

NOVIEMBRE 2021

TAO - PROCESOS
EDUCATIVOS

PROPUESTA DIDÁCTICA PARA EL AULA

REALIZADA POR:

Laura Gabriela Goldar
Juan Manuel Encabo



OBJETIVOS



- Reflexionar sobre los **modos de consumo y producción** en Instagram.
- Comprender a los videos de contenido informativo en tanto **género discursivo**.
- Analizar las **concepciones del mundo** que se ponen en juego en los videos de contenido informativo a través de las ideas de **representación, identidades y estereotipos**.
- Comparar la **construcción discursiva** (lenguaje, registro, tono, recursos) de los videos que conforman el corpus y las charlas xTED sobre la misma temática.
- **Producir un video informativo** sobre un tema de interés utilizando los recursos audiovisuales que dispone Instagram para hacerlos.
- Reflexionar acerca de las **virtudes del género discursivo** y las temáticas abordadas a través del formato corto.

DESTINATARIOS: ALUMNOS DE LOS ÚLTIMOS DOS AÑOS DE ESCUELAS SECUNDARIAS

INFO PARA EL DOCENTE

En esta secuencia de actividades, trabajaremos con la plataforma Instagram, específicamente, con los **videos de contenido informativo en formato reel e IGTV**. La secuencia de actividades consta de cuatro momentos.

1. Un primer momento de **observación** para que los alumnos se familiaricen con el corpus de trabajo.
2. Un segundo momento de **análisis** para que analicen ese corpus que les fue presentado.
3. Un tercer momento de **producción** en el que crean un video de contenido informativo sobre alguna temática que les resulte de interés.
4. Un cuarto momento en el que **socialicen** sus producciones con sus compañeros y **reflexionen** en torno a ellas.



ANTES DE COMENZAR...

Instagram: ¿solo una plataforma para el ocio?

Instagram es una aplicación y red social, creada en Estados Unidos, en la que se pueden ver y compartir imágenes y videos de diferentes usuarios. Al igual que Facebook, Instagram se plantea como **un medio social esencialmente visual** al permitir que los usuarios vean imágenes y se familiaricen con ellas. Promueve la interacción a través de reacciones ("Me gusta") y comentarios.

El éxito de Instagram no solo se debe a su nacimiento como una aplicación visual, sino también al hecho de incluir el formato video y combinarlo con factores, tales como la autenticidad, el tiempo real y la realidad aumentada. Además, facilita la viralización del contenido debido al apartado "explorar", en el que sugiere a los usuarios contenido que puede ser de su interés debido a otros usuarios a los que sigue, a los *likes* de los seguidores con los que más interactúa, etc. La utilización de *hashtags*, la mención a otras personas en las publicaciones o en las propias *stories* también contribuye a esta viralización.

En la actualidad Instagram **es sumamente utilizada por el público joven, que encuentra allí un medio de comunicación para producir y consumir contenido no solo con la finalidad de entretenerte, sino también de informarse.**

En este sentido, en tanto medio de construcción, difusión y divulgación de conocimiento, puede ser de gran utilidad para la acción social, la generación de conciencia y la lucha política, la adquisición y defensa de derechos, entre otras cuestiones, pues otorga la posibilidad de producir mensajes y, en ocasiones, de marcar una agenda de información paralela a la mediática o a la de la currícula académica.



¿Qué son los videos de contenido informativo?

- Estos videos ofrecen información desde un **punto de vista alternativo** al construido y naturalizado socialmente.
- Abordan **temas actuales**: patriarcado, feminismos, sexualidad, vivencia de la corporalidad, diversidad, discriminación, salud mental, entre otros. En muchos casos, se consolidan como tópicos de debate en Instagram.
- Son producidos y publicados por cuentas administradas por **grupos de personas, influencers u organizaciones civiles** que crean contenido de divulgación sobre temas actuales y de especial interés en la esfera pública. Suelen ser especialistas en un campo determinado que acercan y comparten su conocimiento de un modo sencillo, divertido y cercano al usuario.
- Poseen una **estética descontracturada, llamativa y colorida**. Suelen contener recursos gráficos: emoticones, imágenes o textos en recuadros, y música, sonidos, audio de la persona que crea el contenido, etc.

MOMENTO 1

¿Qué ves en tu lupa?

En el momento 1, les pediremos a los alumnos que observen e intercambien con sus compañeros cómo son sus usos en Instagram. Luego, a partir de indagar respecto de sus modos de producción y consumo, los invitaremos a **explorar los contenidos que se encuentran en su lupa** con el fin de dialogar, compartir y registrar sus modos de consumo, de manera tal que permita establecer un **primer acercamiento analítico y reflexivo** en torno al consumo de la aplicación.

