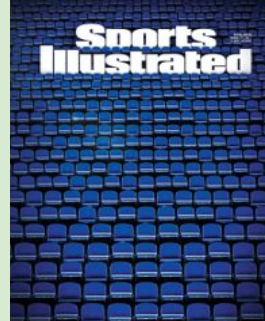


ALFABETIZACIÓN DEL MEDIO DE REVISTAS

EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

Analizar críticamente las portadas de revistas que cubren la pandemia del coronavirus.



Los alumnos de todas las edades pueden desarrollar las competencias en alfabetización mediática de esta lección divertida y atrayente, que incluye adaptaciones para el aprendizaje en línea y en persona. Los alumnos van a :

- Mejorar las habilidades de análisis visual con atención particular a las características multimodales incluyendo el texto, las imágenes y el diseño;
- Entender, usar y aplicar los conceptos de la alfabetización mediática, incluyendo ejemplos específicos de audiencia, autoría, representación, significado y mensaje;
- Activar el pensamiento crítico al considerar cómo la pandemia de coronavirus está presentada en los medios.

Proceso de aprendizaje:

Presentar la actividad preguntando a los estudiantes cómo han visto presentada la pandemia en los medios que ellos han consumido: televisión, redes sociales, memes, revistas, publicidad, etc. ¿Hay algunos mensajes que se destacaron más?

Acceder a Frank Baker's magazine cover collection y preguntar a los estudiantes si ellos han visto imágenes similares o en casa o en línea.

Revisar media literacy concepts and vocabulary para entender una o más de las teorías de alfabetización mediática.

Utilizar la terminología en un análisis grupal de revistas para modelar la actividad, revisando en grupo una portada y haciendo preguntas a los alumnos para guiar su interpretación y demostrar la lectura detallada.

Instruir a los estudiantes a elegir una portada de revista de la colección y analizarla, utilizando uno o dos de los conceptos de alfabetización mediática.

Reflexionar en grupo sobre la actividad. Preguntar a los alumnos ¿Cómo cambia esta actividad la forma en que se sienten sobre las imágenes? ¿Cómo difiere su portada de las demás? ¿Qué se puede aprender sobre las audiencias y los autores de revistas a partir de estos ejemplos?

Acceder a [Frank Baker's magazine cover collection](#)

Technology

- Esta actividad fue modelada por primera vez usando MURAL (por sus siglas en inglés), una pizarra virtual, por Media Education Lab. Aprender sobre MURAL y ver una plantilla en blanco para esta lección [aquí](#).
- Otras tecnologías compatibles con esta actividad incluyen: un blog de curso; un documento compartido en Google Doc/Slides donde los alumnos pueden compartir su trabajo y comentarios; usar una pantalla compartida en una plataforma de videoconferencia.
- La lección se puede hacer como una actividad compartida en clase, o los alumnos pueden hacerla de forma independiente y dejar comentarios sobre el trabajo de los demás.

Trabajar con todos los niveles de grado

Esta actividad puede ser modificada para las clases de escuelas primarias, intermedias y secundarias.

- **Escuela primaria:** Usar esta actividad para ampliar el vocabulario de alfabetización mediática. Revisar las palabras claves, distinguir entre una revista y un anuncio, e identificar imágenes, palabras y símbolos.
- **Escuela intermedia:** Hacer que los alumnos demuestren su conocimiento diseñando sus propias portadas. Asignarles un título de revista para crear una portada atrayente para su audiencia a través de gráficos y textos.
- **Escuela secundaria:** Aplicar las habilidades de alfabetización mediática, pensando críticamente sobre el poder, la información y el lado comercial de las revistas.



ALFABETIZACIÓN DEL MEDIO DE REVISTAS EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

Ejemplos



PARA ESTUDIANTES DE PRIMARIA E INTERMEDIA: Centrarse en identificar imágenes, símbolos y texto.

TIPO DE PUBLICACIÓN:

Basado en el título, es una revista sobre el dinero y los negocios de Europa.

