

## **Alfabetización para los medios**

**Autor:** Dra. Valeria Leal Ramírez

Ante la constante proliferación de contenidos mediáticos para plataformas tradicionales y digitales surge la necesidad del desarrollo de capacidades y habilidades para discernir entre la utilidad y relevancia de la información a la que nos exponemos. Muchos nos apresuramos a señalar los desaciertos de los medios de comunicación y de los creadores de los contenidos, pero poco nos detenemos a reflexionar en nuestra participación como consumidores y productores (prosumers) de la información masiva.

Entendemos por alfabetización para los medios, también denominada educación para la recepción crítica de los medios, a «la capacidad de comprender y utilizar el contenido de los medios de masas de manera eficaz y efectiva» (Baran e Hidalgo, 2005, p. 84).

Art Silverblatt, investigador y profesor de Media Literacy, en 1995, determinó cinco elementos fundamentales para el análisis del contenido mediático. A estos cinco puntos, Baran e Hidalgo (2005) añaden dos consideraciones indispensables para este proceso de evaluación de contenidos.

1. Una conciencia de la repercusión de los medios
2. Conocimiento del proceso de la comunicación masiva
3. Desarrollo de estrategias para analizar y comentar los mensajes de los medios
4. Comprender que el contenido de los medios ofrece conocimiento de nuestra vida y nuestra cultura
5. La capacidad de disfrutar, entender y apreciar el contenido de los medios
6. Comprensión de las obligaciones éticas y morales de los profesionales de los medios
7. Adquisición de las habilidades de producción apropiadas y efectivas

Con cada avance en la tecnología cambia nuestra forma de relacionarnos con los medios, si dejamos de considerar la repercusión que tienen en nuestra vida, corremos el riesgo de no controlar nuestro consumo. Elegir escuchar un programa de radio, suscribirse a Netflix, Spotify o a cualquier otra plataforma digital, ver telenovelas, ir al cine, leer la columna de un periodista, comprar un Smartphone, y cualquier otra actividad relacionada con los medios tradicionales y digitales nos hace consumidores de éstos, así que estamos obligados a construir nuestra alfabetización mediática. Como universidad, tenemos la responsabilidad de formar a los futuros profesionistas de la comunicación en la recepción crítica para los medios, que no sólo se especialicen en los elementos técnicos del proceso, sino que profundicen en su papel de transformadores sociales. Alfabetización mediática no implicar dissociarnos de todo con el entretenimiento que pueden ofrecer los contenidos, es entender que el consumo debe ser responsable y con conciencia de todas las implicaciones que los medios y sus mensajes tiene en nuestra vida.

**Tags:** Ciencias de la Comunicación, contenido mediático, medios, alfabetización mediática, comunicación masiva.

**Acerca del autor:** Valeria Leal Ramírez es Doctora en Comunicación y Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela en España, Maestra en Educación por el Instituto Universitario Hispano Mexicano y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Tamaulipas. En su experiencia académica Valeria Leal Ramírez ha sido profesora-investigadora en la Universidad Autónoma de Tamaulipas y en la Universidad del Valle de México Campus Tampico división Preparatoria. Dentro de la Universidad Autónoma de Tamaulipas, colabora con el cuerpo de investigación “Desarrollo Regional y Sustentabilidad”.

Desarrolla como sus líneas de investigación los temas relacionados a la Comunicación Cultural, los Estudios Culturales, la Animación lectora, las Industrias Culturales, el Desarrollo regional y la Cultura Organizacional. Ha escrito diferentes artículos, capítulos de libros, y dictado conferencias a nivel nacional. Además, ha participado como Validador y Codificador de la “Encuesta de línea de base y seguimiento en 25 ciudades del sistema urbano NACIONAL”, llevada a cabo por el Colegio de la Frontera Norte (COLEF) en colaboración con la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL); como Investigador Adjunto del Área Socio-económica del proyecto “Diagnóstico del Potencial Ecoturístico de La Zona Semi-Árida del Estado de Tamaulipas”, UATCOTACYT-FOMIXTAMS-2003-C-02-02.

Dentro de su trayectoria laboral dentro de la Universidad de las Américas Puebla, la Dr. Valeria fue Directora académica del Departamento Académico de Ciencias de la Comunicación (2012 a 2014), profesora de tiempo completo desde agosto 2010 y actualmente es Coordinadora de la Licenciatura en Imagen y de la Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas. Asimismo, es consultora externa certificada por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social.