

Charla: "La lectura crítica de medios"
Anette S. Ruiz Morales, asistente de la dirección del CLP



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

**"TODO ES SEGÚN EL COLOR DEL
CRISTAL CON QUE SE MIRA"**

BUENAS NOCHES. MI NOMBRE ES ANETTE SOFIA RUIZ MORALES. SOY ASISTENTE DE LA DIRECCION DEL CLP Y ESTUDIANTE, COMO USTEDES, PERO A NIVEL GRADUADO, AQUI EN LA USC EN EL PROGRAMA DE MEDIOS Y CULTURA CONTEMPORANEA. BREVEMENTE QUIERO COMPARTIR CON USTEDES MI INTERES Y EXPERIENCIA EN EL TEMA DE LA LECTURA CRITICA DE MEDIOS. ESTUDIE BA PERIODISMO COPU, ANTROPOLOGIA, MA CURSO RECEPCION CRITICA, EXPERIENCIA STONY BROOK, PROYECTO EN EL CLP.

¿QUÉ LES VIENE A LA MENTE CUANDO LEEN ESTA CITA? ESTE REFRÁN A MI ME GUSTA MUCHO, DICEN QUE ES DEL POETA ESPAÑOL RAMÓN DE CAMPOAMOR. RESUME EL MENSAJE QUE VOY A PRESENTARLES Y ES MAS SENCILLO DE ENTENDER QUE EL CONCEPTO QUE VAMOS A DISCUTIR. TODO ES RELATIVO. NO HAY VERDAD ABSOLUTA, MUCHO MENOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS NI SIQUIERA EN LA INTERNET, DONDE TODOS, COMO USTEDES, PUEDEN CREAR SUS PROPIOS MECANISMOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y NOTICIAS. LO IMPORTANTE ES QUE NO SEAMOS RECEPTORES, CONSUMIDORES NI PRODUCTORES PASIVOS, COMO ESPONJAS QUE ABSORBEN TODO. TENEMOS QUE DIFERENCIAR LO QUE ES INFORMATIVO-NOTICIOSO DE LO QUE ES OPINIÓN, PROPAGANDA, PUBLICIDAD, ETC. COMO LOS PROGRAMAS DE RECICLAJE QUE SEPARAN LO QUE ES PLÁSTICO, DE PAPEL, DE CRISTAL, ETC.

AGENDA

- Trasfondo
- Importancia
- Modelos
- Conceptos clave
- Ejercicios y prácticas
- Ejemplos actuales



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

TRASFONDO

1. *media literacy*
2. *news literacy*
3. *critical media analysis*
4. alfabetización mediática
5. análisis crítico de noticias/medios/información
6. educación para la recepción crítica de medios
7. educación "en" o "sobre" medios
8. educación para la recepción activa de medios



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

¿Con cuál de los siguientes conceptos está familiarizado?

¿HAN TOMADO UN CURSO DE ALGUNO DE ESTOS CONCEPTOS? ¿INTEGRADO A UN CURSO EXISTENTE?

EN LUGARES COMO CANADÁ, AUSTRALIA, MEJICO, ESTADOS UNIDOS LLEVAN DÉCADAS INCLUSO ESTABLECIDOS FORMALMENTE COMO UNA CLASE REQUISITO PARA LOS ESTUDIANTES DESDE ESCUELA ELEMENTAL. LA UNESCO EMITIÓ LA DECLARACIÓN GRÜNWARD EN 1982, REUNIÓ A EDUCADORES Y COMUNICADORES DE 19 PAÍSES RECONOCIÓ LA NECESIDAD DE SISTEMAS POLÍTICOS Y EDUCATIVOS PARA FOMENTAR UNA COMPRENSIÓN CRITICA POR PARTE DE LOS CIUDADANOS DEL «FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN» Y SU PARTICIPACIÓN EN LOS MEDIOS.

IMPORTANCIA



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

¿POR QUÉ USTEDES CREEN QUE ES IMPORTANTE LA LECTURA CRÍTICA DE INFO EN LOS MEDIOS?

INFORMACIÓN CONFIABLE = INFORMACIÓN QUE TE PERMITE HACER UN JUICIO, LLEGAR A UNA CONCLUSIÓN Y TOMAR ACCIÓN.

¿CUÁLES PUEDEN SER LAS CONSECUENCIAS PARA LOS CONSUMIDORES SI ACTÚAN SOBRE LA BASE DE INFORMACIÓN QUE NO HA SIDO VERIFICADA? SE PROVEE INFORMACIÓN ERRÓNEA O INCOMPLETA.

EDUCADORES COMO Masterman (1980), Kaplún (1985), Fuenzalida & Herмосilla (1989), Guillermo Orozco (1991) Y HASTA FREIRE LLEVAN DÉCADAS PLANTEANDO EL PENSAMIENTO CRÍTICO COMO HERRAMIENTA DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL. FORTALECE LA DEMOCRACIA, EQUIDAD, DESARROLLO INDIVIDUAL Y COLECTIVO PROCESOS DE PARTICIPACION CIUDADANA. TAMBIÉN HAY TEORÍAS Y POSTURAS APOCALÍPTICAS (TÉRMINO USADO POR UMBERTO ECCO) "LA TV Y MEDIOS SON INFLUENCIA NEGATIVA PARA NUESTROS NIÑOS"

MODELOS

1. **Center for News Literacy** – Summer Institute for Teachers
2. **News Literacy Project** – escuelas intermedias y superiores en NY, Chicago, Washington D.C. en inglés, historia, gobierno
3. **Argentina** – estudian los medios como parte de estudios sociales y español
4. **Chile** – énfasis en producción
5. **Uruguay** – énfasis en la tecnología



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

CONCEPTOS CLAVE



1. **Valores universales**
2. **Juicio editorial**
3. **Audiencias**
4. **Mercado**
5. **Verdad periodística**
6. **Balance, justicia, prejuicios**



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

LOS MEDIOS NO SON UN REFLEJO DE LA REALIDAD; NO SON UN ESPEJO DEL ACONTECER DIARIO. LOS MEDIOS CONSTRUYEN UNA REPRESENTACIÓN MEDIANTE DIVERSAS TÉCNICAS. UNA NOTICIA ES UN SUCESO, UN HECHO, QUE UN GRUPO DE PERSONAS DECIDE QUE DEBE SER DE CONOCIMIENTO GENERAL DEBIDO A DIVERSOS FACTORES QUE PASA POR UN PROCESO DE VERIFICACIÓN PARA SER DIFUNDIDO. LOS INDIVIDUOS QUE TRABAJAN EN LOS MEDIOS ESTÁN SUJETOS A INFLUENCIAS Y RESTRICCIONES DIVERSAS. HAY MUCHÍSIMAS DEFINICIONES DE LO QUE ES NOTICIA. PROBABLEMENTE USTED YA SABEN QUE DEBE SER INFO INDEPENDIENTE, CONFIABLE Y PRECISA QUE LOS CIUDADANOS DEBEN SABER SOBRE UN TEMA DE INTERES PUBLICO SUJETA A PROESO DE VERIFICACION, PERO QUE PERSONAS PODEROSAS A VECES NO QUIEREN QUE USTED CONOZCA. EN LOS PASADOS 20 AÑOS HAN MUERTO POR LO MENOS 20 PERIODISTAS CADA AÑO. "La FIP ha registrado la muerte de más de 1.000 periodistas y trabajadores de medios en los últimos 10 años. Muchos periodistas mueren, resultan heridos o son hostigados en zonas de guerra, objetivo de uno y otro bando, o se ven atrapados en el fuego cruzado de la violencia. Otros son víctimas de agresiones premeditadas e intimidaciones, tanto por parte de delincuentes o terrorista como por agentes del estado – la policía, el ejército o las fuerzas de seguridad – que actúan de modo secreto e ilegal".

