


POLÍTICA NACIONAL PARA LA
AMPLIACIÓN DE LA JORNADA
ESCOLAR EN EL NIVEL PRIMARIO

MÁS TIEMPO,
MEJOR ESCUELA



Campaña multimedial de bien
público: **TIC, escuela y comunidad**

TIC



Ministerio de
Educación

Presidencia de la Nación

PRESIDENTA DE LA NACIÓN

Dra. Cristina Fernández de Kirchner

JEFE DE GABINETE DE MINISTROS

Dr. Juan Manuel Abal Medina

MINISTRO DE EDUCACIÓN

Prof. Alberto E. Sileoni

SECRETARIO DE EDUCACIÓN

Lic. Jaime Perczyk

JEFE DE GABINETE

A.S. Pablo Urquiza

SUBSECRETARIO DE EQUIDAD Y CALIDAD EDUCATIVA

Lic. Gabriel Brener

DIRECTORA NACIONAL DE GESTIÓN EDUCATIVA

Lic. Delia Méndez

POLÍTICA NACIONAL PARA LA
AMPLIACIÓN DE LA JORNADA
ESCOLAR EN EL NIVEL PRIMARIO

MÁS TIEMPO,
MEJOR ESCUELA

Campaña multimedial de bien
público: TIC, escuela y comunidad

TIC



Ministerio de
Educación
Presidencia de la Nación

DIRECTORA DE EDUCACIÓN PRIMARIA

Lic. Silvia Storino

**COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, LECTURA CRÍTICA
Y ASESORAMIENTO PEDAGÓGICO**

Cecilia Bertrán y Marion Ruth Evans

AUTORES

Lic. Paula Camarda, Lic. Viviana Minzi, Lic. María Gabriela Madeo,
Lic. Luciana Aguilar, Lic. Nora Lizenberg, Tec. Elec. Javier Di Lorenzo,
BP Fabián Ledesma

PRODUCTOR MULTIMEDIAL

Hector Arancibia, Franco Manuel Caputo, Horacio Martinez Phillips

Colaboración: Julian Rios, Santiago Priluka, Facundo Dominguez, Virginia Beccaría

COORDINACIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS

Gustavo Bombini

RESPONSABLE DE PUBLICACIONES

Gonzalo Blanco

EDICIÓN Y CORRECCIÓN

Gonzalo Blanco

DISEÑO

Rafael Medel

Mario Pesci

Violeta Rizzo

Paula Salvatierra

DOCUMENTACIÓN FOTOGRÁFICA

María Celeste Iglesias

Campaña multimedial de bien público : TIC, escuela y comunidad / Paula Camarda ...
[et al.]; con colaboración de Javier Di Lorenzo y Fabián Ledesma. - 1a ed. - Buenos
Aires : Ministerio de Educación de la Nación, 2012.

42 p. : il. ; 28x20 cm. - (Más tiempo, mejor escuela)

ISBN 978-950-00-0972-0

1. Capacitación Docente. I. Camarda, Paula II. Di Lorenzo, Javier, colab. III.
Ledesma, Fabián, colab.

CDD 371.1

Fecha de catalogación: 26/10/2012

PALABRAS INICIALES

Estimados colegas:

Todos quienes hacemos a diario el Estado educador -docentes, supervisores, directivos y funcionarios- venimos trabajando intensamente para que la escuela pública sea el ámbito por excelencia en el que se garantice el derecho a aprender y a enseñar.

En este nuevo período de gobierno, asumimos nuevos y ambiciosos desafíos pedagógicos; en este caso, la ampliación de la jornada de nuestras escuelas primarias. Esta ampliación, enmarcada en una política hacia la niñez que busca ofrecer una experiencia rica, valiosa y relevante, expresa el firme propósito de generar iguales oportunidades en el acceso al conocimiento y a los bienes culturales de todos los niños y las niñas de Argentina.

Estamos presentes en esta tarea y queremos convocarlos, con estos cuadernillos, a la realización común de este proyecto. Los materiales que presentamos pretenden orientar y fortalecer el proceso colectivo de reflexión, la toma de decisiones y la reorganización de las escuelas. Tenemos plena confianza en que esta oportunidad será aprovechada y enriquecida en cada institución, en cada aula, en cada tiempo de reflexión, en cada encuentro entre docentes y niños.

Con el deseo de compartir un buen año de trabajo y de seguir pensando juntos la tarea de educar, los saludo cordialmente.

Prof. Alberto Sileoni
Ministro de Educación de la Nación

LA ESCUELA PRIMARIA AMPLÍA SU JORNADA

PRESENTACIÓN

El Estado Nacional reasumió desde el 2003 la responsabilidad de recuperar la escuela como espacio de enseñanza, revalorizar su función como institución integradora, potenciadora de vínculos y lazos sociales, constructora de ciudadanía. Diversas acciones pedagógicas y socioeducativas se han puesto en marcha para reconstituir las condiciones pedagógicas e institucionales para que todos los maestros y maestras puedan enseñar y todos los niños y niñas puedan aprender.

La ampliación de la jornada para las escuelas primarias fue establecida por la Ley de Educación Nacional (LEN) N° 26.206. A su vez, el Consejo Federal de Educación (CFE) resolvió inscribir dicha meta en el marco de las políticas de mejora progresiva de la calidad en las condiciones de escolaridad, el trabajo docente, los procesos de enseñanza y los aprendizajes. Ese órgano resolvió, entre las estrategias y acciones para la Educación Primaria, “implementar la puesta en marcha de modelos pedagógicos de jornada extendida y/o completa” (Resolución CFE N° 134/11).

En este marco, desde el Ministerio de Educación de la Nación se desplegaron acciones para acompañar a las jurisdicciones en el proceso de implementación de la ampliación de la jornada escolar y se definieron orientaciones para la elaboración de la propuesta pedagógica de las escuelas, de modo que, de acuerdo con sus posibilidades y decisiones particulares, cada estado provincial garantice la viabilidad y consolidación de esta política.

Dado que la ampliación de la jornada escolar se constituye como horizonte para la totalidad de las escuelas, es esta una nueva oportunidad para contribuir a su reformulación conceptual y organizativa, pues queremos enriquecer la tradición y el reconocimiento social y político que supieron tener en épocas pasadas. Sabemos también que las transformaciones culturales y sociales de los últimos treinta años han aportado rasgos de complejidad al escenario cotidiano de las escuelas, lo que requiere encontrar mejores maneras de enseñar y ofrecer más y mejores condiciones para que el aprendizaje se torne efectivo.

En los últimos años la tasa neta de escolarización del nivel ha aumentado y los indicadores vienen mostrando una alta tendencia de mejora; sin embargo aún persisten situaciones que indican la existencia de desigualdades educativas. Es necesario enfocar la mirada sobre una trayectoria escolar en la que se advierten, para un conjunto importante de niños, rasgos de discontinuidad y baja intensidad en los efectos sobre el aprendizaje. Discontinuidad producto de ausencias de niños y docentes, de falta de rutinas organizadoras y propuestas de enseñanza progresivas y sin cortes y baja intensidad que refiere al hecho de que se puede estar en la escuela, se puede asistir y, sin embargo, alcanzar pocos e insuficientes aprendizajes.

Si bien se requieren mayores indagaciones al respecto, es posible vincular esas trayectorias no sólo a las condiciones socioeconómicas que estadísticamente muestran alta incidencia en los desempeños, sino también a

ciertas características de la propuesta escolar. En este sentido, se vuelve especialmente relevante seguir avanzando en nuestras escuelas en la producción de saberes y experiencias que permitan desarrollar modelos pedagógicos más efectivos para el aprendizaje de todos los niños y las niñas, a la vez que revisar aquello que en el modelo usual afecta la continuidad de la enseñanza.

La propuesta para la ampliación de la jornada escolar adquiere su sentido en el marco de un proceso gradual de implementación que considera a las aproximadamente 2700 escuelas del país que ya cuentan con jornada extendida o completa y tiene como perspectiva a un conjunto de instituciones de educación primaria que progresivamente se irán incorporando a dicha implementación hasta el 2016. De esta manera, no se trata de un proyecto coyuntural, sino que se inscribe en los sentidos político-pedagógicos que señalan un nuevo horizonte para la escuela primaria argentina.

Dichos sentidos nos ponen frente a los desafíos de:

- ▶ repensar las cualidades de la experiencia escolar;
- ▶ fortalecer y producir modelos pedagógicos y organizacionales que potencien la enseñanza y el aprendizaje en contextos de diversidad (culturales, de ritmos de apropiación, etcétera);
- ▶ fortalecer las trayectorias escolares de los niños y las niñas a partir del despliegue de estrategias institucionales y mejores condiciones de enseñanza.

Asumimos el compromiso de hacer de la escuela pública un ámbito más justo, de inclusión educativa, en donde el derecho a enseñar y aprender se despliegue en el desarrollo de vínculos sólidos de afecto, respeto y solidaridad. Más tiempo de los niños en la escuela es construir un país con mayor justicia; nos demanda encontrar nuevas y mejores maneras de enseñar y ofrecerles a nuestros alumnos más y mejores condiciones para que el aprendizaje se torne efectivo, también nos impulsa a recuperar aquellas tradiciones que convirtieron a la escuela pública en la mejor expresión de un proyecto democratizador

Frente al desafío de contar con más tiempo para enseñar y aprender en nuestras escuelas, el material que estamos presentando pone a disposición de los colegas directivos y docentes de todas las jurisdicciones del país, reflexiones y orientaciones que nos permitan pensar en conjunto algunas dimensiones para desplegar una propuesta pedagógica de cara al siglo XXI.

Dirección de Nivel Primario

ACERCA DE LA COLECCIÓN

Como parte de un entramado de políticas públicas, ponemos a disposición de las escuelas primarias una serie de materiales para directivos y docentes a fin de orientar el proceso colectivo de reflexión y la toma de decisiones que efectivice esta interesante oportunidad para repensar conceptual y organizativamente la escuela. Por consiguiente, han sido elaborados con la intención de acompañar en el armado de secuencias de enseñanza que contribuyan a hacer efectivo el derecho de cada niño a una educación integral y de calidad.

