (ruido de agua que corre, ruido de una puerta al golpearse). También y principalmente, se usa para emocionar (ruidos y música para crear suspenso, miedo, ternura, romance).

7. Palabra e imagen son códigos que nos afectan de distinta manera. La imagen tiende a la polisemia, es decir, a entregarnos muchos significados; la palabra en cambio tiende a la precisión del significado. Hay programas de TV que acentúan la polisemia de la imagen y la pluralidad de significados (una película artística, por ejemplo). Otros programas acentúan la palabra para transmitir significados más precisos (ejemplos: especiales de prensa, noticiarios, documentales, debates por TV).

8. Como ya se dijo, el lenguaje de la TV es complejo porque combina todos estos códigos. Esta complejidad es la que explica que cuando varias personas ven una misma película, cada persona es más sensible a algunos signos que a otros. Unos se fijan más en las palabras, otros observan más la imagen y otros se emocionan más con la música. De ahí que la misma película sea "vista" de manera relativamente distinta por varias personas.

9. Un código es, por lo tanto, un conjunto de signos (palabras, imágenes, música) que se combinan de acuerdo a ciertas normas y leyes. Cuando compartimos códigos, podemos comunicarnos. Ejemplo: si un extranjero no domina el idioma español, se le hace muy difícil comunicarse con quienes sólo hablan nuestra lengua.

D. **Materiales**

- Revistas viejas o nuevas, ilustradas con fotografías e imágenes en general (una cada dos personas).
- Lápiz y papel para anotar.
- Tijeras para recortar.
- Papelógrafo y plumones.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo que en esta sesión se hará un juego para familiarizarse con el lenguaje que utiliza la TV para comunicar.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL (5 minutos)

Se recomienda aplicar algunas de las dinámicas que se presentan en el Anexo.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS

Para esta unidad no es necesaria la presentación de experiencias. El animador invitará al grupo a pasar directamente al juego.

Paso Nº 4: EL JUEGO (30 minutos)

El animador invitará al grupo a participar en un juego que consiste en construir una historia sólo con imágenes. Para ello, dará las siguientes instrucciones:

1. Dividirá al grupo en parejas, al azar.

2. Usando las revistas, cada participante recortará 6 imágenes (fotos, dibujos, etc.) y las ordenará –sin pegarlas– de tal manera que con esas imágenes invente una historia **sin palabras escritas u orales.**

3. Cada persona escribirá en su cuaderno o block lo que quiso contar con esas imágenes. Es decir, su historia inventada. Pero sin mostrársela al compañero.

4. Ahora es el momento en que cada pareja se muestre mutuamente las historias que cada cual construyó con imágenes. Cada participante pedirá a su compañero que adivine la historia que está siendo contada por esas 6 imágenes. Pero quien ideó la historia no revelará aún cuál fue el sentido que quiso darle a su historia (que anotó en su cuaderno).

5. Una vez intercambiadas las historias, cada persona escribirá en su cuaderno la historia que su compañero percibió a través de las imágenes. De este modo cada uno tendrá registrado en su cuaderno: 1) el sentido que quiso dar a su historia, 2) el sentido que su compañero percibió.

6. Individualmente, cada participante anotará 2 cosas que haya descubierto a través del juego anterior.

7. Sólo en este momento las parejas se contarán los significados que cada uno quiso dar a su historia construida con imágenes y se comparan con los significados que les atribuyó el compañero.

8. También en este momento, cada pareja se juntará con otra, para discutir brevemente acerca de los descubrimientos que anotaron en su cuaderno.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos)

Este paso comienza con una rueda de los descubrimientos que han sido conversados en cada grupo de a cuatro. El animador irá recogiendo estos descubrimientos en un papelógrafo dividido en 3 columnas. Al lado derecho anotará todo lo referente a las imágenes. Al centro, los comentarios en torno al código de las palabras. En la 3ª columna, anotará los comentarios sobre el sonido y la música.

Con estos elementos a la vista, discutirá con el grupo las características y diferencias entre las palabras y las imágenes. Para ello, puede valerse, si lo considera necesario, de las siguientes preguntas:

- ¿Podrían dos o tres parejas contar su experiencia al grupo y decir si las historias creadas eran muy distintas a las historias percibidas por los compañeros? ¿Por qué hubo diferencias?
- ¿Qué aportaron a la comprensión de cada historia las palabras escritas por cada autor?
- ¿Resultó difícil contar una historia sólo con imágenes?
- ¿Qué características tienen las imágenes que hacen difícil la comprensión de una historia contada sólo con imágenes?
- ¿Qué ventajas presenta una imagen para narrar una historia?
- Si se hubiese podido agregar música y ruidos a las historias, ¿qué habría sucedido? Anotará en el papelógrafo.
- En una telenovela, ¿qué aportan las palabras, las imágenes, la música y los sonidos?
- Si se compara el lenguaje audiovisual (cine, TV) con el lenguaje de un diario o un libro ¿qué diferencias hay?
- ¿Cuál es la diferencia entre el lenguaje de la radio y de la TV?
- Frente a un mismo programa de TV hay personas que se aburren y otras, se entretienen. ¿Dónde reside el "aburrimiento" o la "entretención"? ¿En el programa mismo o en el televidente?
- De la discusión anterior, ¿se desprende que el televidente es activo o pasivo ante los programas?

Cuando las opiniones comiencen a agotarse, el animador formulará la pregunta evaluativa: ¿Qué hemos aprendido en esta sesión?

Irá anotando las principales ideas en el papelógrafo.

Para precisar los conceptos, es recomendable apoyarse en la información contenida en el punto C, "Es necesario saber que..."

Finalmente, agradecerá la colaboración de todos e invitará a los participantes para la próxima sesión.

Unidad 4

LA PUBLICIDAD POR TV

Introducción

Esta unidad está integrada por dos sesiones. La primera, se destinará a reconocer los signos con que se elabora un spot publicitario. En la segunda, los participantes crearán y representarán spots.

Sesión 1: Viendo TV

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

La publicidad tiene una importante presencia en los actuales medios de comunicación (revistas, diarios, TV, radio). Además, es una importante fuente de financiamiento para esos medios.

Generalmente, reclamamos por el exceso de comerciales (o spots) en la TV y los acusamos de favorecer el consumismo. Sin embargo, nos sentimos atraídos por la magia, el ritmo, el humor y la belleza de esos comerciales que decimos rechazar. En el campo, existe una gran curiosidad por los productos que muestra la publicidad.

A pesar de todas las críticas, el spot es un género televisivo importante, puesto que en pocos segundos puede entregar un mensaje atrayente y comprensible para todos.

B. **Objetivos**

1. Reconocer cómo los publicistas combinan color, forma, movimiento, música, para hacer deseables productos y estilos de vida.
2. Descubrir los mecanismos de posicionamiento, segmentación y motivación con los cuales la publicidad construye sus mensajes.
3. Descubrir las ventajas y desventajas de la publicidad para el mundo campesino.

C. **Antes de trabajar con el grupo <u>es necesario saber que...</u>**

1. La TV, al igual que el cine, tiene la impresionante capacidad de usar al mismo tiempo, imágenes, palabras, música y ruidos.

   Es precisamente esta combinación de tantos recursos distintos, lo que hace al "lenguaje televisivo" tan atractivo.

   La publicidad es, quizás, el género televisivo que logra una mayor perfección al construir sus mensajes, usando todos los elementos anteriores, para estimular nuestros deseos, los más visibles y los más profundos.

2. La publicidad intenta que cada producto sea –en la mente del consumidor– distinto de otro similar con el cual compite. A esto se le llama "posicionamiento de un producto".

   Esto lo podemos apreciar fácilmente en productos tales como: jabones, pastas dentales, cigarrillos, etc. Por ejemplo: jabón Le Sancy busca poner en la mente del consumidor que "dura mucho más", en cambio Lux, es el "jabón de las estrellas de cine".

   Este posicionamiento se puede hacer de dos maneras:

   a) tomando una característica real del producto y destacándola: Ej.: "Advance: el cigarrillo de los más bajos índices; menos nicotina, menos alquitrán..." (mediciones científicas han demostrado que efectivamente estos cigarrillos contienen menos elementos nocivos para la salud); o

   b) asociando al producto beneficios imaginarios: Ej.: Impulse: "si un desconocido te ofrece flores, eso es Impulse...".

3. Los fabricantes de un producto dividen a los consumidores según sus características –edad, sexo, recursos económicos– y, de acuerdo a esto, crean diferentes marcas para los distintos

grupos de consumidores. Es lo que se llama "segmentación del mercado". La publicidad, entonces, le habla de una manera diferente a los distintos grupos (niños, mujeres, hombres, trabajadores, empresarios, etc.). Ej.: Colonias "Coral" han sido ideadas para la mujer; "Denim", en cambio, para los hombres.

4. La publicidad moderna es la de tipo motivacional.

   La publicidad motivacional: **Es aquella que utiliza nuestras necesidades básicas para incitarnos al consumo de un determinado producto.**

   Por ejemplo, la publicidad de alimentos apela a la necesidad de satisfacer el hambre; las bebidas, a la necesidad de saciar la sed. Algunas de las necesidades básicas a que apela esta publicidad son:

   - satisfacer el hambre
   - saciar la sed
   - abrigo
   - amor y sexo
   - seguridad
   - reconocimiento y estima de parte de los demás
   - realización de sí mismo

   La publicidad nos incita a consumir diferentes productos que son presentados como atrayentes e indispensables **satisfactores** de nuestras necesidades. Por ejemplo, en lugar de agua para satisfacer la sed, se nos exhiben refrescantes bebidas de fantasía. Es importante reconocer que las **necesidades son nuestras** y lo que hace la publicidad es apoyarse en ellas para motivarnos a consumir productos.

5. La publicidad tiene que ver con el financiamiento de la televisión. En Chile, los canales de TV se financian por la vía publicitaria. Pero esto ocurre sólo a partir de 1975. Antes, además de los ingresos publicitarios, la TV recibía apoyo financiero del Estado o de las Universidades.

En otros países, existen fórmulas diversas de financiamiento. Por ejemplo:

- las personas que poseen un aparato pagan una cuenta mensual, como la de la luz o del teléfono.
- financiamiento enteramente estatal.
- financiamiento mixto, en que se combinan aportes del Estado e ingresos por publicidad.
- financiamiento exclusivamente por publicidad.

Los avisadores publicitarios necesitan que mucha gente se encuentre viendo TV en el momento en que pasan su aviso, para que les convenga hacer esa alta inversión.

Esto obliga a los programadores de la TV a incluir principalmente programas de "éxito probado", como telenovelas, shows y programas de entretención.

D. **Materiales**

Para trabajar en esta sesión, el ideal es grabar unos diez comerciales en video para verlos conjuntamente con el grupo. De no ser posible, el animador verá publicidad televisiva con los participantes durante algunos minutos. Si no se dispone de televisor, en la sesión anterior, se pondrá de acuerdo con el grupo para mirar los comerciales, cada uno en su hogar, a una cierta hora y en el mismo canal.