ESTE HECHO EVIDENCIA QUE HAY UNA RECURSOS Y ACABAN CON LA VIDA DE QUIENES PRETENDÍAN DAR A CONOCER UNA INFORMACIÓN. LAS NOTICIAS SON ANTE TODO UN PROCESO DE SELECCIÓN, LO QUE CABE EN EL

VALORES UNIVERSALES



1. Importancia
2. Proximidad
3. Magnitud
4. Prominencia
5. Átípico / no común
6. Atemporal
7. Interés humano
8. Conflicto
9. Cambio
10. Progreso



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

SON INNUMERABLES LOS FACTORES QUE DECIDEN QUÉ SE CONVIERTE EN NOTICIA Y HAY TANTAS VISIONES COMO GENTE EN EL PLANETA Y ESAS VISIONES PUEDEN INCLUSO SER OPUESTAS DE LO QUE SE PUEDE CONVERTIR EN UNA GRAN HISTORIA.

LO CIERTO ES QUE HAY UNAS CARACTERISTICAS DETERMINANTES QUE AUNQUE PUEDEN CAMBIAR DEPENDIENDO DE QUIÉN DECIDE SE CONSIDERAN COMO VALORES UNIVERSALES PORQUE SON MUY SIMILARES EN CADA SOCIEDAD, EN DIFERENTES PARTES DEL MUNDO Y EN DISTINTOS PERIODOS DE LA HISTORIA DE LA HUMANIDAD.

MAGNITUD = HURACANES, TERREMOTOS, EVENTO Q. AFECTA GRAN CANTIDAD DE GENTE

PROMINENCIA = FIGURAS PUBLICAS E IMPORTANTES POR DIVERSAS RAZONES

ATÍPICO = EL MUERTO PARAO, EL MUERTO SENTAO, ETC. LA NOVEDAD, ¿CUANTOS DE USTEDES HAN ESCUCHADO EL DECIR DE QUE LA HISTORIA DE UN PERRO QUE MORDIÓ A ALGUIEN NO ES NOTICIA PORQUE ES COMÚN, OCURRE A DIARIO, PERO SI UNA PERSONA MUERDE A UN PERRO, ENTONCES SI ES NOTICIA

CONFLICTO = GUERRA, CONFLICTO ARMADO, NARCOTRÁFICO, VIOLENCIA, DIMES Y DIRETES DE LOS POLÍTICOS O LA FARÁNDULA.

INTERES HUMANO = HISTORIAS DE SUPERACION, DE EXITO ETC.

PROGRESO = NOTAS SOBRE AVANCES CIENTÍFICOS, SALUD, NEGOCIOS

JUICIO EDITORIAL

interesante vs.	importante
lo que el público quiere	lo que el público necesita
lo que dicta la competencia	lo que dicta la conciencia
lo que vende y entretiene	lo que provoca reflexión, análisis y acción



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

EL "JUICIO EDITORIAL" EVIDENTEMENTE ES PORQUE EN ÚLTIMA INSTANCIA LA MAYORÍA DE LOS MEDIOS TERMINAN PUBLICANDO O TRANSMITIENDO LO QUE UN EDITOR O UN PRODUCTOR (RADIO O TV) DECIDE QUE ES NOTICIA. LA DECISIÓN ES DICTATORIAL PORQUE RECAE SOBRE UNA SOLA PERSONA. ¿QUÉ NO SE CUBRE, QUÉ OCUPA LA PRIMERA PÁGINA Y QUÉ OCUPA UN PÁRRAFO? LO DECIDE UNA SOLA PERSONA SEGÚN EL ESPACIO O TIEMPO QUE TIENEN DISPONIBLE.

ESE JUICIO ES PARTE DE UN PROCESO COMPLICADO QUE ES CONTINUO Y ESTÁ EN CONSTANTE CAMBIO, EN LA MEDIDA EN QUE SURJAN HISTORIAS. POR EOS LAS NOTICIAS SON RELATIVAS A LO QUE ESTÁ OCURRIENDO EN EL MOMENTO. LAS DECISIONES EDITORIALES INDICAN MUCHAS VECES LA IMPORTANCIA QUE TIENE ESE TEMA O ESE GRUPO SOCIAL PARA EL MEDIO.

AUDIENCIAS

En camino hacia eliminar la brecha de banda ancha en los sectores marginados del país

DOMINGO, 27 DE FEBRERO DE 2011 09:09 ANETTE SOFIA RUIZ MORALES

COMPARTIR



Hace dos años, se anunciaba que con una emisión de casi 25 millones de dólares provenientes de la Ley de Recuperación y Reinversión del Departamento de Comercio de los Estados Unidos conocida como ARRA, por sus siglas en inglés, se lograría conectar a casi el 80% de la población puertorriqueña a internet de banda ancha. Esta semana, ejecutivos de la industria de las comunicaciones, políticos y entidades con interés en el tema se dieron cita

la inauguración del proyecto que promete cumplir con esta expectativa.

La ausencia de computadoras en el hogar y el alto costo de los servicios son dos de los principales problemas que provocan la brecha digital en las zonas rurales y las comunidades e desventaja socioeconómica del país. Casi la mitad de los puertorriqueños no tiene computador en su residencia, un 38% de la población de los sectores rurales no tienen servicio de banda ancha o no saben dónde está disponible y el 90% de los hogares cuenta con una velocidad de descarga que está por debajo de los estándares nacionales, según indican estudios recientes de organizaciones como Communications Workers of America y Connect Puerto Rico.

Con estos retos en mente, la corporación puertorriqueña Critical Hub Networks reunió en abril del año pasado a un 75 por ciento de los proveedores de internet e identificaron estrategias para crear un plan de acción nacional. Ahí surgió el proyecto Puerto Rico Bridge Initiative (PRBI), que recibió \$25 millones, de una propuesta que fue aprobada bajo la ley ARRA. Las proyecciones incluyen llevar el servicio a unas 1,700 comunidades de toda la isla, incluidas las islas municipales de Vieques y Culebra.

Se encamina la Isla a la banda ancha



servicio rápido de banda ancha al alcance de todo Puerto Rico, se aseguró.

El mismo se está financiando con una aportación de \$25.7 millones en fondos de la Ley de Recuperación (ARRA), que otorgó la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información (NTIA) del Departamento de Comercio de los Estados Unidos.

"Desde la financiación del proyecto en abril del 2010, Critical Hub Networks ha hecho grandes avances en la implementación de la primera fase de nuestro proyecto", dijo Carlo Marazzi, presidente de la empresa, al presentar el mismo. "El acceso de alta velocidad de banda ancha y la conectividad son esenciales para el crecimiento económico, la creación de empleos, la competitividad global, la educación de clase mundial, la innovación y la creatividad. PRBI está diseñado para que Puerto Rico esté a un nivel comparable con el continente", dijo.