Los cuadernillos que conforman la colección incluyen propuestas de enseñanza de núcleos priorizados para las áreas del currículum –Lengua, Matemática, Ciencias Sociales, Ciencias Naturales, Educación Tecnológica, Educación Física, Educación Artística, Formación Ética y Ciudadana y Lenguas Extranjeras–, así como de temas relevantes de la agenda contemporánea que trascienden la división en áreas propia de la organización tradicional de la escuela primaria y se inscriben transversalmente –como educación ambiental, educación sexual integral, entre otros–.

Dichas propuestas pretenden ofrecer ideas y alternativas, impulsar, orientar y sugerir modos de enseñanza y ricas invitaciones para sumar al trabajo cotidiano, en una escuela primaria que amplía su jornada. Conllevan la intención de constituirse en un insumo para la planificación de la enseñanza que, con la perspectiva de un tiempo escolar más extenso, hará cada equipo docente particular.

Al momento de acercarse a estos materiales es importante tener presente que la finalidad con la que ampliamos la jornada escolar de las escuelas primarias es la de “asegurar el logro de los objetivos fijados para este nivel”. En este sentido, las propuestas que aquí se presentan se plantean en continuidad con lo que los docentes vienen haciendo a diario en las escuelas: su encuadre lo constituyen los objetivos de la Educación Primaria establecidos en la Ley de Educación Nacional N° 26.206 y en las respectivas Leyes provinciales; sus contenidos apuestan a la concreción de los acuerdos curriculares nacionales y jurisdiccionales.

Sin embargo, también aportan algo distinto. Lejos de presentarse como un conjunto de talleres para ser sumados de manera aislada e independiente a la tarea habitual de la escuela, estos materiales ponen a disposición propuestas didácticas para la profundización de los saberes y el abordaje recurrente de temas propios de la educación primaria, con estrategias

innovadoras y distintos modos de agrupar a chicos y chicas. Propuestas didácticas que animen a los y las docentes a trabajar de manera articulada y pertinente con varias áreas o a abordar temas y problemas propios de la contemporaneidad. Propuestas que contribuyan a que ese mayor tiempo del que ahora disponemos sea un tiempo productivo en términos de aprendizaje para nuestros chicos y chicas.

En síntesis, la invitación es a explorar los cuadernillos, analizarlos, hacerlos propios y recrearlos, a la hora de diseñar las propias alternativas didácticas, en estrecha relación con los desafíos pedagógicos que plantean las alumnas y alumnos, en el día a día de cada escuela. Esperamos que los materiales se conviertan en una herramienta que contribuya a la tarea y a los desafíos que tenemos por delante en la implementación de las propuestas de ampliación de la jornada escolar; y que juntos logremos hacer una escuela en la que se enriquezca y potencie la trayectoria escolar de los niños y las niñas de nuestra patria.

Departamento de Áreas Curriculares

Campaña multimedial de bien público: TIC, escuela y comunidad

COMENTARIOS GENERALES

La alfabetización multimedial se concibe integrada al conjunto de prioridades educativas planteadas para el Nivel Primario. Bajo este marco, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) se articulan con la propuesta curricular desde dos aspectos: en primer lugar, como contenido puesto a disposición de los niños para alcanzar mejores niveles de justicia educativa; en segundo término, como entornos de trabajo que amplían las potencialidades pedagógicas de la escuela para transmitir contenidos que históricamente fueron su responsabilidad.

La propuesta de integración de TIC para primaria se presenta bajo el nombre de “Primaria Digital”, una instancia de continuidad y proyección de iniciativas ya implementadas por el Ministerio de Educación en el Nivel Primario que se propusieron favorecer la apropiación significativa de las TIC en las prácticas escolares y se orientaron a brindar a maestros y maestras herramientas tanto para el análisis, la incorporación de recursos y la producción multimedial en las aulas.

En la actualidad, la preocupación continúa centrada en la desigualdad de oportunidades en el acceso a las TIC que atraviesa a la población infantil. En las distancias respecto de la formación, la participación y el desarrollo de los propios proyectos de vida de niños y niñas. Por ello, el conjunto de acciones que se plantean, son parte de un programa político que pretende garantizar desde el Estado tanto una distribución más equitativa de la

información como oportunidades para la construcción de conocimiento socialmente valioso en el presente y sustentable en un futuro.

En este sentido, la propuesta se orienta a lo establecido por la Ley de Educación Nacional N° 26.206 respecto a los fines y objetivos de la política educativa nacional: “Desarrollar las competencias necesarias para el manejo de los nuevos lenguajes producidos por las tecnologías de la información y la comunicación”¹. Asimismo, busca generar las condiciones para el avance en los objetivos establecidos para la educación primaria en particular: “Generar las condiciones pedagógicas para el manejo de las tecnologías de la información y la comunicación, así como para la producción y recepción crítica de los discursos mediáticos”².

La propuesta de integración pedagógica de TIC se asienta en una perspectiva sociocultural superadora de abordajes instrumentales. Desde allí, la formación se orienta a la apropiación crítica, creativa y responsable de los soportes, las herramientas, los contenidos y las posibilidades de interacción social que las nuevas configuraciones comunicacionales promueven. En tal sentido las diversas actividades recorren cuestiones relacionadas con:

- ▶ la búsqueda, identificación y organización de la información (criterios de búsqueda, diversidad y validez de fuentes, jerarquización de datos, puntos de vista, contextualización de las temática curricular trabajada a partir de información de actualidad, etc.);
- ▶ la comunicación, participación y producción (conocimiento de lenguajes, identificación de procesos de construcción de sentido, identificación de objetivos de una producción, reconocimiento de destinatarios, características de los géneros narrativos, etc.);
- ▶ la familiarización con soportes, entornos y herramientas multimediales (acercamiento a herramientas de producción, interacción diversificada con el medio y la creación de nuevas formas de expresión);
- ▶ la integración de conceptos clave relacionados con la alfabetización multimedial (representación, agencias productoras, fuentes, derechos de autor, punto de vista, etc.).

En el marco de las oportunidades que brinda la ampliación de la jornada escolar en el Segundo Ciclo, se presenta la siguiente propuesta de Taller de TIC, que plantea la elaboración de una campaña mul-

1. Ley de Educación Nacional N° 26.206. Título I, Capítulo II, art. 11.

2. Ley de Educación Nacional N° 26.206. Título II, Capítulo III, art. 27, inc. d.

timedial de bien público. A través de él se busca abordar cuestiones que los alumnos y alumnas pueden identificar o vivenciar como problemas (ya sea en su relación con sus pares, en la escuela o su comunidad) susceptibles de resolverse a través de estrategias de comunicación. Con la producción de una campaña de bien público se espera que niños y niñas identifiquen una temática y propongan una acción responsable ante ella, adecuada a su edad. Se trata de una propuesta que permite agrupar alumnos de diversos grados, pues refiere cuestiones relacionadas con sus contextos de vida. Si los docentes consideran las diferencias en las modalidades de trabajo entre grados inferiores y superiores del ciclo, podrán organizar los grupos con alumnos de 4° y 5°, por un lado, y 6° y 7°, por otro.

La producción multimedial que se plantea a lo largo de doce encuentros apunta al acercamiento a técnicas del género y a los lenguajes mediáticos. Pero se propone fundamentalmente abordar aspectos relacionados con una participación ciudadana fundada en la investigación, la reflexión y el compromiso social desde la niñez. Poner en común y analizar cuestiones de preocupación grupal o comunitaria, es una estrategia educativa y comunicacional privilegiada para reposicionar el debate sobre aquello que es común, que preocupa, interesa y demanda responsabilidades individuales y colectivas que niños y niñas están en condiciones de asumir.

En este sentido, el trabajo bajo la modalidad de taller permite el ensayo y error, la reflexión sobre la experiencia propia, la observación del contexto y el análisis de las prácticas, pero también el desarrollo de actitudes de respeto hacia la diversidad de opiniones y la responsabilidad ante decisiones o acciones que involucren a los demás.

Un taller de TIC concebido desde una perspectiva cultural –tal como se plantea aquí– no está focalizado en el dominio de herramientas o la producción de recursos, sino en el conjunto de prácticas sociales y de sentido que convierten a ese proceso en un objeto de valor para una comunidad. La elaboración de una campaña multimedial permitirá entonces, acercar a los alumnos y alumnas a conceptos vinculados a la alfabetización multimedial que se podrán no sólo aplicar a la producción escolar sino también a sus prácticas cotidianas en tanto receptores y ciudadanos.

Asimismo, se hará énfasis en tareas de investigación y planificación que requieren de la colaboración, la evaluación, la revisión y la corrección individual y grupal sobre lo realizado. Analizar crítica y constructivamente los procesos propios y ajenos se ha vuelto una de las competencias básicas

que demanda la sociedad del conocimiento, pues ante la dispersión de información, es el sujeto quien se ve interpelado a organizarla en función de sus intereses y necesidades. Por eso la alfabetización multimedial se propone la formación de sujetos autónomos. Una autonomía entendida como parte de un proceso formativo y de cuidado por parte de los adultos responsables de la educación, que responde a un conjunto de estrategias progresivas respecto del contacto con los contenidos y con la red.

Mucha de la experiencia diaria de chicos y chicas con las TIC está orientada al entretenimiento y se produce en forma solitaria o entre pares. Sin embargo, el sentido de su integración en la escuela potencia otros fines y lo acopla a estrategias de enseñanza y aprendizaje para convertirlo en conocimiento escolar. Dentro de las aulas, la intencionalidad, la sistematización, la secuencialidad, la contextualización y la presencia de adultos son piezas clave del proceso de formación.

La escuela necesita entonces recuperar aquello que los niños y niñas viven en su cotidianidad con las TIC para abordarlo a partir de objetivos y formatos propios. No se trata de reproducir lo que ocurre fuera del salón de clase sino de pensarlo y repensarlo, comprenderlo y disfrutarlo de un modo diferente, ampliarlo y enriquecerlo; aprender y abrir espacio a lo nuevo. Como cualquier práctica cultural y social, y sobre todo en un contexto marcado por las inequidades, las distancias entre las apropiaciones que niños y niñas hacen de las TIC en sus contextos cotidianos asientan algunas desigualdades. Es función de la escuela, por ello, acercar los mundos y hacerlos dialogar. Ponerlos en común. Convertirse en el espacio donde a cada niño y cada niña puede hacerse del repertorio integral, comprenderse y desenvolverse como parte de comunidades de intereses y prácticas cada vez más amplias.