- blocks y lápices para tomar nota
- hojas de papelógrafo y plumones
- papelógrafo que el animador preparará **antes de la sesión,** de la siguiente manera:

Papelógrafo de síntesis

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
1. Nombre del producto			
2. ¿Qué elemento destacó cada producto para diferenciarse de otros parecidos? (POSICIONAR)			
3. ¿A qué público piensan que se dirige principalmente el spot analizado? (SEGMENTAR)			
4. ¿Cuál es la necesidad del público que se promete satisfacer si se consume el producto? (MOTIVAR)			

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA. (2 minutos)

El animador dirá al grupo que el tema de esta sesión es la publicidad televisiva, para lo cual los invitará a ver los spots o a recordar los comerciales vistos en casa.

Paso Nº 2: VISIONADO (10 minutos)

Se exhibirán los comerciales. Si se acordó verlos en el hogar, se verificará que todos lo hayan hecho.

Paso Nº 3: DISCUSION Y SINTESIS (30 minutos)

Después del visionado, el animador preguntará cuáles spots agradaron más al grupo. Los irá anotando en el papelógrafo. Luego entre los comerciales mencionados, seleccionará uno para un análisis muy breve.

Preguntará qué elementos tiene ese comercial que lo hacen atractivo para el grupo. Irá anotando las respuestas en el papelógrafo. Subrayará las opiniones referentes a la música, color, movimiento, imágenes bellas, etc. Y sintetizará lo señalado por el grupo apoyándose en el punto 1. de "Es necesario saber que...", destacando que son esos recursos del lenguaje televisivo los que hacen a la publicidad tan atractiva. Esta discusión es introductoria y no puede durar más de 5 a 7 minutos.

A continuación propondrá un trabajo grupal de 20 minutos con las siguientes instrucciones:

- constituirá tres subgrupos al azar;
- cada subgrupo deberá escoger un comercial de los vistos en video o en TV, cuidando que cada subgrupo elija uno diferente;
- cada subgrupo analizará el spot de acuerdo a las siguientes preguntas:

1) Nombre del producto
2) ¿Qué elemento destacó el producto para diferenciarse de otros parecidos?
3) ¿A qué público consumidor piensan que se dirige principalmente el spot analizado?
4) ¿Cuál es la necesidad del público que se promete satisfacer si se consume el producto?
5) ¿Qué signos existentes en el spot (imágenes, música, palabras, sonidos) llamaron la atención del grupo?

Con el papelógrafo de Síntesis expuesto –que habrá preparado previamente (ver Materiales)– el animador solicitará a cada subgrupo que presente su trabajo, guiándose por las preguntas del papelógrafo cuyas respuestas anotará en el casillero correspondiente.

Es el momento de conceptualizar y explicar que lo que ha hecho cada grupo con 1 spot es describir su **posicionamiento** (o identidad del producto), adivinar el público hacia el cual está **segmentado** el producto y descubrir las **motivaciones** a que apela el comercial. Para ello, se apoyará en los puntos 2, 3 y 4 de "Es necesario saber que...".

Muy brevemente, el animador, basado en las anotaciones del papelógrafo, preguntará cuáles son los **signos** (música, imágenes, palabras, etc.) que escogió el publicista que creó cada spot para posicionar, segmentar y motivar. Por ejemplo, si los participantes descubrieron que un comercial está segmentado hacia jóvenes, qué imágenes, qué música y otros elementos expresan la intención de dirigirse a un público juvenil. Anotará brevemente las respuestas.

Concluida la síntesis y la conceptualización, el animador formulará al grupo la siguiente pregunta motivadora:

– ¿Qué ventajas y desventajas tiene la publicidad televisiva para el mundo campesino?

Anotará las respuestas en otra hoja de papelógrafo, dividida en dos columnas, una para los aspectos positivos y otra para los negativos. Intentará el máximo de participación del grupo.

Finalmente hará una pregunta evaluadora de la sesión:

– ¿Qué hemos descubierto acerca de la publicidad televisiva?

– ¿Qué cosas nuevas hemos aprendido?

Anotará las principales respuestas en el papelógrafo. Luego, agradecerá la participación e invitará para la próxima sesión en que el grupo creará comerciales para TV. Solicitará traer elementos simples para disfrazarse, utensilios que hagan ruido y cualquier ayuda para animar una representación.

Sesión 2: Creando un comercial para TV

UNO: Preparándose para la sesión

A. **¿De qué estamos hablando?**

El animador debe revisar el punto A de la sesión anterior "Viendo TV".

B. **Objetivos**

1. Valorar el spot como género televisivo útil para transmitir mensajes.
2. Aplicar los mecanismos de elaboración del spot.
3. Crear spots que valoricen el mundo campesino.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

El animador revisará: a) la información contenida en el punto C. de la sesión anterior y b) todas las anotaciones de los papelógrafos de dicha sesión, especialmente las que se refieren a las ventajas y desventajas de la publicidad televisiva para el mundo campesino.

D. **Materiales**

- Papelógrafo y plumones.
- Blocks y lápices para tomar nota.
- Para representar los spots se necesitan disfraces improvisados y elementos que ayuden a la actuación. Estos deben ser solicitados por el animador al finalizar la sesión anterior.
- Papelógrafo de síntesis, que será elaborado ANTES, de la sesión:

Papelógrafo de Síntesis

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4
1. Tema del Spot	Imagen del hombre del campo	Producto de la zona	Nueva semilla	Huertos familiares
2. ¿Qué elementos eligieron para el posicionamiento? (POSICIONAMIENTO)				
3. ¿A qué público dirigieronn el spot? (SEGMENTACION)				
4. ¿Cómo motivaron? (MOTIVACION)				
5. ¿Qué signos usaron para posicionar, segmentar y motivar?				

NOTA: Los temas propuestos en el papelógrafo son ejemplos. El animador anotará en los casilleros correspondientes los temas que efectivamente los grupos elijan.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (2 minutos)

El animador expresará al grupo que esta sesión estará destinada a crear comerciales (spots) aplicando los mecanismos aprendidos en la sesión anterior; los comerciales intentarán valorar diversos aspectos de la vida campesina. Se requiere el máximo despliegue del talento creativo de todos.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL (5 minutos)

Se recomienda utilizar dos dinámicas del Anexo, especialmente aquellas que estimulan la expresividad del grupo.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (5 minutos)

Pasa este paso, el monitor se apoyará en el papelógrafo de síntesis de la sesión anterior. Solicitará a los participantes que recuerden los conceptos de posicionamiento, segmentación y motivación.

Una vez concluido este paso, los invitará a un juego creativo en que elaborarán comerciales para televisión.

Paso Nº 4: EL JUEGO (45 minutos)

El animador propondrá al grupo los siguientes temas para la creación y representación de spots televisivos (sólo los lee):

- Campaña televisiva destinada a valorar la vida y la gente del campo ante el público urbano.
- Campaña de promoción de un producto agrícola de la zona.
- Campaña antialcohólica.
- Campaña de promoción de un producto alimenticio de uso familiar (porotos, lentejas, pan integral, etc.) que habitualmente no es publicitado por TV.
- Promoción de una nueva semilla.
- Campaña de prevención de la diarrea infantil en el campo.
- Campaña de promoción del Instituto de Educación Rural (IER).
- Campaña de forestación de tierras de secano.
- Campaña de promoción de huertos familiares.
- Campaña de promoción de uso de yerbas medicinales.
- Campaña de promoción de consumo de pescado en el campo.

Luego impartirá las siguientes instrucciones:

- dividirse al azar en 4 subgrupos;
- cada subgrupo deberá escoger un tema de la lista propuesta para crear y representar **1 spot** de la campaña elegida;
- el spot deberá durar como máximo 1 minuto exacto en el momento de su representación;
- para la creación del spot, cada subgrupo deberá utilizar los mecanismos de **posicionamiento** (¿en qué nos diferenciamos?), **segmentación** (¿a quién nos estamos dirigiendo?) y **motivación** (¿qué necesidad del público ofrecemos satisfacer?). Cuidará de seleccionar **signos** atractivos. Para ello, los participantes utilizarán todos sus talentos creativos (actuación, baile, música, ruidos, disfraces, escenografías, etc.) y mucho entusiasmo.
- para la creación y el ensayo del spot, contarán con 30 minutos;
- los spots deben ser elaborados como si fueran para la TV, para ser vistos por millones de personas.

Terminado el plazo, el animador invitará a los grupos a presentar sus trabajos. Una vez efectuadas las representaciones, comenzará el paso siguiente.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS

El animador expondrá el papelógrafo de síntesis, elaborado previamente; en base a sus preguntas irá inquiriendo a cada subgrupo cuáles fueron sus decisiones e ideas creativas para posicionar, segmentar y motivar en relación a la campaña elegida. Pedirá que expliciten también

qué **signos** utilizaron para elaborar los comerciales. Irá anotando las respuestas en los casilleros correspondientes. Procurará que el grupo vaya evaluando si en cada spot han aplicado bien los mecanismos publicitarios y si han sido creativos para presentar sus ideas.

Preguntará qué ventajas y desventajas le ven al spot como género televisivo para el mundo campesino, después de haber vivido esta experiencia.

Propondrá discutir cuál es la imagen del campesino en la actual publicidad televisiva y qué habría que hacer para que este género pueda ser utilizado más ventajosamente para el mundo rural.

Finalmente, formulará una pregunta evaluativa: ¿qué hemos aprendido en esta sesión? Irá anotando en el papelógrafo las principales respuestas.

Agradecerá la participación e invitará a todos a seguir trabajando en una próxima unidad.

Atención: Si el animador decide trabajar con la próxima unidad "Los Programas Musicales", debe fijarse bien en los Materiales (Punto D), pues debe solicitarlos a los participantes con anterioridad.

Unidad 5

LOS PROGRAMAS MUSICALES

Introducción

Esta unidad se compone de una sola sesión, en la cual se hará el juego de crear un programa musical juvenil.

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

Aunque este manual preferentemente se dedica a los programas de TV, la radio acompaña durante muchas horas al día a los jóvenes campesinos con música y otros mensajes de su agrado. Por ello, para hablar de musicales, esta vez trabajaremos con el medio radial. Esta unidad es una respuesta a la alta audiencia que entre los jóvenes tienen los programas musicales.

B. **Objetivos**

1. Valorar la radio como medio de comunicación.
2. Valorar algunas formas de participación que ofrece la radio a los jóvenes.
3. Descubrir las diferentes relaciones que los jóvenes entablan con la música.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

1. La producción musical es bastante variada: algunos distinguen entre el folklore urbano y rural; música ranchera; música andina; rock producido en USA o Europa; música disco; rock chileno, andino, latino; música rítmica para bailar (cumbias, tangos, etc.); música romántica; música ambiental, música clásica. Ante la variedad de la producción musical, las personas tienen preferencias y gustos diversos según su edad, estrato sociocultural, estado de ánimo, etc.

2. De esta gran variedad musical, el programador de radio y TV selecciona algunos temas para difundir. Otros son excluidos o relegados a segundo plano. Cuando el emisor selecciona y combina, música en este caso, dispone de un poder social: decide cuáles mensajes musicales se difunden y cuáles se excluyen.

   Por su parte, los auditores y telespectadores seleccionan los programas y géneros musicales que más les agradan.

