

TALLER

Tallers d'educació i lectura d'imatges

Educació en mitjans de comunicació

Educació infantil, primària, ESO, Batxillerat

GUIA DIDÀCTICA PEL PROFESSOR

Índex

1. Introducció
2. Algunos datos personales
3. “Niños Medios de comunicación y su conocimiento” (Barn Media Kunskap)
4. Para quien trabajamos
5. Objetivos de Nimeco
6. Bases pedagógicas
7. Introducción y presentación del medio
8. Introducción al análisis de cine y programas de TV
9. Creación propia
10. Referencias
11. Notas aclaratorias

Autor de l'activitat: NIMECO



1. Introducció

El método educacional "Barn Media Kunskap" BMK (Niños Medios de comunicación y su Conocimiento, NIMECO) destinado a introducir el trabajo y estudio de los medios de comunicación; tanto, desde el jardín de infantes hasta la enseñanza superior, como con padres, adultos, jóvenes y niños en actividades extra curriculares; fue desarrollado por Ana Graviz y Jorge Pozo a comienzos de la década de los años 80.

El objetivo pedagógico del método es brindar propuestas que ayuden a desarrollar un sentido crítico¹ frente al proceso pedagógico provocado por la información proveniente de los medios de comunicación. En el prólogo de la versión en castellano al libro de método BMK, el pedagogo brasileño Paulo Freire escribe:

"Parece obvio reconocer que en el mundo de hoy, la aproximación a los objetos de conocimiento es mediada por los medios de comunicación de masas que utilizan alta tecnología.

Niños, jóvenes y adultos están expuestos constantemente al lenguaje de la TV, del video, de la informática, del cine, de los *out-doors* y de los periódicos.

Dominar esos lenguajes y sus mecanismos de producción, comprendiendo el subtexto de los mensajes vehiculados, conseguir identificar condicionamientos implícitos, revelando el real sentido de lo que es comunicado, es una dimensión de lectura crítica y condición necesaria para una educación transformadora."²

Ana y Jorge, proponen a niños, jóvenes y adultos; propuestas, ideas, inspiración y estímulos que ayuden a tener una cierta distancia que permita recordar que detrás de filmes, fotografías y otros mensajes de los medios de comunicación hay una representación de la realidad, vale decir que la realidad se transforma debido a que los creadores eligen lo que van a registrar dejando afuera otras partes de la realidad.

El deseo es que, en el trabajo con y sobre los mensajes de los medios de comunicación, el espectador, lector, auditor, no queden ajenos de advertir y pensar sobre los sucesos presentados y reflexionar sobre ellos.

Además de su trabajo de divulgación de su método en Suecia, estos pedagogos han compartido sus experiencias en diversos países y lugares tanto de Europa como de América. Ellos han presentado en Uruguay, Noruega, Finlandia, España, Cuba, Brasil, Ecuador, Puerto Rico y Venezuela los principios planteados por su método que ha servido, en algunos de ellos, también como base de proyectos de desarrollo y educación en el área del lenguaje audiovisual. Uno de estos proyectos "Barn Media Kunskap en la ciudad de Borlänge, Suecia" fue representante por Suecia en la muestra cultural nórdica de 1989. Los países participantes fueron además de Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca e Islandia. Dentro de la Unión Europea, con su dirección pedagógica y basada en su método educativo se realizó el proyecto "Child 2000".

Ana Graviz y Jorge Pozo tienen diversas publicaciones tanto en conjunto como separadamente. La mayoría de ellas efectuadas en Suecia y algunas en España.

2. Algunos datos personales

Ana Graviz Machado

Nacida en Artigas, Uruguay, con nacionalidad Sueca desde 1980, es Doctora en Pedagogía



en la Universidad de Estocolmo, donde defendió su tesis "Introducción de la enseñanza de los medios en la escuela básica. ¿Un problema pedagógico? Caso Uruguay".

Anteriormente desde los comienzos de 1980, habiendo tenido estudios previos en la facultad de Ciencias Económicas en la Universidad de la República del Uruguay, se interesó por el estudio, investigación y desarrollo de la educación de medios de comunicación.