AULAS DIGITALES MÓVILES

Las escuelas que extienden su jornada recibirán un “**Aula digital móvil**”. Se trata de un nuevo dispositivo para la integración de TIC en las escuelas. Una configuración de equipamiento que se adecua con mayor facilidad a las condiciones edilicias existentes, a las necesidades pedagógicas del nivel primario y que resulta susceptible de articularse con otros formatos preexistentes, como los laboratorios o aquella escuela que ha recibido netbooks en el modelo uno a uno.

Las “Aulas digitales móviles” para el Nivel Primario cuentan con el siguiente equipamiento, en función de poder cumplir con los objetivos propuestos en relación al modo de concebir la integración de TIC y la perspectiva multimedial:

- ▶ 30 netbooks (una destinada al docente con contenidos específicos para su tarea pedagógica).
- ▶ 1 servidor pedagógico.
- ▶ 1 UPS.
- ▶ 1 impresora multifunción.
- ▶ 1 cámara fotográfica.
- ▶ 1 proyector.
- ▶ 1 pizarra digital.
- ▶ 1 router access point.
- ▶ 3 pendrives.
- ▶ 1 carro de guarda, carga y/o transporte.

La posibilidad de combinar usos individuales y grupales a este tipo de equipamiento vuelve a la modalidad de “Aula digital móvil” un formato versátil, pertinente a la propuesta pedagógica que se plantea y escalable en niveles de complejidad de organización de las tareas (cada alumno con una máquina; equipos por grupos dentro del aula; equipos en distintas aulas al mismo tiempo funcionando en red, etc.). Este formato:

- ▶ no necesita un espacio dedicado para su funcionamiento;
- ▶ habilita la posibilidad de utilizarse en lugares abiertos o cerrados, lo que lo hace amigable a cualquier tipo de actividad;
- ▶ permite administrar el tiempo de contacto con el equipamiento y las redes tanto locales como externas en función del objetivo de la propuesta;
- ▶ está imbuido de sentido grupal;
- ▶ favorece la organización por grupos del trabajo en el aula;
- ▶ favorece los procesos de observación, registro, investigación y producción de recursos en formato multimedial gracias a la posibilidad de capturar imágenes y sonidos desde las cámaras.

Además, la posibilidad de configuración de una red optimiza la exposición de distintos recursos de enseñanza (a través de la proyección ampliada o por las pantallas de las terminales), el trabajo sincrónico de los alumnos y las posibilidades de socialización de las tareas, cuestiones que se potencian también con la presencia del dispositivo de proyección, y la existencia de un equipo dedicado a la función de servidor pedagógico resguarda los trabajos realizados por los alumnos y optimiza la red.

El modelo de “Aula digital móvil”, bajo las improntas del proyecto pedagógico, es susceptible de acoplarse a otros tipos de tecnologías que ya funcionan en las escuelas (laboratorios, proyectos uno a uno, etc.) Este modelo, con la incorporación de contenidos desarrollados por las distintas áreas del Ministerio de Educación Nacional y con la multimedialización³ de contenidos específicos del Nivel Primario, se centra y potencia la necesidad específica del nivel de proporcionar “entornos protegidos” de trabajo, de investigación y producción a través de las posibilidades que brinda el “servidor pedagógico”.

La propuesta de taller de TIC se apoya y promueve la utilización de los distintos dispositivos que el “Aula digital móvil” contiene.

3. En el desarrollo de contenidos para “Primaria Digital - Aulas Digitales Móviles”, la multimedialización es concebida como una oportunidad para que docentes y alumnos accedan a los contenidos propios del nivel de un modo enriquecido en cuanto a: variedad, calidad y actualidad de la información; integración de lenguajes escrito, sonoro y visual; formatos hipertextuales de lectura y/o navegación; configuraciones de interacción; posibilidades de abordajes lúdicos, creativos, de ensayo, exploración o investigación. La multimedialización es una propuesta que apunta a la convivencia y articulación de estrategias de enseñanza que atiendan a la variedad de capacidades, conocimientos y motivaciones de los alumnos y las alumnas. La posibilidad de optar entre distintas entradas a un tema; profundizar sobre ciertos aspectos de un contenido, simular ciertos procesos, interactuar con distinta información, seleccionar o producir en distintos soportes aporta para un abordaje del protagonismo y la autonomía de los docentes para enseñar y de los niños y las niñas en el proceso de aprender.

ORGANIZACIÓN DEL TALLER

El taller se organiza en doce encuentros de dos horas-reloj, y cada uno de ellos se plantea como una etapa del proceso de elaboración de la campaña.

ENCUENTRO 1

PRIMER MOMENTO

En esta sesión proponemos a los alumnos y alumnas un acercamiento a las nociones de publicidad y campaña de bien público.

Para iniciar el taller se puede convocar a los estudiantes a un trabajo de exploración y análisis de distintas piezas mediáticas (gráficas, televisivas, digitales o radiales) de publicidad comercial de distintos productos. Se podrá trabajar en grupos entregando en las distintas mesas una publicidad gráfica o partir de la observación y/o escucha de varios spots publicitarios en el grupo ampliado. Es recomendable trabajar con un mínimo de tres piezas para favorecer la comparación.

A partir de ello se podrán plantear preguntas orientadoras para el análisis:

- ▶ ¿Qué nos muestra la imagen? ¿Y los sonidos? ¿Los colores?
- ▶ ¿Hay personajes? ¿Cuáles?
- ▶ ¿Nos cuenta alguna historia? ¿Cuál?
- ▶ ¿Se usan palabras? ¿Cuáles?
- ▶ ¿Dan información? ¿Prometen algo?

- ▶ ¿Aparece algún producto en la imagen o anunciado con las palabras? ¿Cuál?
- ▶ ¿Qué idea quiere transmitir a quién lee/mira esta pieza? ¿A partir de qué elementos se dan cuenta de ello?

Quizás resulte conveniente anotar en un cuadro las distintas observaciones volcadas por el grupo.

En el cierre de la puesta en común, los docentes podremos plantear una reflexión en torno a las distintas publicidades analizadas: se trata de mensajes que circulan en los medios de comunicación que tienen por intención dar a conocer algún producto para que el público lo compre. En muchos casos, las publicidades brindan información sobre el producto pero en la mayoría de las oportunidades acompañan la intención de vender con otras ideas. Así las publicidades de productos cosméticos venden “belleza”; las bebidas refrescantes proponen “situaciones de diversión”, las zapatillas deportivas, “éxito”; los jabones, para lavar la ropa prometen “blancura o que la ropa parezca siempre nueva”; las computadoras prometen estar “conectados con el mundo sin límites”, etc. Esas ideas que se proponen para motivar la compra se las conoce como “conceptos”. Son las ideas con las que la agencia que produce el mensaje busca que el consumidor relacione ese producto. El principal objetivo de la publicidad es que las personas conozcan un producto y deseen comprarlo.

Como actividad complementaria y de refuerzo a la construcción del concepto de publicidad, los docentes pueden entregar recortes de revista o –si es posible– observar imágenes en Internet o en el servidor pedagógico sobre distintos objetos. A partir de ello se puede proponer la siguiente secuencia de actividades:

1. Buscar recortes de revistas o imágenes de distintos objetos y elegir uno que será el “producto” a promocionar.
2. Pensar qué características tiene ese producto y qué podría resaltarse como una virtud o algo valioso de él.
3. Imaginar una idea que se podría asociar a ese producto para acompañar la publicidad. Se sugiere hacer una nueva puesta en común reforzando la diferencia entre información y “concepto”.

Si se cuenta con acceso a Internet se puede encontrar más información sobre publicidad en: http://www.educ.ar/recursos/ver?rec_id=90110

SEGUNDO MOMENTO

Los docentes pueden seleccionar y compartir con los chicos y las chicas piezas mediáticas de campañas de bien público. Se pueden hacer en grupo ampliado preguntas similares al primer momento. Ahora el énfasis estará puesto en el “objeto” que se pretende comunicar y cómo lo hace. ¿Qué intenta transmitir esta pieza? ¿Vende algún producto? ¿Qué quiere comunicar? ¿Hay alguna diferencia con las publicidades que se estuvieron trabajando anteriormente?

En la puesta en común, los docentes pueden plantear que las publicidades tienen como objetivo la venta de un producto. Pero que existen también anuncios cuyo objetivo es comunicar ideas relacionadas generalmente con la salud, la convivencia, la política, etc. A este tipo de piezas se las denomina “propagandas”. Hay propagandas para que la población prevenga el dengue, pague los impuestos, cuide a los niños y los ancianos del calor o vote a algún candidato. En líneas generales, las publicidades son encargadas por empresas que quieren dar a conocer sus productos. Las propagandas, en cambio, las realizan distintas organizaciones y gobiernos para plantear distintas ideas a la sociedad y apuntan al bien común.

Una “campaña” de bien público es un conjunto de anuncios con los que se intenta interpelar a la población a través de distintas formas y lenguajes para tomar conciencia o actuar responsablemente ante algún problema. Cuando esta campaña se difunde a través de distintos medios de comunicación, se denomina “multimedial”. En ella se pueden hacer cortos para televisión, cine, radio, piezas para un diario o una página web entre distintas posibilidades.

Para terminar la jornada, pueden compararse publicidades y propagandas (una publicidad de yogur y una campaña de alimentación del ministerio de salud; una campaña pública sobre el dengue y una publicidad de repelente, por ejemplo) y apuntar en el pizarrón las diferencias encontradas.

Si se cuenta con la posibilidad de acceder a Internet, en el sitio de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación se encuentra una descripción de campaña de bien público: <http://www.cultura.gov.ar/traficoilicito>.⁴

4. Es una campaña de bien público destinada proteger y preservar el patrimonio cultural del país, a través de acciones tendientes a crear conciencia y sensibilizar a la población sobre su importancia. Esta campaña de prevención contra el tráfico ilícito de bienes culturales se desarrolla en 14 aeropuertos y dos puertos internacionales del país, y en más de 50 pasos de frontera entre noviembre de 2006 y marzo de 2007, período en el que se registra el mayor tráfico y circulación de pasajeros.