3. Entre los jóvenes campesinos, las radios locales y regionales gozan de gran popularidad y audiencia. Estas radios son apreciadas porque **conectan** en medio del aislamiento del campo. Permiten compartir información local y enviar diversos mensajes; entre los jóvenes se intercambian saludos y mensajes de afecto, o se dedican temas musicales que involucran declaraciones de amor y recuerdo. Además, las radios conocen las preferencias musicales de su audiencia y tratan de adecuarse a ellas. Para estas radios, el auditor no es un ser anónimo y sin importancia; ellas permiten ciertas formas incipientes de contacto y participación que es preciso valorar y ampliar.

4. En materia de gustos musicales, los jóvenes rurales tienen preferencias muy distintas a los mayores. Estos gustan de la música mexicana, de los tangos y boleros, música que para los jóvenes no resulta, en general, atractiva.

5. ¿Por qué a los jóvenes les gusta tanto la música? Porque la música cumple funciones muy diversas en la vida juvenil:
   - proporciona grata compañía;
   - la música romántica en castellano es un estímulo para el cultivo de sensaciones y de ensueños;
   - permite el recogimiento solitario y la interiorización;

- enseña a conocer y a refinar los sentimientos afectivos;
- permite estar en la moda musical y no sentirse ajeno a los gustos de otros jóvenes;
- el baile crea una atmósfera de alegría compartida y también permite un contacto más íntimo con la pareja.

D. **Materiales**

- Papelógrafo y plumones.
- Lápices y blocks para anotar.
- Cassettes con música grabada del agrado de los participantes (que se habrá solicitado en la sesión anterior).
- 3 radiograbadoras y 3 cassettes en blanco (1 juego para cada subgrupo).

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo que en esta sesión se hará un juego que consistirá en crear y representar un programa musical juvenil que se radiodifundirá a través de una emisora local.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE LA COMUNICACION NO VERBAL (5 minutos)

El animador escogerá en el Anexo dos dinámicas que estimulen la expresividad del grupo.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (10 minutos)

Con el papelógrafo a la vista, el animador solicitará a los participantes que recuerden rápidamente programas musicales que escuchan en la radio y que consideran atractivos. Anotará rápidamente los nombres.

Luego, centrándose en dos o tres, pedirá que recuerden qué ingredientes tienen estos programas (temas musicales, cartas, saludos, noticias locales, consejos, información escolar, comentarios, locutores, publicidad, etc.). Irá anotando todos los elementos que aparezcan, en el papelógrafo.

A continuación, lanzará la siguiente pregunta:

– ¿De estos programas, qué les gusta y qué les molesta?

Irá anotando en otra hoja de papel, separando en dos columnas los aspectos positivos y negativos.

Luego preguntará qué otros ingredientes, atractivos para los auditores juveniles, se les podrían agregar a estos programas. Los registrará en el papelógrafo. Entonces, continuará con el paso siguiente.

Paso Nº 4: EL JUEGO (50 minutos)

El animador invitará al grupo a participar en un juego creativo que consiste en elaborar un programa musical de 5 minutos y transmitirlo al aire desde una estación de radio local. Para ello, se guiará por las siguientes instrucciones:

- Dirá que tres radios locales compiten por conquistar la audiencia juvenil en la región; los participantes formarán parte del equipo creativo y productor de cada radio.
- La tarea de cada equipo será preparar y sacar al aire desde el estudio de la radio un programa piloto juvenil de 5 minutos.
- Este programa piloto sintetizará lo que ellos consideran atractivo para audiencia juvenil y buscará superar las deficiencias que ellos han criticado a este tipo de programa. No se trata de copiar la actual programación radial.
- Para elaborar su trabajo deben definir:
  - Nombre del programa.
  - Animador(a), animadores(as)
  - Temas musicales (para lo cual usarán los cassettes que han reunido).
  - Otros ingredientes atractivos y útiles a la audiencia juvenil (consejos, cartas, mensajes, entrevistas, anuncios, presentación de nuevos talentos, foros y otros de su creación).
  - El programa piloto no incluye publicidad.
- Para formar los equipos, los participantes se dividirán al azar en tres subgrupos.
- Cada equipo debe imaginar el programa, ensayarlo y posteriormente representarlo; es decir, "salir al aire" como si estuviesen en un estudio de radio.
- Cada subgrupo se organizará internamente asignándose tareas (locutores, radiocontroladores, entrevistados, cantantes, etc.).
- Para este trabajo cuentan con 30 minutos.
- Debido a la brevedad de los programas, se sugerirá a los grupos que no incluyan completos los temas musicales.

Terminado el plazo, el animador invitará a los grupos a "salir al aire" con sus programas. Se sugiere al animador que mientras los participantes preparan sus trabajos, consigan algunos espectadores para ver la representación. Y si es posible, grabe los programas en un cassette en blanco.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (15 minutos)

Terminadas las presentaciones, en el papelógrafo, el animador hará un breve esquema de la estructura de cada programa.

Temas a discutir:

- ¿Qué tipo de música se incluyó en los programas y por qué?
- ¿Con qué criterios escogieron ciertos temas musicales y excluyeron otros?
- ¿Por qué estos temas musicales son atractivos para la audiencia juvenil? ¿Qué sentimientos nos provoca la música?

Anotará las principales opiniones en el papelógrafo.

- ¿Qué ingredientes novedosos y atractivos aparecieron en los programas?
- ¿Qué elementos de los programas creados ofrecen participación al público auditor juvenil?

Escribirá las principales respuestas en el papelógrafo.

- ¿Consideran que los programas creados serían más útiles y atractivos para la juventud campesina que los actuales programas de radio?

– ¿Cómo podríamos lograr que las radios locales acojan mejor las necesidades y preferencias juveniles?

Anotará en el papelógrafo.

Cuando las opiniones comiencen a repetirse, el animador realizará una breve síntesis apoyándose en la información contenida en "Es necesario saber que...".

Formulará, finalmente, la pregunta evaluativa:

– ¿Qué hemos aprendido en esta sesión?

Registrará en el papelógrafo las principales respuestas.

Para terminar, agradecerá la participación e invitará para la próxima sesión. Si ha grabado los programas creados, guardará el cassette para revisarlo más adelante con los jóvenes.

Unidad 6

LA TELENOVELA

Introducción

Esta unidad consta de una sesión en la cual el grupo creará un capítulo de telenovela.

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

Estamos hablando, esta vez, que la televisión, al igual que los libros, el teatro, los radioteatros, el cine, nos cuenta historias...

Pero no todo lo que nos presenta la TV nos narra una historia... Por ejemplo, las noticias sólo nos entregan información para la vida cotidiana; deportes por TV, o un almuerzo de discusión que transmite un canal... no nos cuentan una historia.

Una de las maneras cómo la TV nos cuenta historias es a través de la telenovela (además de las series y el cine que se transmiten por TV).

La telenovela es un género muy atractivo y de alta audiencia en el mundo campesino. Algunas personas se avergüenzan de reconocer que la telenovela las entretiene y se emocionan profundamente con las historias narradas. Otras, la critican calificándola de falsa e irreal, e inclusive, de fomentar el ocio. Sin embargo, es indudable que para las dueñas de casa, la hora de la telenovela es uno de los momentos del día más gratos de entretención y merecido descanso.

B. **Objetivos**

1. Reconocer que la telenovela es uno de los géneros más entretenidos, usado por la TV para narrar historias.

2. Descubrir los principales mecanismos con los cuales se narran historias.

3. Reconocer que la telenovela nos atrae básicamente porque nos emociona.
4. Reconocer que para emocionarnos, la telenovela nos presenta algunas situaciones narradas bajo la forma de conflictos dramáticos.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

1. A la gente le ocurren muchas cosas que pueden ser contadas en una historia. A los campesinos les pasan cosas que integran la historia de su vida: la niñez, abandono del hogar para estudiar o buscar trabajo, pololeo, cesantía, machismo, malos tratos en la familia, conflictos entre padres e hijos o entre compañeros, desengaños amorosos, pérdida de la cosecha o de la tierra, muerte de seres queridos; acontecimientos felices de la vida, como el matrimonio, la llegada de un nuevo hijo, una buena cosecha, conseguir un buen trabajo.

   Los libretistas de telenovela aprovechan las cosas de la vida para narrarnos historias y esto nos entretiene.

2. Toda historia o narración tiene cinco elementos básicos:

   Espacio o lugar donde ocurren los acontecimientos (la casa, la escuela, etc.).

   Personajes que intervienen (madrastra, madre, marido, suegra, hijos). Los personajes principales se llaman **protagonistas** (Cristal, Rosa).

   Acción o actividades que emprenden los personajes para lograr sus metas y deseos (trabajan, se pelean).

   Conflicto o problemas que enfrentan los protagonistas, a cuyos deseos o acciones se oponen otros personajes (quiere casarse y no la dejan).

   Solución o desenlace, el cómo se resuelven los conflictos.

3. De todos los elementos anteriores, el conflicto dramático es el principal mecanismo de narración de la telenovela, porque su presentación, desarrollo y desenlace es lo que nos mantiene interesados: por ello no dejamos de ver la telenovela cada día en los tres o cuatro meses que dura, aunque de antemano adivinamos cuál será el final...

4. Lo que ocurre alrededor del conflicto nos hace que experimentemos todo tipo de emociones. Compartimos con el protagonista sus aventuras, penas y alegrías... Los malvados nos provocan rabia o agresividad... Sentimos solidaridad y compasión hacia los débiles y víctimas... Y nos late el corazón cuando la pareja protagonista se da el beso final...

5. Justamente las emociones que sentimos, son los lazos que nos prenden a la telenovela. La emoción nos captura a pesar que desde un punto de vista racional, las historias que nos cuenta parezcan inverosímiles, repetidas o hasta risibles.

6. ¿Por qué nos emocionamos? Porque en esos conflictos que presentan las telenovelas reconocemos algunas situaciones vitales por las cuales hemos pasado o que le han sucedido a personas conocidas. Reconocemos también situaciones que podrían llegar a sucedernos a nosotros o a otras personas. Aunque los conflictos de la telenovela nunca sean exactamente iguales a los propios, éstos despiertan nuestros sentimientos ya vividos o insinúan los que podríamos llegar a vivir.

8. Los que escriben las telenovelas, de todas las situaciones vitales posibles, seleccionan sólo algunas para ser narradas a través de la TV, omitiendo muchas otras. Al seleccionar esas situaciones, los autores de telenovela están **valorándolas.** Es decir, haciéndolas importantes para el público... e indirectamente, restándole interés a las que dejan fuera.

D. **Materiales**

- Papelógrafo y plumones.
- Blocks y lápices para tomar nota.
- Dos papelógrafos que el animador desea confeccionar **antes de la sesión** y que exponemos a continuación:

PAPELOGRAFO Nº 1 EPACS

1. **Espacio o Escenario:** lugar donde ocurre la escena (por ej. casa).

2. **Personajes:** personas que intervienen en la escena (por ej. madre - hija).

3. **Acción:** actividad que se propone realizar el personaje protagonista (por ej. la hija quiere pololear).

4. **Conflicto:** a la acción que desea emprender el protagonista se opone el personaje antagonista (ej. la madre no da permiso para pololear a su hija).