El diseño de este proyecto supone adquirir la capacidad de banda ancha a través de sistemas de cables marítimos existentes que conectarán las instalaciones en Puerto Rico con NAP of the Americas, un importante y moderno centro de datos (datacenter) en Miami, Florida. Para llegar a todo Puerto Rico, utilizará instalaciones de transmisión inalámbrica que serán construidas y otras ya existentes.

Jueves, 24 de febrero de 2011
Antonio R. Gómez / Primera Hora

Puerto Rico podría tener pronto el acceso rápido a la Internet que reclaman los usuarios de estos servicios y que demanda el futuro electrónico del país gracias al ambicioso proyecto Puerto Rico Bridge Initiative (PRBI), que desarrolla la empresa Critical Hub Networks, con el apoyo del Gobierno y de varios proveedores de internet en la isla.

Este proyecto tiene como objetivo proveer

Enviar

0

Me gusta

12

Tweetear

0

Submit



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

DISTINTOS MEDIOS TIENEN DISTINTAS AUDIENCIAS CON NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DIVERSAS. DATOS Y ESTADÍSTICAS SOBRE AUDIENCIAS, PROVOCAN TENSIONES ENTRE LO QUE SE DEBE PUBLICAR PORQUE LA AUDIENCIA LO DESEA Y LO QUE SE DEBE PUBLICAR PORQUE LA AUDIENCIA LO NECESITA (DEBATE QUE LLEVA DÉCADAS).

VEAMOS EL EJEMPLO DE ESTA NOTICIA. ¿DISTINGUEN ALGUNA DIFERENCIA EN EL TITULAR? ¿QUE TENGA QUE VER CON LA AUDIENCIA? A MANO IZQUIERDA TENEMOS LA NOTICIA PUBLICADA EN EL PORTAL DE PRENSACOMUNITARIA.COM Y A MANO IZQUIERDA TENEMOS LA NOTICIA DEL PERIÓDICO PRIMERA HORA. NO SE TRATA DE EVALUAR QUIÉN HIZO UNA MEJOR COBERTURA, SINO QUE CADA NOTICIA TIENE UN ENFOQUE DIFERENTE Y ES UN MISMO EVENTO, UNA CONFERENCIA DE PRENSA DONDE AMBOS PERIODISTAS ASISTIERON.

MERCADO



Foto del portal h2dj.com



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

ESTE ES UN TERRENO MÁS DIFÍCIL DE ABORDAR Y ESTARÍAMOS TODO EL DÍA E INCLUSO MÁS DE UN DÍA DISCUTIÉNDOLO. ES TAMBIÉN EL TEMA MÁS DELICADO. ELEMENTOS QUE AUNQUE NO ESTÁN DIRECTAMENTE ASOCIADOS CON EL ACONTECER DIARIO, EJERCEN UNA INFLUENCIA MUY PODEROSA EN LA TOMA DE DECISIONES DE UN MEDIO. MUCHAS VECES DESAPERCEBIDA INCLUSO PARA LOS MISMOS PERIODISTAS, PORQUE SON CONTROLADAS O MANEJADAS POR DIRECTIVOS, GERENCIALES Y PERSONAL INCLUSO DEL DEPARTAMENTO DE VENTAS QUE NO TIENEN NECESARIAMENTE PREPARACIÓN NI CONOCIMIENTO DE QUÉ ES LO IMPORTANTE PARA LA SOCIEDAD SINO PARA LA EMPRESA.

LOS MEDIOS PERIODÍSTICOS SON EL ÚNICO NEGOCIO QUE CUENTA CON PROTECCIÓN CONSTITUCIONAL Y DECLARACIONES UNIVERSALES QUE GARANTIZAN EL ACCESO A LA INFORMACIÓN, PERO PARA PODER CUMPLIR NECESITAN GENERAR INGRESOS Y, AL MENOS EN PUERTO RICO, EL MODELO EMPRESARIAL QUE HA PREDOMINADO ES EL COMERCIAL. LOS PROPIETARIOS DE LOS MEDIOS VIENEN DE FAMILIAS CON LARGA TRAYECTORIA DE PODER POLÍTICO Y ECONÓMICO. A NIVEL DE RADIO Y TV SE LE SUMAN LOS FAMOSOS RATINGS.

ENTRAN EN JUEGO MUCHOS INTERESES Y ES BIEN COMPLEJO. LO IMPORTANTE PARA MI HOY ES LLEVARLES DOS PUNTOS. DE UNA PARTE, ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS. ELLOS TIENEN EL PODER DE FISCALIZAR AL GOBIERNO Y DESTAPAR CUANDO HAY UN MAL MANEJO DE FONDOS, ENTRE OTROS MALES. ASÍMISMO LOS MEDIOS DEBEN SER TAN TRANSPARENTES SON SU PÚBLICO Y LA AUDIENCIA DEBE SER CRÍTICA Y EXIGIR ESA TRANSPARENCIA CUANDO SEA NECESARIO. DE OTRA PARTE, LA AUDIENCIA NO DEBE APUNTAR SU DEDO SOBRE PERIODISTAS, ASUMIENDO QUE TODAS LAS CARENCIAS QUE HAY EN EL EJERCICIO PERIODÍSTICO SON CULPA DE LOS PERIODISTAS.

VERDAD PERIODÍSTICA

Fuentes identificadas	Fuentes anónimas
Fuentes independientes	Fuentes con intereses
Fuentes informadas	Fuentes no informadas
Fuentes que verifican	Fuentes que afirman
Múltiples fuentes	Una sola fuente



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

ENTENDER LO QUE HEMOS DENOMINADO VERDAD PERIODISTICA. SE CARACTERIZA POR EL PROCESO DE VERIFICACIÓN QUE NO ES OTRA COSA QUE COMPROBAR QUE LOS DATOS QUE USTED TIENE SON CIERTOS Y LA FUENTE ES CONFIABLE.

LOS PERIODISTAS Y CORRESPONSALES BALANCEAN LA INFORMACION MEDIANTE

1. EVIDENCIA DIRECTA O DE PRIMERA MANO, HAY QUE VER PARA CREER
2. EVIDENCIA INDIRECTA, DE FUENTES QUE NO SON TESTIGOS DE PRIMERA MANO, PERO ESTÁN VINCULADAS A LA HISTORIA O SUCESO Y PUEDEN APORTAR CONTEXTO

¿CÓMO PODEMOS EVALUAR LAS FUENTES? MIENTRAS MAS CONFIABLES SON DETERMINAMENOR PROBABILIDAD DE COMETER ERRORES ERN LA HISTORIA.

¿DE LAS QUE ESTAN EN PANTALLA, POR EJEMPLO CUÁLES SON MEJORES ENTRE UNA FUENTE IDENTIFICADA Y UNA ANONIMA? (EN NEGRO)

OJO, DEPENDE, RECUERDEN, TODO ES RELATIVO. A VECES NO TENEMOS REMEDIO QUE USAR FUENTES ANÓNIMAS EN CASOS EN QUE LA SEGURIDAD ESTÁ EN JUEGO COMO OCURRE EN CASO DE DENUNCIANTES QUE PONEN DE MANIFIESTO UNA DE CONDUCTA PELIGROSA, ILEGAL O EMBARAZOSA POR PARTE DE UN FUNCIONARIO GUBERNAMENTAL, LÍDER EMPRESARIAL O RELIGIOSO, PERO DEBE SER LA EXCEPCIÓN Y NO LA NORMA.