SÍMBOLO: El virus parece ser un asteroide que se desploma hacia la Tierra. La portada hace parecer que el virus sea una fuerza externa que no se puede detener.

COLOR: Las llamas de colores anaranjado y rojo son dramáticas y espantosas.



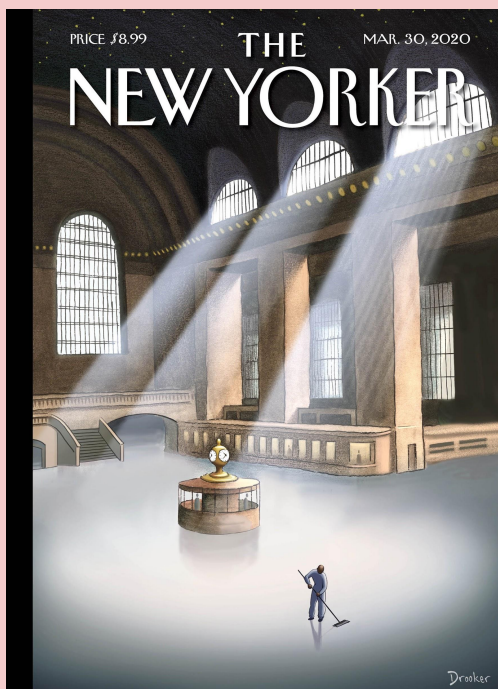
TEXTO: Las palabras 'sobrevivir' e 'impactar' incitan al miedo y se relacionan con la imagen. Un asteroide estrellándose contra la Tierra sería destructivo. La revista sugiere que el virus sería igual de malo para la banca.

SENTIMIENTOS: El asteroide chocando contra la Tierra hace parecer que el mundo se vaya a acabar.

PARA ESTUDIANTES DE SECUNDARIA: Pensar críticamente sobre mensajes, demografía y poder.

CONTEXTO: Esta es la estación Grand Central, un lugar emblemático de Nueva York, que representa viaje, trabajo, movimiento y espacio público.

REPRESENTACIÓN: El conserje y asistente de taquilla son trabajadores esenciales. Debido a la ausencia de viajeros, esto puede ser un comentario sobre los que pueden trabajar desde casa y los que no lo pueden.



COLOR/DISEÑO: Los rayos de luz llaman la atención al vacío de la estación.

OMISIONES: Incluso con las órdenes para quedarse en casa, todavía hay mucha gente que utiliza el transporte público. ¿Dónde están? ¿Refleja fielmente la ciudad, es una imagen incompleta, o muestra una versión intensificada de la vida en medio de la pandemia?

ALFABETIZACIÓN DEL MEDIO DE REVISTAS EN TIEMPOS DE CORONAVIRUS

Conceptos clave



Autores y audiencias

1. Los autores crean medios para diferentes propósitos.
2. Los autores se dirigen a públicos específicos.
3. Las personas hacen interpretaciones de mensajes que pueden ser moldeados por el contexto en el que los experimentan y el contexto en el que se producen.
4. Tanto los autores como las audiencias agregan valor a los mensajes de los medios como parte de un sistema económico y político.

El
propósito
del autor

Interpretación

Tipo de
publicación

Contexto

Valor

Público
objetivo

Poder

Representación y realidades

1. Los mensajes son representaciones selectivas de la realidad.
2. Los mensajes utilizan estereotipos para expresar ideas e información.
3. La autoridad y la autenticidad son características de los mensajes de los medios que pueden evaluarse.

Exactitud

Credibilidad

Omisiones

Punto de vista

Estereotipos

Autoridad

Autenticidad

Mensajes y significados

1. Se utilizan técnicas de producción para construir mensajes.
2. El contenido de los mensajes de los medios contiene valores, ideología y puntos de vista específicos.
3. Los mensajes tienen efectos en las actitudes y comportamientos de las personas.

Color

Tipografía

Diseño de
página

Simbolos

Sentimientos

Ideas

Comportamientos