

PERO...

¿QUÉ

TE HAN

HECHO

EN LA

CABEZA



FICHA TÉCNICA

TÍTULO: **PERO...¿QUÉ TE HAN HECHO EN LA CABEZA?**

OBJETIVO: Analizar la fuerza de la comunicación y la acción educativa ayudando al espíritu y la creatividad de las personas.

DURACIÓN: 18 minutos

EXPERTOS COLABORADORES:

Juan Lorente, Saturnino Rodríguez y Maribel García.

REALIZACIÓN: ECOE (Equipo de Comunicación Educativa)

COFINANCIADO POR LA COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA.

I. Presentación

Cuando reflexionarnos por qué no cambian las desigualdades e injusticias que existen en el mundo, un de las causas evidentes es la diferencia de medios y posibilidades de comunicación

Quienes poseen más "propiedad privada" tienen también mas medios de influir en los demás, de actuar sobre la cabeza de aquellos que casi sólo pueden "ver oír y callar".

Este es el tema del presente vídeo: ayudar a descubrir cuál es la relación de fuerzas intelectuales y a que se tome conciencia de que todos tienen derecho a no dejarse engañar y a expresarse con los medios que están o deben estar a su alcance

Hemos intentado unir en este vídeo la comunicación de masas, los "grandes medios", con la enseñanza y medios educativos. Intentamos también que la "toma de conciencia" no quede separada de la acción. No basta con lamentarse de lo que nos "hacen en la cabeza" sino intentar que se cambie la "comedura de coco" por la intercomunicación, donde todos hablen y todos escuchen, donde la cultura y la comunicación no sean un privilegio, sino una tarea común.

II. ESQUEMA DEL VÍDEO

Hay cuatro partes claramente indicadas por los rótulos:

1. Presentación del tema:

La cabeza humana un "edificio" con puertas y ventanas. Imágenes y sonidos la rodean...

2. Esa cabeza necesita cultura:

La lluvia de imágenes y sonidos está creada por alguien. Entrevista a tres expertos: Saturnino Rodríguez (periodista), Juan Lorente (experto en medios de comunicación) y Maribel López (educadora). Analizan quién detenta el poder de esos medios. Las grandes empresas multinacionales, las agencias, las compañías que abarcan diferentes canales educativos e informativos...

3. La cultura de cabeza:

Reflexión de lo que es realmente la cultura y las deformaciones que la sociedad ha realizado en el concepto de cultura.

Según P. Freiré la diferencia entre educación bancaria y educación dialogante.

4. No sólo cabezas:

¿Qué hacer? No podemos permitir que siga existiendo esa desigualdad en el poder cultural. Cada pueblo, cada persona, tiene sus posibilidades comunicativas. Se hace un repaso a los modos de expresión popular y se anima a que la comunidad humana tome en sus manos los medios de comunicación y desde sus posibilidades personales de expresión cambien las estructuras que le impiden expresarse.

III. SISTEMA DE TRABAJO

Naturalmente este programa no es una "película" que se ve y se olvida. Se trata de que sirva como punto de partida para un trabajo en grupo.

Esa es, precisamente, la diferencia entre medios de grupo y medios de masa.

Algunos filmes, medios de masa, pueden convertirse, gracias a la grabación en vídeo, en medios para trabajo en equipo. Pero estos trabajos breves están hechos expresamente para eso. Para trabajarlos, "desmenuzarlos", discutirlos,

1. Suscitar el interés. No cometan el error de proyectar el vídeo antes de haber creado un interés previo.

Puede ser a partir de un suceso, una noticia periodística sobre la adjudicación de las TV privadas, por ejemplo. Sobre el comentario comparación de varias noticias en varios periódicos, sobre la absorción de una compañía cinematográfica por otra, sobre las luchas entre países en torno a la TV de alta definición... Existen infinitos temas que pueden ser el chispazo para que surja el interés por el tema.

Convendrá distinguir si se trata de una reunión de maestros, un curso de monitores, de educadores populares, la iniciación en técnicas de comunicación, etc.

2. Damos por supuesto que quien se responsabilice de dirigir el trabajo lo ha visto y preparado detenidamente.

Por eso, al proyectarlo se puede elegir entre pasarlo todo de una vez o irse deteniendo en los diversos capítulos o secuencias y discutirlos por separado.

Hay varios puntos fuertes en el vídeo que posiblemente exigirán más discusión. Fundamentalmente tres:

- La intervención de los expertos.
- La reflexión sobre la cultura.
- La presentación de posibilidades de expresión popular.

3. por eso, en el tiempo de discusión es importante no quedarse en una visión superficial (la cultura ambiente nos aliena... nosotros somos víctimas de los medios de comunicación...), sino llegar a una actitud positiva: podemos crear, podemos comunicarnos, igual que aprendemos a hablar podemos aprender a usar los medios de comunicación y no sólo ser usados por ellos.

En este apartado sería interesante alguna técnica de grupos como:

LLUVIA DE IDEAS sobre las posibilidades de comunicación que tienen los presentes. Se va escribiendo sobre un mural:

- a] Todo lo que los asistentes tienen en su poder para comunicarse...
- b] A continuación una nueva lista sobre aquellas posibilidades que podríamos tener pero no tenemos...
- c] Y finalmente aquello que se nos escapa y que nos domina...

De todo ello deducir estrategias personales y de grupo para que en nuestro ambiente y en la medida de nuestras posibilidades podamos realizar una acción comunitaria de cultura y conciencia popular.

TRABAJO DE ANÁLISIS de los principales medios de comunicación que nos "atacan". Acaso a partir de una sola noticia que se recoge durante algún tiempo en diarios, radios, distintas cadenas de TV, panfletos, comentarios populares, revistas o emisoras alternativas...

Lo mismo puede hacerse en el aspecto escolar con algún tema didáctico tratado por diferentes libros de texto.

ENCUESTA. Sencillas entrevistas con preguntas breves y concretas a personas distintas para descubrir el impacto de los medios de comunicación. Preguntas del estilo de ¿qué sabe Vd. de...?, ¿qué opina de...?, pueden reflejarnos la influencia de los medios de comunicación.

Y, naturalmente, sería ideal que a partir de este vídeo, los que lo discuten llegasen a realizar algún nuevo y sencillo trabajo audiovisual (montaje de diapositivas, vídeo, colección de fotos o recortes de prensa, o un simple poster).

Lo más importante es que de todo ello las personas sean cada vez más libres, más críticas y más creativas.



VISITA NUESTRA WEB:
WWW.ASOCIACIONECO.EORG