Desde 1982, paralelamente con sus estudios universitarios de pedagogía y cine, y la creación, desarrollo, investigación y publicaciones alrededor del método Barn Media Kunskap, llevó la dirección de proyectos de desarrollo y cursos sobre medios de comunicación en educación preescolar, primaria, secundaria, universitaria y extracurriculares, tanto en Suecia como en distintos países de Europa y América. Ha participado además de investigaciones referente al tema, en evaluaciones de algunas carreras universitarias.

Desde 1997 hasta 2001, fue Directora del proyecto de desarrollo "En plats för alla barn" "Un lugar para todos los niños" "A place for all children", que se realizó en Estocolmo en colaboración entre La Municipalidad de Estocolmo y la organización civil "Centrum för Kulturkommunikation" (Centro para la cultura y la comunicación) y que contó con apoyo financiero del estado sueco.

En la actualidad participa, además de cursos sobre medios de comunicación en la Institución de Pedagogía en la Universidad de Estocolmo y en el Centro de estudios para adultos de Solna, en investigaciones sobre la escuela de Nacka y Estocolmo y la enseñanza de los medios de comunicación en proyectos de desarrollo tanto nacionales como internacionales.

Jorge Pozo Farías

Nacido en Valparaíso, Chile y con nacionalidad Sueca desde 1980 es educador de medios de comunicación. Con estudios y título de Contador en Chile, continuó en Suecia con estudios de educación en medios de comunicación, pedagogía y computación en la Universidad de Estocolmo. A partir de sus estudios y trabajos de colaboración en el desarrollo del método Barn Media Kunskap, trabaja como pedagogo independiente y a publicado en Suecia trabajos sobre análisis de películas, publicidad y textos en computación.

Desde 1982 participa en conferencias, cursos y talleres en jardines de infantes, escuelas, universidad y centros de enseñanza no curricular tanto en Suecia como en diversos países Europeos y de América.

3. "Niños Medios de Comunicación y su Conocimiento" (Barn Media Kunskap)³

"Christian, 5 años, filma con una cámara de video. Dennis, 6 años es técnico de sonido. En la pantalla de televisión ven sus compañeros las imágenes de si mismo. No necesita uno ser grande para entender como eso funciona.

Durante una hora han estado los chicos totalmente ocupados. Es mucho tiempo cuando uno es chico. Pero en una habitacion con cortinas corridas vuelan los minutos. Junto con Ana y Jorge los niños aprenden - y prueban ellos mismos como funciona la televisión y el video.

Todo empieza cuando Ana, que maneja la cámara de video, pregunta y explica a los chicos que se han sentado en sus silla, los diversos aparatos que usa y cual da la imagen o el sonido.

¡Ayuda! grita Jorge, cuando la cámara muestra solo la cabeza de Jorge en la pantalla de



televisión ¿Donde está el resto de mi cuerpo? -"Se adelgazó y viajó adentro del cable", explica un niño.

- Mmm, pero yo estoy acá- todo entero dice Jorge, y se palpa así mismo para estar absolutamente seguro. De pronto es solo una barriga en la pantalla y después sólo un par de pies. Y también Jorge entero. Toma diez minutos. Después todos los niños por sí mismos y con ayuda de preguntas de Ana y Jorge, comprenden cómo es el funcionamiento de la TV. Es cierto que es Ana con la cámara quien decide lo que uno puede ver.

Ahora está Jorge cansado y quiere descansar - ¡AH! que agradable, se dice a sí mismo, cuando se mira como está tendido y descansa en la pantalla.

-Pero tú estas de pié, gritan los niños.

-No, dice Jorge, Uds. mismos ven ahí, (en la pantalla) yo estoy descansando...

Esto es complicado...Jorge está parado y simultáneamente está tendido. Claro! si es Ana que filma la que decidió eso. Ana tiene que haber hecho algo. Por supuesto -ladeó la cámara, ¡entienden!

Un cuarto de vuelta más a la cámara y Jorge camina en el Techo, en la TV. Después caminan Christian y Karin y Dennis y Sven... Ana hace preguntas y espera las respuestas y así se va explicando todo el tiempo lo que ella hace, los niños simultáneamente miran en la TV como los diversos ángulos y posiciones de la cámara influyen en la realidad. Como Jorge se transforma en un enorme gigante cuando es filmado desde el suelo y como casi desaparece hacia abajo, cuando Ana levanta la cámara.