SU TAREA ES EVALUAR:

- ¿POR QUÉ LA PERSONA ES ANÓNIMA?
- LA FUENTE ¿AFIRMA O VERIFICA?

VERDAD PERIODÍSTICA

Cinco preguntas que la audiencia debe hacer:

1. ¿Las fuentes son independientes?
2. ¿Se evidencian los hechos y se verifican los datos que mencionan?
3. ¿Qué información me permite conocer?
4. ¿Cómo me permite conocer esa información?
5. ¿Qué información deja fuera?



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

USTED DEBE EVALUAR LA EVIDENCIA DE TODA INFORMACIÓN PARA LLEGAR A CONCLUSIONES. NINGUNA HISTORIA ES PERFECTA. NINGUNA.

BALANCE, JUSTICIA, PREJUICIOS

Como audiencia y como productores, tenemos que buscar información que:

1. Incluya TODOS los puntos de vista y perspectivas posibles.
2. No esté cargada de estereotipos.
3. Ofrezca contexto histórico, social, económico y cultural.
4. Sea transparente y justa con la evidencia.
5. Brinde la oportunidad a las fuentes consultadas de responder a señalamientos en su contra.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

¿CUÁNTOS CREEN QUE LOS MEDIOS NOTICIOSOS ESTÁN PREJUICIADOS? BUENO PUES, QUIZÁS LES SORPRENDERÁ MI RESPUESTA. NINGÚN MEDIO, ESTÁ LIBRE DE PREJUICIOS. TODOS TIENEN SUS PREJUICIOS PORQUE AUNQUE EXISTEN EQUIPOS Y HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS QUE PUEDEN OPERAR SIN INTERVENCIÓN HUMANA, LOS MEDIOS NO SON APARATOS QUE FUNCIONAN DE MANERA AUTÓNOMA. DETRÁS DE CADA MEDIO, HAY PERSONAS Y TODOS LOS SERES HUMANOS ESTAMOS LLENOS DE PREJUICIOS. ALGUNOS PREJUICIOS SON OBVIOS Y LOS PODEMOS CONTROLAR PARA EVITAR ENTRAR EN CONFLICTOS, PERO OTROS SON CASI INVOLUNTARIOS Y RESPONDEN A TODO UNA TRAYECTORIA DE NUESTRA CULTURA, CRIANZA, EXPERIENCIAS DE VIDA, CREENCIAS, TEMORES, ETC. ALGUNOS TÉRMINOS EVIDENCIAN ESOS PREJUICIOS, CONSCIENTES O INCONSCIENTES. LOS EJEMPLOS QUE VEMOS EN PANTALLA EVIDENCIAN DE QUÉ LADO SE VEN CIERTOS ASUNTOS.

MUCHAS VECES ES POR LIMITACIONES DE TIEMPO O ESPACIO, MALA EDICIÓN O SENCILLAMENTE VAGANCIA, PERO VEMOS QUE PREDOMINA LA POLARIZACIÓN (2 LADOS DE LA NOTICIA) Y LA FALTA DE CONTEXTO Y DE PROFUNDIDAD. NO LO DECIMOS NOSOTROS. LO DICEN LOS PROPIOS PERIODISTAS Y PRODUCTORES. EL CRISTAL CON QUE SE MIRAN LAS COSAS ESTÁ DIVIDIDO EN 2 POLOS: BUENOS O MALOS, POPULARES VS. PENEPÉS, POBRES VS. RICOS, ETC.

EL PROBLEMA NO SON LOS PREJUICIOS SINO CUANDO UN MEDIO CAE EN UN PATRÓN EN EL CUAL CADA VEZ QUE CUBREN CIERTO TEMA O ENTREVISTAS PERSONAS DE CIERTAS CARACTERÍSTICAS DEMUESTRAN CIERTOS ESTEREOTIPOS O JUCIOS NEGATIVOS. POR EJEMPLO, EN ESTADOS UNIDOS HAY CADENAS DE NOTICIAS QUE ABIERTAMENTE SON DE LA DERECHA O IZQUIERDA Y TODA LA COBERTURA QUE HACEN SIEMPRE TIENE ESE SESGO DE FIJARSE EN LO BUENO O MALO QUE ESTÁN HACIENDO LOS POLÍTICOS SEGÚN SUS

BALANCE, JUSTICIA, PREJUICIOS

"El efecto hostil de los medios"

- Quienes están activamente involucrados en una causa, tienden a recordar más lo negativo que lo positivo que se publica de esa causa.
- Mientras más vinculación emocional con una causa, menor tolerancia a información que la contradiga.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

PERO NO SE CREAN QUE SOLAMENTE LOS PERIODISTAS Y LOS MEDIOS SON LOS PREJUICIADOS... USTED Y YO TAMBIÉN LO SOMOS COMO AUDIENCIA. EXISTEN UNA SERIE DE TEORÍAS QUE HAN EVIDENCIADO CÓMO POR UN LADO LOS SECTORES ACTIVAMENTE INVOLUCRADOS EN UNA CAUSA, SUELEN RECORDAR PRINCIPALMENTE LO NEGATIVO QUE LOS MEDIOS PROYECTAN DE ELLOS Y NO LO POSITIVO POR SU VINCULACIÓN EMOCIONAL. ESTO SÉ QUE NOS TOCA DE CERCA. YO LES DIJE QUE TRABAJÉ 3 AÑOS EN PC Y ESTA ENTIDAD SE FORMÓ CON LA PREMISA DE ESA PERCEPCIÓN GENERAL QUE TENÍAN LOS LÍDERES COMUNITARIOS DE QUE LA PRENSA PUERTORRIQUEÑA SOLO RETRATA LO MALO DE LAS COMUNIDADES, PERO AQUÍ YO VINE A TRAERLES MUCHAS IDEAS Y HERRAMIENTAS QUE INCLUSO LOS HAGAN REFLEXIONAR SOBRE PREMISAS TAN FUNDAMENTALES COMO ESTAS PORQUE DESPUÉS DE TODO, PC ES UN MEDIO CON UNA IDEOLOGÍA Y UNA MISIÓN MUY CLARA Y LO IMPORTANTE NO ES QUE ESTO ES BUENO O MALO, ES RECONOCER QUE EXISTEN ESTAS POSTURAS Y SABER DEFENDERLAS CUANDO SEA NECESARIO Y CONTROLARLAS CUANDO PUEDEN PONER EN JUEGO LA CREDIBILIDAD Y EL FUTURO DEL MEDIO QUE HEMOS CREADO.

EN LA UNIVERSIDAD DE STANFORD SE REALIZÓ UN ESTUDIO MUY INTERESANTE EN EL CUAL SE LE SUMINISTRÓ A LOS PARTICIPANTES EL TITULAR DE VARIAS NOTICIAS JUNTO AL LOGO DEL MEDIO QUE SUPUESTAMENTE HABÍA DIFUNDIDO LA INFORMACIÓN PARA QUE ESCOGIERAN CUÁL ELLOS HUBIERAN LEÍDO. EL RESULTADO EVIDENCIÓ UNA GRAN POLARIZACIÓN Y MUCHAS VECES NO TENÍA QUE VER CON EL CONTENIDO EN SÍ SINO CON QUE LA NOTICIA ERA DE X MEDIO..POR EL LOGO. ASI QUE HAY QUE LEVANTAR BANDERAS ROJAS INCLUSO SOBRE NUESTRAS PERCEPCIONES Y PREJUICIOS COMO AUDIENCIA.

