



PROPUESTA DIDÁCTICA PARA EL ANÁLISIS CRÍTICO DE LA TELEVISIÓN DENTRO DE CLASES

Mónica Espinoza Henríquez¹
M. de los Ángeles Orellana Medina²

RESUMEN:

Los cambios experimentados por el sistema educacional debido a la Reforma no sólo se han manifestado en términos estructurales, sino que también se han presentado en el currículo escolar. Es así como a través de diversas metodologías se imparten en las aulas toda clase de contenidos antes impensados por los que conforman la comunidad educativa, y quizás sea el subsector de Lengua Castellana y Comunicación el que más novedades presenta al respecto, puesto que de un currículo teórico, se pasa a una visión más práctica del hacer del alumno. Enseñar lengua ya no puede pensarse desde la perspectiva del alumno pasivo, por lo tanto, se deberán crear las estrategias necesarias para llevar a cabo clases didácticas y en las cuales el protagonista sea el estudiante.

Palabras claves: televisión, imagen, imaginario, hábitos, medios, comunicación.

ABSTRACT:

Didactical proposal for the critical analysis of television inside the classroom

The changes experimented by our Educational System due to the Reform have not only manifested in structural terms in schools, but also has presented in the school curriculum. The topic of the media –within the subject of Spanish Language and Communication– is incorporated in this new educational approach with means to develop communicational skills in students, starting from their everyday experience. Thus, it is necessary to know the media and its implications in students, analyzing its elements to encourage in students a critical stand against them. In this sense, we have a didactical proposal to deal with the subject of television in the classroom. Proposal that is born after the analysis of a survey performed in 2004 to high school students. Therefore, our paper is based on the presentation of the survey, its results and the pedagogical proposal elaborated as material to teaching.

Key words: television, image, imaginary, habits, media.

El tema de los medios de comunicación masiva es incorporado en este nuevo enfoque educativo con el fin de desarrollar las competencias comunicativas de los alumnos y alumnas, partiendo desde la experiencia cotidiana de ellos. De ahí que se hace necesario conocer los medios y sus implicancias en los estudiantes, analizar sus elementos para, así, poder fomentar en los alumnos una postura crítica frente a ellos. En este sentido, nos planteamos esta ponencia, como una forma de dar a conocer el trabajo realizado en el año 2004 como parte de nuestra Memoria de Título.

¹ Espinoza Henríquez, Mónica, Escuela y Centros de Español en Latinoamérica, Santiago, Chile.

² Orellana Medina, María de los Ángeles, Colegio Particular N° 1 de Ñuñoa, Santiago, Chile.

Antes de elaborar la propuesta didáctica, construimos y aplicamos una encuesta a alumnos y alumnas de enseñanza media, con el objetivo de conocer los programas que en aquel tiempo veían, y averiguar cuál era su postura frente a los mismos. Para ello, seleccionamos dos niveles educacionales: primer año y cuarto año de enseñanza media. Esto con el fin de sondear las diferencias y similitudes que existían entre los estudiantes que ingresaban y egresaban de nuestro sistema educativo; asimismo, el otro indicador o variante que consideramos fue el sexo.

Como conclusiones pudimos determinar que en cuanto lo que respecta a los hábitos televisivos el 97,8% de los estudiantes encuestados veía televisión (dato extraído de la investigación realizada el año 2002) y de ellos el 64% permanecía frente a la pantalla chica más de dos horas diarias. Por lo tanto, este medio se transformaba en compañía habitual de nuestros alumnos, lo cual no era de extrañar, ya que en un mundo tan mediatizado como es en el que vivimos, las imágenes lo entregan todo hecho.

Pudimos advertir en los resultados arrojados por la encuesta que la gran mayoría de los jóvenes advertía que el lenguaje empleado en la televisión sí influía en la vida de los telespectadores, dando como fundamentación a esta pregunta que la televisión al ser un medio masivo de comunicación llega a muchos hogares; por lo tanto, todas las personas que ven este medio se dejan influenciar quiéranlo o no.

Las estrategias que utilizaban los programas de televisión en ese entonces, según los alumnos y alumnas de ambos niveles de enseñanza media (1° y 4°), eran, en primer lugar, el desnudo, que va estrechamente ligado al erotismo, luego lo seguía el morbo y, finalmente, la farándula.