¿Cómo trabajarla?

Pedirles a los estudiantes que abran Instagram en sus celulares y proponerles conversar entre todos sobre sus usos:

- Del 1 al 10, ¿cuál considerarían que es su uso de Instagram? ¿Por qué?
- ¿Cuántas horas utilizan la aplicación?
- ¿Qué contenido consumen?
- ¿Crean y publican contenido propio? ¿Cómo son las publicaciones en sus cuentas personales?
- ¿En qué formato se encuentra ese contenido que producen? ¿Y el que consumen?
- ¿Comparten contenido producido por otros? ¿Cómo es ese contenido?

Una vez que los alumnos hayan compartido sus consumos e intereses, pedirles que ingresen a Instagram, se dirijan a la lupa de explorar y darles entre 5 y 10 minutos para que observen las primeras 15 filas que allí aparecen. Además, indicarles que anoten todo aquello que les resulte relevante o les llame la atención del contenido que ven allí.

Luego, abrir una instancia de diálogo entre todos a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Qué tres aspectos les llaman la atención de ese contenido?
- ¿Qué formato tiene ese contenido? ¿Son imágenes o videos? ¿Cuál predomina?
- ¿Cómo son? ¿Cómo describirían lo que ven en ellos?
- ¿Qué diferencias encuentran entre las imágenes y los videos?
- ¿Qué temas o tópicos abordan: deportes, moda, política, turismo, etc.?

El docente debe ir realizando un registro en el pizarrón con las respuestas que vayan surgiendo.

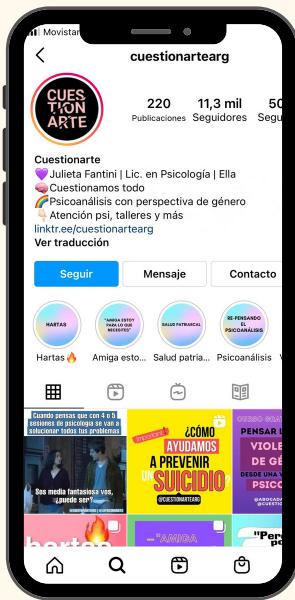
MOMENTO 2

¿Cómo es un reel?

En el momento 2, invitaremos a los alumnos a **observar contenidos**, haciendo foco en el modo de codificación de Instagram, y **relevar la especificidad de los videos de formato reel**.

¿Cómo trabajarlos?

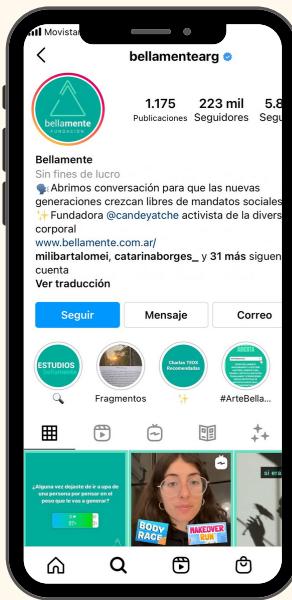
¿Alguna vez utilizaron la aplicación para informarse sobre algo? Utilizando esta pregunta como disparadora, dividiremos al curso en cuatro grupos y les asignaremos un eje temático a cada uno:



SALUD MENTAL



FEMINISMO



DIVERSIDAD CORPORAL



AMOR PROPIO

Para que los alumnos se familiaricen con las cuentas, pedirles que ingresen a los perfiles y observen lo que ven.

- ¿Conocen este perfil de Instagram?
- ¿Quiénes son las o los creadores de la cuenta? ¿Qué información pueden decir sobre ellos?
- ¿Tiene muchos seguidores? ¿Cuántos?
- ¿Por qué dirían que los temas de los videos se relacionan con el título del eje que les tocó?
- ¿Cuáles creen que son los objetivos de los videos?
- ¿Qué otra información pudieron obtener mediante la observación? ¿Algo les llamó la atención? ¿Qué?