5. **Solución:** la resolución final del conflicto (por ej. la hija pololea sin permiso). Si el capítulo continuara al día siguiente, el final debe tener **suspenso** para atraernos a ver el próximo episodio.

Papelógrafo Nº 2

PAPELOGRAFO DE SINTESIS

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
Espacio			
Personajes			
Acción			
Conflicto			
Solución (o suspenso)			

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (2 minutos)

El animador expresará al grupo que muchas personas sienten vergüenza de decir que ven telenovelas y que se emocionan con las historias narradas. En el campo, la telenovela es un género de alta audiencia, que agrada y entretiene mucho. Esta unidad, por lo tanto, está destinada a familiarizarnos con este género tan popular.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL (5 minutos)

Se recomienda al monitor aplicar dos de las dinámicas expuestas en el Anexo.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (10 minutos)

El animador pedirá a los participantes que nombren algunas telenovelas que están viendo o hayan visto. Las anotará en el papelógrafo. Luego seleccionará una que la mayoría conozca.

Preguntará al grupo:

- ¿Qué situaciones o personajes de esta telenovela son parecidos a la vida real?
- ¿Qué situaciones que aparecen en las telenovelas podrían ocurrirnos a nosotros?

Registrará las respuestas en un papelógrafo e intentará estimular la participación, sin forzar ni alargar el debate, pues se trata sólo de una motivación al juego.

Luego preguntará:

- ¿Qué emociones sentimos ante esta telenovela?

Anotará brevemente las respuestas. Destacará las emociones señaladas por el grupo, apoyándose en los puntos 5 y 6 de "Es necesario saber que...".

No interesa en este paso sacar conclusiones ni hacer síntesis, sólo reconocer las emociones que sentimos, pues son las emociones las que nos prenden a la telenovela.

Paso Nº 4: EL JUEGO (1 hora)

El animador invitará al grupo a participar en un juego que consiste en imaginar y representar un capítulo de telenovela. Para ello, impartirá las siguientes instrucciones:

- Los participantes se dividirán al azar en tres subgrupos.
- Cada subgrupo eligirá uno de los siguientes conflictos[1]:

  • Una joven campesina se va a trabajar a la ciudad; queda embarazada, pero no se atreve a regresar al campo;

  • Un joven campesino trabaja con éxito en Santiago, su padre se enferma gravemente y le pide que vuelva a hacerse cargo de la familia y de una pequeña parcela; volver al campo significa perder el empleo en la ciudad;

  • Un muchacho egresado de una Escuela Agrícola quiere trabajar en el campo pero no encuentra empleo;

  • En una joven pareja campesina, la esposa obtiene trabajo en una agroindustria; el marido se opone, porque ella es muy buenamoza;

  • Un joven tímido está enamorado de una niña; no se atreve a declararse ni a revelar sus sentimientos a sus amigos;

  • Una niña campesina detesta al hombre que es conviviente de su madre, porque trata mal a la familia; sin embargo, es él quien trae el dinero para la casa;

[1] Los conflictos que aquí presentamos han sido recogidos durante la investigación sobre recepción de TV en el campo. Ver "La TV del Mundo Rural", CPU, 1989.

• Un joven campesino está de novio hace varios años con la hija de una familia muy amiga de sus padres; él ya no la quiere, pero no se atreve a terminar el noviazgo;

• Un joven técnico agrícola tiene ideas nuevas para trabajar el campo de la familia; el padre, muy tradicional, no acepta innovaciones.

– Cada subgrupo, a partir de la historia seleccionada, imaginará y representará un capítulo de 7 minutos de duración de una telenovela.

– Este capítulo puede ser el inicio de una telenovela, el final o un episodio intermedio.

– Cada subgrupo deberá discutir el **conflicto;** situarlo en un **espacio** físico (la pieza, la cocina, el bar, la calle); elegir los **personajes;** definir la **acción** a ser representada (¿qué harán los personajes?), e imaginar una **solución,** si se trata de un capítulo final, o crear **suspenso** que atraiga la audiencia al día siguiente.

El animador se apoyará en el papelógrafo Nº 1 que expondrá en este momento, para explicar mejor estos conceptos.

– Cada subgrupo elegirá los participantes que harán los papeles y preparará una representación de máximo 7 minutos del conflicto elegido. La representación es para la TV, como si fuera a ser vista por millones de personas. Se sugiere utilizar disfraces, luces y escenografías improvisadas que ayuden a ambientar la representación.

– Para todo lo anterior, los subgrupos cuentan con media hora.

El animador insistirá en que se trata de un trabajo en serio y **no de una sátira** de la telenovela.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (10 minutos)

Terminadas las representaciones, irá completando con ayuda de todos los participantes el papelógrafo Nº 2 para la "Discusión y síntesis".

Llenará los casilleros correspondientes para el **espacio, personajes, acción, conflicto** y **solución** o **suspenso.**

Completando el papelógrafo y mostrando al grupo el cuadro resultante, el animador hará ver:

a. Que lo que ellos hicieron fue narrar historias, al igual que lo hace la telenovela,

b. Que, para hacerlo, identificaron: espacio, personajes, acción, conflicto, solución o suspenso. Estos son los elementos básicos de toda narración,

c. Que cada grupo armó su historia en torno a un conflicto: en la telenovela el conflicto es también el **principal mecanismo** de narración,

d. En este juego se seleccionaron sólo algunos de los innumerables conflictos campesinos para que los grupos narraran historias en torno a ellos, quedando otros afuera; los que escriben telenovelas también seleccionan sólo algunos conflictos (familiares, amorosos, sociales, políticos, económicos) que los seres humanos vivimos.

Luego, formulará las siguientes preguntas motivadoras:

– Después de haber construido un capítulo de telenovela, ¿qué hemos descubierto sobre este género?

- ¿Creen que el público campesino se emocionaría con estos conflictos que representaron?
- ¿Por qué se emocionaron?

Anotará las opiniones en el papelógrafo.

- Los capítulos elaborados ¿dejan alguna enseñanza a los televidentes acerca de los problemas de la vida?

Cuando las opiniones comiencen a repetirse, el animador formulará la pregunta evaluativa final:

Después de vivir esta experiencia, ¿ha cambiado nuestra opinión sobre la telenovela?, ¿en qué ha cambiado?

Agradecerá la colaboración del grupo y los invitará a la próxima sesión.

Unidad 7

LA SERIE DE ACCION

Introducción

Esta unidad consta de dos sesiones. La primera estará destinada a ver y discutir una serie de TV y la segunda, a crear el programa piloto de una serie campesina.

Sesión 1: Viendo TV

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

Las series de TV ("Fama", "Miami Vice", "Los Magníficos", "Cagney y Lacy", "El auto fantástico", etc.) también al igual que las telenovelas, cuentan historias.

En esta unidad intentaremos descubrir que la serie televisiva narra historias de una manera diferente a la telenovela y al cine. Reflexionaremos también en torno a los hombres, mujeres y temas que en ella aparecen.

A través del visionado de un programa de TV y de su discusión, los participantes descubrirán los aspectos claves de este género.

B. **Objetivos**

1. Reconocer la forma específica que tiene la serie de narrar historias, diferente a la telenovela y a las películas cinematográficas.

2. Discutir acerca de la presencia o ausencia del mundo campesino en las series televisivas.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

1. La serie, al igual que la telenovela y las películas cinematográficas, también narra historias, en su mayoría policiales.

2. Las formas narrativas particulares de la serie, que la diferencian de la telenovela son:

   – en cada episodio los héroes de la serie deben resolver un problema o luchan por una meta que desean profundamente; a menudo, la serie narra con un ritmo muy rápido la acción que emprende el héroe para resolver el caso o conseguir la meta deseada. La telenovela, por el contrario, se desarrolla lentamente.

   – la serie se exhibe normalmente una vez a la semana; en cada episodio se cuenta una historia completa, con inicio, desarrollo y desenlace;

   – en la serie ocurren acciones muy espectaculares: choques, asaltos, explosiones, salvamentos, naufragios, peleas. Todo esto, en muy poco tiempo; en cambio, en la telenovela, se muestran acciones más bien cotidianas;

   – el héroe de la serie tiene las siguientes características:

     • **ahistórico:** sin antecedentes familiares, educativos, sociales; sin vida privada; sin conflictos personales o familiares; no tiene problemas económicos;

     • **inmutable:** el héroe es invariable, no envejece ni se enferma; siempre es eficiente, sin frustraciones; siempre vence, aún al más hábil adversario.

     • **todopoderoso y sabio:** ante las dificultades de un caso y la astucia de un malvado, el héroe exhibirá su inteligencia superior y su destreza atlética. No tiene fracasos; al final del episodio siempre gana.

En cambio los personajes de la telenovela evolucionan (una ciega recupera la vista, un malo se redime), lo que también ocurre con los personajes cinematográficos.

3. La serie tiende a presentar a las personas como estereotipos (o "caricaturas") más o menos inmutables. Esto quiere decir que los seres humanos –que en la vida real somos complejos– en la serie se muestran reducidos sólo a unos pocos rasgos. Por ejemplo los "malos" tienden a ser presentados con rasgos físicos desagradables ("cara de malo"); pertenecen a minorías raciales de Estados Unidos (chinos, latinoamericanos), o son extranjeros.

4. Las características estereotipadas del héroe y del malvado terminan por cansar al público. Los que escriben las teleseries deben introducir algunos cambios para crear héroes novedosos y así, entonces, nacen los anti-héroes, como Baretta por ejemplo (es bajo, feo, italiano, pobre...), o personajes femeninos haciendo de policías y con conflictos en su vida privada: se enamoran, tienen novio, o marido, algunas tienen hijos, se aprobleman con el trabajo, muestran debilidades... y así se transforman en personajes que muestran más facetas.

5. En la serie sabemos anticipadamente que el malvado será vencido por el héroe. Su atractivo no es tanto racional sino emocional: provoca simpatía y compasión hacia las víctimas, rechazo al malvado, deseos de descubrir y castigar a los malos, identificación con el héroe, etc. Despertando, pues, estas emociones la serie nos atrae y nos interesa. Al igual que la telenovela.

6. Conflicto y violencia no son lo mismo. La violencia es una manera de resolver los conflictos. La serie presenta la violencia de malos y buenos como el único medio para resolver los problemas. En la realidad, los conflictos a menudo toman tiempo –horas, días, semanas, años– en resolverse; la violencia televisiva es "mágica": resuelve los conflictos instantáneamente.

   El mundo de las grandes ciudades es, efectivamente, violento. Sin embargo, hay estudios que demuestran que la TV es mucho más violenta que la vida real. La violencia aparece especialmente en las series policiales. Sin embargo, las situaciones policíacas no son el único

tema posible para las series. El éxito de "Fama" entre el público juvenil así lo demuestra. Acción y violencia tampoco son lo mismo.

7. Al igual que la telenovela, la serie escoge sólo algunos problemas para contar historias construidas bajo la forma de conflictos dramáticos. Al seleccionar, la serie valora ante el público algunas situaciones y temas: el mundo urbano, la delincuencia, la acción policial, algunas profesiones. Esta unidad propone discutir qué significa la exclusión casi total de la vida y situaciones campesinas de las series de TV.