BALANCE, JUSTICIA, PREJUICIOS

ALERTA:

- ✓ Poner a prueba lo que asumes frente a la evidencia que te presentan.
- ✓ Salir de tu zona de comodidad y desafiar tus ideas.
- ✓ Abrir tu mente a información que rete tus valores y creencias.
- ✓ No confiar en emociones para emitir juicios en contra de un medio o periodista. Evalúa y analiza su trayectoria y detecta si es un error o un patrón consistente.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

ME VIENEN A LA MENTE DOS EJEMPLOS SENCILLOS, QUE SEGURAMENTE USTEDES SE IDENTIFICAN CON ELLOS PORQUE ES BIEN COMÚN EN PUERTO RICO. EL FANATISMO POLÍTICO Y EL FANATISMO RELIGIOSO. CUANDO UN FANATICO SE ENFRENTA A INFORMACION QUE ATENTA CONTRA SU IDEOLOGIA O SU LIDER POLITICO O RELIGIOSO, PREDOMINA LA INCREDELIDAD. A PESAR DE TODOS LOS REPORTAJES DIFUNDIDOS POR UNA GRAN GAMA DE MEDIOS Y DE TODA LA EVIDENCIA COMPILADA POR PERIODISTAS DURANTE AÑOS, PUEDE QUE NUNCA LLEGUEN A CREER QUE LO QUE SE CONVIRTIÓ EN NOTICIA ERA CIERTO, SIMPLE Y SENCILLAMENTE PORQUE LA INFORMACIÓN DIFUNDIDA (AUNQUE ESTUVIERA VERIFICADA POR EXPERTOS), IBA EN CONTRA DE SUS CREENCIAS O PREFERENCIAS IDEOLÓGICAS. YO HE EXPERIMENTADO ESO CON GENTE QUE CONOZCO. ¿Y USTEDES? ES IMPORTANTE RECONOCER ESTAS ALERTAS Y NO CAER EN ESE JUEGO.

EJERCICIO # 1: DIFERENCIAR GÉNEROS

	NOTICIA	PROPAGANDA	ANUNCIOS O PUBLICIDAD	RELACIONES PÚBLICAS	ENTRETENIMIENTO
Objetivo	informar /educar	persuadir	vender	mejorar imagen	divertir
Métodos	<ul style="list-style-type: none"> • verificación • independencia • balance 	manipulación de información	persuasión mediante imagen y palabra	información que favorece el beneficiario	drama, humor, emociones, creatividad
¿A quién beneficia?	ciudadanía en general	partidos, gobierno, grupos de interés	empresas, negocios	<ul style="list-style-type: none"> - celebridades - figuras públicas - oficiales de gobierno - empresas 	público general
¿Qué produce?	información confiable, que es útil para tomar decisiones y acciones, a nivel individual y colectivo	apoyo político, votos	compra de productos	mayor aprobación pública	<ul style="list-style-type: none"> ✓ gratificación personal ✓ escape de la realidad ✓ aumento de ratings



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE SABER LA DIFERENCIA ENTRE INFORMACIÓN Y OPINIÓN?

PORQUE USTED NO PUEDE SUSTITUIR LA OPINIÓN POR NOTICIAS CUANDO SE TRATA DE BUSCAR INFORMACIÓN CONFIABLE QUE LE AYUDE A TOMAR DECISIONES Y ACCIONES. LAS OPINIONES SON JUICIOS DE VALOR. EN LOS PORTALES DE NOTICIAS SE DISTINGUEN CATEGORÍAS "OPINIÓN" Y "COLUMNAS". LO MISMO OCURRE EN LOS PERIÓDICOS, QUE SUELE SER MÁS OBVIO Y MÁS FÁCIL IDENTIFICARLO COMO LO SON LOS EDITORIALES (QUE SUELE MOSTRAR LA VOZ INSTITUCIONAL DEL MEDIO SOBRE SITUACIONES DE ÍNDOLE NACIONAL) Y LAS COLUMNAS DE PERSONAS CON CIERTO PERITAJE O EXPERIENCIA, A LAS QUE LE OTORGAN UN ESPACIO FIJO, QUE LLEVA SU NOMBRE Y NO SUELE ADOPTAR POSTURAS. AUNQUE ES LA OPINIÓN DE UN INDIVIDUO, SIN EMBARGO ES BASADA EN HECHOS REALES.

EN TELEVISIÓN Y RADIO ES MÁS DIFÍCIL DISTINGUIRLOS Y LAS LÍNEAS SE CRUZAN FÁCILMENTE Y CON FRECUENCIA. LA OPINIÓN ES MUCHO MÁS BARATA DE PRODUCIR. NO REQUIERE RECURSOS, MÁS ALLÁ DE UNA PERSONA Y EL MEDIO QUE YA SE TENGA. NO HAY GASTOS DE TRANSPORTACIÓN NI DE EDICIÓN Y CONTRIBUYE A GENERAR ESE CONSTANTE CONFLICTO Y CONTROVERSA, QUE MUCHOS COMUNICADORES CREEN QUE ES LO QUE LA GENTE QUIERE Y GUSTA SEGÚN LOS FAMOSOS RATINGS. LA LECCIÓN PARA USTED COMO AUDIENCIA: HAY QUE PRESTAR ATENCIÓN A QUIÉN EMITE LA OPINIÓN, CUÁL ES EL LENGUAJE, LOS TIPOS DE ARGUMENTOS Y EL TONO DE LA VOZ.

NOTICIA VS. OPINIÓN/ENTRETENIMIENTO



IDENTIFICA:

- ✓ Hechos vs. interpretación
- ✓ Juicios valorativos
- ✓ Estereotipos
- ✓ Exageraciones
- ✓ Superlatios
- ✓ Emociones
- ✓ Drama



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

HAY PERIODISMO DE OPINIÓN QUE ES "ÚTIL", PERO TAMBIÉN HAY MUCHO PERIODISMO DE OPINIÓN QUE SOLO APORTA A GENERAR CONFUSIÓN, QUE EN LUGAR DE ENFRENTARSE A HECHOS, EXPRESA UN PUNTO DE VISTA SIN VERIFICACIÓN. HAY QUE APRENDER A DISTINGUIRLOS. CUANDO USTED ES UN CIUDADANO ACTIVO EN LA BUSQUEDA DE NOTICIAS Y TIENE UNA MIRADA CRÍTICA, ESTÁ PREPARADO PARA JUZGAR EL TRABAJO DE PERIODISTAS DE OPINIÓN.

- ✓ comentarios e interpretaciones basados en hechos e información confiable
- ✓ Orienta, explica, informa o analiza
- ✓ No emite juicios valorativos negativos o cargados de estereotipos .
- ✓ Puede ayudarle a tomar una decisión o acción y llegar a conclusiones.
- ✓ No usan exageración, superlativos, primera persona, ni descripciones emocionales dramáticas

PERO SI NO SE MOLESTAN EN SEGUIR LAS NOTICIAS, ¿CÓMO SABER SI ESTÁ UTILIZANDO HECHOS O FICCIÓN?. ADEMÁS, SI USTED ES HONESTO ACERCA DE SUS PROPIOS PREJUICIOS, TENDRÁ VALOR PARA DESAFIAR SUS PROPIAS CONCLUSIONES SOBRE LOS HECHOS EN CONTRA DE LAS CONCLUSIONES DE ALGUIEN QUE LLEGA A UNA CONCLUSIÓN DIFERENTE.

