

Preguntas Ampliadas

2006-09-23

Preguntas Ampliadas

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.

PREGUNTAS AMPLIADAS

Para llevar a cabo una investigación mas sofisticada

A medida que los estudiantes se vuelven más hábiles en alfabetismo en medios, es posible realizar análisis

más complejos. El siguiente resumen está conformado por una muestra del tipo de *Preguntas ampliadas* que

pueden formularse con el objeto de entender a cabalidad todo el *contenido, la forma, el propósito y los efectos*

de cualquier mensaje mediático. El número que se encuentra al final de cada pregunta indica cuál es la *Pregunta Básica* que expande.

1. Mensajes y valores - cómo explorar el *contenido* de un mensaje de medios.

Estas preguntas nos ayudan a entender cómo el sistema de símbolos de un mensaje influencia la forma en que diferentes personas lo interpretan; la manera en que se seleccionan los símbolos para que un mensaje golpee con fuerza nuestras actitudes, conocimiento y comprensión del mundo.

1. ¿Qué es lo que hace que este mensaje parezca real, o irreal ? (#2)
2. ¿Cómo encaja este mensaje con la experiencia que usted tiene del mundo? (#3)
3. ¿Cómo están representados los diferentes grupos sociales? (#4)
4. ¿Qué tipo de mensajes ideológicos o sociales hacen parte del significado oculto de este mensaje? (#4)
5. ¿Qué tipo de comportamientos y de consecuencias se muestran? (#4)
6. ¿Con qué tipo de persona se invita al lector a identificarse? (#4)
7. ¿Qué se omite en el mensaje? (#4)
8. ¿El punto de vista que se presenta de quién es? (#4)

2. Códigos y convenciones - cómo explorar la *forma* del mensaje

Las preguntas que se encuentran a continuación nos ayudan a apreciar la “forma como están contruidos” los mensajes, cómo se crean ideas y conceptos, cómo se expresan y se “empaquetan” de acuerdo con las audiencias específicas.

1. ¿Cuál es el género del mensaje? (#1)
2. ¿Qué técnicas se utilizan para captar mi atención? (#2)
3. ¿Qué tipo de convenciones se utilizan para contar la historia en este mensaje? (#2)
4. ¿Qué tipo de símbolos visuales y/o verbales se usan para construir el mensaje? (#2)
5. ¿Qué tipo de atractivos emocionales o de persuasión se usan en este mensaje? (#2)
6. ¿Qué tecnologías se utilizaron para construir este mensaje? (#1)
7. ¿En qué se asemeja y en qué se diferencia este mensaje, de otros que tienen el mismo contenido? (#1)

3. Productores y consumidores - cómo explorar *propósitos y efectos*

Este tipo de preguntas nos ayudan a ver las múltiples decisiones que se toman desde que se inicia la creación de un mensaje hasta que se termina y distribuye, además de las múltiples interpretaciones que se crean en la audiencia a medida que ésta mira, ve o escucha.

1. ¿Quién creó este mensaje? (#1)
2. ¿Cuál es el propósito del productor? (#5)
3. ¿Cuál es la audiencia objetivo? (#5)
4. ¿De qué manera han influido en la construcción de este mensaje las consideraciones económicas? (#5)
5. ¿Qué razones puede tener una persona para estar interesada en este mensaje? (#3)
6. ¿Cómo responden emocionalmente a este mensaje diferentes personas? (#3)
7. ¿De qué maneras diferentes pueden interpretar las distintas personas este mensaje? (#3)

Con agradecimientos a Cary Bazalgette y Renee Hobbs.