D. **Materiales**

- Como en otras sesiones de visionado, el grupo puede ver en conjunto un episodio de serie grabado en video, o verlo directamente desde el aire, o mirarlo cada uno en su casa. Se sugiere ver, de preferencia "Cagney y Lacy", "Miami Vice", "Los magníficos" o un episodio de la serie "Fama".

- Papelógrafo y plumones.

- Lápices y papel para tomar nota.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador dirá al grupo que en esta sesión se verá un episodio de serie televisiva y posteriormente se realizará una discusión para profundizar en las características del género.

Paso Nº 2: VISIONADO

El grupo verá el episodio en conjunto. Si cada uno lo ha hecho en su hogar, el animador verificará que todos lo hayan visto.

Paso Nº 3: DISCUSION Y SINTESIS (15 minutos)

Terminada la exhibición, el animador estimulará un debate en las siguientes preguntas motivadoras:

- ¿Cuáles son los principales parecidos y diferencias que existen entre la serie y la telenovela?

Anotará las respuestas en el papelógrafo dividido en dos columnas, una para los parecidos y otra para las diferencias.

- ¿Qué parecidos y diferencias hay entre los héroes y heroínas de la serie y de la telenovela?

- ¿Qué es lo que nos atrae de la serie?

- ¿Alguno ha visto la serie "Fama"? ¿Qué diferencia tiene con las otras series?

Registrará las respuestas rápidamente en el papelógrafo.

- ¿Por qué la serie ocurre generalmente en la ciudad y casi no aparece el campo? ¿La ciudad es tan violenta como aparece en la TV?

- ¿Sería posible crear héroes campesinos? ¿Cómo serían?

- ¿Qué hechos ocurren en la vida campesina que podrían aparecer en una serie?

El animador intentará estimular bastante esta parte del debate, anotando las opiniones en el papelógrafo. Cuando éstas comiencen a repetirse, realizará la síntesis, apoyándose en la información contenida en "Es necesario saber que...", y en las respuestas del grupo escritas en el papelógrafo.

Formulará una pregunta evaluativa:

¿Qué hemos aprendido en esta sesión?

Anotará brevemente en el papelógrafo. Agradecerá la colaboración de los participantes y los invitará para la próxima sesión, en la cual ellos crearán un episodio de serie.

Sesión 2: Creando una serie

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

La actividad de esta sesión será crear un capítulo de una serie de TV con tema, situaciones y personajes de la vida campesina.

El animador revisará el punto A de la sesión anterior.

B. **Objetivos**

1. Profundizar en los recursos narrativos de la serie televisiva.
2. Valorar situaciones de la vida campesina como fuentes de posibles series.

C. **Antes de trabajar con el grupo <u>es necesario saber que...</u>**

Ver el punto C de la sesión anterior y los papelógrafos con las opiniones de los participantes, que el animador habrá conservado.

D. **Materiales**

– Papelógrafo y plumones.

– Blocks y lápices para tomar nota.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

El animador expresará al grupo que en esta sesión se realizará un juego de creación y representación de un capítulo de serie campesina.

Paso Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL

Se recomienda aplicar dos de las dinámicas del anexo, en especial, las de energetización.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (10 minutos)

El animador intentará realizar este paso muy rápidamente; tratará que los participantes recuerden los siguientes conceptos sobre la serie, vistos en la sesión anterior:

1. Cada capítulo de la serie habitualmente es completo; tiene inicio, desarrollo y fin.
2. Se emite generalmente una vez por semana.

3. Los héroes y heroínas luchan por obtener una meta o resolver un problema.

4. Hay héroes o heroínas que son los personajes estables que dan continuidad a la serie.

5. Los héroes emprenden acciones (a veces espectaculares), para lograr sus propósitos.

6. Lo que nos cautiva y entretiene en la serie son las emociones que sentimos ante la meta y las acciones del héroe.

7. Al seleccionar ciertos problemas como tema de una serie, los valoramos y le damos importancia. Al omitir problemas como temas de serie, les quitamos importancia como temas.

8. Las características estereotipadas del héroe (ahistórico, inmutable, todopoderoso) no son esenciales para construir una serie, puesto que los libretistas han ido "humanizando" sus personajes.

El animador, para este paso, podrá lanzar preguntas o simplemente, pedir que recuerden lo descubierto en la sesión anterior sobre la serie televisiva.

Anotará los conceptos en el papelógrafo con frases breves, y las dejará a la vista para facilitar el trabajo grupal posterior.

Paso Nº 4: EL JUEGO (45 minutos)

El animador invitará al grupo a realizar un juego que consiste en crear un capítulo de una serie basada en temas campesinos.

Para el juego impartirá las siguientes instrucciones:

- dividirá al grupo al azar en tres subgrupos;
- expresará que cada subgrupo desempeñará el rol de equipo creativo de un episodio de serie para tres canales de TV diferentes;
- ellos deberán proponer a cada canal un capítulo de serie campesina, definiendo los personajes, las situaciones, las acciones, la ambientación, etc.;
- los subgrupos deberán representar el capítulo. Para ello definirán: nombre de la serie, quiénes son los héroes y heroínas, cómo son, cuáles son los problemas que quieren resolver o sus metas y deseos por los cuales luchan, cuáles son las acciones que realizarán para obtenerlos, cuáles son las emociones que desean suscitar en los televidentes y cómo su suscitarán, cuál será la ambientación, qué personajes secundarios intervendrán, cómo crearán suspenso e interés; los participantes se asignarán los papeles de los personajes (héroe o heroína, personajes secundarios, etc.);
- cada episodio durará 5 minutos, aproximadamente;
- los subgrupos tendrán 30 minutos para realizar este trabajo;
- para crear su capítulo, cada subgrupo elegirá uno de entre los siguientes temas:

  • En una pensión de Linares, se encuentran 3 jóvenes campesinos que desean finalizar sus estudios de educación media y obtener una profesión.

• En una comunidad muy desunida, dos jóvenes parceleros desean formar una cooperativa.

• Una pareja de maestros recién casados llega a vivir y a enseñar a una localidad rural; en la escuela también trabajan 3 maestros mayores que ellos.

• 4 jóvenes miembros de un centro juvenil parroquial quieren que los jóvenes contribuyan más a resolver los graves problemas de la comunidad.

• Tres niñas campesinas amigas y vecinas están indecisas frente al futuro y buscan diversas alternativas para su vida.

• Una señora viuda y con hijos, tiene un pequeño almacén en una localidad campesina y lucha por salir a flote con su familia.

• Un joven técnico agrícola egresado del IER se esfuerza por introducir innovaciones en la comunidad.

• En una posta rural, una joven enfermera se empeña por cambiar los hábitos de salud de las familias.

Terminado el plazo, el animador invitará a los grupos a representar sus trabajos. Cada grupo contará con cinco minutos para hacer su representación.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos)

El animador estimulará la discusión, motivando al grupo con las siguientes preguntas (anotará brevemente las respuestas en papelógrafo):

- ¿Cuáles son las metas por las cuales luchan los héroes y heroínas de estas series?
- ¿Qué características tienen estos protagonistas? ¿Qué diferencias presentan con los héroes de las serias televisivas actuales?
- ¿Qué acciones emprenden para conquistar sus propósitos?
- ¿Qué oposiciones encuentran?
- ¿Creen que estas series emocionarían e interesarían a los telespectadores?
- Después de vivir esta experiencia creativa. ¿Cuáles serían los ingredientes que requeriría una serie campesina para atraer al gran público televidente?
- ¿Mejoraría la comprensión de la vida y problemas campesinos si hubiese una serie exitosa con temas rurales en la TV?

Cuando las opiniones comiencen a repetirse, el animador formulará la pregunta evaluativa:

– ¿Qué hemos descubierto en esta sesión?

Registrará en forma resumida las principales respuestas.

Agradecerá la participación e invitará para la próxima sesión.

Unidad 8

LAS NOTICIAS POR TV

Introducción

Esta Unidad se compone de dos sesiones. Una destinada a ver y a discutir un noticiario de TV; la otra, a crear un noticiario televisivo.

Sesión 1: Viendo TV

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

Estamos hablando de las noticias que nos muestra la TV, en los noticiarios del mediodía y de la noche.

A través de la visión de un noticiario, descubriremos las características de este género y reflexionaremos sobre la presencia o ausencia de acontecimientos campesinos en los informativos.

B. **Objetivos**

1. Reconocer la estructura de los noticiarios televisivos.
2. Reconocer presencia o ausencia de hechos campesinos en los noticiarios.
3. Descubrir que el emisor selecciona algunos acontecimientos para comunicarlos como noticias.

C. **Antes de trabajar con el grupo** **es necesario saber que...**

1. Todos los días ocurren muchos hechos posibles de ser considerados noticia. Sin embargo, sólo algunos se transforman en información noticiosa comunicada por los diarios, radio y TV. Lo que ocurre es que los emisores **valoran,** de acuerdo con diversos factores y criterios, y seleccionan

sólo algunos que consideran dignos de ser noticia. Lo que quedan fuera no son considerados noticia por los emisores.

Además de seleccionar, los emisores de la noticia dan un orden a los hechos. Es decir, los combinan para organizar un noticiario que debe aparecer en un espacio de tiempo restringido y limitado (media hora, cuarenta minutos, sesenta minutos). El tiempo destinado a dar noticias en la TV y en la radio es siempre menor que la cantidad de hechos que podrían ser dados a conocer como información.

2. Para destacar o reducir la importancia de un hecho noticioso, los emisores utilizan el tiempo destinado a cada noticia en radio y TV (si es más larga, es más importante), y el orden en que las dan a conocer: si una información inicia el noticiario, es porque el emisor la consideró la más importante del día...

3. Los noticiarios tienen ciertos elementos que los caracterizan. Al inicio se lee una sipnosis de las 3 ó 4 principales noticias del informativo: son los "titulares". Las noticias son breves y rápidas. Se saltan de un hecho a otro y de una temática a otra sin que haya interconexión entre ellos. Los temas (o sectores informativos) son generalmente fijos: Moneda (Presidencia), Cancillería, economía, policía, deportes, internacional, política, educación, etc. Las noticias van organizadas en bloques, separadas por una tanda de comerciales.

   Uno o dos conductores leen las noticias. Aparecen notas filmadas en que un "reportero" relata la noticia y hace entrevistas breves. Otros periodistas en pantalla, hacen un cierto análisis de los hechos del día; son los "comentaristas" (economía, deportes, internacional). También hay notas filmadas en el exterior que llegan por satélite, otras provienen de las regiones.

4. Así como los emisores de noticias **transmiten selectivamente** los hechos de la realidad –seleccionando algunos y excluyendo a otros– los telespectadores **perciben selectivamente** las noticias de los informativos. Ello significa que del conjunto de noticias que exhibe la TV en un noticiario, prestamos atención, recordamos y nos involucramos más con las noticias que nos afectan directamente, ocurren cerca de donde vivimos, o muestran a personas conocidas.

5. Un estudio realizado entre sectores rurales*, detectó bajo interés por las noticias nacionales e internacionales transmitidas por la TV. En cambio, hay una alta valoración de la información local, difundida por las emisoras de cada región.

