

Palabras clave: Marco teórico - pesquisa - conhecimento científico.

(*) **Sergio Díaz:** Magister en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires. Licenciado en Sociología. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión en la Facultad de Diseño y Comunicación.

(*) **Alelé Jait:** Magister en Comunicación y Cultura. Universidad de Buenos Aires. Licenciada en Ciencias de la comunicación. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Expresión en la Facultad de Diseño y Comunicación.

Crónicas del enseñaje-aprendizaje de la redacción creativa

Fecha de recepción: julio 2012

Fecha de aceptación: septiembre 2012

Versión final: noviembre 2012

Betina Mariel Bensignor (*)

Resumen: La escritura creativa es una actividad que está fuera de los manuales. En los libros sólo se encuentran rastros, datos, consejos y previsiones. Sólo eso. El resto es hacer. Karl Shapiro decía: “El diccionario tiene todas las palabras, los libros de texto tienen todos los recursos técnicos de la poesía. Pero no le dicen al poeta qué palabras elegir ni en qué orden”.

Palabras clave: Redacción - publicidad - creatividad - redactor publicitario - aprendizaje - enseñanza - reflexión.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 68]

Durante el presente cuatrimestre escribí una serie de crónicas de las clases de Redacción Publicitaria I en la Universidad de Palermo, de las cuales algunas me dieron pie a escribir este artículo.

Siempre sentí deseos de dar testimonio del proceso de adquisición de destrezas para la escritura creativa desde el lugar de los hechos. Es así que, mientras los alumnos escribían, aproveché el clima de silencio y encuentro con las palabras para plasmar momentos significativos de las clases.

¿Enseñar o facilitar?

Con respecto a la escritura creativa, no me gusta hablar en términos de enseñanza. Y tampoco sería del todo acertado referirme a este proceso como un aprendizaje. Fundamentalmente, porque mi intervención no consiste en exponer sino en ofrecerme como guía, motivadora, coordinadora.

Karl Shapiro decía: “El diccionario tiene todas las palabras, los libros de texto tienen todos los recursos técnicos de la poesía. Pero no le dicen al poeta qué palabras elegir ni en qué orden”. Por eso, prefiero hablar de enseñaje-aprendizaje de ese todo inacabado que es la escritura creativa, de ese proceso en el que ambas partes integran un todo indivisible: alumnos y profesor que aprenden, experimentan, comparten, intervienen, aportan y aprenden. En todas las instancias de la cursada, incluyendo el examen final, al cual también considero una instancia de aprendizaje.

A continuación cito tres crónicas de clases.

Funciones del redactor publicitario

Tal vez motivada más por mi interés de propiciar la re-

flexión y la conciencia que por exponer información en forma de datos pensé, para la primera clase del cuatrimestre, una propuesta de participación sobre lo que los alumnos desconocen saber acerca del quehacer profesional de los redactores publicitarios.

En lugar de comenzar por exponer los aspectos teóricos del módulo bibliográfico, les pedí que nombraran verbos, acciones que lleva a cabo un redactor. A continuación transcribo lo que fui tomando nota en el pizarrón a medida que los alumnos aportaban un conocimiento previo no consciente:

Cosas que hace un redactor publicitario (lista de verbos)

Escuchar, hablar, probar, interesarse, adquirir experiencia, creer, traducir (necesidades del cliente en un concepto, el concepto en una idea, la idea en imágenes y palabras), generar/estimular: necesidades, deseos, sensaciones, emociones, sentimientos, compra, consumo. Además debe articular: experiencias (personales + habilidades técnicas) y conocimientos; investigar (producto, target, competencia), persuadir, trabajar solo, trabajar en equipo, opinar, escuchar diferentes puntos de vista, crear frases/ideas, sintetizar, leer, escribir/corregir. Necesita conocer las reglas ortográficas, estudiar, preguntar, pensar/reflexionar, observar/percibir conscientemente, inspirarse, comunicar, hablar por teléfono (con clientes, colegas, jefes), recibir/leer/escribir/enviar mails, asistir a reuniones (de equipo, con el cliente), buscar alternativas, comparar, elegir/descartar, probar eficacia, tomar decisiones, resolver problemas, actualizarse, y lograr objetivos.