Para ampliar información sobre propaganda, se puede consultar <http://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>.



ENCUENTRO 2

En esta sesión la propuesta es que los alumnos y las alumnas profundicen sobre la idea de campaña de bien público, reconozcan una propuesta multimedial (utilización de distintos soportes) y el lugar de los distintos recursos sonoros, visuales y escritos en la realización de mensajes. También se estudiará una aproximación a la noción de “destinatarios” o “audiencias”.

Los docentes pueden exponer en el grupo ampliado piezas de una misma campaña de bien público en por lo menos dos soportes (gráfico, sonoro, audiovisual). Por ejemplo: campaña de donación de sangre en radio y prensa gráfica.

En el intercambio en grupo se podrá analizar: ¿De qué hablan estas propagandas que vimos o escuchamos? ¿En qué medios de comunicación podríamos leerlas, verlas o escucharlas? ¿Alguna nos llama más la atención? ¿Por qué? ¿Qué diferencia hay entre una pieza para radio y una para diario? ¿Y una para televisión? ¿Qué elementos se usan en cada caso? ¿Voces? ¿Música? ¿Colores? ¿Se utilizarán los mismos elementos en una propaganda destinada a niños y adultos? ¿Por qué?

El docente puede plantear que en las campañas de bien público se pueden hacer piezas para que las publiquen distintos medios de comunica-

ción. Una **campaña multimedial de bien público** es un conjunto de piezas que tratan sobre algún tema de interés para la población y que usa distintos medios y lenguajes.

El análisis de la campaña se puede complementar con un trabajo de creación grupal de una pieza radial (imaginando diálogos, locuciones, sonidos, música) a partir de una pieza gráfica, o a la inversa. A partir de las producciones se podrá reflexionar sobre los distintos elementos de lenguaje gráfico, sonoro y audiovisual: colores, tamaños, figuras, planos, registro textual y sonoro.

ENCUENTRO 3

Esta sesión se orienta a poner en juego lo trabajado en las sesiones anteriores para dar inicio al diseño de una campaña multimedial de bien público. La propuesta es partir de la identificación de problemáticas que los chicos quisieran resolver en la escuela o en su comunidad, acordes a sus posibilidades y su edad. Según la cantidad de participantes, se podrá acordar trabajar sobre una única problemática con todo el grupo o encarar diversas por grupos más pequeños.

PRIMER MOMENTO

Para comenzar la tarea, en esta instancia se propone abrir un espacio de trabajo con los alumnos, en donde puedan definir los temas o problemáticas que consideran relevantes para trabajar y difundir en la escuela o en la comunidad.

Puede iniciarse un debate en grupo ampliado detectando los temas que los alumnos identifican como problemáticos en el ámbito de la escuela y por qué. Para esto, podría proponerse, por ejemplo, que individualmente los alumnos escriban en un papel en blanco un tema que les resulte prioritario para trabajar y difundir en el ámbito de la escuela. Posteriormente, los alumnos dejarán su comentario en una caja (o bolsa) y los docentes avanzarán en la lectura de las propuestas. A medida que se extraen los papeles, se pueden agrupar las problemáticas en los rubros que se consideren más adecuados (“escuela, barrio, ciudad” o “convivencia, salud, educación”, por ejemplo).

De la variedad de temas seleccionados, será importante definir el grado de interés para el grupo y la escuela, buscando identificar cuestiones que resulten específicas del grupo y temas que pueden hacerse extensivos a toda la comunidad educativa, pues resulta central para el proceso de trabajo “el ejercicio del diálogo argumentativo y su progresiva valoración como herramienta para la construcción de acuerdos y la resolución de conflictos”.⁵

Para avanzar en la detección de problemáticas vinculadas con la comunidad, también podría proponerse el trabajo con los alumnos en el armado de una encuesta a realizar a familiares o vecinos (se sugiere establecer diferentes rangos de edad y género). Para la confección de la encuesta será de utilidad la reflexión acerca de temas cotidianos de los alumnos. La reflexión, identificación de temáticas y recopilación de datos relacionados con ellas serán útiles para luego abordar conceptos más abstractos que favorezcan el análisis crítico del contexto de cada comunidad (desigualdad, justicia, discriminación, etc.).

Los docentes pueden explicar que una encuesta es un cuestionario o guía de preguntas para obtener información sobre un tema determinado. Es importante pensar preguntas sencillas, que luego permitan el análisis y la elaboración de algunas conclusiones. Por ejemplo, pensando en nuestra vida cotidiana, ¿qué problema es más importante hoy en su barrio/pueblo?, ¿cuáles creen que son sus causas?, ¿de qué forma consideran que podría resolverse o mejorarse?

SEGUNDO MOMENTO

En este momento de trabajo, se apunta a que los alumnos y las alumnas puedan identificar los distintos puntos de vista y diversidad de opiniones que las personas o las agencias pueden tener sobre una misma problemática.

Para esto, puede resultar de utilidad compartir con el grupo ampliado los micros de Canal Encuentro “Vivir Juntos”, disponibles en el servidor del Aula Digital.⁶

5. NAP. *Formación Ética y Ciudadana 2° Ciclo de la Educación Primaria, 4° año*. Disponible en http://www.me.gov.ar/consejo/resoluciones/res11/135-11_04.pdf. Es importante tener en cuenta que se trata de un saber priorizado también para 5°, 6° y 7° grados, con diferencias que hacen a su complejización creciente. De allí que es plausible adaptarlo a estos grados.

6. Se trata de programas de TV que recogen testimonios de distintos niños y niñas sobre una diversidad de temas como familia, amistad, amor, religión, escuela. En ellos se enfatiza la diversidad de opiniones y puntos de vista que puede haber sobre una misma temática.

Una vez analizado el material visualizado se podrán sistematizar los puntos de vista que surgieron y analizar en forma conjunta en qué consisten las diferencias entre una y otra posición. Como cierre, los docentes pueden preguntar a los alumnos con qué puntos de vista coinciden, solicitándoles que argumenten en su favor. A partir de la reflexión conjunta y la visualización de estos u otros videos, podrá avanzarse en el ajuste y organización de la Encuesta y su implementación.

ENCUENTRO 4

Este encuentro se orienta al análisis de la información relevada en la encuesta y a la definición del tema a abordar, para luego investigar si ya existen campañas sobre el tema seleccionado u otros vinculados. Se propondrá debatir sobre la efectividad de las distintas campañas y realizar una comparación entre los distintos soportes.

PRIMER MOMENTO

El primer momento de esta jornada se destinará al análisis de los resultados de la encuesta y de la información preexistente. En grupos, los docentes pueden avanzar en el análisis de los resultados obtenidos. Inicialmente se puede trabajar con cada pregunta, identificando los temas que surgen en las respuestas, agrupándolos y organizándolos. Para definir cuál es el tema más importante, podría trabajarse con porcentajes que permitiera dar cuenta de los resultados en relación al total de casos relevados.

A partir de la definición del tema, el grupo dispondrá de información y estará en condiciones de realizar campañas con temáticas de distinta cobertura (una orientada a problemáticas en el ámbito escolar y otra vinculada a problemas detectados en la comunidad, por ejemplo). En esta instancia, los docentes podrán definir si resulta viable la organización de dos grupos de trabajo y la realización de dos campañas o si es mejor la realización de una de ellas en función de los temas surgidos y el interés que genere en el grupo de trabajo.

A partir de la definición del tema, se propondrá una instancia de investigación en diversas fuentes para conocer si existen campañas realizadas sobre el tema. Pueden buscarse ejemplos en diarios, radios, revistas y blogs de escuelas, producciones realizadas en nuestro país o en otros países, etc. Es importante proponer la búsqueda en diferentes soportes y lenguajes

para generar una instancia de análisis comparativo de las distintas propuestas encontradas. Para el análisis puede orientarse el debate con algunas de las preguntas de encuentros anteriores, sumando las siguientes:

- ▶ ¿Qué temas tratan estas publicidades o propagandas que encontramos?
- ▶ ¿Qué diferencias encuentran entre las maneras que cada una utiliza el lenguaje y los soportes?
- ▶ ¿Cómo usan la música, el color, los textos? ¿Qué buscan transmitir?
- ▶ ¿Podrán generar cosas diferentes en los espectadores?
- ▶ ¿Cuál llama más la atención? ¿Por qué?
- ▶ ¿Alguna tiene un mensaje más claro que otra? ¿Por qué?

Una vez finalizado el momento de análisis, los docentes pueden plantear:

- ▶ ¿Qué sabemos sobre el tema elegido?
- ▶ ¿A qué parte de la población afecta? ¿Cómo? ¿En qué se observa?
- ▶ ¿Cuáles son las soluciones que se pueden encontrar?
- ▶ ¿Qué puede hacer la población afectada? ¿Los demás?

Si la información con la que se cuenta no resulta suficiente será necesario orientar un trabajo de búsqueda y profundización.

- ▶ ¿Dónde se puede encontrar más información?
- ▶ ¿Cuáles son fuentes confiables para tener información válida sobre el tema elegido?
- ▶ ¿Cómo nos organizamos para traer información?

Es importante tener en cuenta que dado que se trata de formar sujetos responsables, es necesario reforzar la idea de que la campaña debe fundamentarse sobre información veraz y debidamente chequeada.


Aunque no se cuente con la totalidad de la información necesaria, se puede avanzar en el diseño de la campaña, generando un espacio en el que los chicos puedan poner a jugar su creatividad. Para eso se puede preguntar:

- ▶ Teniendo en cuenta el tema elegido y las campañas de bien público que vimos, ¿cuál es la idea que el grupo quiere comunicar a los destinatarios de esta campaña?
- ▶ ¿Por qué esa idea y no otra?
- ▶ ¿Cuál sería la mejor forma de expresarlo y por qué?
- ▶ ¿Qué historia podemos contar para hacerlo?
- ▶ ¿Qué personajes y situaciones aparecerían representadas?

En esta instancia, resultaría conveniente reforzar la idea de que –habitualmente– una campaña de bien público presenta piezas con distintos formatos para comunicar en distintos medios. La campaña gráfica (para la prensa escrita o carteles callejeros) se combina con anuncios para la radio y la televisión.