Los chicos van entendiendo como todo eso funciona. Ana hace ahora entrega de la cámara a los niños de 5 y 6 años que van a filmar. Todos están absortos en el trabajo, pues el resultado se ve directamente en la pantalla de la TV, sea que se filma un primer plano o que se muestra a todo el grupo.

Después que ellos han probado, se proyectan en la pared fotosdiapositivas y delante de ellas los niños pueden hacer diversas cosas. En la pantalla de TV se ve como si ellos saltaran del techo de una casa, o suben sobre lo alto de una montaña o se sientan a tomar sol en una playa del mar del sur.

Ha pasado alrededor de una hora, y es la hora de almuerzo. Antes que los niños se vayan, pueden mirar pedazos de la película de video que hicieron junto con Ana. Y otra vez caen desde un edificio y Karin hace desaparecer a Denis.

Dentro de una semana se encontraran de nuevo los niños y los adultos que están detrás del método Barn Media Kunskap".

(Traducción de un artículo aparecido en "Stockholm tidningen", "Diario de Estocolmo" mayo de 1984.)

En el año 1981 iniciamos la experiencia creativa y práctica de nuestra idea, que consistía en la capacitación de estudiantes para una recepción que implique un análisis⁴ crítico ante los mensajes de los medios masivos de comunicación. Entendiendo por crítica, no a la alabanza o la censura, sino que al rigor analítico (Sorin 1992).

Uno de nuestros puntos de vista era que mediante la televisión y otros medios de comunicación, se produce un proceso colectivo de educación, en el cual tanto adultos como jóvenes y niños participan de distinta manera. La diversidad esta dada a partir de los diferentes intereses, experiencias de vida, posición económica y social que cada participante tiene. A su vez estos elementos intervienen cuando se vivencian, comprenden e interpretan los mensajes recibidos.



4. Para quien trabajamos

Comúnmente, los niños, incluso antes de cumplir los cuatro años de edad, son espectadores regulares de la televisión. Esto nos permite afirmar, que un niño forma su identidad, en parte al relacionarse con adultos y con otros niños; y en parte con la información que recibe a través de programas de televisión, filmes, libros y otros medios de comunicación. Nosotros pensamos que los adultos debiéramos dialogar con los niños en relación a los contenidos, valores y significados, normas y preferencias que esos mensajes puedan contener. Deberíamos tener en cuenta la necesidad e importancia de capacitar a los niños hacia una recepción reflexiva y crítica frente a esos mensajes. Lamentablemente no todos los niños y jóvenes tienen la posibilidad de contar con adultos que los ayuden en este proceso. A partir de ahí se plantea la necesidad que la escuela, como centro aglutinador, asuma un papel activo para ayudar a los niños y jóvenes en esa capacitación. La educación sobre y con los medios de comunicación debiera iniciarse a temprana edad y debiera también incluir a los padres.

Nosotros pensamos que hay que divulgar su enseñanza y fomentar inquietudes que permitan a niños, jóvenes y adultos, poder servirse de estos medios para recibir y transmitir conocimientos, recibir y difundir cultura y que sea también una base de estímulo en el proceso de desarrollo del pensamiento crítico del hombre contemporáneo.

Si bien es cierto que la mayoría de las personas que trabajan en educación están concientes del significado que los medios de comunicación tienen para el desarrollo de los niños, no es seguro sin embargo, que sepan como darles "los elementos" necesarios para ayudarlos a comprender, interpretar e incluso cuestionar y reflexionar sobre la imagen de la realidad que se reciben a través de dichos medios.

El hecho es, que los maestros no han recibido ni reciben una preparación adecuada, para trabajar con sus alumnos en esta materia.

Nuestro proyecto de trabajo destinado a la introducción del estudio de los medios de comunicación fue desarrollado inicialmente en los jardines de infante de Estocolmo entre 1981/1982.

Durante el proceso de aprendizaje-enseñanza en los centros de educación preescolares, el grupo mas importante al que nos dirigíamos, eran LOS NIÑOS, pero también había que interesar a los adultos para trabajar con la materia. El mayor peso de esta actividad debería estar en los maestros y padres, puesto que eran ellos los que tendrían que tomar la responsabilidad de continuar adelante con el trabajo iniciado. Los niños no pueden solos, sin herramientas y ayuda, lograr el objetivo que persigue la actividad. A partir de ahí fue que tanto niños como educadores de párvulos, maestros y padres debían compartir la experiencia, recibir estímulo y entusiasmo para integrarse en el trabajo educativo dirigido a preescolares y escolares.