Como aprender a caminar

Lo primero que descubren es que todos llegaron a clase con un saber previo, que todos disponían de algún tipo de conocimiento que no tenían en consideración. Lo segundo, luego de la puesta en común, es que pueden valorizar y dar una dimensión ajustada a la gran responsabilidad y el requerimiento de saberes y destrezas que desarrollan los redactores publicitarios en el día a día. Después de la experiencia de cada ejercicio (nunca antes), pasamos a las instancias que les permiten a los alumnos apropiarse de las herramientas técnicas y emplearlas a voluntad, a través de: la puesta en común; el análisis; la toma de conciencia; la conceptualización; la profundización y la asimilación del conocimiento.

Redactores publicitarios

Quiero compartir uno de mis momentos favoritos de la clase: cuando los alumnos están escribiendo. Disfruto de este silencio de miradas concentradas, las espaldas inclinadas sobre la mesa y las biromes viajando, dejando su impronta en el papel. Al rato de empezar, alguno habla en voz muy baja. Otro se detiene a mirar por la ventana mientras espera que le venga la siguiente idea. Esta es la segunda clase del cuatrimestre y están escribiendo un reportaje imaginario a un redactor publicitario. No sé si conocen a alguno. Todavía no les conté quiénes fueron Ogilvy, Bernbach o Burnett, como indica el programa; probablemente no saben lo que estos vanguardistas representan en el mundo de la publicidad. Pero para esta práctica, como para tantas otras, preferí no interferir la espontaneidad con información del mundo real. El tiempo de la teoría vendrá después de la experiencia. ¿Por qué elijo este criterio? Porque quiero estimularlos para que dejen volar libremente su imaginación, para que se conecten desde la curiosidad que les despierta el personaje o el rol y se lancen a buscar las ilimitadas respuestas posibles.

Me gusta acercarlos a la práctica profesional desde el hacer, más que desde lo teórico. La escritura es una actividad que está fuera de los manuales, en los libros sólo podrán encontrar rastros, datos, consejos y previsiones. Sólo eso. El resto es *hacer*.

Me da placer ver cuántos kilómetros recorren esas biromes, cuántas teclas planas en *tablets* y *netbooks* escriben lo que ni siquiera ellos presienten. Uno, al rato, se despereza y retoma la escritura con más ímpetu. Me recuerda la sabiduría de los gatos que conocen cuál es la justa medida, cuándo es momento de recuperarse y cuándo de seguir. Otro para, relee, corrige y sigue. Algunas de las chicas se hacen y deshacen las largas colas de sus cabellos.

Hay una calma agradable. Es un ambiente de trabajo estimulante y esta mañana, aumentando la motivación, nos acompaña una lluvia incesante y un clima inspirador. Ya llevan una hora y media escribiendo sobre distintas consignas. La del reportaje es la que mayor texto les convoca.

Cuando empiezan a conversar los primeros que terminaron, aviso que vayan finalizando. Uno o dos levantan la cabeza y me sonríen. Los demás siguen escribiendo. A veces me da pena interrumpir la magia de este mo-

mento. Y me doy cuenta de que a ellos también les pasa que no quieren apurarse a terminar. Buscar un ritmo común es un delicado equilibrio entre dar lugar a quienes necesitan más tiempo y quienes, por terminar pronto, pueden correr el riesgo de aburrirse y pensar que la clase los aburre. Finalmente tomo impulso para dar por terminada esta etapa cuando recuerdo que tendrán una próxima vez y que será muy pronto, tal vez en unos quince o veinte minutos.

Algunos de los reportajes tienen la calidad de una versión final para mandar a la editorial. Los estilos de escritura son tan disímiles y variados como alumnos hay en la clase. Tuvieron la libertad de elegir hacer una introducción, crear a partir de un personaje real, preguntar sin reservas los secretos y los trucos de la profesión, describir o no el ámbito o los gestos del entrevistado, etcétera. El que sigue es un texto conciso, escrito por una de las alumnas:

Reportaje a un redactor publicitario:

Juan Carlos, de la agencia de publicidad Aloha.