En este taller, se propone que las piezas visuales puedan realizarse en un formato de animación a través de la técnica de stop motion. Se trata de una técnica sencilla, que permite trabajar con recursos al alcance de alumnos y alumnas integrando una cámara fotográfica o cámara web a la propuesta. Sobre ello se avanzará a partir del encuentro 6 detallando los pasos para hacerlo.

Para acercarse a la técnica de stop motion se puede compartir con los alumnos algunas producciones hechas con esta técnica.



CAMPAÑA NACIONAL DE VACUNACIÓN ANTIGRI PAL

2011

Se deben vacunar:

- Mujeres embarazadas
- Madres de niños menores de 6 meses
- Niños de 6 meses a 2 años de edad
- Personas mayores de 65 años
- Personal de salud
- Personas con enfermedades crónicas
(respiratorias, cardíacas, renales, diabéticas, inmunosuprimidas y otras similares)

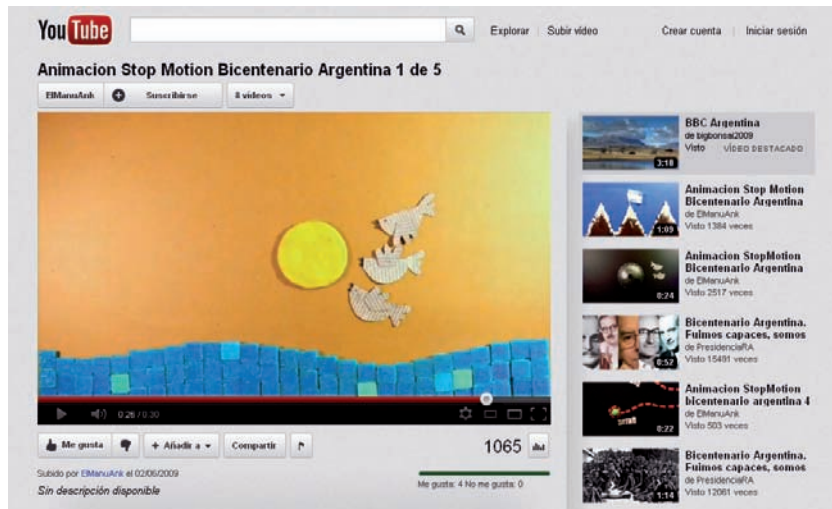
PARA ELLOS, EL ESTADO NACIONAL GARANTIZA
VACUNAS GRATUITAS

EN TODOS LOS CENTROS DE SALUD Y HOSPITALES PÚBLICOS DEL PAÍS.

SUGERENCIAS

En el sitio *You Tube* se encuentran muchos videos realizados mediante la técnica de stop motion. Los siguientes son cortos de animación que utilizan en forma creativa y dinámica esta técnica Algunos fueron realizados por el canal Paka-Paka para el Bicentenario y otros por grupos de niños.

- http://www.youtube.com/watch?v=kYYU8RxZu_4&feature=endscreen&NR=1
- <http://www.youtube.com/watch?v=2HwmCFrHYK4&NR=1&feature=endscreen>
- <http://www.youtube.com/watch?v=dEE6wqXn3OU&feature=related>
- <http://www.youtube.com/watch?v=3W69r6PjXmk&feature=related>
- <http://www.youtube.com/watch?v=56DrMEHCSxU&feature=related>



EImanuAnk

ENCUENTRO 5. BRIEF O INFORME BREVE PUBLICITARIO

Este encuentro se destinará a comenzar la planificación de la campaña a través de la elaboración del *brief* (anglicismo del lenguaje publicitario para denominar a un informe breve que detalla las características de la campaña publicitaria o de propaganda). Es importante que se elabore y consensúe entre el docente y los alumnos y alumnas para luego tenerlo como guía de todo el proyecto.

El informe debería contener al menos las respuestas a las siguientes preguntas:

- ▶ ¿Cuál es el problema o tema?
- ▶ De toda la información que tenemos, ¿qué es lo más importante a tener en cuenta?
- ▶ ¿Quiénes serán los destinatarios de nuestro mensaje (chicos a chicos, o chicos a adultos)?
- ▶ ¿Por qué es necesaria la campaña?
- ▶ ¿Qué queremos lograr con la campaña?
- ▶ ¿Qué estrategia/s usaremos (conmover, concientizar, sorprender, conmocionar, movilizar, etc.)?
- ▶ ¿Qué idea queremos transmitir?
- ▶ ¿Cuál será nuestro lema?
- ▶ ¿Sobre qué soportes haremos la campaña (video, gráfica, audio, etc.)?
- ▶ ¿Cómo se distribuirá o transmitirá?
- ▶ ¿Cuánto durará?
- ▶ ¿Cómo haremos el lanzamiento de la campaña?
- ▶ ¿Cómo nos daremos cuenta si el público comprendió la idea que quisimos transmitir?

Este trabajo puede llevar toda la jornada. Las preguntas pueden trabajarse en grupos como manera de generar distintas ideas y producir debate. Es importante tener en cuenta que el proceso creativo implica confrontar y cuestionar las ideas que van surgiendo para poder fortalecerlas. El docente debe motivar la interacción, guiando al grupo para extraer las ideas centrales que permitan concretar. Es importante que como resultado de la jornada pueda quedar elaborado un papel afiche o documento digital que deje asentados los acuerdos a los que se hayan llegado.

ENCUENTRO 6. ELABORACIÓN DE GUIONES

Este encuentro está destinado a la planificación de cada una de las piezas que se harán para la campaña. Los guiones son herramientas que organizan la producción; en ellos se detalla lo que contendrá cada anuncio en sus diversos formatos.

Hay distintas formas de organizar la información en un guión. La más habitual presenta dos columnas. Cuando se trata de un guión audiovisual, en la primera columna se detalla lo relacionado con las imágenes (qué personajes se ven, en qué actitudes, desde qué planos, desde qué ángulo, en qué escenario) y en la segunda, se plantean los textos gráficos, parlamen-

tos, sonidos o música. Si se trata de un guión radial, la primera columna se utiliza para los parlamentos y la segunda para consignar cuáles son los sonidos o la música con la que se acompañará.

GUIÓN AUDIOVISUAL

Imagen	Texto / sonido
Día / plaza Plano general. Tres mujeres toman mate sentadas en el piso. Sonríen. Se las ve entretenidas. Se sobreimprime imagen: Si tenés dudas, podemos ayudarte	Sonido ambiente Mujer 1: ¿No me digas que a vos también te pasó? Mujer 2: Sí, hace unos años. Y en XXXX supieron ayudarme. Locutor: Si tenés dudas, podemos ayudarte

GUIÓN RADIAL

Locución	Sonido / música
Mujer 1: ¿No me digas que a vos también te pasó? Mujer 2: Sí, hace unos años. Y en XXXX supieron ayudarme. Locutor: Si tenés dudas, podemos ayudarte	Sonido ambiente. Se escuchan pájaros y niños Suavemente aumenta la música de fondo hasta llegar al primer plano sonoro

Para confeccionar un guión radial resulta conveniente iniciar el trabajo describiendo escenas visuales. La construcción de un ambiente sonoro puede resultar compleja si no se ha pensado en una imagen previamente.

En el aula se puede ir confeccionando este guión de forma conjunta en el pizarrón o en un documento digital proyectado con el cañón desde una de las netbooks. Si se tiene un manejo más experto de herramientas web o el servidor pedagógico, se puede hacer en una *wiki*. Dado que los chicos y chicas tienen un amplio dominio de lo visual, resulta conveniente iniciar el trabajo de elaboración del guión preguntando qué se ve en la pantalla, cómo es el lugar y qué hacen los personajes.

El docente intentará estimular la imaginación y la descripción detallada de los momentos. Una vez visualizada la imagen, se podrá avanzar en los primeros lineamientos de los parlamentos o textos de las locuciones. Es

recomendable retomar el trabajo en un segundo momento para hacer ajustes y correcciones.

Como ya anticipamos, para diseñar una campaña multimedial es necesario hacer un guión para cada una de las piezas. Pero es importante tener en cuenta el conjunto. Es decir, tener un lema, música e ideas centrales comunes que permitan reconocer a cada anuncio como parte de una totalidad, como parte de la misma campaña.

Cada medio tiene sus particularidades, por ello habrá que tener en cuenta distintas cuestiones:

- ▶ **Afiches y volantes (gráfica):** Habrá que pensar el tamaño, la relación entre el texto, la imagen y los colores; todo en función de la estrategia y los destinatarios.
- ▶ **Audio:** Tendremos que preparar no sólo lo que se va a decir, sino también definir si habrá música de fondo o en cortes, si habrá efectos especiales de sonido y asimismo estimar la duración total.
- ▶ **Video:** En este caso, además de redactar lo que se va a decir, hay que especificar lo que se va a ver: si serán imágenes estáticas o en movimiento. En el caso de que se trate de varias escenas y tomas es necesario agregar esa información. En el guión, dejamos por escrito cómo imaginamos que será el video final. (Por ejemplo: Escena 1: Día en la plaza. Escena 2: Noche en la cocina).

SUGERENCIAS

Si se cuenta con acceso a Internet se puede profundizar en cuestiones referidas a la producción audiovisual. Los docentes pueden consultar <http://www.encuentro.gov.ar/content.aspx?Id=2049>, un documento publicado por Canal Encuentro que sintetiza algunas herramientas y etapas clave de la producción audiovisual. También plantea actividades para realizar con los alumnos que, si bien están destinadas al Nivel Secundario, pueden resultar inspiradoras para enriquecer la presente esta propuesta. También pueden buscar en la sección Mediateca de la calesita del servidor pedagógico la serie “Apuntes de película”. Allí se explica cómo hacer guiones, sonido, montaje.

**Pocas veces
las oportunidades
llaman tanto
la atención.**

30.000 Becas
Más de 200 carreras científicas y técnicas.
Más oportunidades para los que más lo necesitan.

BECAS BICENTENARIO.
Te sirve a vos. Nos sirve a todos.