6. El mismo estudio señala que los campesinos están muy poco presentes en la TV, en general, y en la información noticiosa, en particular. Esta exclusión es percibida por ellos como una desvalorización del mundo campesino, como modo de vida con valores diferentes a la vida urbana; tampoco es apreciada su actividad como productor de bienes necesarios para el desarrollo nacional; tampoco la TV valora su aporte a la vida política y social del país.
   La presencia o ausencia de los campesinos en la TV –y en particular en los noticiarios– tiene entonces, importantes consecuencias para la imagen que ellos perciben de sí mismos en la TV.

D. **Materiales**

Para el visionado de un noticiario televisivo, pueden presentarse tres situaciones diferentes (visión desde el aire, video o recepción en el hogar). El animador debe prever la situación más adecuada a su grupo. Se recomienda ver o grabar un noticiario de las 20:30 horas.

– Papelógrafo y plumones.
– Blocks y lápices para tomar nota.

* Ver: Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María Elena: "La TV del Mundo Rural", CPU, 1989.

DOS: **Trabajando con el grupo**

Paso Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA (1 minuto)

La actividad de esta sesión consistirá en ver y analizar un noticiario de TV.

Paso Nº 2: VISIONADO

El grupo verá el noticiario. Si la recepción se ha efectuado en el hogar, el animador verificará rápidamente que la mayoría lo haya visto.

Paso Nº 3: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos aproximadamente)

El animador invitará al grupo a discutir el noticiario. En el papelógrafo, junto con el grupo, intentará reconstituir la estructura del noticiario; para ello puede apoyarse en la información contenida en el punto 3 de "Es necesario saber que...".

Luego iniciará una discusión sobre la presencia o ausencia del mundo campesino en los noticiarios, basándose en las siguientes preguntas:

- ¿Qué noticias sobre la vida campesina aparecieron en el informativo visto? ¿En general, aparecen muchas o pocas noticias referentes al mundo campesino en los noticiarios? ¿Por qué ocurre esto? ¿Qué consecuencias puede tener?

- ¿Qué mecanismos utilizan los emisores de los noticiarios para sugerirnos que una noticia es más importante que otra? (tiempo, orden, etc. Ver los puntos 1 y 2 de "Es necesario saber que...").

- ¿Cuáles son las noticias que más nos interesan a nosotros? ¿Por qué nos interesan esas noticias y no otras?

- ¿En general, el campesino está interesado en las noticias nacionales e internacionales? ¿Por qué?

- ¿Qué consecuencias trae para el mundo campesino el desinterés por la información nacional e internacional? (Es necesario saber que...", puntos 4 y 5).

Registrará las principales opiniones en el papelógrafo.

Finalmente, formulará la pregunta evaluativa: ¿Qué hemos descubierto en esta sesión?

Anotará brevemente las respuestas.

Para concluir, agradecerá la participación de todos e invitará para el próximo encuentro en que crearán y representarán un noticiario para TV.

Sesión 2: Creando un Noticiario

UNO: **Preparándose para la sesión**

A. **¿De qué estamos hablando?**

El animador debe revisar el punto A de la sesión anterior "Viendo TV".

B. **Objetivos**

1. Comprender la importancia de una mayor presencia campesina en la información televisiva.

2. Valorar la información política nacional para el mundo rural.

3. Descubrir la importancia del receptor en el proceso de comunicación.

C. **Antes de trabajar con el grupo es necesario saber que...**

Revisar la información contenida en el punto C de la sesión anterior ("Es necesario saber que...") y los papelógrafos con las opiniones del grupo.

D. **Materiales**

- 8 ejemplares de un mismo diario y de la misma fecha, a los cuales se les retirará los posibles suplementos. Es conveniente trabajar con diarios tabloides ("La Epoca", "La Tercera", "Fortín Mapocho", "La Segunda", etc.); a los diarios se les debe arrancar la primera página **antes** de la sesión.
- Papelógrafo y plumones.
- Blocks y lápices para tomar nota.
- Elementos simples para representar un noticiario (disfraces, escenografía, etc.).
- Papelógrafo que exponemos a continuación y que debe ser confeccionado **antes** de la sesión.

PAPELOGRAFO

Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3
TEMA NOTICIA	TEMA NOTICIA	TEMA NOTICIA
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.
6.	6.	6.
7.	7.	7.
8.	8.	8.
9.	9.	9.
10.	10.	10.

Paso Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS (10 minutos)

El animador muestra al grupo la hoja de papelógrafo de la sesión anterior en que se anotaron los elementos que conforman la estructura de un noticiario. Recordarán entre todos en qué consistía cada elemento.

Paso Nº 4: EL JUEGO (45 minutos)

El animador invitará al grupo a participar en un juego que consiste en crear y representar un noticiario para TV, como si fuese a ser visto por millones de personas.

Se guiará por las siguientes instrucciones:

- dividirá a los participantes al azar en tres subgrupos (si el grupo es numeroso, constituirá 4);
- les expresará que cada subgrupo debe imaginarse que es el equipo de prensa de un canal y debe hacer un noticiario de TV de 5 minutos como máximo;
- distribuirá los ejemplares de diario entre los subgrupos;
- dirá que para confeccionar el noticiario deberán escoger, de acuerdo a sus propios criterios, diez noticias ciñiéndose exclusivamente a las publicadas en el periódico;
- sugerirá a los subgrupos destinar el mayor tiempo a discutir los criterios de selección y no a dar una redacción muy acabada a los textos;
- cada subgrupo debe elegir a los locutores y periodistas y ensayar la representación;
- los noticiarios no deben necesariamente imitar a los emitidos actualmente por la TV; los participantes pueden desatar su creatividad e innovar en la presentación de las noticias; así mismo, disfrazarse e improvisar escenografías;
- los informativos no deben tener comerciales;
- para realizar este trabajo, los subgrupos contarán con 20 minutos.

Terminado el plazo, el animador convidará a los equipos a presentar sus trabajos. En la medida en que cada subgrupo represente su noticiario, irá completando el papelógrafo (ver "Materiales"), anotando un par de palabras claves de cada noticia, según el orden que le hayan dado los equipos. Al terminar esta etapa del juego, se contará con tres listas de noticias en un cierto orden, lo que permitirá hacer una comparación. El animador ayudado por el grupo, verificará qué noticias se repiten en los tres noticiarios y cuáles escogieron los subgrupos para encabezar sus informativos.

Paso Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS (20 minutos)

El animador planteará al grupo las siguientes preguntas motivadoras:

- ¿Por qué, si todos los grupos partieron de un mismo diario para seleccionar sus noticias, ningún noticiario resultó idéntico al otro?
- ¿Por qué los grupos dieron orden diferente a las noticias?
- ¿Cómo destacaron las noticias que les parecían importantes?
- ¿Qué noticias campesinas pusieron en el noticiario? ¿Las había en el diario? Si no las había, ¿qué significa esto?
- ¿Qué noticias políticas aparecieron en los noticiarios? ¿Por qué las escogieron? ¿Cómo afectan al mundo campesino esas noticias?

Intentará estimular al máximo esta parte del debate, anotando en el papelógrafo, brevemente, las principales opiniones.

Luego expresará que los **participantes asumieron el rol de emisores de noticias seleccionando aquellas que valoraron como más importantes,** pero:

Esas noticias ¿interesan a la audiencia?, ¿les dieron una forma atractiva para llamar la atención de los televidentes?

Los motivará ahora a **ponerse en el lugar de los destinatarios** de sus noticiarios, y evaluar, desde este punto de vista, los trabajos realizados.

Cuando las opiniones comiencen a agotarse, formulará la pregunta evaluativa: ¿Qué hemos descubierto en esta sesión?

Registrará rápidamente en el papelógrafo los principales hallazgos del grupo.

Finalmente, agradecerá la participación y la colaboración de todos.

Anexo 1

DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL

Presentamos en este Anexo un conjunto de dinámicas que son parte integral de la metodología de Recepción Activa de TV. Estas dinámicas son muy útiles para crear un buen ambiente de trabajo y estimular la confianza y creatividad del grupo. Deben ser aplicadas al inicio de la sesión, después de la Presentación del Tema. En cada sesión, el animador elegirá dos dinámicas de entre el conjunto que exponemos a continuación. Este trabajo durará aproximadamente 5 a 7 minutos. Como ellas consisten en su gran mayoría en mover el cuerpo y ponerse en contacto físicamente, las hemos denominado "Dinámicas de Comunicación No Verbal". Recomendamos con mucho énfasis al animador realizarlas con su grupo.

Objetivos

1) Estimular la integración, actividad y cohesión grupal, promoviendo un clima de confianza y apertura frente a la experiencia de trabajo en grupo.

2) Estimular la capacidad de expresión y ejercitar la imaginación y la creatividad del grupo.

3) Crear un clima lúdico, necesario para aproximarse a la TV que es un medio predominantemente de entretención.

1. Dinámicas de energetización

1. Reconocer el espacio

Este ejercicio es para activar el cuerpo, familiarizarse con el lugar en que se trabaja y agudizar la percepción. Es una dinámica muy simple: teniendo la sala despejada, el animador solicitará a los participantes que se saquen los zapatos. Luego, descalzos, que recorran el espacio en forma individual, intentando sentir con sus pies el suelo de la sala y observando con mucha atención todos los detalles del lugar. Todo esto, sin detenerse y evitando chocar con los compañeros. Al cabo de tres minutos, termina el ejercicio.

2. Cambiarse de lugar

Esta dinámica es para mover el cuerpo y ejercitar la atención. Los participantes estarán sentados.

El animador dará la orden: "Que se cambien de lugar todos los que tengan anteojos", lo que los participantes harán rápidamente. Luego dirá: "Que se cambien de lugar todos los que vistan algo rojo", o "todos los que tengan polera", u órdenes similares. La idea es que los participantes se cambien varias veces de lugar, rápidamente.

3. La flor que se abre y se cierra

Este ejercicio es para respirar mejor, y sus objetivos son la relajación y la concentración.
El animador invitará al grupo a desarrollar el ejercicio, dando las siguientes instrucciones:

a. Todo el grupo en círculo, de pie;
b. El grupo se coge de las manos y avanza un paso adelante;
c. Levantar brazos todos al mismo tiempo, al hacerlo, inspiran;
d. Retener la respiración durante unos segundos luego retroceder bajando los brazos y expirando.

4. El saca polvo

Este ejercicio es para recuperar nuestra energía, y sus objetivos son activar el cuerpo en su totalidad, provocar soltura y mayor irrigación sanguínea en las distintas zonas de tensión muscular.
El animador impartirá las siguientes instrucciones a los participantes:

a. Se eligen parejas; comenzará uno primero y después lo hará la otra persona de la pareja;
b. con los dedos rozar con movimientos rápidos, desde el centro del cuerpo hacia afuera;
c. a continuación lo hará con palmazos; con la mano ahuecada golpear de cabeza a pies;
d. y después restregar: con la mano extendida restregar con fuerza.

5. Juguemos a la ronda

Este juego no necesita mayores explicaciones, todos hemos jugado a la ronda alguna vez, sólo se necesita una ronda conocida por todos, y mucho entusiasmo...

2. Dinámicas de integración

1. Los saludos

Este ejercicio promueve la integración y el desarrollo de un clima de afecto y confianza en el grupo.