-¿De qué manera te gusta trabajar?

JC -Me encanta poder *trabajar* con libertad. Tengo mucha comunicación con mis clientes y cuando vienen con una idea muy fija e inamovible me parece poco creativo y limitado.

-¿Cuánto tiempo le dedicas a tu trabajo?

JC -Todo mi tiempo. En estas áreas estás todo el tiempo pensando, creando, imaginando y hasta que no le entregas el trabajo bien realizado al cliente y le ves la cara de satisfacción no te quedás tranquilo.

-Por último te pregunto, Si tenés que contratar a un redactor publicitario ¿qué tendrías en cuenta?

JC -Un redactor publicitario tiene que tener varias características creativas y ganas de trabajar, ponerle pasión a lo que está haciendo. Pero lo primordial para contratar a una persona es la buena comunicación, es un área donde generalmente se trabaja en grupo y debe haber buenas energías para que el trabajo salga impecable.

-Muchas gracias Juan Carlos, como siempre tan generoso con la prensa. Todo el éxito en tu trabajo.

JC -Gracias a ustedes que son los que hacen público nuestros trabajos, que son resultado de tanto esfuerzo. (Florencia Corregido).

En estos trabajos, donde la consigna es abierta, cada alumno puede expresar y compartir sus inquietudes acerca de la profesión, las fantasías, las dudas y las diferencias entre lo que significa ser o trabajar como redactor publicitario. Si bien el objetivo de la consigna no tiene fines terapéuticos, la fascinación o la idealización de la profesión que suelen tener al comienzo de la cursada puede encontrar en sus textos un espacio para manifestarse y contrastar en un ambiente de prueba y experimentación, antes de salir al mercado publicitario para ofrecer su talento y su formación profesional como redactores creativos.

Estoy muy satisfecha con los resultados. Pero más todavía con el vínculo que van forjando con la escritura. Las palabras ya son mucho más que simples conocidas

desde siempre: ahora forman parte inseparable de su bagaje, de su entusiasmo y de sus posibilidades creativas.

Puntos de vista

El tema de esta clase es Punto de vista: desde dónde uno observa y describe la realidad.

Después de mirar avisos y analizar entre todos sus puntos fuertes, sus aciertos y desaciertos, de pensar opciones de mejora y proponer cambios para lograr mayor efectividad en los mensajes en clase, aplicamos los conceptos teóricos sobre la percepción que vimos la clase anterior: Ver es más que percibir a través de los sentidos. El cerebro interpreta lo que ve, porque está influenciado por el entorno y por las experiencias personales. De manera que también el acto de ver es una construcción. Nadie ve lo mismo que otro.

La ciencia descubrió que nuestro cerebro está influido y moldeado, además, por nuestra capacidad de prestar atención. Y cuando podemos prestar atención y tenemos la aptitud para adquirir conocimiento y fijarlo en nuestro cerebro, empezamos a crear nuevas redes neuronales. Como conclusión: cuando somos capaces de hacer nuevos circuitos, empezamos a percibir la realidad de otra manera.

Una vez que terminé la breve exposición, empezamos el primer ejercicio práctico: puse una estatuilla de porcelana con la figura de un luthier rodeado de instrumentos, algunos de ellos apoyados sobre un mueble de madera casi tan alto como el personaje, otros en el piso y un violín que él mismo está ejecutando.

La disposición de asientos en las clases responde al formato de aula taller, es decir, sentados a lo largo de dos mesas que atraviesan el aula, en lugar de la clásica ubicación uno detrás de otro como en un cine o una conferencia.

La consigna consistía en escribir una lista con los objetos que veían. Por supuesto, lo que llegaban a percibir variaba según dónde estaba sentado cada uno. Los que estaban de frente podían ver con claridad el rostro y la vestimenta antigua del luthier y de qué instrumentos se trataba, mientras que los que veían la cara posterior sólo veían partes, anversos; se podría decir que inferían, suponían o imaginaban más que lo que veían. Es así que muchos no pudieron descifrar lo que para otros era evidente.