En el año 1983 cuando presentamos el primer informe de nuestro trabajo ante el Departamento de Pedagogía de la Universidad de Estocolmo, el proyecto al que llamamos Barn Media Kunskap-Metod. (Método, Niños Medios de Comunicación y su Conocimiento - NIMECO) estaba ya dirigido tanto a niños, como a maestros y padres.

Posteriormente, el método se profundizó y se utilizó en diversas instituciones de enseñanza, jardines de infantes, escuelas, universidades, centros audiovisuales y asociaciones de educación no curriculares. Sus principios han servido también como base de inspiración para proyectos de desarrollo y educación en el área del lenguaje audiovisual tanto en Suecia como en otros países, adecuándose a las posibilidades, condiciones y recursos de esos lugares.



5. Objetivos de NIMECO

Los objetivos pedagógicos de NIMECO son los siguientes:

- Educar hacia un pensamiento crítico frente a los mensajes de los medios de comunicación de masas y hacer conciencia del significado que ellos tienen en nuestra vida.
- Iniciar actividades para introducir la educación sobre y con los medios de comunicación de masas en los jardines de infantes y escuelas.
- Conocer las vivencias de los niños cuando son espectadores de filmes o de programas de televisión.
- Discutir el significado que el contenido de los medios tiene para el pensamiento de los niños.
- Clarificar las diferencias que existen entre niños y adultos en la forma de entender e interpretar los mensajes de los medios de comunicación de masas.
- Buscar formas de trabajo en torno a la educación de los medios de comunicación en conjunto entre los padres u otros adultos y los maestros de jardines de infante o escuela.

6. Bases pedagógicas

Los elementos de introducción al estudio de los medios de comunicación, especialmente en lo que se refiere a film y televisión, tienen como punto de partida preguntas basadas en la relación:

¿Qué es una imagen y cuál es la realidad que representa? ¿Cuál es el mensaje que dicha representación intenta transmitir? Film, fotografías y otros materiales de documentación representan la realidad. Esto significa que la realidad se transforma debido a que el creador elige lo que va a registrar y deja fuera las otras partes de esa realidad. Dicha elección depende de la idea que el creador tiene sobre la situación y del mensaje que quiere transmitir.

El trabajo práctico con niños y adultos dentro de la pedagogía empleada se compone de dos partes íntimamente relacionadas:

- Una parte técnica que aporta conocimientos sobre la "forma" del medio de comunicación empleado y cómo el uso de los recursos técnicos puede influir sobre el público.
 - Una parte analítica que incentiva el diálogo sobre como la forma y el contenido se relacionan en el mensaje que se quiere transmitir y/o comunicar. Lo mismo en relación al rol del espectador, auditor, lector etc. en la interpretación de dicho mensaje.

Los conceptos básicos del método se aplican en la combinación: vivencia, elaboración, análisis, comprensión y creación propia que constituye un proceso de aprendizaje y enseñanza que puede ser entendido como un espiral de conocimiento.

7. Introducción y presentación del medio

En el aula, la aplicación práctica de nuestro trabajo está dividido en distintos momentos, se inicia normalmente con ejemplos prácticos de códigos o convenciones idiomáticas, conocidos o usados por los estudiantes; señales de tráfico, idioma corporal etc. A continuación introducimos el concepto de idioma audiovisual y a partir de este último y con la ayuda de una cámara de video hacemos lo que nosotros llamamos una "introducción y presentación del medio", vale decir estudiamos las herramientas con las que contamos para el trabajo, el idioma y la gramática usada por el medio y su aplicación en el desarrollo de



anàlisis.

Los tamaños de las imágenes, las posiciones de la cámara o sus movimientos, el uso del sonido o de efectos especiales nos permiten ir introduciéndonos en el idioma audiovisual, pero no se completará esta parte del proceso si no se les brinda a los alumnos la oportunidad de que ellos mismos prueben obtener y trabajar con las imágenes de la realidad que los rodea.

