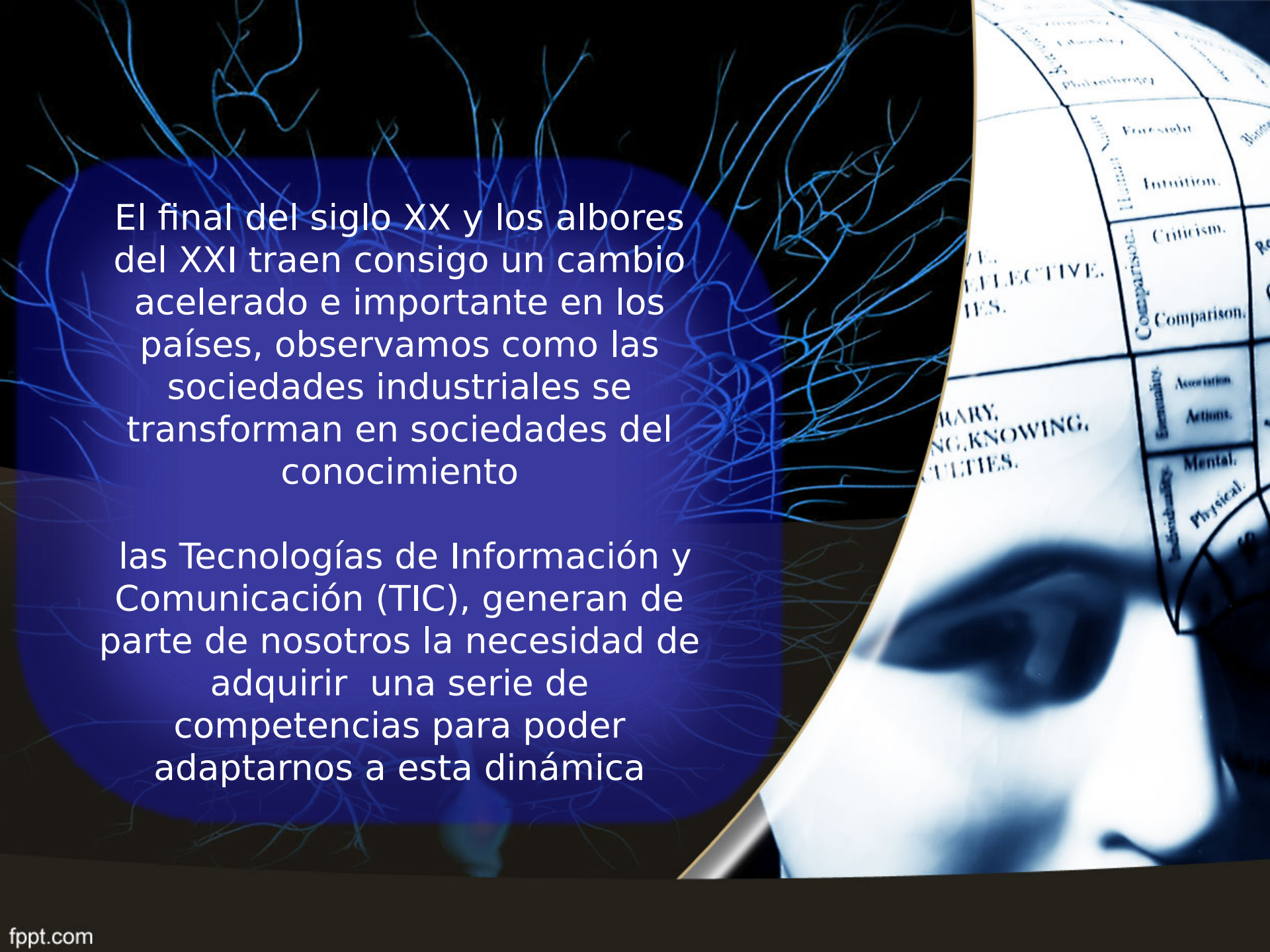




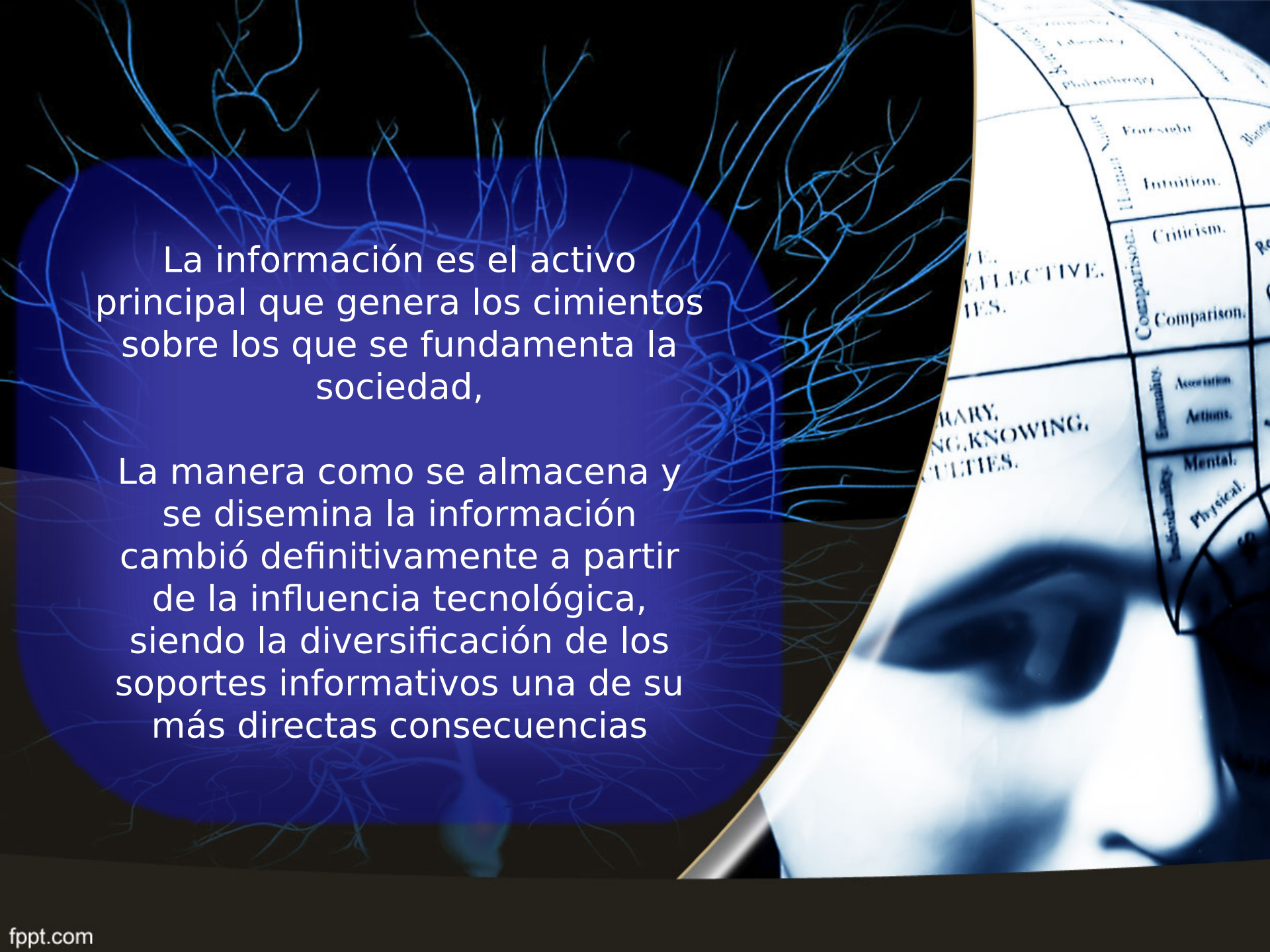
# ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA VS ALIENACIÓN DE LA CONDUCTA

ARMANDO LONGART



El final del siglo XX y los albores del XXI traen consigo un cambio acelerado e importante en los países, observamos como las sociedades industriales se transforman en sociedades del conocimiento

las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), generan de parte de nosotros la necesidad de adquirir una serie de competencias para poder adaptarnos a esta dinámica

