

4. Miro críticamente los medios de comunicación y las redes sociales

Sesión
1

■ Para empezar

La información es indispensable para decidir y actuar en diferentes ámbitos de la vida personal y social. En el mundo actual contamos con una diversidad de fuentes de información y herramientas para comunicarnos; sin embargo, esto no significa que estemos mejor informados. Para ello, es fundamental desarrollar capacidades como la comprensión crítica y el análisis de los contenidos que se difunden.

Reflexiona:

1. ¿Has pensado cómo influye la información en la satisfacción de tus necesidades? Argumenta.
2. ¿Qué es la publicidad y para qué se emplea?
3. Para ti, ¿qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales para hacer amistades y comunicarte con otras personas? ¿Por qué?

En esta secuencia, analizarás cómo influye la información difundida a través de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de tu identidad; de esta manera fortalecerás tu propia postura crítica frente a ello.



En esta pintura, la imagen refleja un rostro artificial, sin identidad propia, posiblemente por la influencia de los mensajes basados en prejuicios y estereotipos. Así se muestra en la obra de Pablo Picasso.

La influencia de la publicidad en nuestras preferencias

Los seres humanos consumimos bienes y servicios para cubrir nuestras necesidades básicas. La publicidad es una estrategia para informar y comunicar ideas, generar interés en algún servicio o convencer sobre el uso de productos. Busca estimular el consumo, concientizar o sensibilizar sobre algún problema, difundir acciones o promover la imagen de una persona, grupo o institución. Por ejemplo, se emplea para organizar una campaña de salud y bienestar integral, promover la lectura en las familias, invitar a un concierto o difundir las acciones de alguna autoridad o institución pública.

¿En dónde es posible encontrar publicidad? En distintos medios de comunicación: radio, televisión, periódicos impresos, revistas, anuncios espectaculares, volantes, folletos, así como en internet. Para lograr su propósito, los publicistas recurren de manera creativa a imágenes, sonidos y palabras.



La publicidad puede ser útil para denunciar conductas inaceptables que atentan contra los derechos humanos.

Actividad



1. Analiza cómo influye la publicidad en la selección de los productos que usas en tu vida cotidiana. Guíate con esta tabla.

¿Cómo influye la publicidad para cubrir tus necesidades básicas?	
Cubrir necesidades físicas: <ul style="list-style-type: none">• Descanso• Alimentación• Salud integral	Ejemplo: Comprar un accesorio de moda para el descanso.
Alcanzar logros y realizar sueños: <ul style="list-style-type: none">• Lograr metas• Aprender nuevas cosas• Mejorar la calidad de vida	Ejemplo: Interesarme por la convocatoria para estudiar una licenciatura o carrera técnica.

Los diversos anuncios comerciales, telenovelas, *reality shows* y películas se valen de estereotipos de belleza, éxito, progreso, romance, bondad, patriotismo y riqueza, entre otros, para reflejar ideas y aspiraciones sociales, captar la atención del público y ganar la preferencia de los consumidores.

Asumir una postura crítica ante la información implica distinguir estrategias que pueden conducir a la manipulación o a reconocer la utilidad social de los medios de comunicación en beneficio del bien común. Por ejemplo:

Mensajes y anuncios en los que se exhiben cuerpos masculinos y femeninos para promover el consumo de diversos productos que prometen cambios milagrosos. Se utilizan elementos que llaman la atención y se promocionan de tal manera que no somos conscientes de lo que se muestra, a partir de ideas y valores reflejados en los textos e imágenes de los anuncios.

Publicidad social que sirve para llegar a públicos diversos con mensajes e información para el bienestar social. Con anuncios y campañas se mueve a la reflexión sobre valores, necesidades y problemáticas comunes. A veces se crean mensajes de crítica que cuestionan, individual y colectivamente, conductas inaceptables que van contra los derechos.



Actividad



2. En equipo, observen la imagen y hagan lo que se indica.



- Identifiquen qué se promociona o se quiere vender.
- Respondan: ¿qué estrategias se utilizan en la imagen para vender el producto?
- Comenten qué ideas, deseos, aspiraciones o valores reconocen en la imagen.
- Mencionen otros ejemplos de publicidad que conozcan y las estrategias que emplean, por ejemplo, utilizar los sentimientos.
- Compartan su trabajo con el grupo.

Gustos y necesidades de los adolescentes, que buscan afirmar su identidad personal y colectiva, pueden ser influenciados por los medios y la publicidad.



En ocasiones, las ideas y los modelos que promueven los medios de comunicación sugieren que ciertos grupos y personas se consideren más valiosos o mejores que otros. Así, se discrimina a quienes no responden a los modelos o estereotipos establecidos.

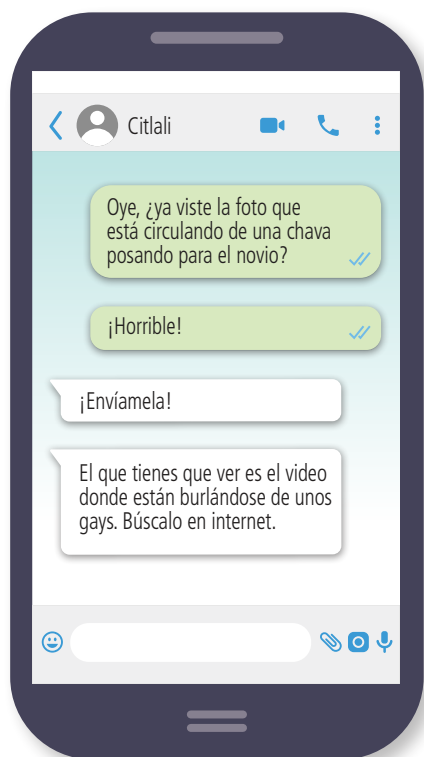
Analizar y tomar postura crítica frente a los mensajes de los medios masivos de comunicación significa cuestionar los estereotipos y construir la identidad personal con seguridad y libertad, sin necesidad de negar o reprimir lo que somos y buscar *encajar* en determinado estilo de vida.

Los medios de comunicación tienen una presencia muy fuerte en la vida actual. Influyen en las opiniones y la imaginación colectiva, y parecen penetrar en los deseos y las aspiraciones personales, hasta el punto de hacer creer a algunas personas no informadas que los productos presentados son necesarios para vivir o que dan popularidad.

■ Manos a la obra

Respeto a la dignidad humana en entornos virtuales

En los entornos virtuales, existen diversos espacios para la expresión y se ofrecen opciones para el entretenimiento, la recreación y la convivencia. En esta sesión, continuarás analizando información y contenidos que se difunden en las redes sociales, así como la manera en que esto se relaciona con la dignidad humana y el respeto a los derechos de los demás.



Actividad



3. En grupo, realicen lo que se indica.

- Comenten: ¿qué redes sociales conocen?, ¿cuáles utilizan?, ¿para qué?

