

El Cuestionamiento de los Medios

2006-09-23

El Cuestionamiento de los Medios

Artículo del Módulo Temático que agrupa, de manera categorizada, todos los recursos sobre Alfabetismo en Medios publicados en EDUTEKA: El conjunto de Herramientas para Alfabetismo en Medios compuesta por una guía de orientación, hojas volantes y 25 lecciones de Clase.

Artículo del Módulo Temático que agrupa, de manera categorizada, todos los recursos sobre Alfabetismo en Medios publicados en EDUTEKA: El conjunto de Herramientas para Alfabetismo en Medios compuesta por una guía de orientación, hojas volantes y 25 lecciones de Clase.

EL CUESTIONAMIENTO DE LOS MEDIOS

“En el núcleo del alfabetismo en medios está el principio de indagación”

Elizabeth Thorman, Fundadora de CML

Para ser un adulto funcional en una sociedad mediática, es necesario saber distinguir entre las diferentes formas de medios y saber plantear preguntas básicas sobre todo lo que se mira, lee o escucha. Aunque muchos adultos aprendieron en clases de literatura a diferenciar un poema de un ensayo, es sorprendente cómo un gran número de personas no entiende la diferencia entre un diario y un tabloide de prensa

“amarilla”, qué hace que un sitio web sea legítimo y otro no lo sea, o cómo los anunciantes empaquetan los productos para atraernos a comprarlos.

Preguntas simples respecto a los medios pueden formularse aún en la temprana infancia, sembrando importantes semillas para cultivar toda una vida de cuestionamiento al mundo que nos rodea. Padres, abuelos y hasta niñeras pueden jugar a “descubrir el comercial” para ayudar a niños y niñas a distinguir entre programas de entretenimiento y los anuncios comerciales que los patrocinan. Aún los libros de dibujos pueden ayudar a los pequeños a captar el poder de las imágenes para relatar cuentos; *“y ¿qué crees que pasará después?”*

A medida que los niños crecen y comienzan a diferenciar el mundo de la fantasía del mundo real en el que viven, pueden explorar cómo se ensamblan los medios quitando el sonido durante la presentación de una película de dibujos animados y notando la diferencia que eso hace, o también, creando la historia de un superhéroe propio utilizando una cámara de video casera y haciendo ensayos con el software para edición del computador de la familia. Cuando los estudiantes comienzan a usar Internet con el fin de realizar búsquedas para proyectos del colegio, pueden comparar diferentes sitios web y contrastar diferentes versiones de la misma información con el objeto de detectar prejuicios o “manipulaciones” políticas.

Por lo general el proceso de cuestionamiento se aplica a un “texto” específico de los medios, esto es, a una producción o publicación identificable, o a una parte de estas: un episodio de “Las Chicas Superpoderosas”, un anuncio de Pepsicola, un número de la revista “Poder”, una valla de la cerveza “Costeña”, fotografías y artículos en la primera página de un periódico sobre el robo de un banco, la transmisión televisada de la final de la Copa Mundo de fútbol, un nuevo y exitoso juego de video.

Algunas veces un “texto” de medios puede incluir múltiples formatos. Por ejemplo, una nueva película de Disney de dibujos animados comprende, no solamente la exitosa película proyectada en cientos de teatros, sino también una campaña de publicidad y mercaderías (con muñecos de los diferentes personajes, juguetes, ropa, loncheras, etc.) así como también un sitio Web, libros, juegos y, algunas veces, hasta una visita a los Parques Temáticos de Disney.

Descubrir los diferentes niveles o capas de significado en un mensaje mediático y las múltiples respuestas, aún a preguntas sencillas, es lo que hace que la educación en medios comprometa tanto a los niños y sea tan esclarecedora para la gente adulta.

PREGUNTAS ESENCIALES PARA MAESTROS Y MAESTRAS

- ¿Estoy tratando de decirles a los estudiantes cuál es el mensaje? o ¿les estoy suministrando las herramientas para que ellos determinen lo que ellos piensan que podría ser el (los) mensaje(s)?
- ¿He permitido que los estudiantes sepan que estoy abierto a aceptar sus interpretaciones, siempre y cuando estén bien sustentadas? o ¿he transmitido la idea de que mi interpretación es la única correcta?
- Al terminar la lección, ¿parece que los estudiantes son más analíticos? o ¿más cínicos?

--con agradecimiento a Faith Rogow, PhD

“Desde el radio reloj

***que nos despierta en la mañana

hasta que nos dormimos viendo el último programa de televisión,

estamos expuestos a cientos

----aún a miles ---

de imágenes e ideas

no solamente de la televisión

sino también de titulares de periódicos, portadas de revistas,

películas, sitios Web, juegos de video y vallas publicitarias***

Los medios ya no solamente dan forma a nuestra cultura...

SON nuestra cultura”

Media & Values # 57

Descargado desde eduteka.co · edukatic.co/articulos/ver.php?id=555