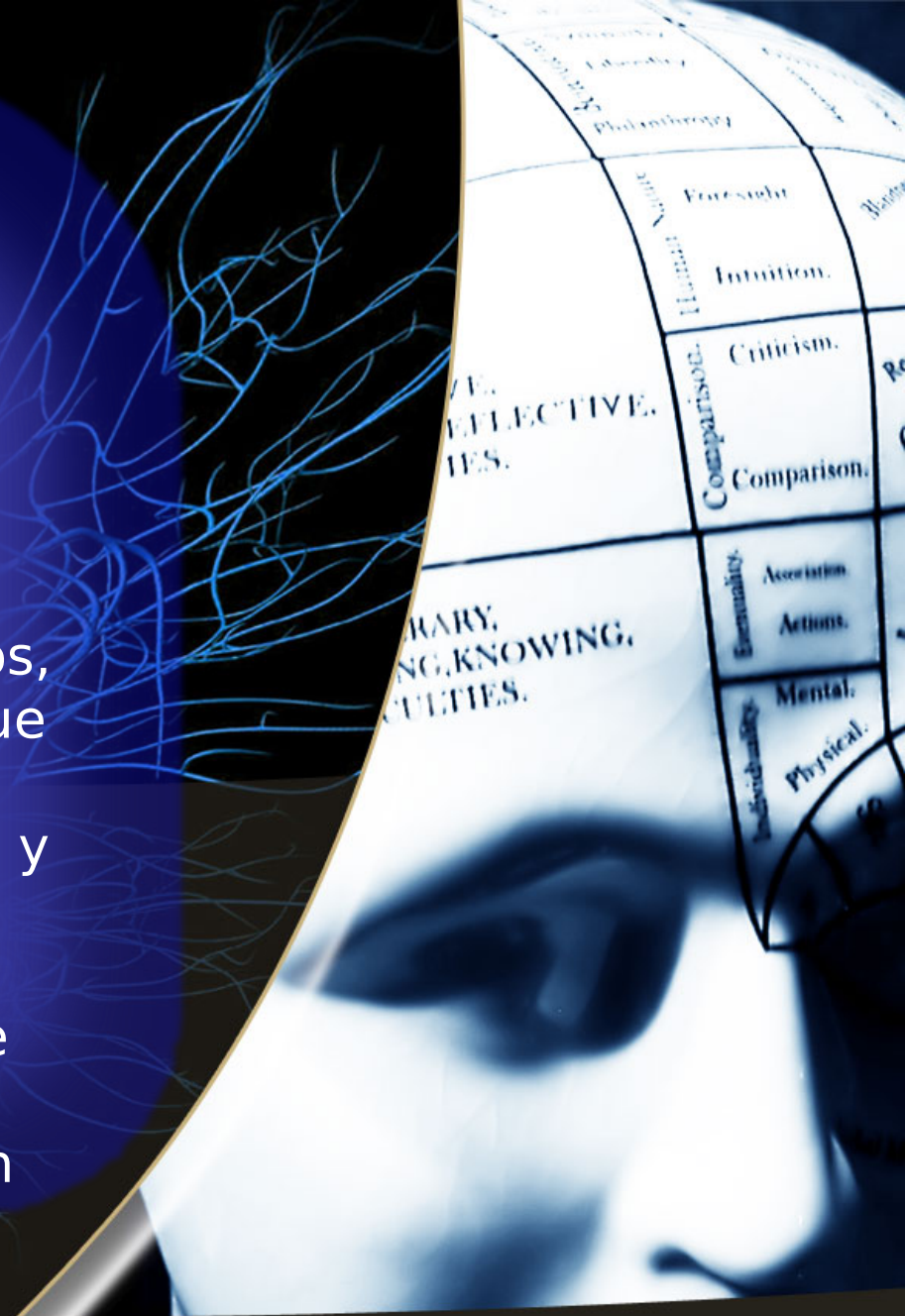


La información es el activo principal que genera los cimientos sobre los que se fundamenta la sociedad,

La manera como se almacena y se disemina la información cambió definitivamente a partir de la influencia tecnológica, siendo la diversificación de los soportes informativos una de sus más directas consecuencias

El contexto audiovisual y tecnológico condiciona al ser humano en su necesidad informacional. Ante esto debe impulsarse la alfabetización mediática como:

- Una manera de entender los códigos usados por estos medios,
- Leer los elementos técnicos que están presentes en los documentos de tipo audiovisual y digital
- La capacidad de captar cualquier sesgo informativo que a conveniencia del ente emisor del mensaje se pretenda fijar en el usuario como una verdad.



***“La alfabetización mediática es el proceso de desarrollo de la personalidad influida por los medios y que se produce en base al material producido por estos, que tiene por finalidad modular la cultura de interacción con los medios, el desarrollo de habilidades creativas y comunicativas, el pensamiento crítico, la percepción, interpretación, análisis y evaluación de material mediático y la enseñanza de distintas formas de expresión personal con el uso de la tecnología mediática.***

***Este proceso, permite, por tanto, que una persona pueda hacer uso activo de sus oportunidades en el campo de la información proporcionadas por la televisión, la radio, el vídeo, el cine, la prensa e internet “***