8. Introducción al análisis de cine y programas de TV

Posteriormente entramos a un segundo momento denominado por nosotros como "introducción al análisis de filmes". Esta actividad, que se realiza en torno de un film o programa pregrabado, debe convertirse en una práctica habitual basada inicialmente en películas o programas que los propios estudiantes acostumbran a ver, -no siempre nosotros los adultos estamos al tanto de lo que ellos miran y podemos quedar fuera de los temas y comentarios en que ellos están interesados-. Al elegir distintos tipos de géneros de programas o filmes para analizar, entre otros conocimientos, seguramente descubriremos que no siempre existe una respuesta e interpretación única u obligatoria a los mensajes recibidos. Nosotros acostumbramos mostrar el film o programa una primera vez para que se vivencie, y una segunda vez para estudiarlo, para saber de que trata la película, que mensaje quiere entregar, para encontrar las razones de nuestras reacciones y los nexos que pueden encontrarse entre la fantasía del film y nuestra realidad. Cuando las palabras no son suficientes, dramatizaciones sobre el contenido del film pueden contribuir a que elaboren sus vivencias.

En los filmes o programas elegidos buscamos a través del diálogo partir de las experiencias de los estudiantes y no de la nuestra. El objetivo es despertar el interés y la posibilidad de encontrar e ilustrar cómo detrás de lo artístico- técnico existe un contenido y un mensaje que puede pasar a veces desapercibido detrás de su fachada. Es fácil olvidar que detrás de la fascinación del espectáculo, pueden venir formas de vida, valores e incluso una proyección social que se presentan en algunos casos en "paquete de lujo". Evidentemente se puede o no, elegir a partir de ese análisis, aceptar o no los valores que el creador del film, conciente o inconcientemente, ha transmitido.

Como complemento al trabajo de análisis de film o programas de TV, acostumbramos ilustrar con ejercicios prácticos en conjunto con los educandos, los principios de las distintas técnicas, como por ejemplo animación, film actuados, noticiosos de TV, propaganda etc. Investigar sobre los elementos de la publicidad en la TV.

Dado que la mayoría de los medios de comunicación se financian por medio de la publicidad, un momento de nuestro trabajo es dedicado a ese tema.; puesto que los niños tienen acceso a esa información publicitaria, ya sea en revistas, diarios o Televisión.

Nosotros pensamos que es necesario estudiar el producto publicitario en relación a la sociedad en que se produce y actúa. Vale decir partiendo de su origen, su destino y las actividades que promueve, para así ir descubriendo los diversos actores del proceso y sus relaciones, tanto sociales, psicológicas o económicas.

Para logra este objetivo hemos recurrido a los textos de estudio dirigidos a quienes producen publicidad, trabajan con introducción de productos en el mercado o estudian mercadotecnia.

A esos textos son a los que debemos apelar para conocer el funcionamiento de la publicidad, y de esa manera, probablemente encontrar la ayuda que nos permita su examen crítico. Otro tipo de información pueden proporcionárnoslo las empresas involucradas en el



proceso.

Partiendo de las vivencias que provoca el mensaje publicitario, indagando lo que las causa. Estudiando lo que se ve y como se ve; lo que se escucha y los diferentes elementos que lo componen, encontraremos las herramientas a utilizar para una "lectura" crítica.

Sabiendo que el producto publicitario está hecho para cumplir un objetivo. Que el productor del mensaje espera que se "lea" y se entienda y que no hayan suposiciones equivocadas, recurriremos a la ayuda de diferentes tipos de preguntas, abiertas y asociativas, para que los niños puedan encontrar las respuestas que le faciliten la comprensión de los distintos mecanismos utilizados en el mensaje. Ya concientes de esto, los niños estarían en condiciones de realizar sus propios ejemplos publicitarios.

Normalmente y posterior a cada momento de la aplicación del método, de acuerdo al grupo y edad de los estudiantes, así como a los film, programa o material trabajado, buscamos las posibilidades integradoras y dinámicas del momento para su tratamiento interdisciplinario.

La idea es que el material que se trabaja con y sobre los medios de comunicación, puedan integrarse en otras áreas o materias curriculares distintas, como ser: lenguaje escrito y oral, historia, literatura, arte, dibujo, pintura o matemáticas. Se pretende sobre todo dar sentido aplicativo y directo a conocimientos ya poseídos con anterioridad, sistematizar otros y sobre todo desarrollar la capacidad desmitificadora y crítica.