De los 139 alumnos encuestados, el 76.97% daba a conocer que el colegio no enseñaba a ver televisión, puesto que sentían que no había tiempo para ello; además, argumentaban que no era tema del colegio y, por último, que a los profesores no les interesaba. Este resultado nos pareció contradictorio porque sabemos que en los planes y programas de enseñanza media entregados por el Ministerio de Educación se encuentra inserta, en los objetivos generales y específicos, la enseñanza de los medios masivos; por lo tanto, es nuestro deber orientar a los alumnos y alumnas a que observen de manera crítica todos los medios de comunicación que se les presentan a diario, ya sean escritos, visuales u orales.

PROPUESTA DIDÁCTICA

1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La televisión se ha transformado en parte de nuestras vidas, más aún, ha ingresado a nuestros hogares como parte integrante de la familia, es un referente obligado entre compañeros de escuela, amigos, compañeros de trabajo, etc.; quien no forma parte de esta cepa televisiva está marginado de muchas reuniones sociales, laborales y familiares. Es, por esta razón, que se hace necesario conocerla y adoptar una actitud reflexiva frente a ella. Por otro lado, además de crear lazos y formar una gran familia, es sabido que este medio masivo de

comunicación es capaz de influir en los telespectadores (positiva o negativamente), por lo tanto, como televidentes debemos ser capaces de identificar los mensajes subliminales y conocer lo que se pretende lograr en el subconsciente, todo esto sin perder el placer de ver televisión.

La escuela, específicamente, el subsector de Lengua Castellana y Comunicación, debe entregar las herramientas necesarias para que los alumnos y alumnas puedan enfrentarse con eficacia a todas las situaciones comunicativas que se les presenten, una escuela que no enseña a mirar televisión no está educando, ya que este medio es reflejo de nuestra sociedad. Si bien la literatura, la ortografía y la gramática son necesarias para fomentar las competencias comunicativas, los medios masivos de comunicación ocupan un lugar preferencial en esta sociedad y nuestros adolescentes, desde que nacieron, están inmersos en este vertiginoso panorama comunicativo. Por esta razón, se debe considerar esta área para formar jóvenes críticos y activos frente a los medios.

Considerando lo anterior, como profesores debemos tener las herramientas necesarias para que, al enfrentarnos al análisis de los programas televisivos de entretenimiento, podamos ofrecer a nuestros alumnos y alumnas la posibilidad de criticar dichos programas con fundamentos. Para ello, basados en Joan Ferrés, daremos a conocer la siguiente pauta de análisis, para, posteriormente, presentar guías con actividades para alumnos y alumnas de enseñanza media.

2. PAUTA DE ANÁLISIS DE PROGRAMAS TELEVISIVOS DE ENTRETENIMIENTO CHILENOS

Contenidos:

Aspecto Formal.

Aspecto Lingüístico

Aspecto valórico/ideológico

1) Formal:

- Televisión
- La imagen: Planos
Ángulos
Colores
Escenografía
Movimiento de cámara
Iluminación

2) Lingüístico:

- Lenguaje no verbal: Cinésica
Proxémica
Paralenguaje
- Lenguaje verbal: Norma lingüística

Explicación de fenómenos de las normas
El español de Chile y el léxico
El humor en el lenguaje

3) Valórico/Ideológico:

- El concepto de entretenición.
- Relación entre la ideología del canal que emite el programa y éste.
- Presencia de valores y antivalores.
- Estereotipos y arquetipos.
- Estrategias para ganar rating y su impacto:
 - Emotividad
 - Erotismo
 - Vulgaridad
 - Morbo
 - Sensacionalismo
- La importancia del animador y la imagen que proyecta al público

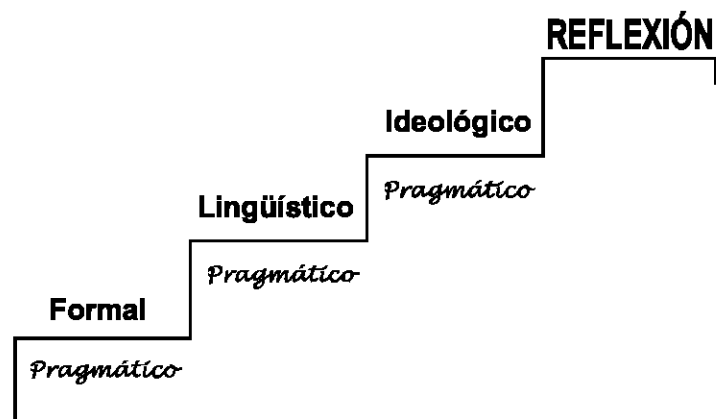
4) Pragmático:

Intenciones en general

EXPLICACIÓN DE LA PAUTA Y LA ORIENTACIÓN DIDÁCTICA

Se hace necesario abordar el análisis de los programas televisivos de entretenición desde diversas perspectivas para poder adoptar una posición crítica al respecto. Es por ello que hablamos de análisis formal, lingüístico, valórico y pragmático. Con el objetivo de saber cuál es la función de cada uno de ellos y su importancia, realizaremos un breve comentario, aunque es pertinente acotar que cada tipo de análisis nos ubica en un peldaño ascendente de la escala de la interpretación total, que nos lleva a la reflexión.

Como se puede visualizar, el aspecto pragmático subyace a todos los análisis posibles, ya que incluye la intención de cada uno de ellos; lo describimos de manera aparte para poder dejar en claro a qué se refiere, sin embargo, no es un estudio en sí mismo.



Análisis Formal: El análisis formal abarca una serie de aspectos que corresponden a la puesta en forma del programa. Vale decir, las pautas artístico-expresivas y las técnicas responden al nivel visual, a la percepción de la imagen y a sus cualidades, pero –como ya se dijo– incluyen la dimensión pragmática y la intención comunicativa, por ejemplo, que tal encuadre se utilice en un determinado momento o qué color es el más apropiado para dar a conocer un sentimiento.

Análisis Lingüístico: Corresponde al segundo nivel de análisis, implica una mayor reflexión y dominio de conceptos, ya que abarca el empleo de vocablos y términos propios del español de Chile junto con el concepto de norma lingüística, lo que significa tener cierta competencia comunicativa (incluyendo la dimensión pragmática de los enunciados). Tal etapa integra una visión metalingüística, ya que se habla del propio lenguaje, estas capacidades responden a una madurez analítica que otorga tanto el estudio del lenguaje como el dominio del mismo.

Análisis valórico: En el tercer escalafón se encuentra este análisis que implica un nivel mayor de abstracción, ya que una vez determinadas las dimensiones pragmáticas de los dos niveles anteriores, se requiere bucear en este mar de intenciones para poder visualizar los valores y el tipo de ideología que intenta entregar cada programa televisivo, atendiendo al tipo de sociedad en la que está inmerso y a los valores imperantes en ella, ya que todo va estrechamente vinculado. Lo anterior tiene como objetivo demostrar que todo estudio de estas características nos refleja como sociedad con nuestras virtudes y defectos.

Los tres escalones nos llevan, finalmente, a la interpretación, más bien a la reflexión, al hecho de emitir un juicio o una opinión respecto a los programas televisivos, teniendo cierto asidero. Permiten formar en los estudiantes una opinión responsable y crítica para que ver televisión no sea un pasatiempo sin fundamento, sino que, por el contrario, desarrolle en ellos el hábito de saber ver televisión, teniendo la posibilidad de elegir lo que más satisfaga sus necesidades de telespectadores.

Tales etapas de análisis y orientación didáctica se enmarcan en la teoría cognoscitiva y constructivista, ya que se busca que los alumnos y alumnas reflexionen en torno a sus experiencias previas. Se presenta un conjunto de contenidos que están estructurados de tal manera que se ensamblen unos con otros. Dentro de este panorama, el profesor es quien guía el aprendizaje de los alumnos, los estimula para que sean ellos mismos los generadores de éste.

Por lo anterior, la propuesta se compone de tres guías, las cuales presentan contenidos conceptuales y actividades para que los alumnos internalicen tales conceptos, por lo tanto, las guías poseen una evaluación de carácter formativo. Asimismo, se presenta como actividad de cierre la creación de un programa televisivo, con el objetivo de que los alumnos apliquen todo lo aprendido, ésta tiene una evaluación sumativa.