***Fedorov***

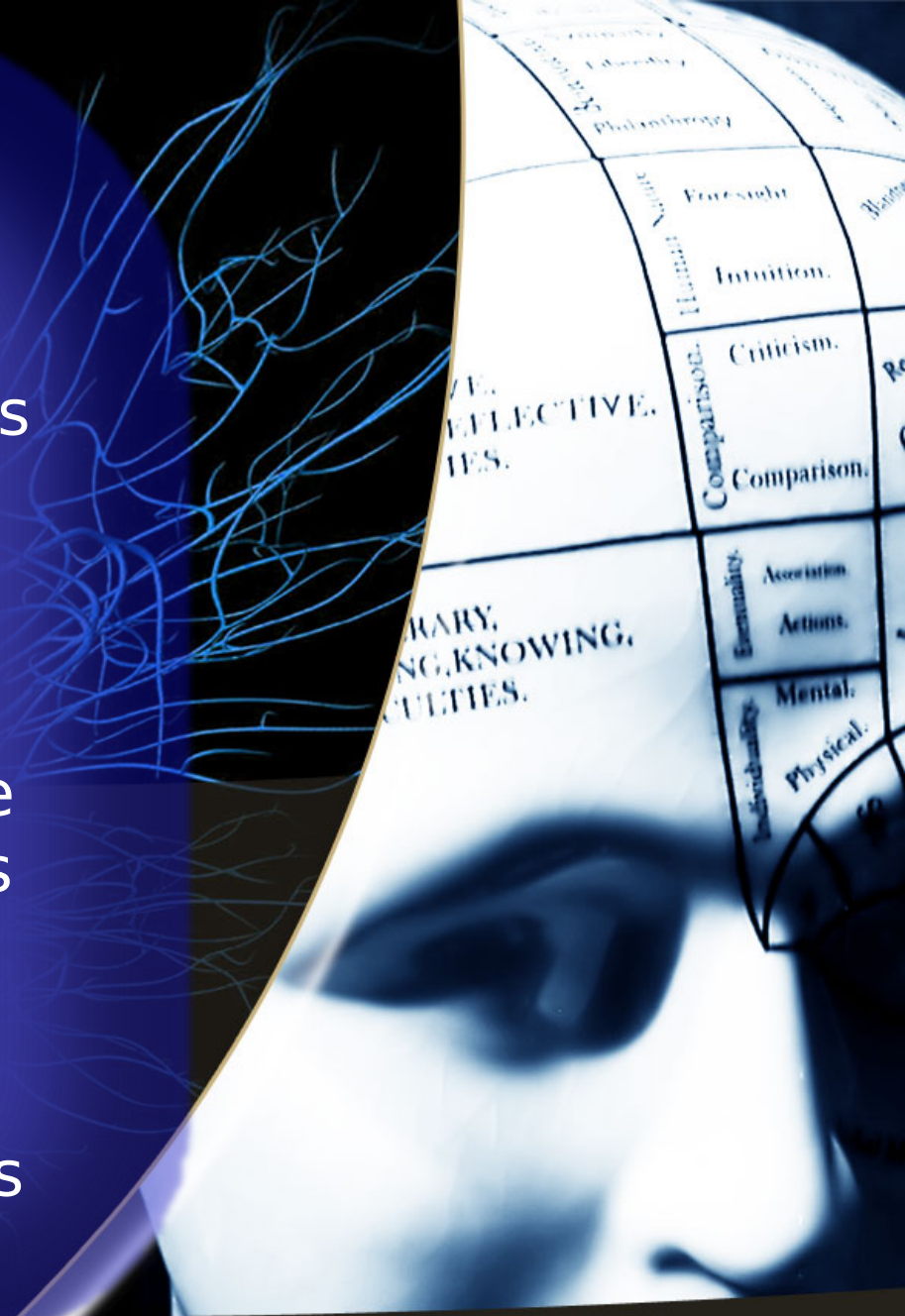


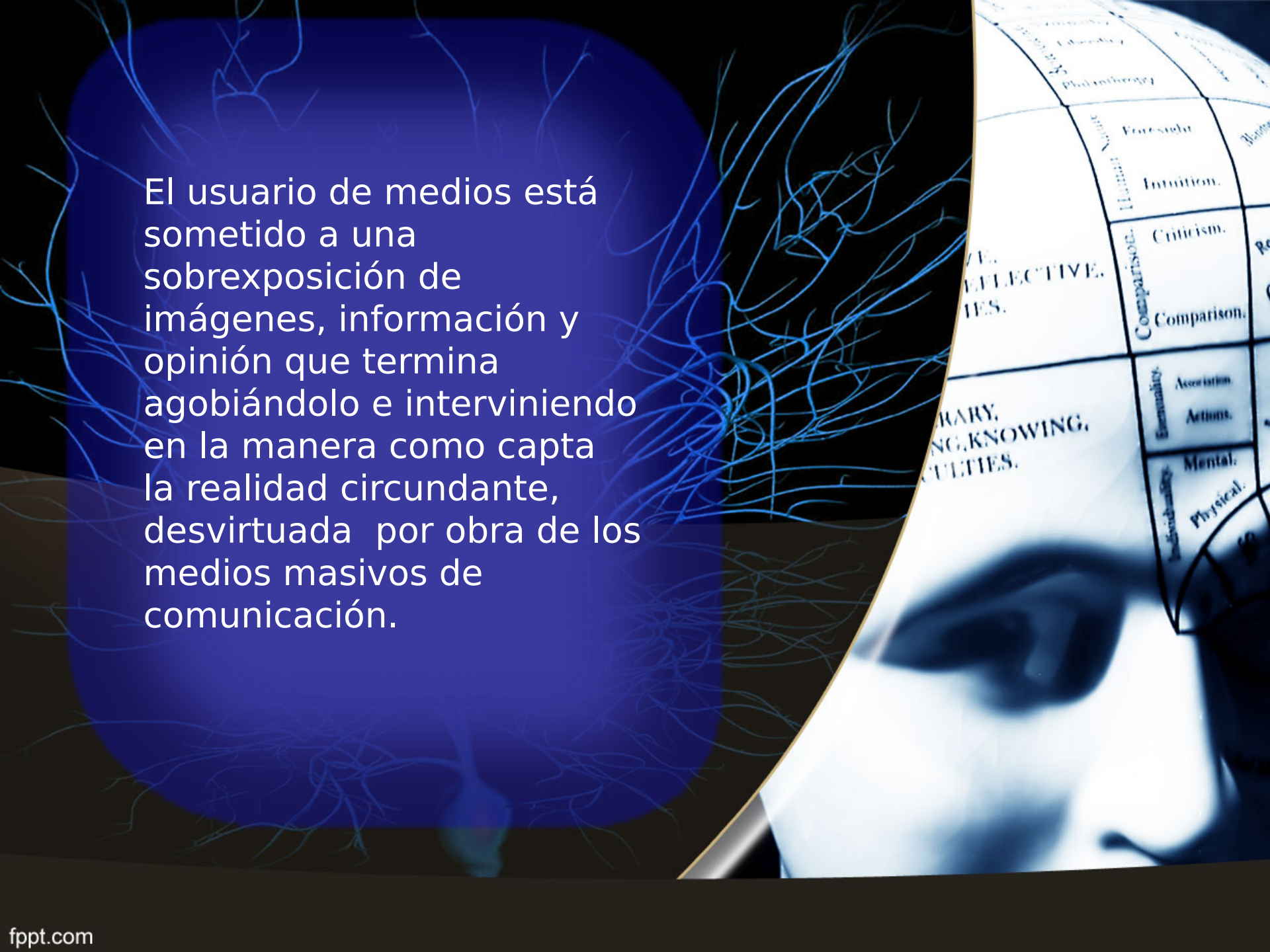
El rol moldeador que los medios asumen es similar al asumido en la historia y desarrollo de la civilización, por la religión mediante las estructuras eclesióásticas y la educación a través de la escuela como institución, pero con un mayor alcance y penetración dado el uso que hoy en día se le da a la tecnología.



|              |             |    |
|--------------|-------------|----|
| Philosophy   | Intuition.  | Re |
| Human        | Criticism.  | C  |
| Comparison.  | Comparison. |    |
| Association. | Actions.    |    |
| Mental.      | Physical.   |    |

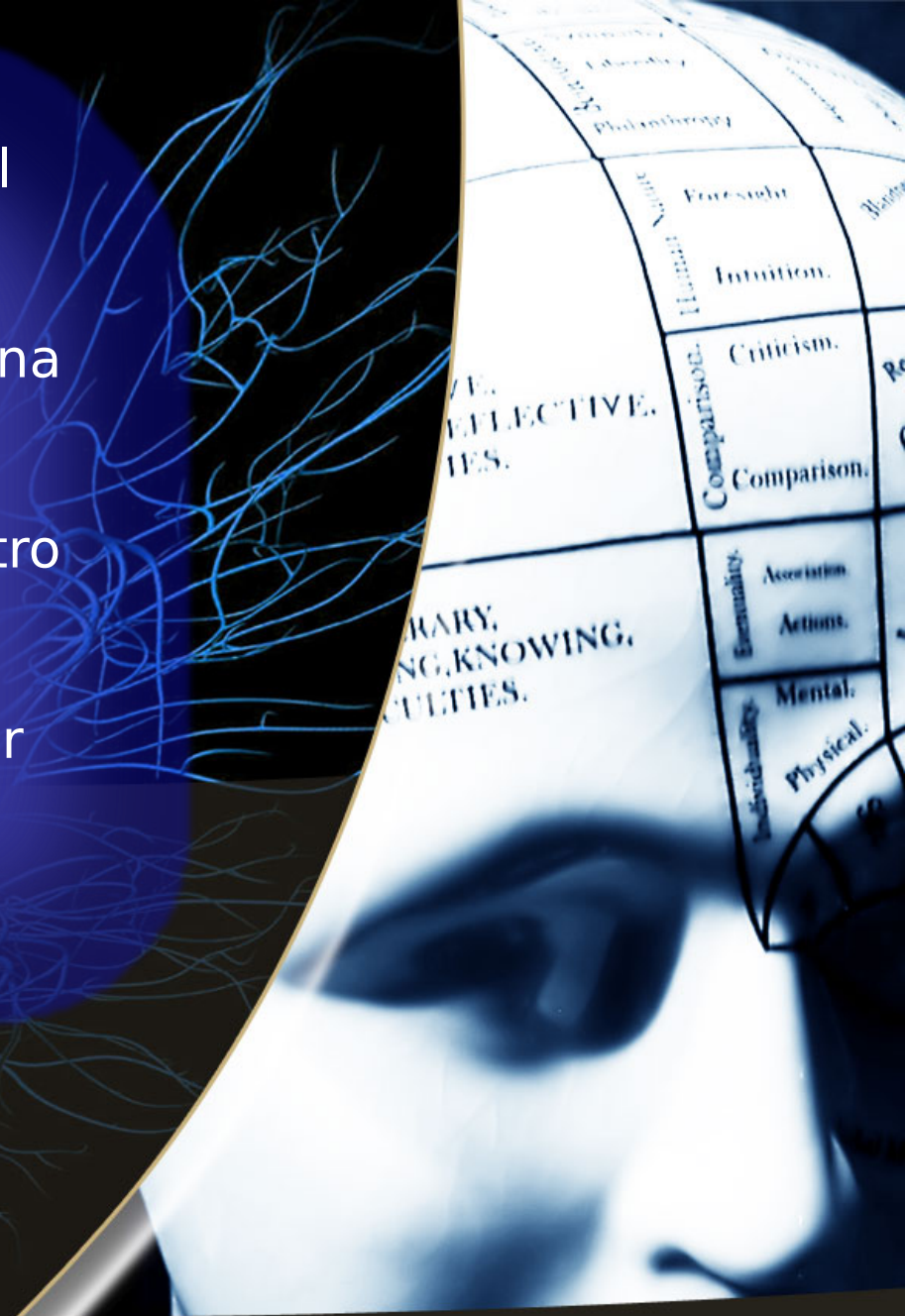
En los actuales momentos las TIC son parte de la cotidianidad, con la interconexión entre usuarios de la internet, con las barreras físicas suprimidas por efecto de la globalización comunicacional. Desde este contexto se operan los hilos conductuales con los que manejan toda o casi todos los contenidos que son consumidos por los usuarios