OREJITAS DE LECTURA CRÍTICA

1. Usa múltiples medios.
2. No te conformes con nutrirte siempre de los mismos medios.
3. Sigue el curso de la historia con el paso del tiempo.
4. Evalúa las fuentes de información.
5. Diferencia lo que es noticia, de lo que es opinión, propaganda, publicidad, etc.
6. No juzgues un medio por una noticia. No juzgues una noticia por un error. Identifica patrones consistentes de prejuicios y sesgos.
7. Mantente informado constantemente. Se activo, no pasivo.
8. No te conformes con medios que representen tus ideologías. Abre tu mente a medios que retan tus principios y valores.
9. En la Internet, no otorgues validez a la información por el puesto que ocupa, sino por la credibilidad y confiabilidad.
10. Saca tiempo para analizar la información.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

EJERCICIO # 2: CONOCER LOS MEDIOS

The slide displays two side-by-side Google search results for the term "Tiananmen". The left side shows the standard Google search interface with various image thumbnails and their dimensions. The right side shows a news article titled "El Gabo demanda a gobernador de Puerto Rico por plagio:" with a photo of Gabriel García Márquez and a video thumbnail of a man speaking.

Centro para la Libertad de Prensa Puerto Rico

ES EL MEDIO MAS DEMOCRATICO???

EN INTERNET TODAVÍA HAY MÁS CONFUSIÓN Y HAY QUE SER BIEN CIUDADOSOS PORQUE LA CAPACIDAD QUE TIENE CUALQUIER CIUDADANO DE PODER MONTAR UNA PÁGINA, UN CANAL, UNA EMISORA DIGITAL O EMITIR SUS COMENTARIOS SOBRE LA COBERTURA NOTICIOSA DE CUALQUIER MEDIO, INCLUYENDO LOS MEDIOS COMERCIALES, LE OTORGA UN PODER QUE PUEDE SER USADO PARA BIEN O PARA MAL.

DE UNA PARTE, PERMITE ESTIMULAR EL DIÁLOGO REFLEXIVO Y APORTAR IDEAS Y POSTURAS QUE POR OTROS MEDIOS TRADICIONALES Y COMERCIALES NO SE PODRÍA. PERO, TAMBIÉN ESTÁ CREANDO UN CLIMA DE INTOLERANCIA Y DESINFORMACIÓN. HAY EMPRESAS PERIODÍSTICAS QUE TIENEN FILTROS PARA MANTENER UN NIVEL DE CONVERSACIÓN QUE NO SEA VULGAR NI OFENSIVO, PERO LA GENTE SE LAS INVENTA Y BURLA ESOS MECANISMOS. SE PUEDE IR DE UNA APORTACIÓN REFLEXIVA A LO BANAL Y TRIVIAL.

EN LA REPÚBLICA POPULAR DE CHINA, ESFUERZOS PARA RESTRINGIR EL ACCESO DE LA POBLACIÓN A INTERNET, A TRAVÉS DE VARIAS GESTIONES: BARRERAS DE ACCESO (FIREWALLS); PROHIBICIÓN DE ENTRADA DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE SERVIDORES INTERNACIONALES; CASTIGO A LOS QUE VIOLAN LAS DISPOSICIONES. EN LA FOTO, UN EJEMPLO DE UNA BÚSQUDA BAJO LA PALABRA "TIANANMEN". A LA DERECHA ESTÁ EL FILTRO DE CHINA, EL CUAL IMPIDE REVELAR LAS CRUDAS IMÁGENES DE LOS SUCESOS OCURRIDOS EN DICHA PLAZA EN 1989, DONDE MURIERON ESTUDIANTES Y CIVILES QUE PROTESTABAN EN CONTRA DEL GOBIERNO. A LA IZQUIERDA, LO QUE SUCEDE CUANDO SE REALIZA UNA BÚSQUDA EN GOOGLE CON LA MISMA PALABRA DESDE CUALQUIER PAÍS DONDE HAY LIBERTAD DE PRENSA Y LIBRE ACCESO A INTERNET.

EJERCICIO # 3: DECONSTRUIR INFORMACIÓN

¿Qué preguntas se hace?

1. ¿Cuáles son los puntos más importantes?
2. ¿Qué evidencia me ofrecen para respaldar los puntos principales?
3. ¿Son las fuentes independientes?
4. ¿Qué verificación me ofrecen de los datos que mencionan?
5. ¿Es la información transparente?
6. ¿Es la información imparcial?
7. ¿Se ofrece el contexto del asunto?
8. ¿Cumple con explicar qué pasó, cuándo, cómo, dónde y por qué?
9. ¿Qué punto de vista predomina?
10. ¿Qué punto de vista está ausente?
11. ¿Qué información deja fuera?
12. ¿Es información útil y completa que me permite tomar decisiones y acciones?



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

PARA EVALUAR CUÁN CONFIABLE ES UNA NOTICIA, ES NECESARIO DECONSTRUIR LAS NOTICIAS (SEPARAR SUS PARTES Y EXAMINAR LA FIABILIDAD DE LA INFORMACIÓN). ESTAS PREGUNTAS LES SERVIRÁN DE GUÍA PARA EMPEZAR A ANALIZAR LA INFORMACIÓN QUE DIFUNDEN LOS MEDIOS. EVENTUALMENTE, LO IDEAL ES QUE ESAS PREGUNTAS LAS TENGA EN SU MENTE TAN PRESENTES COMO LAS RUTINAS MÁS BÁSICAS DEL DIARIO VIVIR Y LE SIRVAN COMO ESE FILTRO PARA EVALUAR TODAS LAS FUENTES DE INFORMACIÓN.

1. ¿EL TITULAR Y EL PRIMER PÁRRAFO, CONOCIDO COMO *LEAD* REFLEJAN EL CONTENIDO? , PERO NO SIEMPRE LO HACE). DE HECHO, NO SÉ CUANTOS SABEN QUE EN LOS PERIÓDICOS LOS TITULARES NO LOS COLOCA EL PERIODISTA.
2. ¿QUÉ SE VERIFICA? ¿QUÉ SE AFIRMA O DA POR SENTADO?
3. ¿DIRECTA O INDIRECTA? - EL HECHO DE QUE UNA HISTORIA SE BASA EN PRUEBAS INDIRECTAS NO QUIERE DECIR QUE ES UNA HISTORIA DÉBIL. A MENUDO, ES LA ÚNICA EVIDENCIA DISPONIBLE. PERO EL CONSUMIDOR DE NOTICIAS DEBEN SER CONSCIENTE DE QUE SI HAY TESTIGOS PRESENCIALES, LE OTORGA MAYOR CREDIBILIDAD PORQUE A MENUDO LA EVIDENCIA INDIRECTA SE BASAN EN INFERENCIAS QUE PUEDEN NO SER VÁLIDAS, MIENTRAS LA EVIDENCIA DIRECTA COMPRUEBA O RECHAZA LA VERACIDAD DE UN HECHO.
4. MIENTRAS MÁS MEJOR
5. TIPO DE FUENTES, RECUERDAN, EVALUAR TRAYECTORIA, ETC. ANÓNIMO VS. IDENTIFICADA; INDEPENDIENTES QUE CON INTERESES; MÚLTIPLES MEJORES QUE UNA SOLA FUENTE; AUTORIZADAS MEJORES QUE LAS FUENTES DESINFORMADAS; LAS QUE VERIFICAN SON MEJORES QUE LAS FUENTES QUE AFIRMAN: "YO SÉ" VS "YO CREO". PORQUE LA MAYORÍA DE LAS HISTORIAS SE BASAN EN ENTREVISTAS, LOS CONSUMIDORES DE NOTICIAS EN BUSCA DE INFORMACIÓN FIABLE NO PUEDEN APLICAR EL CRITERIO DE TODO O NADA. POR ESO HAY CINCO REGLAS PARA EVALUAR LAS FUENTES. SI ES UN TESTIGO OCULAR, ES MUY PROBABLE QUE TAMBIÉN SEA