Por consiguiente, las guías de aprendizaje van en ascenso hacia la reflexión en torno a los programas televisivos de entretenimiento. Éste es el objetivo final de la propuesta, no obstante, las tres guías por separado tienen sus propios aprendizajes esperados, los cuales son:

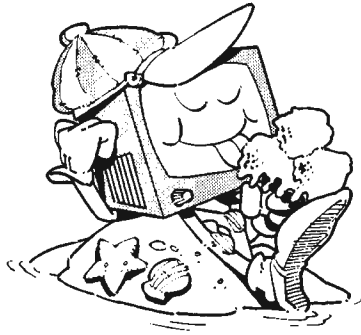
Guía Nº1: Descubrir y analizar los códigos semióticos presentes en la televisión.

Guía Nº2: Analizar y comparar los códigos verbales y no verbales.

Guía N°3: Descubrir la ideología presente en los programas de entretenimiento nacionales y criticar las estrategias para ganar *rating*.

Las guías que, a continuación, se dan a conocer deben ser trabajadas con la presencia del profesor, quien supervisará y trabajará en clases los contenidos y las actividades, atendiendo en lo posible al tiempo con el que cuente, la cantidad y diversidad de sus alumnos, los intereses de éstos, etc.; es, por esta razón, que algunos de los contenidos y actividades pueden ser trabajados aisladamente en los cuatro niveles de enseñanza media.

Guía N° 1: “LA TELEVISIÓN Y LA IMAGEN”



El televisor ha estado en tu casa desde siempre, lo enciendes para ver tu teleserie favorita, algún programa juvenil, dibujos animados o lo mantienes encendido sólo por el placer de ver imágenes en movimiento o, quizás porque te ayuda a concentrarte en el estudio. Según algunas investigaciones realizadas, niños y jóvenes dedican gran parte de su tiempo a ver televisión. Esto se debe a que este medio transforma los hábitos perceptivos de quienes observan al crear la necesidad de hiperestimulación sensorial. Lo que quiere decir que la imagen en movimiento tiene fuerza para atrapar la mirada humana y mantenerla.

El televisor ha estado en tu casa desde siempre, lo enciendes para ver tu teleserie favorita, algún programa juvenil, dibujos animados o lo mantienes encendido sólo por el placer de ver imágenes en movimiento o, quizás porque te ayuda a concentrarte en el estudio. Según algunas investigaciones realizadas, niños y jóvenes dedican gran parte de su tiempo a ver televisión. Esto se debe a que este medio transforma los hábitos perceptivos de quienes observan al crear la necesidad de hiperestimulación sensorial. Lo que quiere decir que la imagen en movimiento tiene fuerza para atrapar la mirada humana y mantenerla.

Pero, ¿cuánto sabes de la televisión?, ¿cuáles son los recursos que utiliza y su historia? Ahora conoceremos más sobre nuestra compañera de ocio...

En 1925, el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión cuando logró trasladar, por primera vez, una imagen de una habitación a otra. Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuaron la BBC en Inglaterra, en 1927; la CBS y la NBC, en Estados Unidos, en 1930. El lenguaje televisivo, como lo puedes imaginar, era muy diferente al que se emplea en la actualidad, ya que éste era similar al que utilizaba la radio; las presentaciones, comentarios y estructura se alejaban de lo radial sólo por incluir imágenes simples.

La primera transmisión de televisión chilena fue el 6 de octubre de 1957 y, oficialmente, en el mes de agosto de 1959 por medio de la Universidad Católica de Valparaíso. Sin embargo, en el año 1962 (año del mundial de fútbol que se realizó en nuestro país, donde Chile obtuvo el tercer lugar) este medio se masificó. En esta misma década, la televisión en general obtuvo gran difusión a nivel mundial, ya que el hombre llegó a la luna, en 1969, tal noticia fue transmitida en directo a todos los países del mundo, gracias a los pocos satélites de comunicación que ya existían en esa época. Surgen así muchos periodistas con dedicación exclusiva para este medio. En 1970, aparece la televisión en color, a partir de entonces se empieza a hablar de un nuevo lenguaje en el que se mezclaba lo verbal y lo icónico (la imagen).