Para más información entrá en
www.becasbicentenario.gov.ar

Ministerio de Educación
Presidencia de la Nación

**Más de 200 carreras científicas
y técnicas.
Más oportunidades para los que
más lo necesitan.**

30.000 Becas.

BECAS BICENTENARIO.
Te sirve a vos. Nos sirve a todos.

Para más información entrá en
www.becasbicentenario.gov.ar

Ministerio de Educación
Presidencia de la Nación

¿QUÉ ES EL STORYBOARD?

Cuando se trabaja en video, el paso siguiente a la confección del guión escrito es hacer un guión visual o *storyboard*. Se trata de una secuencia de imágenes dibujadas con sus diálogos, similar a una historieta. Se trata de una herramienta muy útil para traducir lo que cada uno imagina del corto, llegar a acuerdos y achicar tiempos en la realización. En el *storyboard*, se ven los personajes, los escenarios y se plantean los parlamentos.

De acuerdo con la experiencia previa o no de los chicos y chicas que participan del taller, podrá ser pertinente que el docente y los chicos traigan ejemplos de historietas para mirarlos juntos. Algunos filmes tienen *storyboards* realizados por dibujantes muy famosos.

El *storyboard* permite calcular el tiempo estimado de la historia y la cantidad de fotos o tomas que vamos a necesitar.



ENCUENTRO 7. PREPRODUCCIÓN

Este encuentro se destinará al armado previo a la realización de cada una de las piezas. Es importante que el grupo de trabajo decida qué elementos pondrá en juego para hacer la animación. Si se utilizarán dibujos hechos a mano, recorte de figuritas, objetos, modelados de plastilina. También se deben buscar otros elementos que nos ayuden a construir la “escenografía”, elegir la música que se usará, o conseguir cualquier otro tipo de sonido que pueda ser útil según el guión.

Volver a ver los distintos cortos realizados mediante la técnica de *stop motion* puede servir para hacer un repaso de sus posibilidades y tomar la decisión estética. La observación de materiales existentes es una excelente estrategia de formación de la mirada. Los docentes pueden ir acompañando la reflexión en torno a qué objetos, colores, melodías se han utilizado en distintas producciones y qué efectos producen sobre la audiencia. Es interesante preguntarse cuáles son los elementos que pueden resultar más combinables y qué significado puede aportar cada elemento. Por ejemplo, los colores pasteles dan sensación de suavidad; amarillo, naranja y rojo dan sensación de energía, alegría y luminosidad; azul para sugerir confianza y seguridad, etc.

Es importante confeccionar y chequear los listados de elementos y equipamiento que se utilizarán. La distribución de roles es fundamental también para optimizar el momento de la realización.

Para la realización de la animación, es importante que el o los escenarios en los que se desarrollará la historia puedan quedar armados antes de la jornada de grabación para hacerla más productiva. También resulta conveniente hacer unas pruebas previas del equipamiento y repasar el o los guiones.

ENCUENTRO 8. PRODUCCIÓN

Este taller propone realizar la pieza audiovisual con la técnica de animación llamada *stop motion* (movimiento detenido). Se trata de una técnica muy utilizada tanto en cortometrajes como en películas comerciales.

La idea de la animación con esta técnica es crear la ilusión de movimiento a través de proyectar una gran cantidad de fotos en forma muy rápida. Lo estándar es 24 imágenes, fotos o “cuadros” por segundo, pero se puede aumentar o disminuir esta cantidad para crear distintos efectos.

Con esta técnica se pueden crear películas tan elaboradas como *El ca-*



dáver de la novia (de Tim Burton y Mick Johnson), *El extraño mundo de Jack* (de Henry Selick), *Pollitos en fuga* (de Peter Lord y Nick Park), *Wallace y Gromit: La maldición de las verduras* (de Steve Box y Nick Park) o *Selkirk, el verdadero Robinson Crusoe* (de Walter Tournier). Pero también producciones mucho más sencillas e igualmente atractivas, realizadas con los chicos y las chicas.

Es recomendable que los maestros y las maestras intenten aproximarse al manejo del equipamiento y los procedimientos técnicos antes de iniciar el trabajo con los chicos en el aula. Practicar en la biblioteca o en casa con la colaboración de colegas u otros conocidos puede ser de mucha utilidad. En la cultura digital, la autoformación se vuelve

un proceso habitual y generalmente se hace en forma conjunta o a través de la consulta a pares o expertos. Esta es la base del trabajo colaborativo del que se habla con frecuencia.

Producir es un momento muy intenso e interesante para los estudiantes. La dinámica tradicional de las clases cambia su ritmo, por eso los docentes necesitan tener planificados los tiempos, contar con todos los elementos necesarios para llevar adelante la realización y generar algunos acuerdos previos acerca de cómo se manejará el grupo. La asignación de roles y el respeto a las tareas de los demás son puntos clave para abordar.

¿CÓMO HACER EL CORTO DE ANIMACIÓN?

A partir de ahora los docentes deben tener en cuenta algunas cuestiones clave propias de la técnica e intentar seguir paso a paso lo que se describe a continuación.

Para hacer una animación en *stop motion*, debemos sacar muchas fotos. Para lograr la sensación de movimiento al ver la película debemos ir modi-

ficando levemente la posición de los objetos en cada toma.

Una “toma” es lo que se ve desde que se prende hasta que se apaga una cámara. Como se va a emular la fluidez del video con la secuencia de cuadros, es importante que la cámara esté quieta, siempre en la misma posición al sacar todas las fotos de una toma.

Hay que tener en cuenta que para dar una sensación de movimiento necesitamos 24 imágenes por segundo. No es obligatorio hacer tantas tomas; con 12 o 15 imágenes por segundo se puede llegar a lograr un buen corto.

Una buena forma de organizar las imágenes es ir creando carpetas en la computadora numeradas por escena, para que cuando haya que realizar la producción resulte fácil ubicarlas.

Existen distintas opciones para hacer estas capturas. La primera es utilizar una cámara de fotos digital externa a la computadora. La otra es hacer las capturas directamente con la cámara web de las computadoras portátiles y el programa de captura de fotos asociado a ella. Una tercera opción es utilizar la cámara web de las computadoras portátiles mediante el programa *Monkey Jam* disponible en ellas.

Es importante saber que las dos primeras opciones nos permiten trabajar cada foto por separado dando posibilidad de manipular los elementos. La segunda opción realiza una ráfaga de fotos al registrar un movimiento completo pero sin pausas.

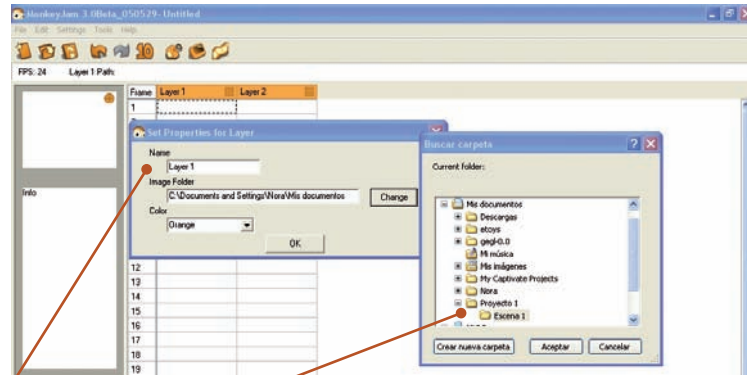
Para este taller optaremos por la tercera opción: sacar fotos individualmente utilizando la cámara web de la computadora portátil y el programa *Monkey Jam*.⁷ Para realizar esta tarea tenemos que elegir un lugar con buena calidad de luz. La computadora con la que realizaremos las tomas debe estar lo más estable posible.

Antes de comenzar a sacar las fotos, se debe organizar el trabajo en la computadora portátil. Para ello se seguirán estos pasos:

- ▶ Entrar al sistema operativo *Windows*.
- ▶ Abrir el programa *Monkey Jam*.

7. En el Anexo se explica cómo sacar fotos con las otras dos opciones.

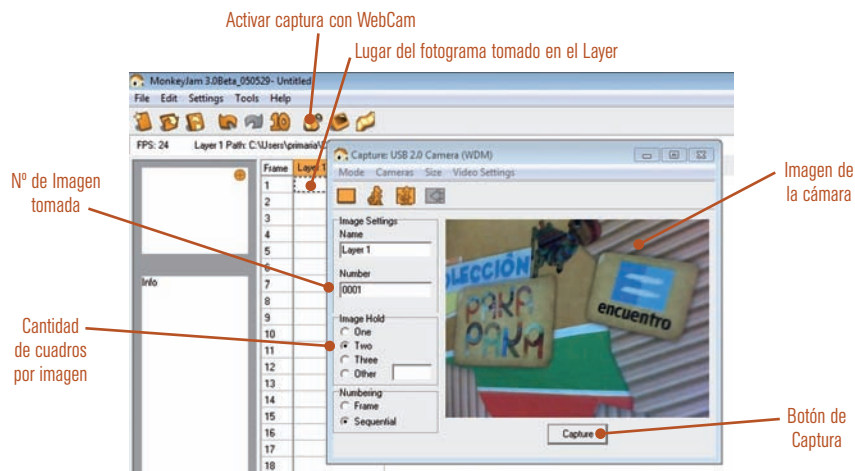
- ▶ Este programa puede trabajar con fotografías tomadas por la cámara web incorporada en la computadora o importar imágenes ya tomada por otros medios; aquí se usará la primera opción. Para preparar la toma, vamos a la opción **Edit** → **Add Layer** (añadir capa).



Abrimos una capa para cada toma (Layer)

Organizamos las carpetas en las que guardaremos el archivo de edición, los fotogramas y el video de cada escena.