El animador solicitará al grupo que formen parejas. Luego, pedirá que cada pareja se salude de maneras diferentes:

- con una apretón de manos
- con un abrazo
- frotándose la nariz como los esquimales
- el saludo del payaso
- con un beso en cada mejilla, como los franceses.

2. Diálogo de sordos

Este ejercicio también es para integrar el grupo y descubrir actitudes que entorpecen el desarrollo de un trabajo colectivo. Su objetivo es promover la buena comunicación y el respeto por la palabra ajena.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. los participantes formarán dos filas paralelas, conservando una distancia de un metro con los compañeros del lado;
b. cada participante quedará frente al otro, cara a cara;
c. a una señal del animador, todos comenzarán a hablar sin parar a su compañero, sobre un tema que se les ocurra en ese momento, tratando de no perder el hilo de su charla;
d. se armará una tremenda batahola en la sala, con todos hablando simultáneamente;
e. al cabo de 3 minutos, el animador dará la señal de detenerse.

Luego preguntará al grupo, ¿qué ocurre cuando en una reunión todos toman la palabra sin escuchar a los demás?

3. Vender la "pomada"

Este dinámica promueve la integración del grupo y ayuda a percibir, de manera fácil y amena, como ciertas actitudes pueden entorpecer el diálogo y el buen desarrollo de un trabajo grupal. Su objetivo es estimular la comunicación y el respeto por los demás.

El animador impartirá las siguientes instrucciones:

a. los participantes formarán dos filas paralelas, guardando aproximadamente un metro de distancia con los compañeros de los lados;

b. cada persona quedará frente a otra, cara a cara, a una distancia que permita hablar;

c. todos los participantes de una fila comenzarán a "vender la pomada" al compañero que tiene al frente; es decir, a persuadirlo sin parar de algo que se le ocurra en ese momento (una idea, consumir un producto, una opinión, etc.); el interlocutor debe escuchar, sin derecho a replicar ni a preguntar;

d. al cabo de 2 minutos, cambiarán de roles: la persona que escuchó ahora debe vender la "pomada" a su compañero.

Finalmente, el animador preguntará a los participantes cómo se sintieron al tener que escuchar el monólogo persuasivo del compañero, sin poder hablar.

4. Sacar la voz

Este ejercicio es para producir un estado de alerta y de percepción común en el grupo; se busca que nuestro propio cuerpo se transforme en un órgano de percepción (sentir).

El animador iniciará el ejercicio dando las siguientes instrucciones:

a. todos en círculo y de pie, con las manos tomadas y los ojos cerrados;

b. respirar pausadamente y profundamente, relajándose.

El animador después de un momento, explicará al grupo que:

a. Inspirarán profundamente,

b. botarán todo el aire emitiendo el sonido de cada una de las vocales:

aaaaaaaaaa eeeeeeeee iiiiiiiii oooooooo uuuuuuuuu

5. El balancín

Este ejercicio es para ir calentando nuestros cuerpos, y sus objetivos son la movilización del cuerpo, la coordinación de sus distintas partes, y la integración grupal.

El animador invitará al grupo a desarrollar este ejercicio impartiendo las siguientes instrucciones:

a. se eligen parejas,
b. de pie, se tomarán de las manos, colocados frente a frente, con los brazos estirados,
c. luego, uno bajará lentamente hasta el suelo doblando las rodillas, mientras el otro sostiene,
d. y así sucesivamente, uno bajará y el otro subirá.

6. Muñecas de trapo

Este ejercicio es para desarrollar la sensibilidad y la integración grupal.

El animador impartirá las siguientes instrucciones:

a. todo el grupo en círculo, de pie,
b. se eligen parejas,
c. uno es el muñeco, el otro su dueño,
d. el muñeco es manipulado y conducido por su dueño,
e. después de un tiempo de juego se intercambian los roles...

7. Ronda de confianza

Este ejercicio es de sensibilidad y confianza, y su objetividad es estimular a los participantes a una actitud de entrega y confianza hacia los restantes miembros del grupo.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. explicará al grupo que este ejercicio exige mucha atención y silencio,

b. todo el grupo en círculo, de pie,

c. formarán rondas pequeñas de 4 a 5 participantes,

d. en cada ronda, uno de los integrantes se colocará al centro, relajado y con los ojos cerrados,

e. el resto (la ronda), estará con las palmas de las manos vueltas hacia el centro,

f. el que está al centro, comenzará lentamente a oscilar, hacia adelante y hacia atrás hasta caer, abandonándose en los brazos de sus compañeros,

g. los demás recibirán el cuerpo y lo devolverán hacia otra dirección,

h. después de un tiempo de ejercicio, será ubicado en su posición inicial,

i. todos rotarán en la experiencia.

3. Dinámicas de expresión y creatividad

1. La bomba

Este ejercicio es para expresarnos, y su objetivo es, a través de juegos de improvisación, estimular y ejercitar la capacidad propia de expresión y creatividad dramática.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. el grupo se dividirá en 3 subgrupos,

b. el grupo 1 será el avión, los participantes junto con actuarlo harán el sonido característico del motor en vuelo,

c. el grupo 2 se pondrá al medio del avión, y desde ahí lanzará la bomba, haciendo el sonido característico de la caída,

d. el grupo 3 hará el sonido de la explosión de la bomba,

e. al explotar la bomba todos reaccionarán con la explosión,

f. el ejercicio terminará estando todos en el suelo porque la bomba explotó.

2. Animales arrancando del incendio

Este ejercicio es para ir calentando nuestros cuerpos. Sus objetivos son movilizar el cuerpo, coordinar sus distintas partes, e integrar al grupo.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. cada participante elegirá para sí un animal que le guste,

b. sólo él sabrá cuál animal escogió,

c. todo el grupo comenzará a recorrer en distintas direcciones el espacio,

d. imitarán el movimiento del animal que escojan,

e. harán ruidos y no olvidarán que están arrancando de un incendio,

f. concluido el ejercicio, todos intentarán adivinar qué animal eran sus compañeros.

3. Las estatuas

Este ejercicio es para expresarnos y su objetivo es: a través de juegos de improvisación, estimular y ejercitar la capacidad propia de expresión y creatividad dramática.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. el grupo se divide en dos subgrupos,

b. el grupo 1 construirá una estatua colectiva: para ello, usará los cuerpos de los integrantes del grupo 2,

c. cada uno de los escultores modelará las estatuas a su modo, no perdiendo la idea original que tenga el grupo,

d. luego, el grupo que fue estatua, modelará a los escultores.

4. La máquina

Este ejercicio es para imaginar y hacer lo que imaginamos, y su objetivo es ejercitar en los participantes sus posibilidades de expresión (sentimientos, ideas, valores, imágenes, vivencias, etc.) a través del cuerpo.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. todo el grupo en círculo y de pie,
b. un participante inicia el ejercicio avanzando al centro del círculo,
c. hará una secuencia de movimientos con su cuerpo, acompañándolo con sonidos emitidos por el,
d. de uno en uno, los demás integrantes se irán incorporando a la secuencia propuesta por el primer compañero,
e. sumando cada uno su propia acción y sonido,
f. se coordinarán con los primeros, hasta formar la MAQUINA.

5. Una pelota gigante y multicolor

Este ejercicio es para imaginar y hacer lo que imaginamos. Su objetivo es ejercitar en los participantes sus posibilidades de expresión (sentimientos, ideas, valores, imágenes, vivencias, etc.) a través del cuerpo.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. todo el grupo se repartirá, colocándose en distintos puntos de la sala,
b. cada participante imaginará que tiene una pelota gigante y multicolor en sus manos,
c. comenzarán a jugar con ella, lanzándola y recibiéndola con distintas partes del cuerpo,
d. deberán estar atentos en no ocupar las manos,
e. de a poco el grupo comenzará a intercambiar las pelotas,
f. el ejercicio termina cuando todos están jugando con la misma pelota.

6. Danza de la serpiente

Este ejercicio es para expresarnos y su objetivo es, a través de juegos de improvisación, estimular y ejercitar la capacidad propia de expresión y creatividad dramática.

El animador dará las siguientes instrucciones:

a. todo el grupo formará una fila india,

b. comenzarán a avanzar, bailando al ritmo de una melodía,

c. la melodía elegida tiene que ser cantada y conocida por todos...

Anexo 2

GUIA

PARA EL ANIMADOR

1. ¿PARA QUE ESTE MANUAL?

El objetivo de las actividades que se proponen en este manual de trabajo es que los participantes –jóvenes o adultos campesinos, hombres y mujeres– desarrollen una actitud activa ante la TV y sus diferentes mensajes y géneros.

Por **actitud activa,** entendemos:

- la capacidad de discernir entre los valores y modelos de vida que propone la TV a través de sus mensajes (telenovelas, noticiarios, comerciales publicitarios, etc.) y los valores propios;

- la capacidad de imaginar creativamente qué programas y contenidos televisivos podrían servir mejor a la familia campesina;

- la capacidad de presionar a través de instituciones y organizaciones sociales para que la TV chilena acoja las sugerencias y demandas provenientes del mundo campesino.

Pero, para desarrollar la actitud activa, es necesario familiarizarse con el medio y sus géneros (series, especiales de prensa, telenovela, noticiarios, etc.); comprender cómo se construyen sus mensajes, y sobre todo, definir con mucha claridad cuáles son las emociones, sentimientos, opiniones y valoraciones que se ponen en juego cuando recibimos esos mensajes.

Junto a esta actitud de **distanciamiento crítico,** se precisa también **desarrollar nuestras propias capacidades de expresión y comunicación.** Reconocer y valorar nuestro potencial de imaginar y crear mensajes entretenidos, y a la vez, útiles al mundo campesino. Soluciones de comunicación de acuerdo a nuestra realidad y que atiendan a nuestras necesidades.

Por ello, las actividades que propone este manual pretenden el aprendizaje de conceptos a través de juegos grupales; pero sobre todo, tienen por objetivo valorar nuestra propia experiencia como televidentes y estimular el surgimiento de propuestas creativas, capaces de superar las insuficiencias de la actual oferta televisiva.

2. ¿QUIENES PUEDEN UTILIZAR ESTE MATERIAL?

Este manual es un **material de trabajo** para ser aplicado con grupos de jóvenes en cursos o talleres de Escuelas Agrícolas o Centrales de Capacitación; también con grupos de adultos (comunidades campesinas organizadas, jornadas de capacitación, talleres, jornadas o reuniones de pastoral, reuniones de grupos cooperativistas y sindicales, etc.).

El material fue concebido para ser usado directamente por profesores, en el caso de Escuelas Agrícolas o Centrales de Capacitación, y por dirigentes o promotores de comunidad. Su rol es de **animador,** y así se les denomina en el manual.

En las Escuelas Agrícolas o Centrales de Capacitación se sugiere la inserción de algunas unidades, que por su tema, pueden enriquecer las asignaturas de Castellano, Ciencias Sociales, Orientación, Educación Familiar, Orientación Cristiana, Desarrollo de la Comunidad, etc. Este material es flexible. Puede ser usado completo y en forma secuencial, pero también se puede trabajar con cada Unidad en forma independiente, en el orden más conveniente para el grupo. Por ello, se sugiere articular los temas que surgen en la discusión de un grupo o curso, con alguna Unidad. Por ejemplo, si se discute sobre actualidad nacional, introducir la Unidad "Las Noticias por TV". Si se debate sobre consumo o consumismo, trabajar con la Unidad "La Publicidad por TV". Será una interesante manera de darse cuenta cómo la comunicación social está presente en diversas dimensiones de la vida individual y colectiva.