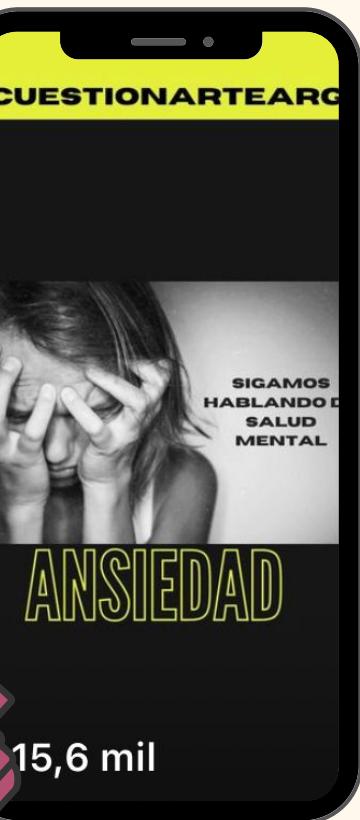
MOMENTO 2

CORPUS DE TRABAJO SELECCIONADO

SALUD
MENTAL



FEMINISMO



MOMENTO 2

CORPUS DE TRABAJO SELECCIONADO

DIVERSIDAD CORPORAL



AMOR PROPIO



MOMENTO 2

Una vez que los alumnos pusieron en práctica las estrategias anticipatorias, proponerles que analicen en profundidad cada uno de los videos que les fueron asignados a los grupos. Para ello, compartirles las siguientes preguntas, de modo de orientar el análisis:

Género

- ¿Qué duración tienen los videos? ¿Son formato *reel* o *IGTV*?
- ¿Por qué creés que eligieron este formato para comunicar dicha temática?
- ¿Qué valores son los que se ponen en juego?
- ¿Qué les resulta atractivo de este tipo de formato?
- ¿Qué información se incluyó dentro de los videos y cuál consideran que quedó fuera?
- ¿Cuál es la finalidad de cada video?

Lenguaje

- ¿Hay un/a protagonista? ¿Cómo se presentan?
- ¿Qué registro utilizan: informal o formal?
- ¿A quién/es le hablan? ¿Cómo se dieron cuenta?
- ¿Qué tipo de plano utilizan (plano entero, plano medio, primer plano)?
- ¿Qué recursos audiovisuales se usan en los videos (imágenes, sonidos, emojis, tipografía, colores, etc.)?
- ¿Cuáles de esos recursos creen que hacen que esos videos sean más atractivos, interesantes y llamativos?
- ¿Qué creen que se desea comunicar con cada uno de esos recursos?

Representaciones: valores, identidades y estereotipos

- ¿Qué temas abordan? ¿Desde qué perspectiva lo hacen?
- ¿Consideran que estos temas se abordan en otros medios de comunicación, como la televisión o la radio? ¿Por qué?
- ¿Qué concepciones del mundo se ponen en juego?
- ¿A qué comunidades identitarias hacen referencia?
- ¿Con qué construcciones sociales y estereotipos discuten?

MOMENTO 2



Una vez que los alumnos hayan respondido a las preguntas sobre los videos seleccionados, les pediremos que vean un nuevo video sobre la misma temática, pero en un formato diferente, para que puedan realizar un **análisis comparativo de ambos formatos**, a partir de las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los recursos utilizados en este caso?
- Enlisten 5 características principales y compárenlas con las 5 que establecieron anteriormente en relación con los videos de Instagram.
- ¿Qué producción les resultó más interesante/atrapante/llamativo? ¿Por qué?
- ¿Qué elementos de los videos que analizaron en Instagram les sumarían al nuevo video para mejorarlo?
- ¿Compartirían este nuevo video en sus cuentas de Instagram? ¿Creen que tendría “éxito” o se viralizaría en dicha red? ¿Por qué?

MOMENTO 2

CORPUS DE TRABAJO SELECCIONADO

EJE 1. SALUD MENTAL

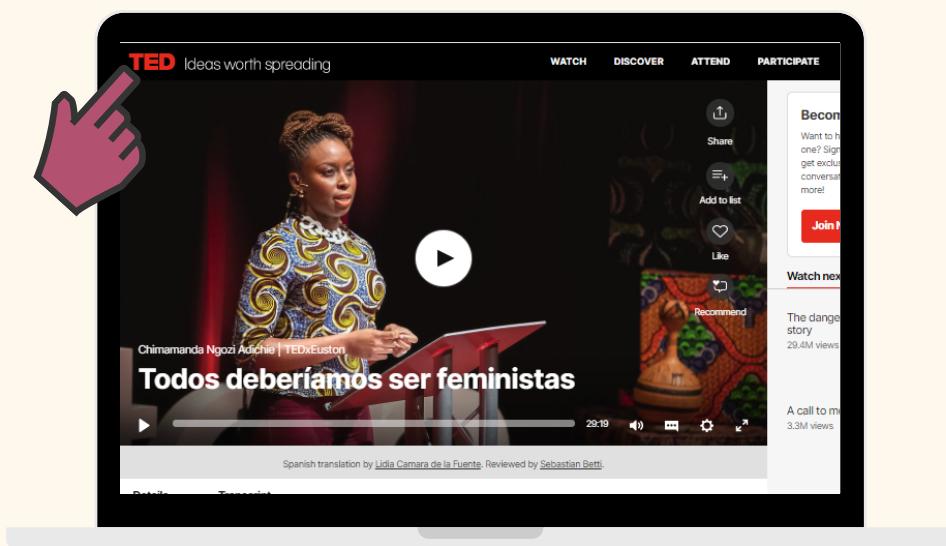
"Cuidar tu salud mental no es algo para avergonzarse"
Sengu Delle en TEDLAGO