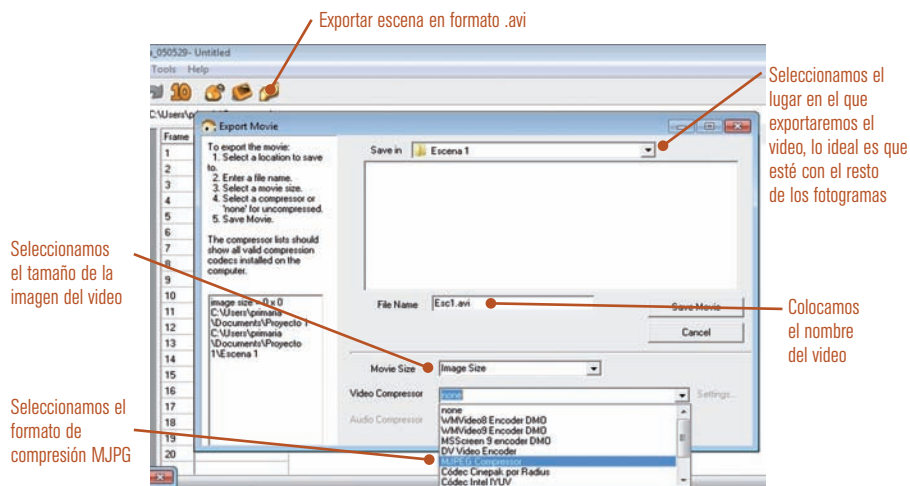
- ▶ En el cuadro de diálogo que aparece colocamos un nombre a la capa (“escena 1”, por ejemplo) y creamos una carpeta en la que colocaremos las fotos de nuestro proyecto oprimiendo el botón **Change** en el cuadro **Image Folder**.⁸ Ya podemos oprimir OK en la ventana de diálogo.



- ▶ Ahora activamos la cámara, vamos a la opción de menú **Capture** → **Video** o en su defecto el botón **F6**. Allí se abre una nueva ventana en la que podemos configurar las características de las tomas (**Size** para el tamaño y **Video Setting** para las características de la imagen).

8. Si el proyecto posee varias escenas, es conveniente crear una carpeta con el nombre del proyecto (“proyecto1”, por ejemplo) y una carpeta por cada toma o escena (“toma1”, por ejemplo).

- ▶ Disponemos los elementos en el escenario y podemos comenzar a tomar los fotogramas con el botón **Capture**. Es importante recordar que el efecto de animación (es decir, la ilusión de movimiento al ver el video) se logra a partir de hacer pequeños cambios secuenciales en los objetos-personajes mientras se hacen las tomas, por lo que hay que ir haciendo estos pequeños movimientos antes de cada captura, que va formando parte del proyecto que abrimos. Si alguna toma sale mal, podemos ir a **Delete frame** y hacerla nuevamente.
- ▶ Podemos repetir el procedimiento completo (varias tomas) todas la veces que sea necesario hasta lograr una toma de buena calidad. En ese momento podemos guardar la escena activando la opción de menú **File** → **Save as**, buscamos la carpeta del proyecto y lo guardamos.



- ▶ A continuación podemos generar un archivo con la animación para poder verlo en cualquier máquina o subirlo a Internet. Esto lo hacemos activando la opción **File** → **Export Avi** y seleccionando el formato de exportación (con compresión MJPG se obtienen buenos resultados).

SUGERENCIAS

Si hay acceso a Internet, se pueden consultar los siguientes enlaces:

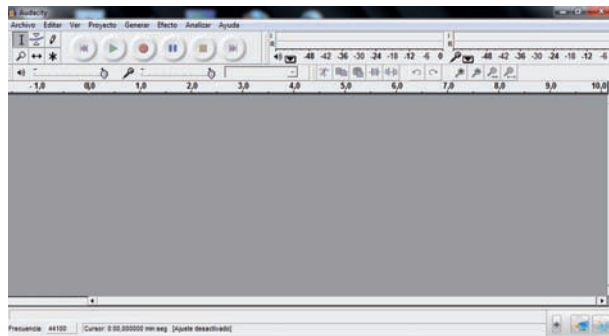
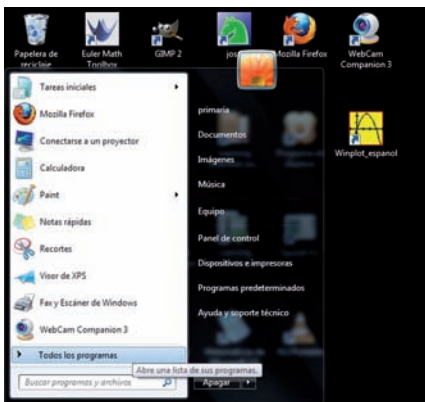
- Tutorial de Monkey Jam, de Cristina Balbo y Néstor Melano: <http://monkeyjamtutorial.blogspot.com/>
- Como hacer un corto de animación con plastilina, de Irene Esteve Rico: <http://www.alu.ua.es/i/ier2/index.htm>
- De la idea al guión, de Enrique Martínez y Salanova Sanchez: <http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/delaideaalguion.htm>

Una vez que está listo el “proyecto”, es decir el conjunto de tomas que conforman el corto, se puede agregarle audio. Es posible musicalizar el cortometraje de animación con una o varias canciones, incorporarle narraciones hechas por los niños, o intercalar ambas. Para ello habrá que seleccionar las canciones y guardarlas en archivos en la computadora portátil o en una memoria USB (también llamada *pendrive* o *flashdrive*).

Para grabar las narraciones, se puede usar un teléfono celular, un reproductor de mp3 que grabe sonido o el micrófono disponible en la computadora portátil, para luego editar el archivo de audio mediante el programa Audacity.

Para abrir el programa hacemos clic en **Inicio** → **Todos los programas** y seleccionamos *Audacity*.

Se abrirá el área de trabajo de *Audacity*.



Una vez que esté todo listo, quienes vayan a participar de la grabación se disponen en torno a una de las netbooks. Para economizar tiempo es importante tener el guión en mano para leer el parlamento y haberlo ensayado algunas veces.

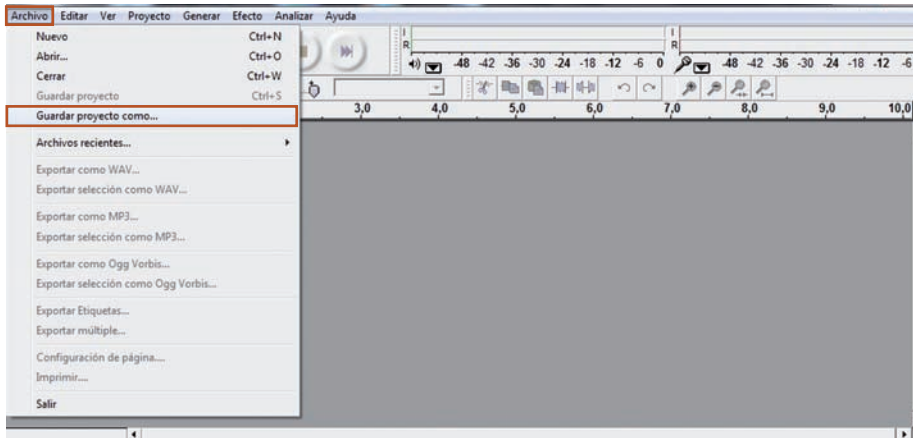
Para grabar, simplemente tenemos que hacer clic sobre el círculo rojo en la barra superior. Para detener la grabación hacemos clic sobre el cuadrado amarillo y para escuchar lo grabado hacemos clic sobre el triángulo verde.



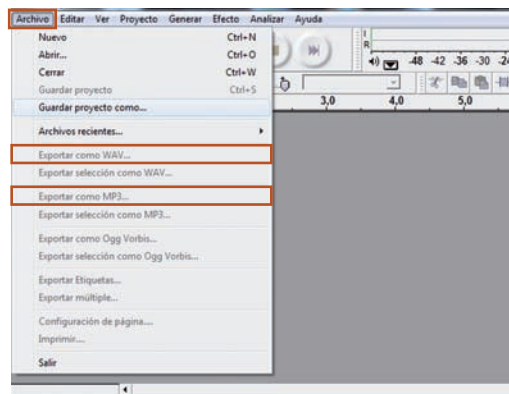
Debajo de esta barra de herramientas aparecerá una línea azul que muestra en forma gráfica las variaciones de sonido (monograma o espectro acústico). Ello va dando cuenta del registro de grabación.

El programa ofrece múltiples alternativas de edición y generación de efectos, que podemos explorar analizando el manual en detalle y probando las distintas alternativas. A efectos de no extendernos aquí, simplemente

grabaremos el archivo haciendo clic en **Archivo** → **Guardar proyecto** y creando un nombre y una ubicación que nos permita encontrarlo e identificarlo luego. Podemos escucharlo para testear que quedó bien grabado, que se entienden las palabras y que no hay ruidos molestos que dificultan la comprensión. Si es posible, es conveniente grabar por lo menos tres veces cada secuencia para luego elegir la mejor.



El archivo quedará guardado en un formato que permitirá seguir editándolo posteriormente (nombre del archivo .aup). Una vez que se considere que ya está terminado, habrá que guardar el proyecto en formato archivo de audio, para que pueda ser reproducido en otros programas. Para eso, en vez de guardar el proyecto como en el paso anterior, hacemos clic en **Archivo** → **Exportar como MP3** o **Archivo** → **Exportar como WAV**.



En la etapa de postproducción, se usarán estos archivos de audio para agregar sonido (música, efectos o narraciones) a nuestra campaña multimedial.

ENCUENTRO 9. POSTPRODUCCIÓN

EDICIÓN DE FOTOS

Luego de sacar todas las fotos, habrá que eliminar aquellas que hayan salido mal y editar aquellas que hayan quedado muy oscuras, muy claras, o en las que querramos retocar algún detalle.

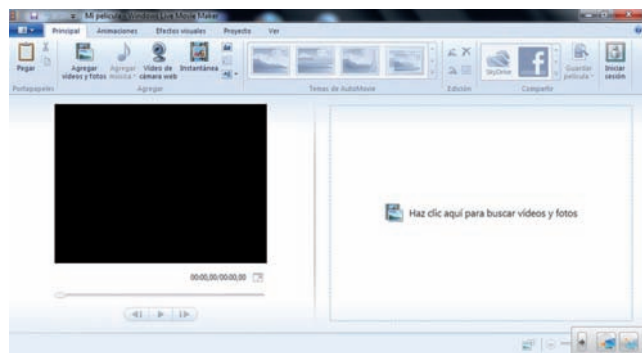
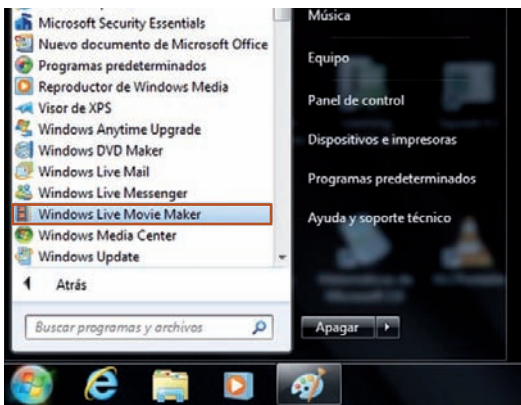
Para ello, podemos usar el programa **Gimp** que está disponible en la computadora portátil. Podemos encontrar un manual tutorial completo de **Gimp** en el Blog de Ayuda del servidor pedagógico para aprovechar todas sus potencialidades y un paso a paso de las funcionalidades básicas en el Anexo.