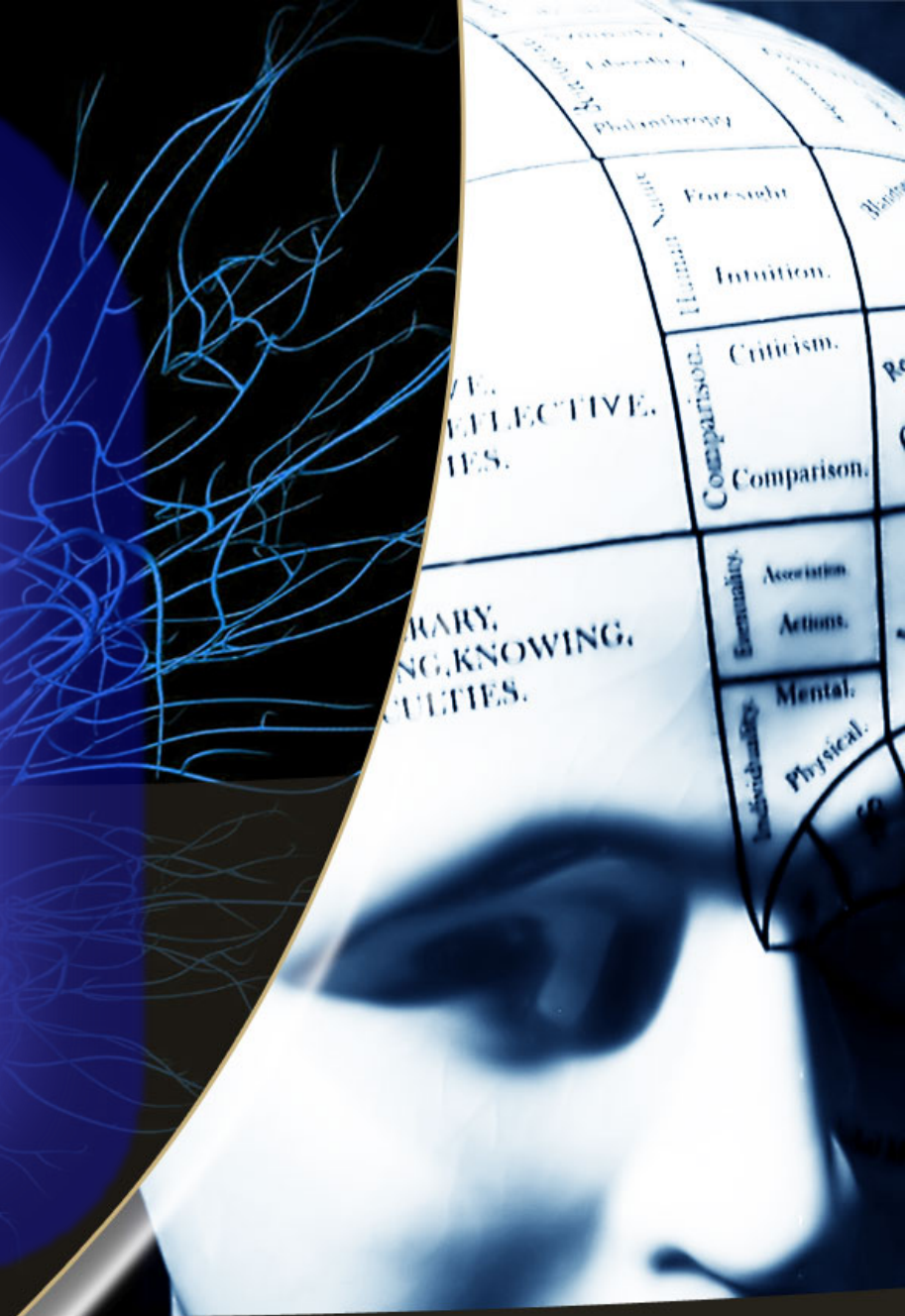


El usuario de medios está sometido a una sobreexposición de imágenes, información y opinión que termina agobiándolo e interviniendo en la manera como capta la realidad circundante, desvirtuada por obra de los medios masivos de comunicación.

“La mayor modalidad de control que existe es cuando uno cree que es libre y en realidad está siendo manipulado y dirigido. Una forma de dictadura es estar encerrado en una celda de la cárcel, viendo los barrotes. El otro estilo de control y dictadura mucho más sutil, es no ver los barrotes y creerse libre .el mejor hipnotizador del mundo es una caja oblonga colocada en un rincón que le dice a la gente en que debe creer, la televisión”.  
Daniel Estulin



Uno de los fenómenos más destacables de este comienzo del siglo XXI es la sobreabundancia de información generada por el incremento exponencial de la misma, El cúmulo y excesiva cantidad de datos genera, inevitablemente, una saturación o intoxicación informacional “Infoxicación” esto provoca que muchos sujetos tengan una visión confusa y de densa opacidad sobre la realidad que les rodea

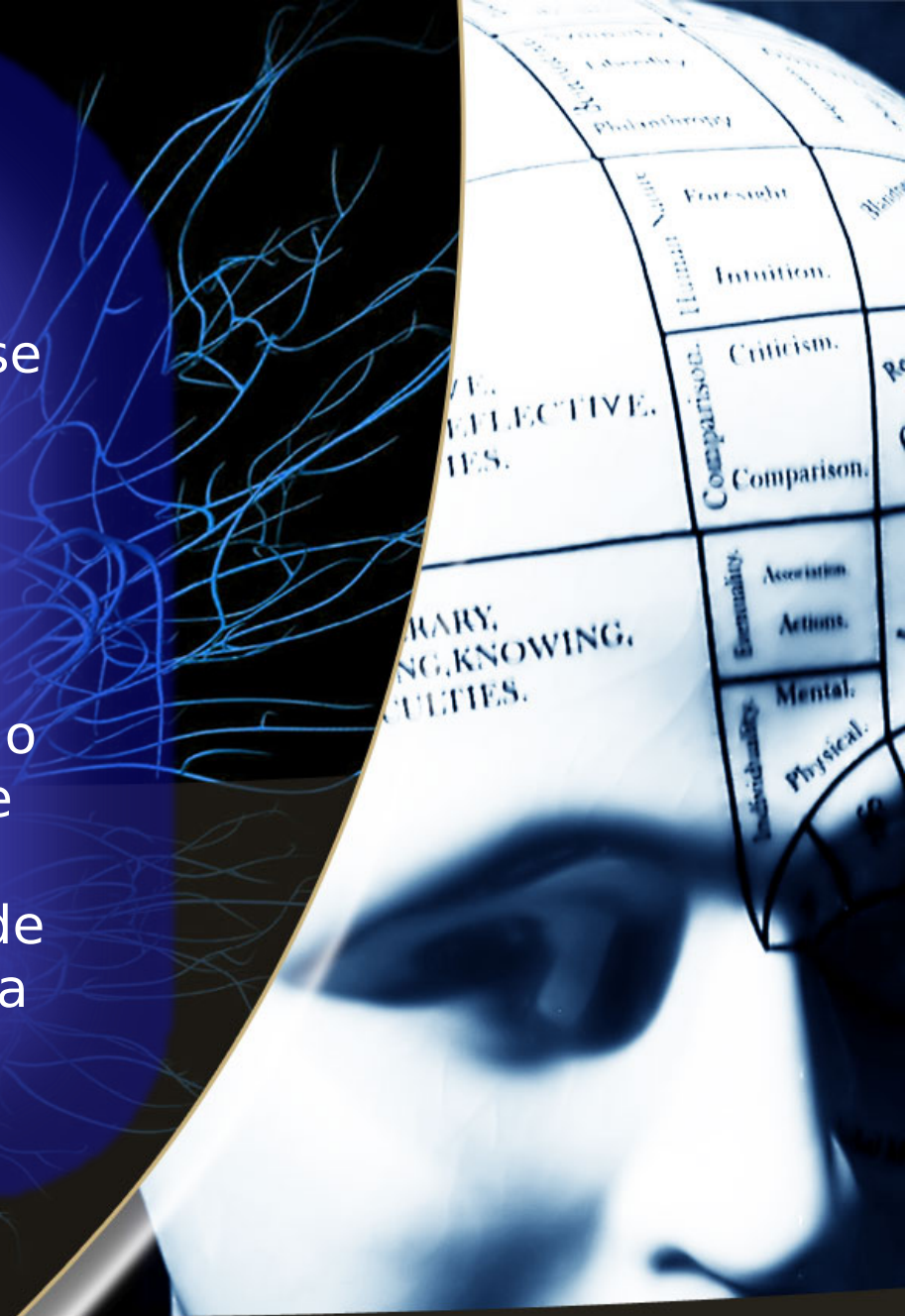


Ésta es una de las paradojas culturales más representativas de nuestra época: disponemos de los recursos y medios para la accesibilidad a la información, pero la limitada capacidad de procesamiento de la mente humana provoca que el umbral de comprensibilidad de los acontecimientos se vea sobrepasado por la excesiva cantidad de información que recibimos.



El enfoque a la alfabetización mediática que debe darse desde las ciencias de la información no debe delimitarse a la capacitación en el uso y manejo de los diferentes “gadgets” tecnológicos, el usuario de las unidades de información debe tener la posibilidad de analizar el amplio bagaje informativo al que tiene acceso hoy en día.