DECONSTRUIR INFORMACIÓN FOTOS/VIDEOS



LEER ANTES DE MIRAR

- ✓ Créditos
- ✓ Calces
- ✓ Alertas



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

SIN LUGAR A DUDAS IMÁGENES TIENEN UN ENORME PODER. EN LA ERA DE LA IMAGEN DIGITAL, ES A MENUDO MAS ENGAÑOSO. LA REGLA DE HORA CON LAS FOTOS Y VIDEOS ES PRIMERO LEER ANTES DE MIRAR. ESTO SIGNIFICA QUE HAY QUE PRESTAR ATENCIÓN A VARIOS ELEMENTOS. CREDITOS, CALCES Y ALERTAS: Foto-composición , Foto-ilustración, Manipulación digital, *Photo enhancement* (mejora). LAS MISMAS PREGUNTAS PARA "DECONSTRUIR INFO".

DECONSTRUIR INFORMACIÓN TELEVISIÓN



CONOCER:

- ✓ Fortalezas
- ✓ Limitaciones
- ✓ Técnicas



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

EL MISMO PLANTEAMIENTO QUE YA HEMOS USADO EN LA DECONSTRUCCIÓN DE CUALQUIER INFORMACIÓN HAY QUE USARLO PARA TV PERO SE AÑADEN OTROS ELEMENTOS Y DETALLES CARACTERÍSTICOS DE ESTE MEDIO. LOS PRODUCTORES DE NOTICIAS A VECES NO PUEDE RESISTIRSE A USAR ELEMENTOS O TÉCNICAS DE ENTRETENIMIENTO EN LOS NOTICIARIOS PORQUE EL MEDIO BAJO EL ESCUDO EN QUE ESTÁN INSERTADOS ES UN MEDIO QUE POR NATURALEZA ES DE ENTRETENIMIENTO Y TIENEN QUE COMPETIR CON OTROS PROGRAMAS, AMENOS, QUE LLAMAN LA ATENCIÓN DEL PUBLICO Y ATRAER MAYOR AUDIENCIA.

SE DICE QUE "LA COMAY" ES EL PROGRAMA # 1 PORQUE APELA A UN LENGUAJE POPULAR Y UTILIZA ALGO QUE NOS CARACTERIZA CULTURALMENTE: EL INTERÉS POR EL CHISME. NO DIGO QUE SEA CIERTO Y NO NECESARIAMENTE ESTOY DE ACUERDO, PERO ES NECESARIO RECONOCER QUE NI SIQUIERA PROGRAMAS DE ESTA ÍNDOLE SE DEBEN CRITICAR SIN FUNDAMENTOS. NOS GUSTE O NO, HAY QUE RECONOCER EL LUGAR QUE TIENE CADA PROGRAMA, CADA TIPO DE INFORMACIÓN.

EL RETO ES QUE CADA VEZ LAS LINEAS SE CONFUNDEN MAS. LOS NOTICIARIOS USAN ELEMENTOS QUE SE PARECEN MAS A LOS PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y VICEVERSE. USTED TIENE QUE IDENTIFICAR DETALLES QUE PROVOCAN MIEDO/TEMOR, PALABRAS CARGADAS, MÚSICA DRAMÁTICA, CORTES RÁPIDOS, EFECTOS DE SONIDO, VISUALES Y ELEMENTOS GRÁFICOS LLAMATIVOS.

DE OTRA PARTE, TODAVÍA LAS CÁMARAS DE TELEVISIÓN NO ESTÁN PERMITIDAS DENTRO DE LOS JUICIOS EN PR Y ESO NO QUIERE DECIR QUE LO QUE OCURRE ALLÍ DENTRO NO ES TAN IMPORTANTE COMO SI UNA MODELO SE HIZO LOS SENOS, ETC. DE HECHO, ALGUNAS DE LAS HISTORIAS MÁS IMPORTANTES DE NUESTRO TIEMPO NO SE

Charla: "La lectura crítica de medios"
Anette S. Ruiz Morales, asistente de la dirección del CLP

ESTUDIO DE CASO

KONY 2012
INVISIBLE CHILDREN



¿QUIÉN?
¿QUÉ?
¿CÓMO?
¿CUÁNDO?
¿DÓNDE?
¿POR QUÉ?



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

EL 5 DE MARZO LA ORGANIZACION INVISIBLE CHILDREN DIFUNDE VIDEO CAMPAÑA KONY 2012 Y SE COMIENZA A COMENTAR Y A RE-ENVIAR POR REDES SOCIALES.

¿CUANTOS SE LO RECOMENDO UN AMIGO,FAMILIAR?

¿CUANTOS LO RECIBIERON POR EMAIL?

¿CUANTOS LO VIERON "POSTEADO" EN FB?

QUE RESPONDAN A LAS PREGUNTAS 5 W

Charla: "La lectura crítica de medios"
Anette S. Ruiz Morales, asistente de la dirección del CLP

ESTUDIO DE CASO

KONY 2012
INVISIBLE CHILDREN



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

¿CUANTOS LE DIERON "LIKE"? ¿POR QUÉ?

¿CUANTOS LO SUBIERON A SU FB?

¿CUANTOS ESTAN A FAVOR DE LA INICIATIVA?

¿CUANTOS ESTAN EN CONTRA?

¿POR QUE?

¿CUANTOS VIERON EL VIDEO KONY 2012 COMPLETO?

¿CUANTOS BUSCARON REFERENCIAS ADICIONALES APARTE DEL VIDEO?

¿CUANTOS SABEN QUE EL *KIT DE ACCION* QUE PROMUEVEN CUESTA \$30 Y EL BRAZALETE \$10?

LEER ANTES DE MIRAR

Charla: "La lectura crítica de medios"
Anette S. Ruiz Morales, asistente de la dirección del CLP

ESTUDIO DE CASO

KONY 2012
INVISIBLE CHILDREN



Referencia: <http://www.wrongingrights.com/2009/03/worst-idea-ever.html/>



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

DOS COLUMNISTAS DE EL VOCERO LEVANTAN BANDERAS ROJAS. COMOQUIERA NO CONFORMARSE CON LO QUE DICEN, RECUERDAN COLUMNA = OPINION

Charla: "La lectura crítica de medios"
Anette S. Ruiz Morales, asistente de la dirección del CLP

ESTUDIO DE CASO

KONY 2012
INVISIBLE CHILDREN



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

Reacciones y críticas no se hicieron esperar.
¿cuantos las vieron?

Otro: <http://www.youtube.com/watch?v=KLVY5jBnD-E> (6 mins.)