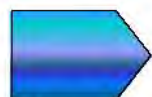
La Imagen

Como ya sabes, la televisión es fundamentalmente imagen en movimiento, entendemos por imagen la representación de “algo” y “sobre algo”. En un primer momento, percibimos como un estímulo visual, aquello que está ahí y observamos; hablamos, entonces, de un significado referencial o *denotativo*, vale decir, la relación por medio de la cual la representación es un objeto. Por lo tanto, el papel del receptor (quien observa) es pasivo, por ejemplo: vas camino al colegio y te encuentras con un quiltro negro, muy flaco y sucio, el valor denotativo es la imagen del perro mismo, tal como lo ves, él existe y está ahí; sin embargo, este perro te inspira abandono, soledad, suciedad, este segundo significado que le has atribuido responde a otro fenómeno llamado *connotación* que consiste en la carga de valores que se añade al propio significado; en este caso, el rol del receptor es activo. Los valores varían de una cultura a otra.


Por lo tanto, la denotación es objetiva, literal, obvia, informativa, natural, visible y monosémica (un solo sema o significado), mientras que la connotación es subjetiva, simbólica, interpretativa, oculta, compleja, cultural y polisémica (varios semas o significados).

Para poder diferenciar con rapidez ambas caras de la imagen –denotación y connotación (que se dan también en el lenguaje)–, se hace necesario que te ejercites constantemente, ya que el campo de inicio y de término entre una y otra es difícil de determinar. Por consiguiente, intenta dilucidar dichos valores en todo lo que ves para que adquieras competencia y seas un observador eficaz.

La imagen en la televisión ocupa una serie de códigos (reglas convencionales) para estructurarse, entre las que destacan los siguientes:



• **Código cromático:** es definido como los cromas o el color mismo, junto con el color está también el brillo o, en el caso de la televisión, la iluminación; se considera código porque es capaz de llevar consigo información relevante. Por lo tanto, el color que usamos en nuestro vestuario, por ejemplo, es capaz de reflejar a algunos rasgos de nuestra personalidad. Se puede hacer una breve clasificación de los colores:

 Fríos: (colores pálidos) expresan moderación, distancia, serenidad.	 Cálidos: (gama de colores tierra), energía, afectuosidad, entusiasmo y vitalidad.
 Pasivo: (tonos más oscuros de la línea pastel, sin mucho contraste) dan la sensación de inercia, reposo, calma.	 Activo: (tonos más pálidos con gran contraste) dan la sensación de dinamismo, entusiasmo y vitalidad.
 Natural: (colores con pigmentos de tierra) se asocia a lo genuino, instintivo, rural, etc.	 Artificial: (colores intensos, ácidos) se asocia a lo imitado y fabricado.
 Femenino: (tono pastel) se vincula con lo fértil, lo suave, delicado.	 Masculino: (tonos oscuros) se vincula con lo paternal, viril, musculoso.
 Exclusivo: (colores combinados con negro) se asocia a lo refinado, selecto, valorado.	 Popular: (colores primarios) se asocia a lo tosco, juvenil, masificado.



- **Código sonoro:** este código se define como la música presente en el programa televisivo, así debe haber concordancia entre el tipo de programa y su música, por ejemplo, si es de conversación, la música debe ser lenta y debe estar a un bajo volumen.



- **Código escritural:** se refiere al tratamiento de las letras, a las palabras escritas dentro de un programa de televisión. Podemos encontrar una letra estilizada, gruesa, barroca, romántica, entre otras; el tipo de letra no es gratuita, sino que obedece también a una determinada intención.

El fenómeno de la imagen y sus códigos (y subcódigos) que estructuran la televisión no es simple, y ningún encuadre, plano o angulación de toma está por casualidad, sino que todo atiende al tipo de programa que se emite y al tipo de público que va dirigido.

BIBLIOGRAFÍA

Ayala, Teresa (2000): "Enfoque semiótico y didáctico de la publicidad" en *Cuadernos de la Facultad* N°14, Santiago.

Eco, Umberto (1999): *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen.

Espinoza, M.; Orellana, M.; Tapia, N. (2004): "Análisis semiótico y pragmatolingüístico de programas de televisión chilenos de entretenimiento". Memoria para optar al Título de Licenciado en Educación con mención en Castellano y Pedagogía en Castellano. Santiago.

Ferrés, Joan (1998): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.

Lomas, Carlos (ed.) (1994): "La comunicación publicitaria" en *La enseñanza de la lengua y el aprendizaje de la comunicación*. Gijón, Trea.

Villar, Rafael del (1997): *Trayectos en semiótica filmico-televisiva*. Santiago, Dolmen.