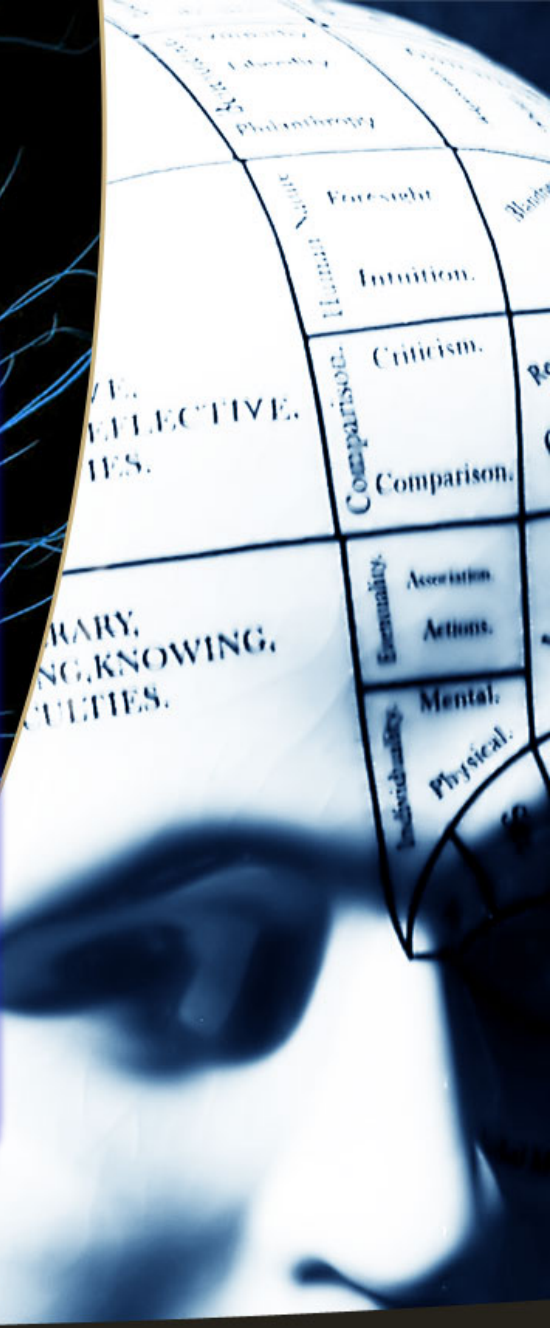
El profesional de las ciencias de la información es importante ya que tiene la capacidad y competencia para guiar al usuario en el amplio espectro mediático.



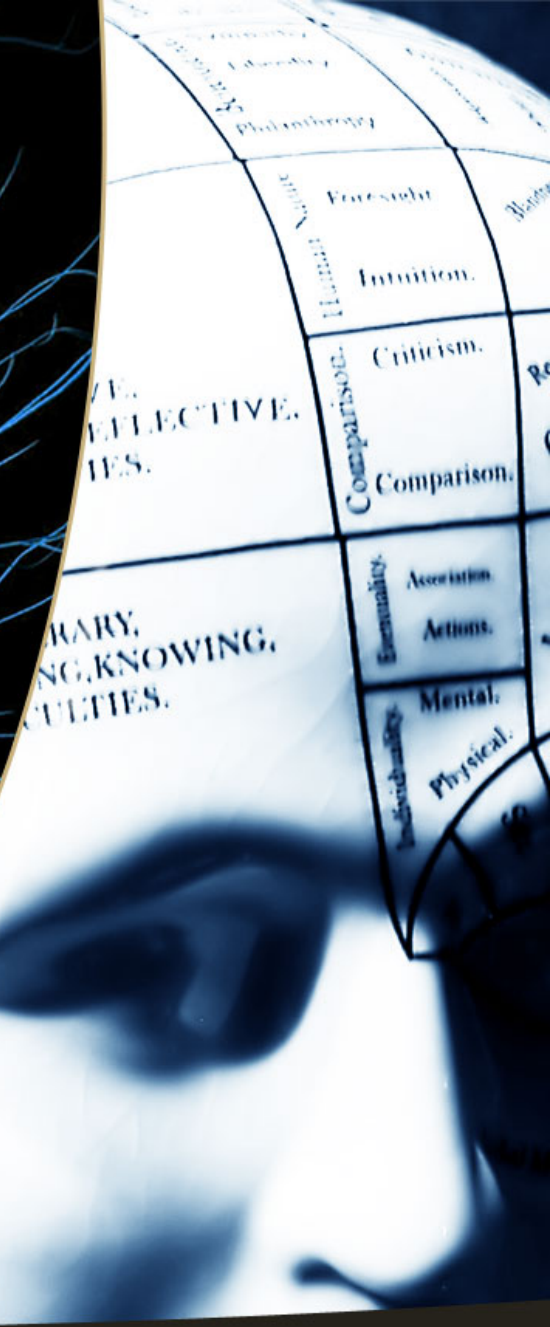
Competencia instrumental:  
relativa al dominio técnico de cada  
tecnología y de sus procedimientos  
lógicos de uso. Es decir, adquirir el  
conocimiento  
práctico y habilidades para el uso del  
hardware  
(montar, instalar y utilizar los  
distintos periféricos y  
aparatos informáticos) y del software  
o programas informáticos (bien del  
sistema operativo, de aplicaciones,  
de navegación por Internet, de  
comunicación,  
etc.).



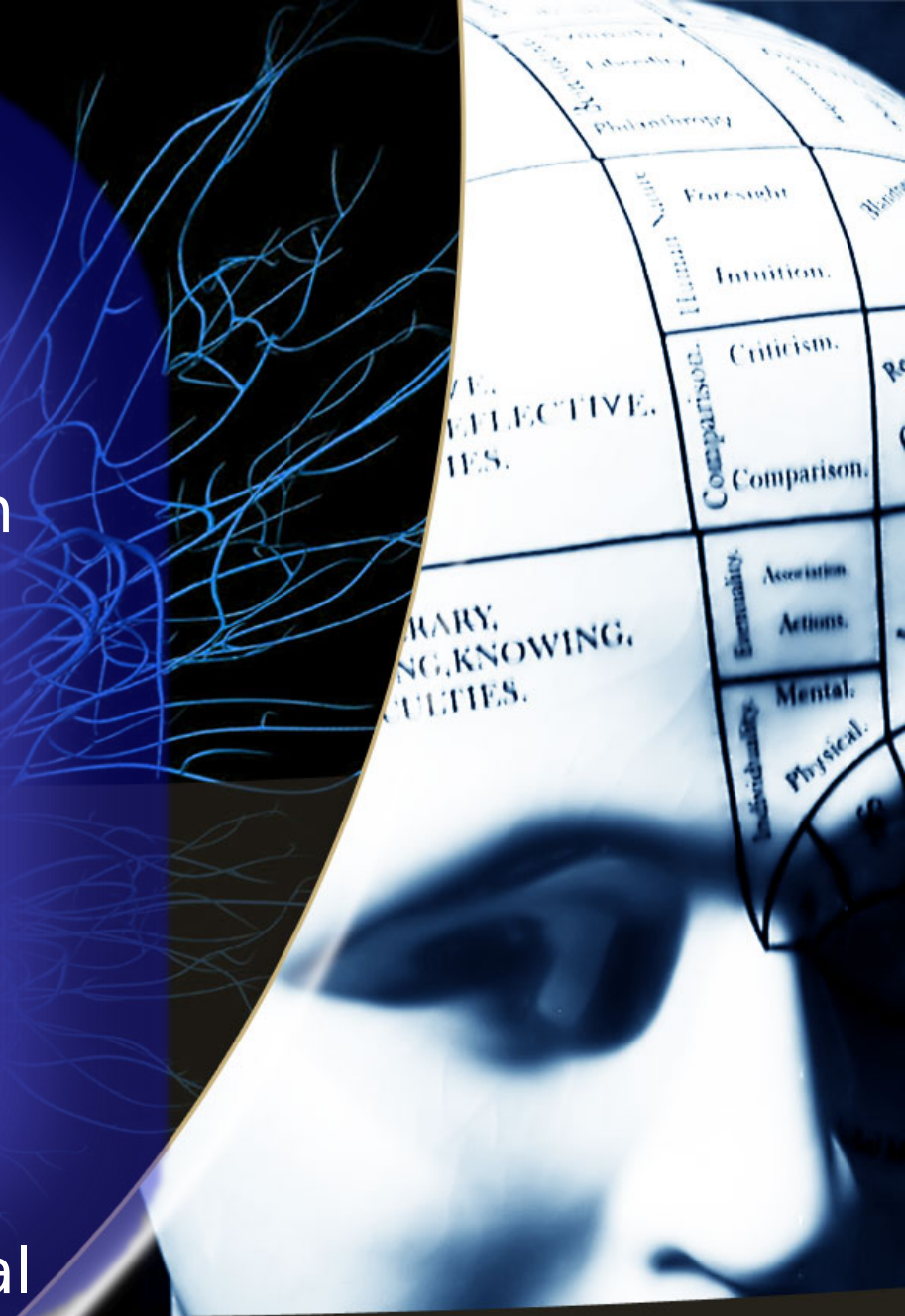
- Competencia cognitivo-intelectual: relativa a la adquisición de los conocimientos y habilidades cognitivas específicas que permitan buscar, seleccionar, analizar, interpretar y recrear la enorme cantidad de información a la que se accede a través de las nuevas tecnologías. Es decir, aprender a utilizar de forma inteligente la información tanto para acceder a la misma, otorgarle significado, analizarla críticamente y reconstruirla personalmente.