Cuando pasamos a la ronda de lectura comprobaron cómo frente a una misma realidad (la estatuilla), cada uno focalizaba y decodificaba algo diferente. Les sorprendió que lo que para unos era un taburete para otros fuera claramente un inodoro y sólo para los menos, un timbal (instrumento orquestal de percusión). Algo similar ocurrió con la parte superior del saxo que asomaba por encima del mueble: quienes estaban frente a él lo distinguieron sin dificultad, mientras que los que estaban detrás veían algo parecido a una cafetera o una cosa con mango.

Este ejercicio preparatorio les dio la evidencia de que no hay una realidad única, uniforme o común para todos, sino una construida por cada uno a partir del lugar desde donde la percibimos, y limitada por nuestros condicionamientos, creencias y experiencias.

Como segunda ejercitación les leí un fragmento del

cuento Operativo siesta, de Marcos Aguinis en el que el autor describe una escena al borde de una ruta desierta donde dos mochileros planean asaltar al empleado (*El pelado*) de la estación de servicio. La primera consigna fue: “¿Cómo contaría esta escena Ernesto (uno de los mochileros)?”.

Los resultados fueron tan heterogéneos como cantidad de alumnos hubo ese día en la clase. Cada uno aportó su visión y su estilo personal en la narración de los hechos. Pero más curioso fue escuchar, en la segunda parte del ejercicio, cómo relataba la misma escena Joaquín, el otro mochilero, y después la versión del pelado de la estación de servicio.

Pasadas las sorpresas y los comentarios de admiración sobre el material que produjeron los compañeros, les pregunté qué conclusiones podían sacar a partir de la experiencia. La más notable (compartida por todos) fue que, además de ser importante lo que se cuenta, influye mucho quién lo cuenta. Algunos comentaron que no podían creer cómo las versiones eran tan diferentes, los estilos, los narradores en primera o en tercera persona, el tiempo en presente o en pasado, las diferencias de personalidad entre ambos mochileros, el tono que eligió cada uno para personificarlos en forma diferente.

Ejercicio de escritura - Observación, ensayo, análisis

Esta clase probé un ejercicio nuevo que no había incluido en las clases anteriormente. Hace unos días recibí por mail una de esas historias con moralejas que pocas veces resultan verdaderamente útiles o al menos interesantes. Contaba la historia de un profesor que les proponía a sus alumnos un examen un poco peculiar. El texto del mail era el siguiente:

Cierto día, un profesor entró al salón de clases y les dijo a los alumnos que se prepararan para una prueba sorpresa.

Todos se pusieron nerviosos, asustados por el examen que vendría, mientras el profesor iba entregando la hoja del examen con la parte frontal para abajo, de modo que no vieran lo que contenía, hasta él decir en qué constaba la prueba.

Una vez que entregó todas las hojas, les pidió que las den vuelta y vean el contenido. Era una hoja en blanco que tenía en el medio un punto negro.

Viendo la cara de sorpresa de todos sus alumnos, el profesor les dijo:

- Ahora van a escribir una redacción sobre lo que están viendo.

Los jóvenes, confundidos, se pusieron a pensar y a escribir sobre lo que el profesor había propuesto. Terminado el tiempo, el maestro recogió las hojas, las colocó en el frente del escritorio y comenzó a leer las redacciones en voz alta.

Todas, sin excepción, se referían al punto negro de diferentes maneras. Al finalizar la lectura, el profesor comenzó a hablar de la siguiente manera:

Este test no es para darles una nota, les servirá como lección de vida. Nadie habló de la hoja en blanco, todos centraron su atención en el punto negro. Esto mismo pasa en nuestra vida, en ella tenemos una hoja en blanco entera para ver y aprovechar, pero

nos centramos en los puntos negros. No hacemos foco en la totalidad.

El relato finalizaba con una moraleja acerca de lo difícil que resulta enfocarse en los aspectos positivos de la vida, en lugar de hacer hincapié en las dificultades.