Cuando el estrés llegó a superarlo, el empresario Sangu Delle tuvo que enfrentarse a su propio y más profundo prejuicio: que los hombres no deben cuidar su salud mental. En una charla personal, Delle comparte con nosotros cómo aprendió a manejar la ansiedad en una sociedad que no habla de las emociones. Como él mismo dice: "Ser honestos sobre cómo nos sentimos no nos hace débiles, nos hace humanos".

EJE 2. FEMINISMO

Chumamanda Ngozi Adichie en TEDxEUSTON



Enseñamos a las niñas que pueden tener ambición, pero no demasiada... que pueden tener éxito, pero no demasiado, pues eso amenaza a los hombres, dice la autora Chimamanda Ngozi Adichie. En esta charla que abre una conversación en todo el mundo sobre el feminismo, Adichie pide que comencemos a soñar y planificar un mundo diferente, más justo, de hombres y mujeres más felices y más auténticos.

MOMENTO 2

CORPUS DE TRABAJO SELECCIONADO

EJE 3. AMOR PROPIO

"Amor propio".
Sofia Castro en
TEDXAHUEHUETE



¿Cómo asumir las críticas con madurez? ¿Cómo estar seguros de sí mismos ante los instantes de adversidad? Esta charla habla sobre las relaciones tóxicas y el aprendizaje que deja en ellas; un mensaje de fuerza para salir de una situación que sufren millones de mujeres.

EJE 4. DIVERSIDAR CORPORAL

"Reconstruyendo
el concepto de
belleza"
Candela Yatche en
TEDXROSARIO



Candela nos invita a reflexionar sobre cómo la belleza es una construcción social y la tarea que día a día tenemos que hacer para potenciar la autoaceptación, inmersos en una sociedad más preocupada por vender que por cuidar de nuestro bienestar.

MOMENTO 3

¡A producir!

Proponerles a los alumnos que creen, con las herramientas que brinda Instagram, un video en formato *reel* acorde a sus propios intereses de comunicación.

¿Cómo trabajarlo?

Para ello, pedirle a cada miembro del grupo que complete las siguientes frases:

1. Me siento bien cuando...
2. Me siento herido/a cuando...
3. La última vez que lloré fue...
4. Me gusto porque...
5. Una buena decisión que tomé esta semana fue...
6. Me siento triste cuando...
7. Tengo miedo cuando...
8. Me siento frustrado/a cuando...
9. Me siento querido/a cuando...
10. Me siento excluido/a cuando...
11. Me siento bien con mi familia o amigos/as cuando...
12. Me enojo cuando...
13. Lo que más deseo contar es...
14. Quisiera que los adultos...
15. Si pudiera hacer otra cosa hoy elegiría...

Luego, invitaremos a los estudiantes a que compartan sus respuestas con sus grupos y busquen puntos en común o respuestas similares, con el fin de **elección de algún tema que represente o que identifique a la mayoría de los participantes**.

Sobre ese tema seleccionado, cada grupo deberá crear un video corto informativo, de 1 minuto de duración, en formato *reel* utilizando todas las herramientas y recursos que ofrece Instagram. Deberán pensar:

- **Destinatario:** a quién o quiénes hablarles.
- **Mensaje:** qué se quiere comunicar sobre el tema, de modo que tenga fuerza e impacto,
- **Objetivo del mensaje:** qué se quiere lograr con el contenido del video.
- **Recursos audiovisuales:** imágenes, emojis, tipografía, colores, efectos de sonido, música, filtros, etc.

MOMENTO 4

Reflexión y cierre

Invitaremos a los alumnos a presentar sus producciones al resto de sus compañeros. El objetivo es que compartan su video y cuenten brevemente cómo fue el proceso de producción.

La intención es que los alumnos puedan **compartir sus experiencias y puedan dialogar respecto de cuáles son las virtudes y las ventajas de este modo particular de comunicar**, y cuál es la importancia de abordar estas temáticas que los atraviesan y los interpelan en medios, plataformas y formatos que les son absolutamente propios, como el caso de Instagram.