- Competencia socio comunicacional: relativa al desarrollo de un conjunto de habilidades relacionadas con la creación de textos de naturaleza diversa (hipertextuales, audiovisuales, icónicos, tridimensionales, etc.), difundirlos a través de diversos lenguajes y poder establecer comunicaciones fluidas con otros sujetos a través de las tecnologías.



Competencia axiológica:  
relativa a la toma de  
conciencia de que las  
tecnologías de la  
información y comunicación  
no son asépticas ni  
neutrales desde un punto  
de vista social, sino que las  
mismas inciden  
significativamente en el  
entorno cultural y político  
de nuestra sociedad, así  
como a la adquisición de  
valores éticos y  
democráticos con relación al  
uso de la información y de  
la tecnología



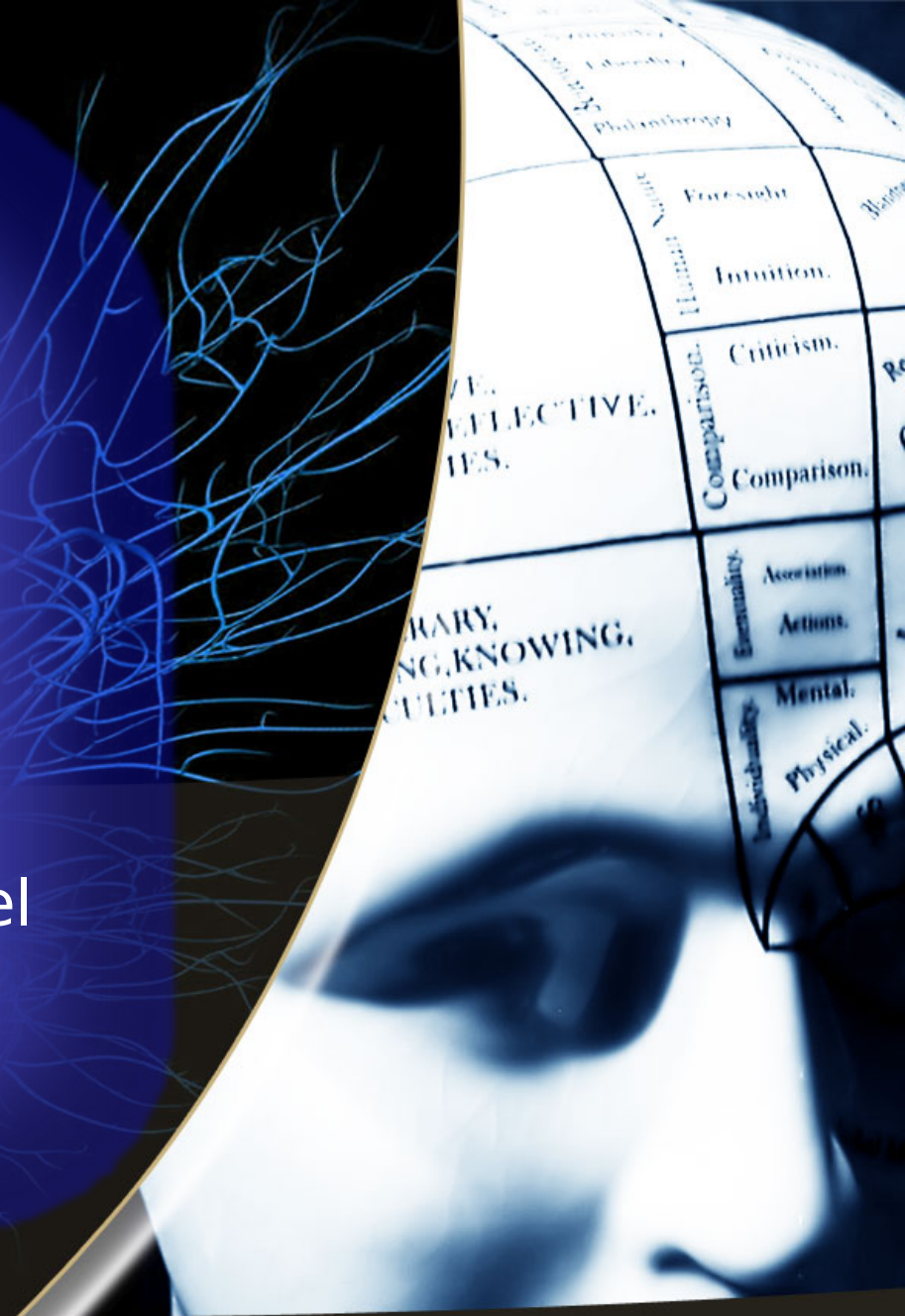
- Competencia emocional: relativa al conjunto de afectos, sentimientos y pulsiones emocionales provocadas por la experiencia en los entornos digitales. Éstas tienen lugar bien con las acciones desarrolladas en escenarios virtuales, como pueden ser los videojuegos, o bien con la comunicación interpersonal en redes sociales.



Lo anteriormente expuesto sirve para argumentar en primer lugar la serie de elementos técnicos que estos medios manejan para generar condiciones que apuntan hacia la generación de matrices para moldear conductas en sus usuarios



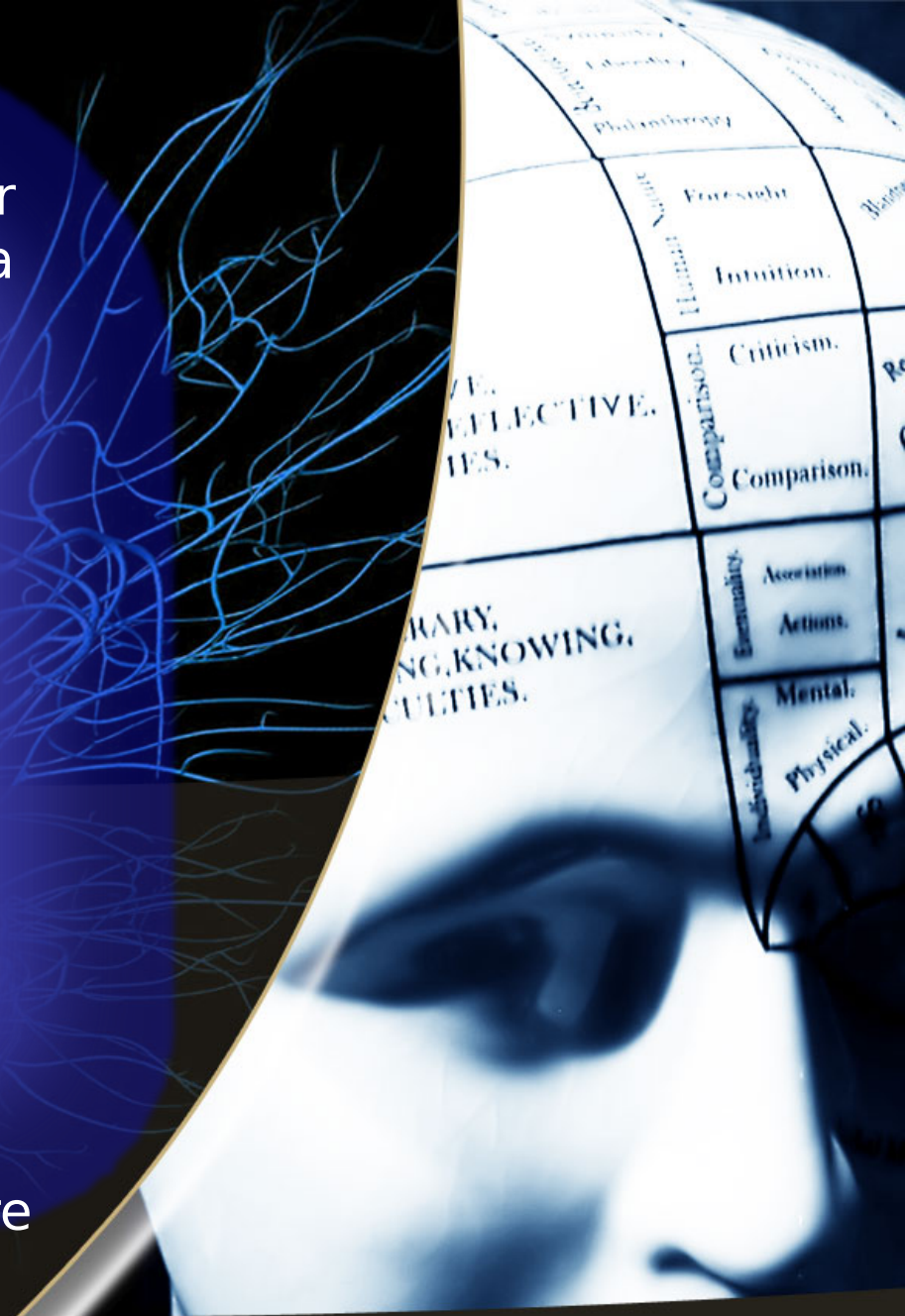
En segundo lugar como mediante un proceso de alfabetización mediática impulsado desde las ciencias de la información puede el profesional formado en esta área, exponer a la luz del entendimiento del usuario los códigos utilizados por el emisor del mensaje y la intencionalidad de este mensaje, es decir el sesgo informativo.

