

Introducción: ¿Cuáles estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?

2006-08-26

Introducción: ¿Cuáles estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?

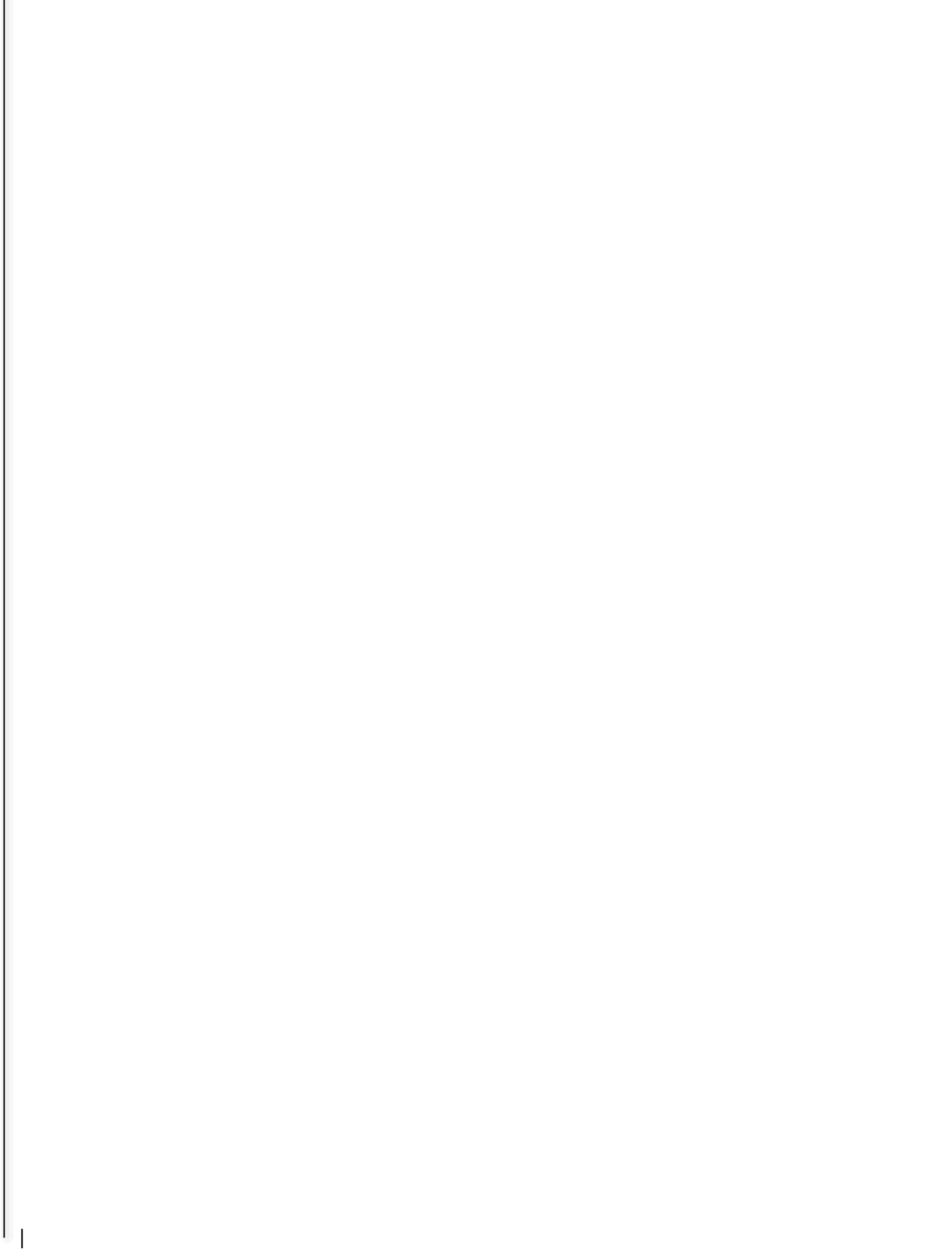
Cuando se observan los contenidos de los mensajes mediáticos, es importante entender que no existen medios totalmente imparciales en sus valores y nunca existirán. Todos los mensajes de medios se construyen y para esto se hacen elecciones que inevitablemente van a reflejar en ellos los valores, actitudes y puntos de vista de quienes los crearon. Pero es más importante aún comprender que los valores que usualmente representan los grandes medios típicamente refuerzan y por lo tanto validan el sistema social existente.