Como el mail era extenso y estaba escrito en un estilo un poco recargado, en lugar de leerles la anécdota, decidí hacerles probar la experiencia. Tenía deseos de motivarlos a reflexionar. Les planteé la consigna del mail, lo único que le agregué fue que escribieran por lo menos diez renglones sobre lo que veían.

Enseguida comenzaron las preguntas: ¿Tenemos que hablar sobre el punto?, ¿Puedo doblar la hoja para que me quede a la mitad exacta?, ¿Puedo escribir del lado de atrás de la hoja?, etc. Era evidente que la cuestión de la forma (y las formas) era lo que más les estaba llamando la atención, más que el contenido: qué veo.

Cuando noté que la mayoría había terminado avisé que en dos minutos comenzaríamos la ronda de lectura. Y así lo hice dos minutos después. Ni bien pregunté ¿Quién quiere empezar? tres levantaron la mano a la vez. El entusiasmo por leer fue contagiando a otros que esperaba su turno para compartir la lectura.

Me sorprendió el grado de compromiso y la profundidad de las reflexiones. Muchas de las observaciones incluían planteos sobre el bien y el mal, sobre la discontinuidad, la irrupción de una presencia en la continuidad de una línea como era el renglón, el vacío, el punto que dio origen a la creación, etcétera.

Al finalizar quedó en evidencia qué poco se tomó en cuenta el contexto. Con esta observación pudimos reflexionar acerca del concepto de figura y fondo de la Gestalt que habíamos visto unas clases atrás, igual que el pensamiento lateral y los modos de ver lo mismo de una manera diferente.

El texto que cito a continuación lo escribió una alumna esa clase:

La vida nació a partir de un punto, una explosión, una semilla, de la más mínima expresión. Se fue expandiendo como un virus que propaga la enfermedad. Y de repente la tierra estaba llena de puntitos de diversos colores y tamaños. Algunos volaban, otros corrían y muchos de ellos nadaban, siempre estaban en continuo movimiento.

El color verde fue desapareciendo con el paso del tiempo y el movimiento perdió su motivación.

Alguien dijo un día: "Si desaparecieran todos los insectos de la tierra, en menos de cincuenta años,

desaparecería toda la vida, pero si todos los seres humanos desaparecieran de la tierra, en menos de cincuenta años, todas las formas de vida florecerían", me atrevo a decir, que somos humanos.

Aunque no fue el objetivo al que apunté en esta experiencia de escritura, me resulta ineludible hablar en términos de resultados. La calidad y profundidad de las producciones tuvo lugar gracias al espacio abierto, a la hoja en blanco y, especialmente, al respeto intelectual que tengo por la capacidad de mis alumnos, a la que personalmente me siento orgullosa de desconocer y empujarme a seguir descubriendo.

Como reflexión personal, creo que es imprescindible darles a los jóvenes un ambiente enriquecido donde convivan la libertad, la creatividad, el humor, la autoafirmación, la técnica, el silencio, la experiencia, las normas y el conocimiento.

El poder compartir estos aspectos es un estímulo que produce efectos multiplicadores en su capacidad de observar, reflexionar, imaginar, crear y escribir. Propongo que los docentes nos ocupemos de aprovechar su permeabilidad para nutrirlos y acompañarlos a desplegar sus potencialidades al máximo.

Abstract: Creative writing is an activity that is out of the manuals. In the books there are only traces, data, advice and forecasts. Just that. The rest is done.

Karl Shapiro said: "The dictionary has all the words; the textbooks have all the technical resources of poetry. But do not tell the poet what words to choose and in what order".

Key words: Writing - advertising - creativity - copywriter - learning - teaching - reflection.

Resumo: A escritura criativa é uma atividade que está fora dos manuais. Nos livros só se encontram rastros, dados, conselhos e previsões. Só isso. O resto é fazer.

Karl Shapiro dizia: "O dicionário tem todas as palavras, os livros de texto têm todos os recursos técnicos da poesia. Mas não lhe dizem ao poeta que palavras eleger nem em que ordem".

Palavras chave: Redação - publicidade - criatividade - copywriter - aprendizagem - ensino - reflexão.

(*) **Betina Mariel Besignor:** Técnica Superior en Publicidad, Fundación de Altos Estudios. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.