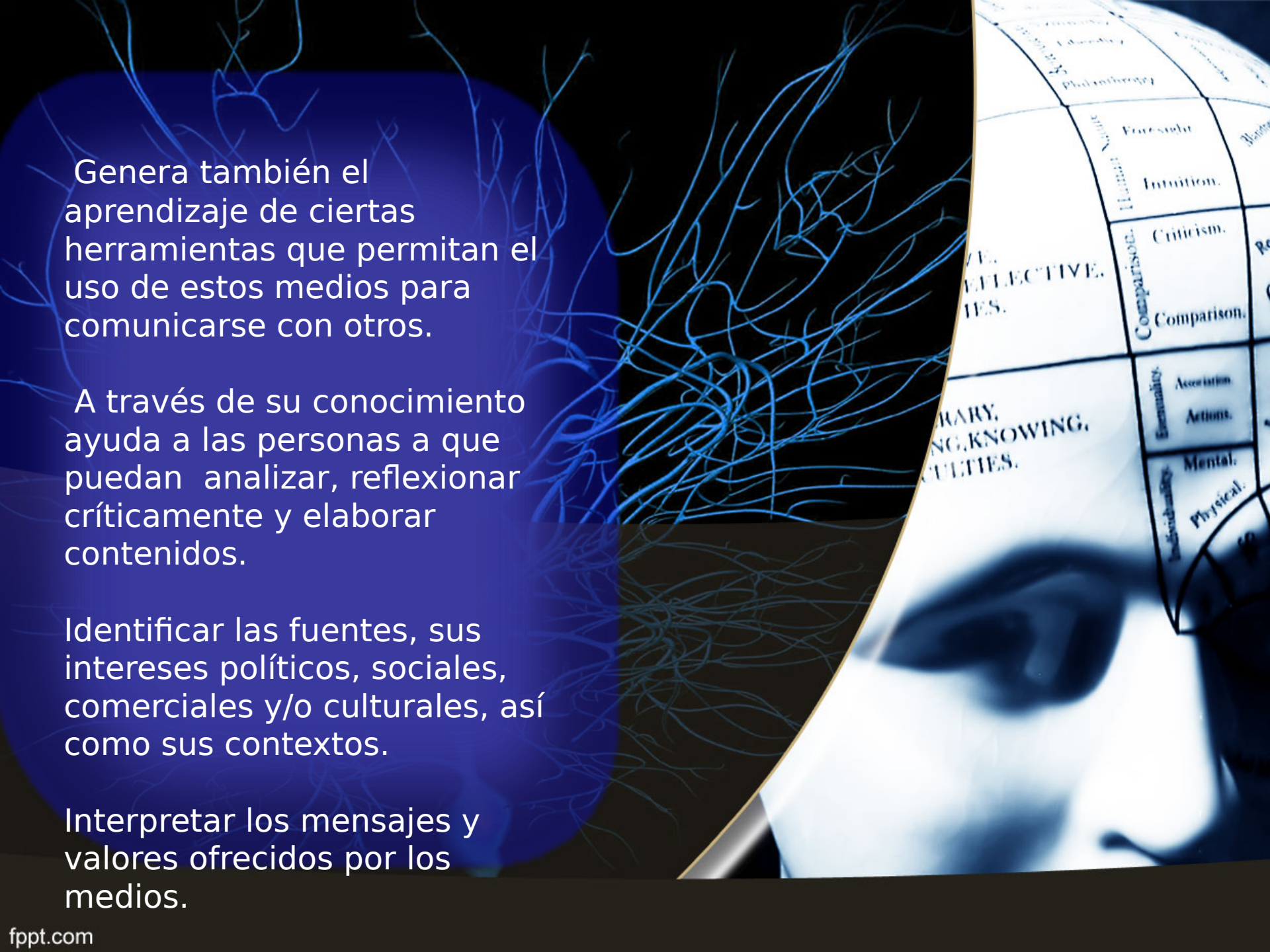


Por lo tanto se deben considerar una serie de condiciones para la alfabetización o educación mediática:

Hace referencia a todo tipo de medios de comunicación e incluye textos y gráficos, sonidos, imágenes fijas y en movimiento, a través de cualquier tipo de tecnología

Permite que las personas adquieran conocimientos sobre los medios de comunicación utilizados en su sociedad y sobre el modo en que operan.





Genera también el aprendizaje de ciertas herramientas que permitan el uso de estos medios para comunicarse con otros.

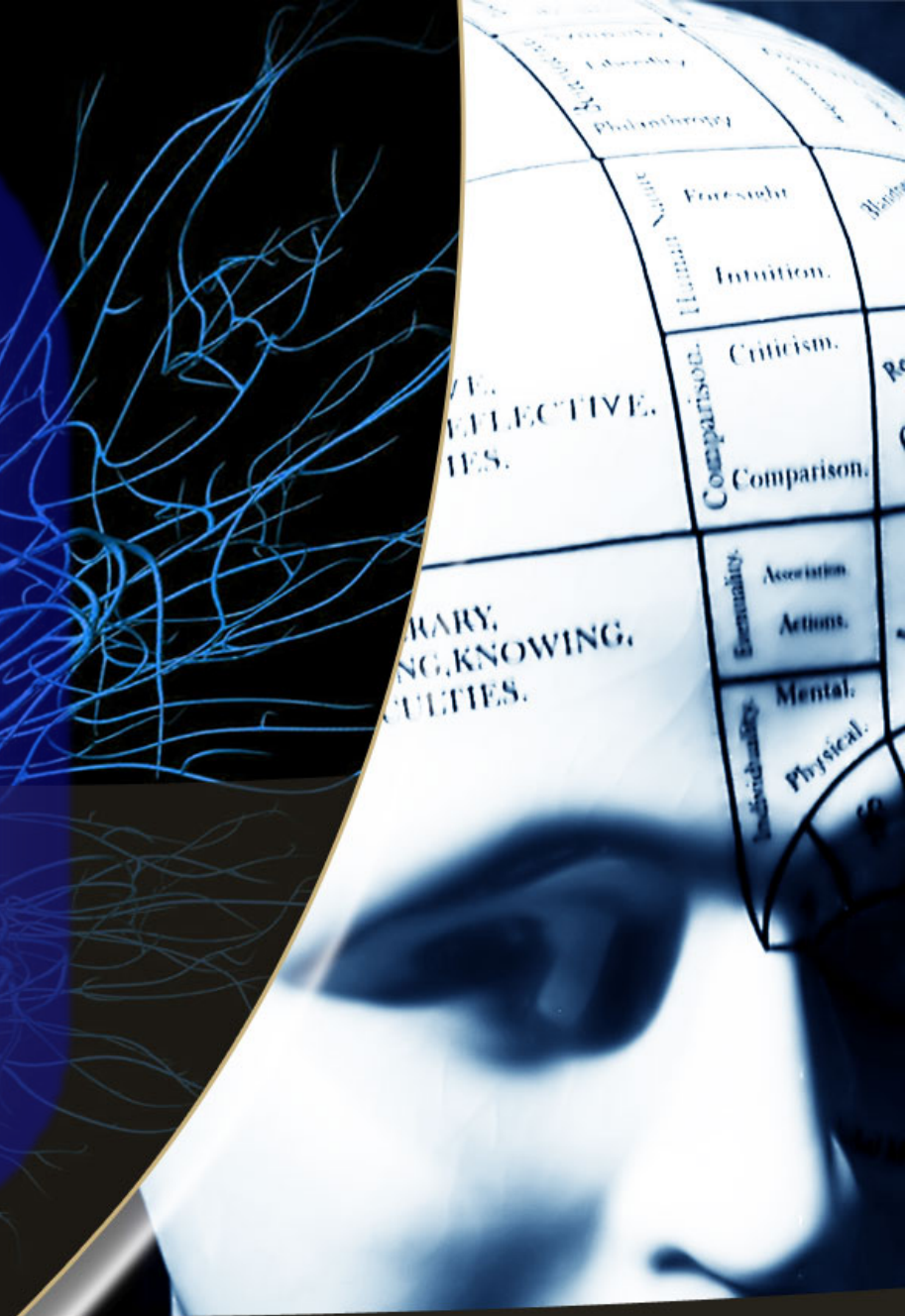
A través de su conocimiento ayuda a las personas a que puedan analizar, reflexionar críticamente y elaborar contenidos.