Cuando se observan los contenidos de los mensajes mediáticos, es importante entender que no existen medios totalmente imparciales en sus valores y nunca existirán. Todos los mensajes de medios se construyen y para esto se hacen elecciones que inevitablemente van a reflejar en ellos los valores, actitudes y puntos de vista de quienes los crearon. Pero es más importante aún comprender que los

valores que usualmente representan los grandes medios típicamente refuerzan y por lo tanto validan el sistema social existente.



|



Pregunta clave #4

¿Cuáles estilos de vida, valores y puntos de vista están representados u omitidos en este mensaje?

Concepto Básico #4

****Los Medios llevan incorporados valores y puntos de vista.**

— **

|

|

Palabra Clave:

Contenido

****Preguntas Guía:**

— **

|

Al observar el contenido de un mensaje mediático, es importante entender que no existen medios que sean totalmente imparciales en sus valores y nunca los habrá. Todos los medios transmiten mensajes sutiles sobre quién y qué es importante.

Como todos los mensajes de medios se construyen, se deben hacer selecciones. Estas reflejan inevitablemente los valores, actitudes y puntos de vista de sus creadores. La decisión sobre la edad del personaje, su género o raza, combinada con los estilos de vida, actitudes y comportamientos representados; la escogencia de la localización (urbana o rural, rica o pobre) y las acciones y reacciones representadas en el argumento, son tan solo algunas de las formas como se incorporan valores en un programa de televisión, una película o un anuncio publicitario. Aún las noticias tienen valores incorporados debido a las decisiones de qué se presenta primero, la cantidad de tiempo que se dedica a un tema, las fotografías que se escogen, etc.

Algunas veces, como nos pasa también a nosotros, los productores de medios se descuidan y convierten una generalización (observación flexible) en un estereotipo (conclusión rígida). Debemos esperar, sin embargo, que traten de buscar imparcialidad y equidad entre diferentes ideas y puntos de vista. Pero, además, es necesario que sepamos localizar fuentes alternas de noticias y de entretenimiento y ser capaces de evaluar en estas los valores que llevan incorporados.

Lo que es esencial en *La Pregunta Clave / Concepto Básico # 4* no es la existencia de ideas y valores incorporados en los medios, sino que los valores que usualmente representan los grandes medios típicamente refuerzan y por lo tanto validan el sistema social existente. Esto explica dos de las mayores quejas de muchas personas respecto a los medios: 1) La dificultad de que se presenten o expongan ideas nuevas o poco populares, especialmente si estas desafían conceptos largamente establecidos o creencias comúnmente aceptadas. 2) A menos que se las cuestione, las viejas creencias tienden a generar y perpetuar estereotipos, limitando aun más nuestra comprensión y apreciación del mundo y de las múltiples posibilidades que tiene la vida humana.

Si desarrollamos habilidades para cuestionar e identificar razonablemente tanto los valores explícitos como los latentes en las presentaciones mediáticas, provengan estos de noticieros, entretenimiento, o ahora, especialmente, de Internet, podremos tener mucho mejor criterio para decidir si aceptamos o rechazamos la totalidad del mensaje. Esto es vital para el ejercicio de una ciudadanía efectiva en una sociedad democrática.

Ser capaces de reconocer e identificar puntos de vista omitidos es una habilidad crítica a medida que negociamos *diariamente* nuestra ruta en un mundo crecientemente multicultural.

|

|

- **¿Qué tipo de comportamientos o consecuencias se muestran?**

- **¿Con qué tipo de persona se invita a qué se identifique el lector, espectador u oyente?**
- **¿Cuáles preguntas le vienen a la mente cuando usted mira, lee o escucha?**
- **¿Cuáles ideas o valores se están “vendiendo” con este mensaje?**
- **¿Qué ideas políticas nos comunican en el mensaje? ¿Qué ideas económicas?**
- **¿Cuáles juicios o afirmaciones hace acerca de relaciones personales o sociales?**
- **¿Cuáles la visión global de este mensaje?**
- **¿Qué ideas o puntos de vista se dejaron por fuera? ¿Cómo puede encontrarse lo que falta?**

|