El animador no necesita ser un "experto" en TV. Los conocimientos son descubiertos y elaborados grupalmente a partir de los juegos y actividades. El objetivo del trabajo no es entregar nociones teóricas sobre la TV; el animador aprenderá junto con el grupo.

3. ROL DEL ANIMADOR

El animador tiene tres funciones esenciales:

1) Función de **mantención.** Debe procurar un clima de relaciones humanas sano, en que se den condiciones para la colaboración, la apertura y el respeto a los diferentes aportes y experiencias personales.

2) Función de **producción.** Debe facilitar la realización de la tarea. Para ello debe preocuparse de: obtener los Materiales Necesarios, conocer la información básica ("Es Necesario Saber Que..."), entregar las instrucciones de las actividades, devolver los contenidos y experiencias desarrollados por el grupo, preparar los papelógrafos para las sesiones que lo requieran y ayudar a sintetizar lo descubierto a través de la experiencia. Se recomienda usar mucho el papelógrafo durante las sesiones, pues facilita el aprendizaje. Se recomienda también guardar los papelógrafos confeccionados para las sesiones siguientes.

3) Función de **evaluación.** Es decir, ir midiendo el cumplimiento de los objetivos que deben lograrse en cada sesión. Para ello, cada sesión culmina con algunas preguntas evaluativas.

La función del animador es esencial para el logro de los objetivos que se propone el trabajo en Recepción Activa de TV. Su rol no es el de "enseñar", en el sentido de traspasar conocimientos, sino de:

- motivar y estimular la participación del grupo
- ayudar a organizar las actividades
- facilitar el descubrimiento y elaboración de conceptos a partir del grupo
- facilitar la síntesis del aprendizaje logrado durante las sesiones.

Para desempeñar esas funciones, cada Unidad contiene indicaciones y sugerencias. Destacamos las siguientes:

a) Presentación del tema y de los participantes.

Al comenzar el trabajo con el grupo, el animador debe dar a conocer el tema de cada Unidad. En la primera sesión, resulta esencial que tanto el animador como los participantes **se presenten,** para romper el hielo inicial. Esto vale también cuando se incorporen nuevos participantes, para facilitar su integración al trabajo y al grupo.

b) Organización del grupo y uso del espacio.

Cada Unidad presenta juegos que se desarrollan en pequeños grupos (subgrupos). Estos juegos son **en serio,** ya que no se trata de satirizar los programas de TV, sino de aproximarse al medio creativamente, intentando superar sus insuficiencias. Una de las labores del animador, será dividir el grupo total en otros más pequeños para desarrollar los juegos. Por otro lado, hay que tratar de usar el espacio físico de manera distinta a la de una sala de clases tradicional; en lo posible, sentarse en círculo o en "media luna", para que los participantes puedan verse entre sí y comunicarse mejor.

c) Duración de las actividades

El manual propone **tiempos aproximados** para cumplir los distintos pasos o actividades. Sin embargo, la duración de las actividades dependerá del ritmo que tenga el grupo para desarrollar las tareas. El animador deberá saber exactamente de cuánto tiempo dispone el grupo para este trabajo. Según ello, irá evaluando la situación de modo de imprimir a las actividades el ritmo adecuado.

Esta metodología ha sido diseñada para grupos de aproximadamente 20 a 25 personas. Si el grupo con que trabajaba el animador es más numeroso, éste deberá destinar más tiempo a la sesión, pues los participantes demorarán más en organizarse y presentar sus trabajos. Otra alternativa sería dividir el grupo en dos y trabajar con ellos en oportunidades distintas.

4. ¿COMO SE TRABAJA CON EL MANUAL?

Este material de trabajo se compone de ocho Unidades temáticas y dos Anexos.
La Unidades son:

1. LOS ESPECIALES DE PRENSA
2. LOS SHOWS DEL MEDIODIA
3. DESCUBRIENDO LOS CODIGOS
4. LA PUBLICIDAD POR TV
5. LOS PROGRAMAS MUSICALES
6. LA TELENOVELA
7. LA SERIE DE ACCION
8. LAS NOTICIAS POR TV

Los Anexos son:

ANEXO 1: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL
ANEXO 2: GUIA PARA EL ANIMADOR

Cada Unidad se trabaja en una o dos sesiones. Las unidades dobles son la 1, 2, 4, 7 y 8. Las unitarias son la 3, 5 y 6. Todas ellas pretenden que el grupo aprenda a partir de su experiencia, realizando una actividad creativa. En las Unidades dobles, la **sesión creativa** va precedida de una **sesión de visionado,** en que el grupo ve y comenta un programa de TV.

Si no se puede realizar la sesión de visionado, se recomienda al animador realizar de todas maneras la sesión creativa. Para ello, es preciso revisar muy bien la información ("Es necesario saber que...") de la respectiva Unidad y las preguntas de la Discusión y Síntesis de la sesión de visionado, pues allí el animador encontrará elementos útiles para la sesión creativa.

Cada Unidad consta del siguiente esquema básico:

INTRODUCCION (indica si la Unidad tiene una o dos sesiones)

UNO. PREPARANDOSE PARA LA SESION (sólo para lectura y uso del animador).
A. ¿DE QUE ESTAMOS HABLANDO?
B. OBJETIVOS
C. Antes de trabajar con el grupo ES NECESARIO SABER QUE...
D. MATERIALES

DOS. TRABAJANDO CON EL GRUPO
PASO Nº 1: PRESENTACION DEL TEMA
PASO Nº 2: DINAMICAS DE COMUNICACION NO VERBAL

PASO Nº 3: PRESENTACION DE EXPERIENCIAS
PASO Nº 4: EL JUEGO
PASO Nº 5: DISCUSION Y SINTESIS

El animador debe, **antes** de la sesión, leer cuidadosamente la Unidad, familiarizarse con los objetivos y con la información contenida en el punto "Es necesario saber que...", y preparar los papelógrafos y materiales necesarios para el trabajo del grupo.

En el Anexo Nº 1[1], presentamos un conjunto de Dinámicas de Comunicación No Verbal que ayudan a estimular la cohesión y expresividad del grupo. De ese Anexo, el animador elegirá dos para cada sesión. Su aplicación no tomará más de 5 a 7 minutos. Se recomienda con énfasis la adopción de estas dinámicas, pues su aporte a la productividad grupal es necesario.

5. LAS SESIONES DE VISIONADO

Como ya dijimos, hay cinco unidades integradas por dos sesiones, la primera de las cuales está destinada a ver y debatir en conjunto un programa de TV.

Para ello, pueden presentarse las siguientes situaciones:

a) La institución o grupo posee un televisor y es posible reunirse para ver y comentar el programa a la hora de su emisión;

b) no se tiene televisor; en ese caso, el animador solicitará a los participantes que vean el programa en sus hogares en forma individual; posteriormente, en la reunión, verificará que la mayoría lo haya visto, para que exista participación en la discusión;

1 Estas dinámicas han sido adaptadas de: Olivari, José Luis y Ochsenius, Carlos: "Métodos y Técnicas de Teatro Popular", CENECA, Santiago, 1984.

c) Se dispone de videograbador; en este caso, el animador grabará el programa durante su emisión y posteriormente, lo exhibirá a la hora fijada para la sesión con el grupo.

Para el visionado es importante crear buenas condiciones de recepción. El televisor debe ponerse a una altura mínima de 1.50 mts. para facilitar la visión de los asistentes. En la ubicación de los equipos de video es aconsejable evitar las ventanas detrás del monitor, porque esto provoca un contraluz molesto a la vista[1].

El animador debe verificar previamente a la sesión que el equipo esté funcionando y tener todo pronto para un óptimo visionado.

6. SUGERENCIAS PRACTICAS[2]

a) Estimular en el grupo el desarrollo de actitudes de respeto, atención y escucha de cada intervención. Para ello, basta que el animador señale cada cual tiene un espacio para participar y hablar y que no es necesario interrumpir para ser escuchado.

b) Motivar para la participación. Hacer preguntas para que todos los participantes se pronuncien frente a las actividades a realizar y a los temas en discusión. Evitar los monólogos, que impiden la participación del resto y los diálogos y discusiones que no toman en cuenta al grupo.

c) Esforzarse en centrar al grupo en **su tarea** y evitar caer en discusiones ajenas a los propósitos del trabajo. Para ello, basta recordar cuáles son los objetivos de la Unidad con que se está trabajando.

1 Tomado de: Ulloa, Yéssica, "Video Comunicación". CENECA / CENCOSEP, Santiago, 1986.
2 Adaptado de: Ley, Jorge. "Guía para la capacitación de la Monitora". En "Mujer TV", CENECA, Santiago, 1986.

d) Estimular, en los juegos creativos, la capacidad de buscar soluciones originales que superen las insuficiencias de la actual programación televisiva detectadas por el grupo.

e) Tratar de romper mitos y prejuicios en torno a la TV. Por ejemplo, tachar de "alienadas" a las personas que ven y gustan de ciertos programas. Para ello, se sugiere señalar al grupo la importancia de abrirse a nuevas experiencias y superar los esquemas preconcebidos con que se enfrenta comúnmente el tema, porque no promueven el cambio. Evitar las descalificaciones personales.

Por último, señalamos algunas **herramientas técnicas** para trabajar con el grupo, útiles para organizar y comunicar contenidos:

- **Destacar.** Es poner en relieve algo dicho por algún participante o por el grupo. Se puede decir así: "Entre lo que ustedes dijeron, es importante...", "Si recuerdo bien, tú dijiste que...".

- **Devolver** (o reflejar). Es "traducir" lo expresado por el grupo o una persona, con un mínimo de interpretación. Se expresa así: "Lo que tú quieres decir es...", "El grupo descubrió que...".

- **Interpretar.** El animador devuelve lo dicho por el grupo o algún participante, pero con un grado mayor de elaboración. Para ello, es útil la información contenida en "Es necesario saber que..." Se puede decir así: "Lo que ustedes dicen, se puede interpretar como...".

- **Conceptualizar** (definir científicamente una idea). Es darle el nombre técnico o científico a lo que los participantes descubrieron a través de las actividades. En esta tarea, la información de "Es necesario saber que..." resulta imprescindible. Se expresa: "Lo que ustedes hicieron se llama...".

- **Relacionar.** Es establecer lazos entre lo expresado o realizado por algún participante o por el grupo, con alguna experiencia o concepto aparecido en otro momento. Se puede decir: "Lo que acabamos de descubrir se relaciona con...", "Lo que dijiste, lo podemos hilvanar con...".

- **Sintetizar.** Es resumir en una idea o concepto central lo expresado por el grupo o por algún participante. Se dice: "En pocas palabras, podemos afirmar que...", o "En resumen, descubrimos que...".

- **Evaluar.** Es medir progresos y comparar lo realizado o aprendido con algún propósito u objetivo trazado previamente. Se dice: "El grupo ha logrado...", o "No hemos conseguido...".

INDICE