Identificar las fuentes, sus intereses políticos, sociales, comerciales y/o culturales, así como sus contextos.

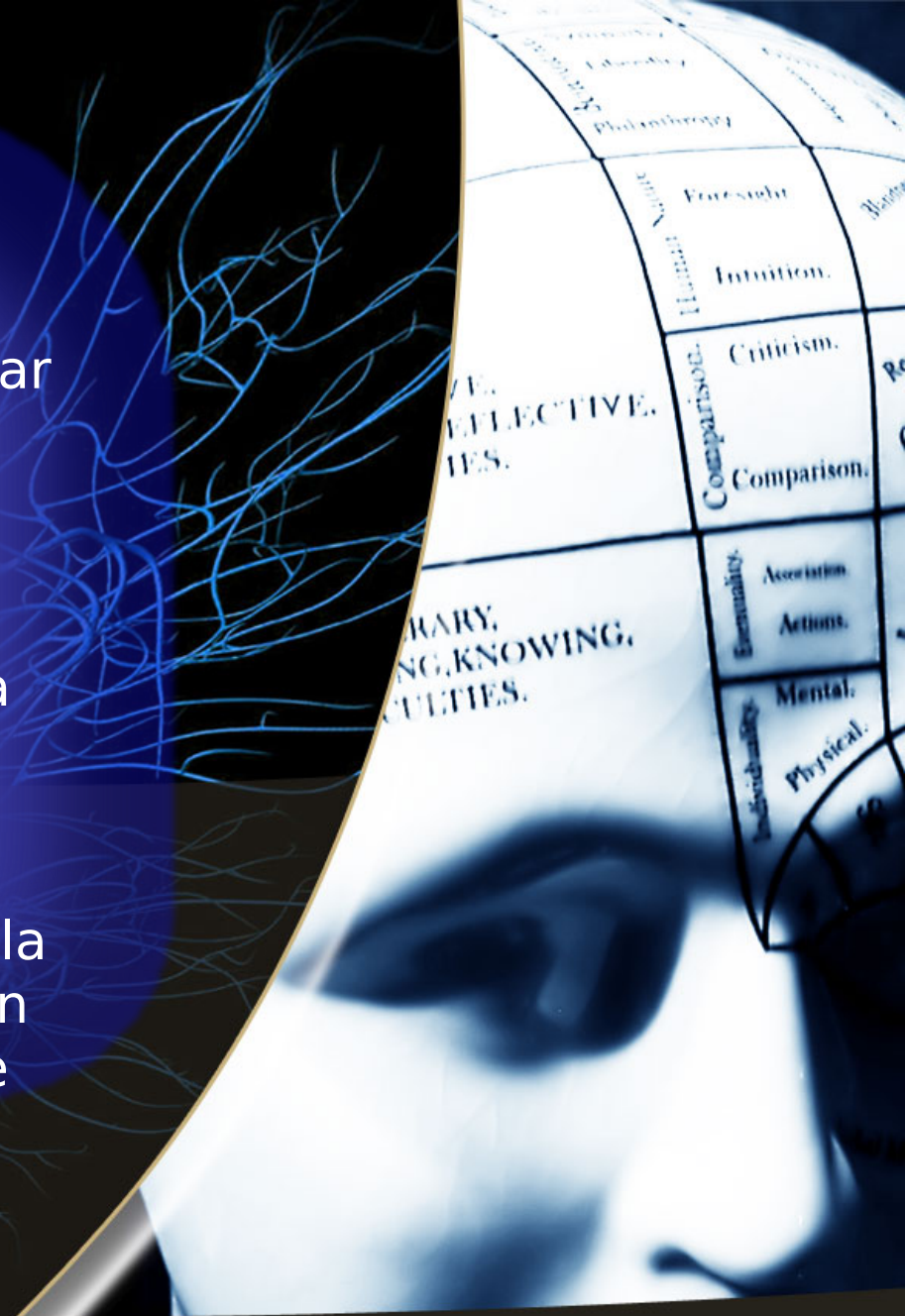
Interpretar los mensajes y valores ofrecidos por los medios.

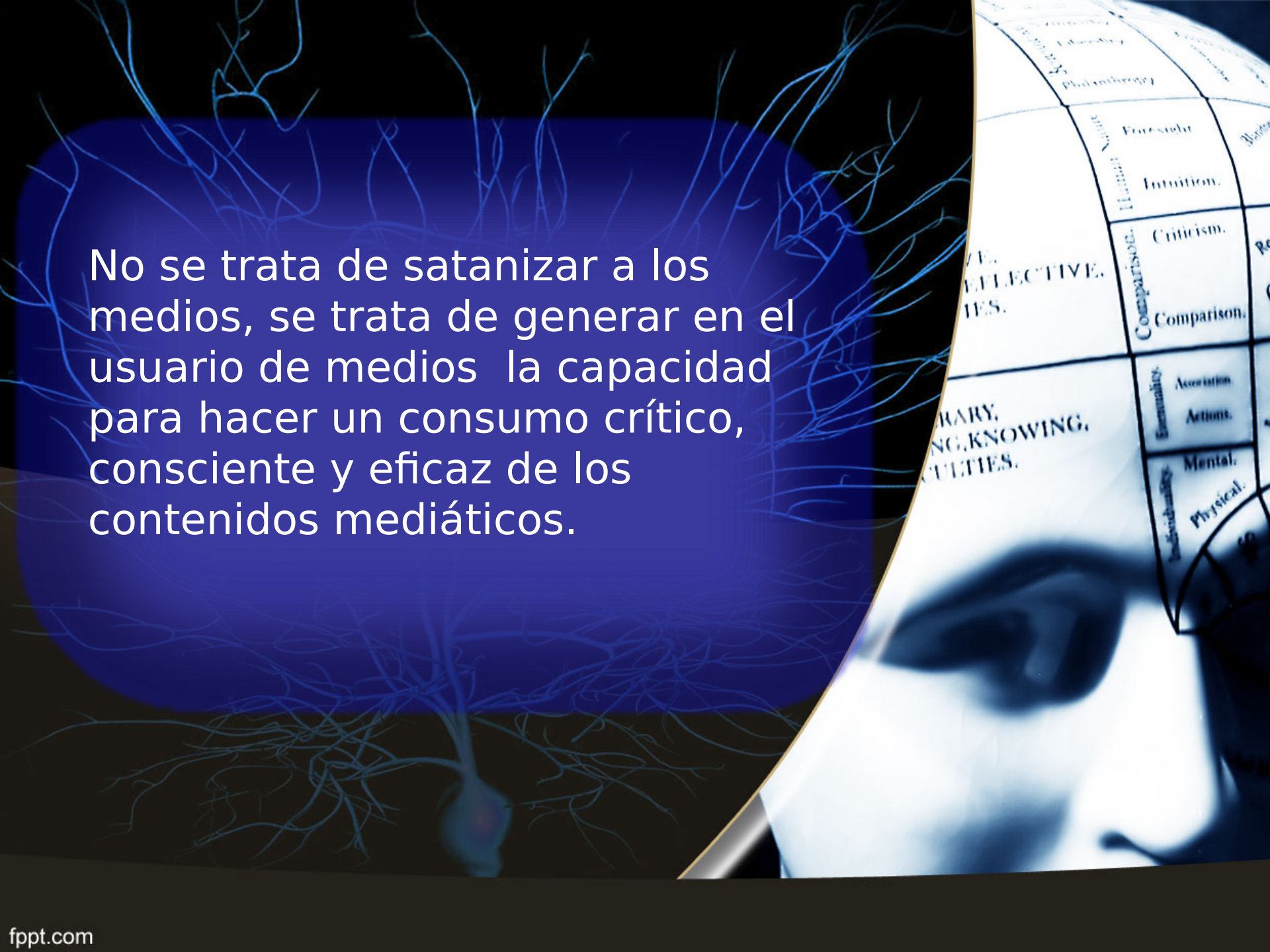
Seleccionar los medios apropiados para comunicar sus propios mensajes o historias y para llegar al público destinatario.

Tener acceso a los medios tanto para la recepción como para la producción.



El manejo de tecnologías de información y comunicación, el análisis del discurso para detectar el sesgo informativo, la decodificación de imágenes y símbolos presentes en redes sociales y medios, realizar investigaciones en torno al tema y la publicación de estas investigaciones, son parte de la tarea a realizar por los profesionales de las ciencias de la información ante la manipulación mediática para no ser un agente inerte ante esta situación.





No se trata de satanizar a los medios, se trata de generar en el usuario de medios la capacidad para hacer un consumo crítico, consciente y eficaz de los contenidos mediáticos.

“Se debe lograr a través de la alfabetización mediática que El pueblo sea usuario de los medios y no que los medios usen al pueblo”.

**MUCHAS  
GRACIAS**