ARMADO DE LA PELÍCULA DE VIDEO

Para armar la película se usará el programa **Movie Maker**, que viene incluido en las computadoras portátiles, pero se podría usar cualquier otro programa similar.

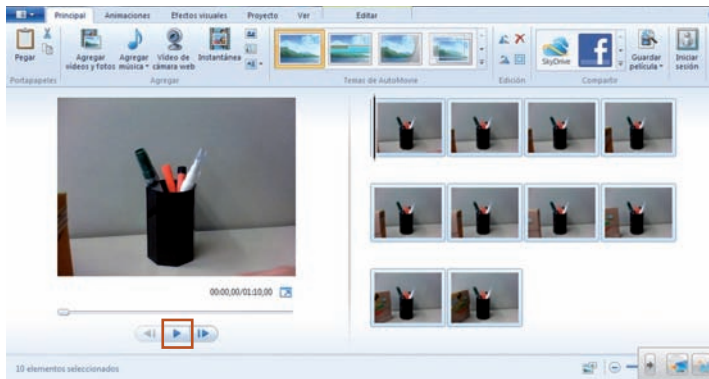
Para acceder al **Movie Maker**, en el escritorio, fuera del entorno de primaria digital (calesita), hacemos clic en **Inicio** y en el menú de opciones elegimos **Windows Live Movie Maker**.

Se abrirá una ventana que será nuestra área de trabajo.

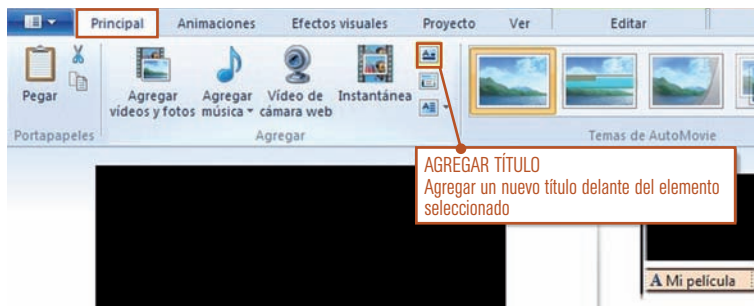


- ▶ Hacemos clic en la ventana **Haz clic aquí para buscar videos y fotos**.
- ▶ En la nueva ventana que se abre, seleccionamos todas las fotos que hemos preparado y guardado en “Mis documentos/WebCam Media/Capture” o en la carpeta que hayamos escogido. Podemos seleccionarlas a todas de una vez haciendo clic en la primera y luego, manteniendo presionada la tecla Shift (Ctrl en algunos teclados), haciendo clic en la última foto.
- ▶ Hacemos clic en el botón **Abrir**.

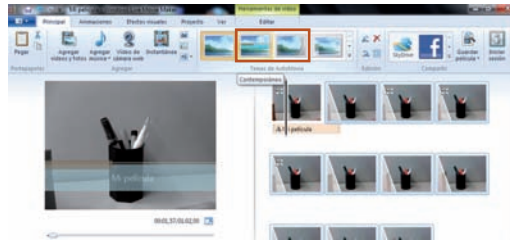
- ▶ Ahora vemos todas las fotos dentro del editor de *Movie Maker*. Si hacemos clic en el botón **Play**, vemos que las fotos se muestran muy lentamente y no hay sensación de movimiento. Para lograrlo, disminuirémos el tiempo de exposición de cada foto.



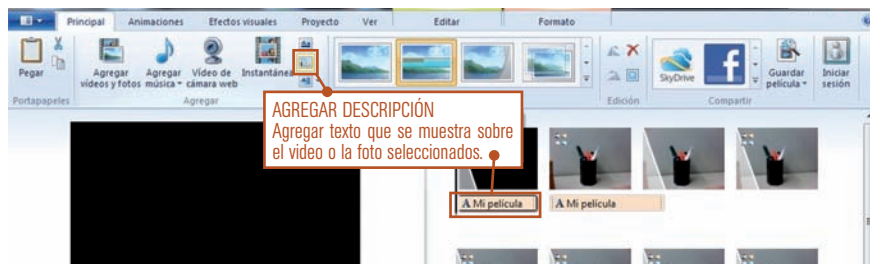
- ▶ Hacemos clic en la pestaña **Editar**.
- ▶ En “Duración” escribimos “0,1” y hacemos clic en el botón **Play** para ver el efecto. Podemos agregarle música y/o la narración que grabamos.
- ▶ Hacemos clic en la pestaña **Principal** y luego en el botón **Agregar música**.
- ▶ Elegimos el archivo de sonido que hayamos preparado (música o narración). Podemos ver cómo ha quedado haciendo doble clic sobre el archivo. Ahora nos proponemos a darle un aspecto aún más profesional.
- ▶ Volvemos a la pestaña principal y hacemos clic en el ícono de **Agregar título**.



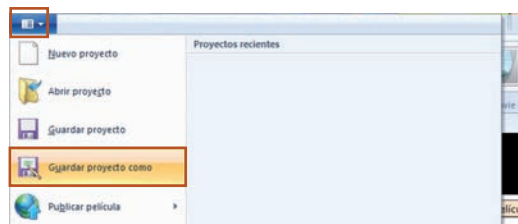
- ▶ Se agrega un cuadro negro en el cual podemos poner el nombre de la película. Lo escribimos y podemos editar el color, el tipo de letra y la alineación, tal como lo haríamos en un procesador de texto. También podemos hacer que se abra con distintos efectos eligiendo alguna de las opciones de la pestaña **Animaciones**.



- ▶ Podemos agregar texto que aparece sobre las fotos, si lo deseamos, haciendo clic en el ícono **Agregar descripción**.



- ▶ Para agregar los créditos (nombres de las personas que han participado y agradecimientos) con los nombres de todos los que participaron en el proyecto, hacemos clic en el ícono “Agregar créditos”.
- ▶ A medida que vayamos agregando elementos en la película conviene ir guardándola como proyecto, para resguardar el trabajo ya realizado y para continuar en otro momento, si lo deseamos. Para ello, hacemos clic en la pestaña celeste y luego elegimos la opción “Guardar proyecto como”, asignándole un nombre y un lugar al archivo a guardar.



- ▶ El archivo quedará guardado en un formato que permite seguir siendo editado con el programa *Movie Maker*.

Sólo cuando se haya terminado todo, se creará la película. Para guardar el corto, hacemos clic en el botón **Guardar Película**. Le asignamos un nombre a la película y la guardamos en la computadora. Es importante tener en cuenta que, una vez guardada, ya no será posible modificarla.

Así como se sugirió para el acercamiento a la técnica de stop motion, es recomendable que los docentes investiguen el *Movie Maker*, antes de llevarlo al aula. Para explorar un poco más esta herramienta, podemos recurrir al tutorial disponible en el CD 26 de la Colección Educar. Podemos acceder a él en las computadoras portátiles en D://escritorioalumnos/coleccio_educar/coleccion/CD26/datos/moviemaker.htm.

ENCUENTRO 10. SONDEO

Antes de lanzar la campaña, es muy útil hacer que un grupo reducido de gente que no haya visto anteriormente el video lo evalúe y dé su opinión para mejorarlo y comprobar si la intención que se tenía originalmente se concreta.

Para eso, y antes de mostrar el video a un grupo representativo de los destinatarios finales, se puede, junto con los chicos y chicas, preparar una breve encuesta a aplicar a ese grupo luego de la visualización con preguntas tales como:

- ▶ ¿Te gustó?
- ▶ ¿Qué sensación te causó?
- ▶ ¿Te produce ganas de hacer/no hacer algo en particular? ¿Qué? ¿Por qué?
- ▶ ¿Qué cambios sugerirías para que el corto sea aún mejor?

ENCUENTRO 11. POSPRODUCCIÓN FINAL Y EDICIÓN

En base a la información recogida, se podrán hacer ajustes en la edición del video y en los archivos de audio, si hiciera falta.

ENCUENTRO 12. LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA

El lanzamiento de una campaña es un gran evento en el que no sólo participan los destinatarios, sino toda la comunidad.

Es el primer día de la campaña, pero además, es la muestra de producción del esfuerzo de todo un grupo trabajando colaborativamente con un fin común, y con la intención de mejorar alguna situación problemática. De allí la importancia de darle a este momento la relevancia que tiene, mediante un cierre significativo. Es la oportunidad de mostrar lo que preocupa a los alumnos, las soluciones que han podido proponer y lo que han aprendido no sólo en términos de manejo técnico de las TIC sino sobre su apropiación como canales de participación social.

BIBLIOGRAFÍA

- Aprile, Orlando (2008): *La publicidad audiovisual. Del blanco y negro a la web*, Buenos Aires, La Crujía.
- Buckingham, David (2008): “¿Infancias digitales? Nuevos medios y cultura infantil”, en *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*, Buenos Aires, Manantial.
- Dirección de Educación Primaria (2011): *Documento 1. Integración pedagógica de TIC, Nivel Primario. Presentación general de conceptos y estrategias*, Buenos Aires, Ministerio de Educación de la Nación.
- Martín-Barbero, Jesús (2008): “El estallido de los relatos y la pluralización de las lecturas”, *Revista Comunicar*, N° 30.
- Wikipedia: “Propaganda”, en <http://es.wikipedia.org/wiki/Propaganda>.



ARGENTINA
UN PAIS CON BUENA GENTE