ESTUDIO DE CASO

KONY 2012

INVISIBLE CHILDREN



Group behind anti-Kony video rebuts criticism, urges public pressure

By the CNN Wire Staff
March 12, 2012 - Updated 12:41 GMT (10:41 HKT)



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

LECCIONES:

- Creadores contra-ataca en respuesta a criticas.
- IMP. ENTENDER LA COMPLEJIDAD DE UN ASUNTO Y NO DEJARSE LLEVAR POR LA VORAGINE, LO VIRAL, LO *INN* SOBRETODANO ANTES DE TOMAR UN DECISION: APOYAR UNA CAUSA, DONAR DINERO, YA SEA EN UN TEMA COMO ESTE O EN POLITICA POR EJEMPLO.
- PODER DE LAS REDES SOCIALES, EFECTIVIDAD CAMPAÑA más de 70 millones de personas.
- CRITICAS VAN A CONTINUAR NO ES QUE EL VIDEO ESTE MAL O BIEN, NI BUSCAR LA VERDAD ABSOLUTA, QUE COMO MENCIONABA AL PRINCIPIO NO EXISTE. ES QUE UNO COMO LECTOR CRITICO DEBE HACER.

9 / 10 orejitas empleadas aqui.

ESTUDIO DE CASO



Funcionario de colegio confirma querrela contra O'Neill

Alega que supuestamente el alcalde de Guaynabo lo agredió

- Fotos: **Políticos a las urnas**
 - Fotos: **Rastrear el proceso de primarias**
 - Video: **Fortuño vota en las primarias**
- Síguenos en [Facebook](#) y [Twitter](#)



Por Daniel Rivera / drivera2@elnuevodia.com
y Javier Colón jcolon@elnuevodia.com

El funcionario de colegio que supuestamente fue agredido por el alcalde de Guaynabo, Héctor O'Neill, confirmó esta tarde que radicó una querrela en contra del funcionario.

Este diario abordó al alegado perjudicado [Héctor Reyes](#) en la escuela Juanillo Fuentes. El hombre no quiso hacer expresiones, ya que todavía se encontraba en funciones como observador electoral, pero aseguró que brindó toda la información necesaria para radicarse una querrela por agresión contra O'Neill.

Reyes fue entrevistado por la sargenta Glenda Reyes, del Cuarte de la Policía en Guaynabo. A las 3:30 p.m., el perjudicado no había recibido un número de querrela.

No existe querrela contra O'Neill

Por Miguel Rivera Pulg, EL VOCERO el 18 de marzo de 2012 en Política · 0 comentarios

Info del autor



Comparte este artículo



Subscribe by RSS



EL VOCERO/Ingrid Torres/Archive

Transcurridas varias horas desde que se alega que el alcalde de Guaynabo, Héctor O'Neill alegadamente había empujado a Julito Reyes, un funcionario de Colegio de la legisladora Liza Fernández, la Policía no había recibido querrela alguna.

A las 2:00 de la tarde el superintendente Emilio Díaz Colón, quien se encontraba en la Escuela Petra Corretjer, en Manatí, dijo a E VOCERO vía telefónica que la Policía no había recibido querrela alguna contra el alcalde de Guaynabo.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

Esta noticia salio ayer primero en las ediciones digitales de los principales periodicos, pero NOTAN ALGO RARO? Dos versiones diferentes.

un funcionario de colegio de Liza Fernández en la escuela Juanillo Fuentes, en el barrio Canta Gallo, alegó que O'Neill le golpeó en dos ocasiones.

El funcionario de colegio que supuestamente fue agredido por el alcalde de Guaynabo, Héctor O'Neill, confirmó esta tarde que radicó una querrela en contra del funcionario la información que tenía la Policía apunta a que aparentemente hubo un incidente en el que no hubo agresión, pero tanto el supuesto querellante Julito Reyes como el alcalde O'Neill hablaron y el asunto quedó en nada

ESTUDIO DE CASO



La representante Liza Fernández radica querrela contra el Alcalde de Guaynabo



Telenoticias
Creada: Mar 18, 2012 at 5:39 PM ADT

Noticentro Política

Liza Fernández denuncia agresión de O'Neill a un funcionario de colegio

La representante Liza Fernández alega que el alcalde de Guaynabo, Héctor O'Neill, agredió a uno de sus funcionarios en la Escuela Juanillo Fuentes. La víctima radicó una querrela.

Por: Cobertura
18/03/12 2:05 PM



Guaynabo- La representante Liza Fernández denunció que un funcionario de colegio radicó una querrela por agresión contra el alcalde de Guaynabo, Héctor O'Neill.



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

En la TV, también hay algo raro.

Intro de Sosa dice "la representante Liza Fernandez radico una querrela..."

La periodista dice que la representante alego que un funcionario fue agredido...

OREJITAS DE LECTURA CRÍTICA

¿CUÁLES/CUÁNTAS RECUERDAS?

- 10...
- 9...
- 8...
- 7...
- 6...
- 5...
- 4...
- 3...
- 2...
- 1...



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

1. Usa múltiples medios.
2. No te conformes con nutrirte siempre de los mismos medios.
3. Sigue el curso de la historia con el paso del tiempo.
4. Evalúa las fuentes de información.
5. Diferencia lo que es noticia, de lo que es opinión, propaganda, publicidad, etc.
6. No juzgues un medio por una noticia. No juzgues una noticia por un error. Identifica patrones consistentes de prejuicios y sesgos.
7. Mantente informado constantemente. Se activo, no pasivo.
8. No te conformes con medios que representen tus ideologías. Abre tu mente a medios que retan tus principios y valores.
9. En la Internet, no otorgues validez a la información por el puesto que ocupa, sino por la credibilidad y confiabilidad.
10. Saca tiempo para analizar la información.

RECURSOS DISPONIBLES

1. *The Stony Brook Model – Classroom Materials*
http://www.centerfornewsliteracy.org/?page_id=454
2. *Salzburg Academy on Media & Global Change - Global Media Literacy: A New Curriculum -*
<http://www.salzburg.umd.edu/salzburg/new/media-literacy-curricula>
3. *American Society of Newspapers Editors – News Literacy Kit*
http://asne.org/Key_Initiatives/Youth_Journalism/News_Literacy_Tool_Kit.aspx
4. *News Literacy Project -*
<http://www.thenewsliteracyproject.org/program/>
5. *The High School Journalism Initiative / News Literacy Resources*
http://www.hsj.org/News_Literacy/index.cfm?menu_id=4



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

ESTOS SON SOLO ALGUNOS DE LOS RECURSOS DISPONIBLES.

PREGUNTAS



Centro para
la Libertad
de Prensa
Puerto Rico

ESPERO QUE LA INFORMACIÓN BRINDADA HAYA SIDO ÚTIL Y SI EN ALGO CAMBIÓ SU MODO DE PENSAR, O SI LOS CONFUNDÍ UN POCO, PUES ESO ES MUY BUENO PORQUE HAY QUE SALIR DE NUESTRA ZONA DE COMODIDAD. LOS EXHORTO A USAR LAS ESTRATEGIAS QUE COMPARTIMOS HOY COMO UN FILTRO EN SU MENTE PARA TODO LO QUE VEAN, ESCUCHEN Y PRODUZCAN. MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO Y ATENCIÓN. NO SE OLVIDEN DE COMPLETAR LA HOJA DE EVALUACIÓN Y LLEVARSE LOS MATERIALES DE APOYO. PREGUNTAS Y DUDAS.

EMAIL: PROYECTOANALISISCRITICOINFO@GMAIL.COM.