9. Creación propia

Es importante que a continuación de estos ejercicios teórico-prácticos se les ofrezca a los alumnos la posibilidad de que individualmente o en grupo, realicen una producción.

A partir de su propia creación, irán adquiriendo las técnicas de trabajo secuencial para planificar y grabar su pequeña obra. La idea, el guión, la filmación, la muestra, la vivencia y el análisis deben estar incluidos. Si al trabajo se le da continuidad, debiera este generar experiencias,

intercambio y desarrollo personal, a medida que se participa en las actividades. Esto haría que la espiral de conocimientos fuera creciendo y retroalimentándose.

El largo proceso de la enseñanza debe comprender distintos medios de comunicación: periódicos, libros, teatro, música, radio, televisión, film etc. Debe incluir ejercicios que ayuden a los niños a crear narraciones ilustradas, ya sea con fotografías, diapositivas, representaciones de teatro, música, filmes, noticiosos etc. pero siempre discutiendo y analizando estos trabajos. No debemos olvidar que ellos también deben tener un público al cual dirigirse, padres, compañeros de su escuela, del barrio o de otras escuelas.

La sistematización de estas actividades, nos permitiría descubrir en los educados, "un público especial" donde la cultura e información difundida tendría un espectador indagador, selectivo, motivado en la búsqueda de los significados que están detrás del mensaje cinematográfico o televisivo. Como una forma práctica de estimular a los niños a reafirmar lo aprendido, se les pide realizar diversos tipos de trabajo que tienen que ver con el momento anterior, ya sea en forma individual o en pequeños grupos, desde buscar en revistas y diarios para recortar y pegar en forma de collage diversos tamaños y perspectivas de imágenes, hasta, dependiendo de las edades y destrezas de los chicos, que dibujen o cuenten, narrando ya sea con imágenes o por textos escritos algo de lo que a ellos les haya interesado especialmente. (Los chicos preescolares generalmente dibujan, cuentan y hacen collage). Todos estos trabajos, se presentan en el grupo, que es el público y se estimula la formulación de preguntas, el diálogo, el estudiar sus propios procesos de producción y la búsqueda y reconocimiento de su relación con lo que los rodea, tanto en el medio ambiente como en las personas.



El proyecto educativo que nosotros hemos bosquejado, da inicio a una cantidad de horas de intenso trabajo, pero si se adecua a las edades y niveles de idioma de los alumnos, en una mezcla divertida de trabajos teóricos y prácticos en conjunto con los alumnos y maestros, se podría conseguir allanar la oposición escuela-casa-medios de comunicación. Padres, educadores y/o adultos interesados deben cumplir el rol de orientadores y multiplicadores en este proceso de enseñanza.

10. Referencias

- Freire P. (1977, 1989); La educación como práctica de la libertad, Siglo XXI, Madrid
- Freire P. & Macedo D., (1989); Alfabetización, Lectura de la palabra y lectura de la realidad. Paidós/MEC, Barcelona
- Graviz, Ana (1982); Barn Media Kunskap Projektet, Stockholm Universitet.
- Graviz, Ana. (1996) Mediekunskap i skolan- ett implementerings- problem, tesis doctoral. Universidad de Estocolmo, Suecia.
- Graviz Ana., Pozo J, (1991) "Barn Media Kunskap", Barn Media Kunskap ab. Estocolmo
- Graviz, Ana, Pozo J, (1994) "Niños Medios de Comunicación y su Conocimiento" Ed. Herder, Barcelona.

11. Notas aclaratorias

¹ "Crítica no tiene nada que ver con la alabanza o con la censura, sino con el rigor analítico" Mónica Sorin, Creatividad, cómo, por qué, para quién. Labor, Barcelona 1992.

² Prefacio del pedagogo Pualo Freire para el libro Niños medios de Comunicación y su conocimiento. Herder, Barcelona 1994 pag 7.

³ Graviz, Pozo 1991 " Barn Media Kunskap", barn Media Kunskap ab. Estocolomo, 1994, Niños Medios de Comunicación y su conocimiento," Ed. Herder, Barcelona

⁴ Entendiendo por análisis, la división de un cuerpo en sus distintos componentes.

