PROPÓSITO:

Guía No. 18: Los Jóvenes y Los Medios de Comunicación

Al término del módulo, el estudiante se comunicará responsablemente con sus compañeros de clase, amigos y familiares y lo hará teniendo siempre claro sus derechos y los de los demás.

MOTIVACIÓN:



"Los adolescentes y su relación con los medios de comunicación. Los medios de Comunicación son una de las principales fuentes de información para nuestros adolescentes hoy en día. Es muy importante conocer qué es lo que están absorbiendo, qué es lo que están aprendiendo de toda esa información que les llega. En primer lugar, es necesario señalar que hay diferentes tipos de medios de comunicación: Son los conocidos como medios de masa porque llegan a la población de forma masiva. Pueden producir cambios culturales a gran escala. Tanto positivos como negativos, auxiliares como complementarios. ***Uno. Medios en exteriores o publicidad exterior:*** Es un medio que por lo general se encuentra en exteriores o al aire libre. Algunos ejemplos son: Escritura en el cielo, globos gigantes, mini carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, etc. ***Dos. Medios Auxiliares o complementarios.*** Uso de las Redes Sociales. 1. Qué son las Redes Sociales. 2. Ventajas. 3. Desventajas. Estrategias de publicidad y mercadotecnia hacia los adolescentes. Uno. Estereotipos. Dos. Márquetin. Tres. Belleza. Influencia de la publicidad en los Adolescentes. Los niños y adolescentes también observan y están expuestos al prejuicio, cuando ven la televisión, leen libros y revistas, e inclusive al estudiar textos escolares que presentan imágenes estereotipadas de ciertos grupos de personas. Además de los estereotipos, presentan información errónea. Posibles soluciones. Como adolescentes algunas veces no se tienen la confianza. En nuestra conclusión queremos mencionar la importancia de las Tics en nuestra vida actual, ya que nos informan, nos entretienen, nos enseñan, entre muchas otras cosas; Pero siempre hay que aprender a discernir entre la información que debemos aceptar y la que se no debe resbalar".

EXPLICACIÓN:

Los medios adoran a los jóvenes y buscan los modos de convertirles en audiencia fiel o más bien cautiva. Pero al mismo tiempo, se muestran a veces sorprendidos por la poca eficacia de sus acciones: la juventud responde de manera atípica a promociones y programas especiales y no siempre tienen las claves para interpretar sus conductas. Por otro lado, los jóvenes son consumidores de los medios con un carácter marcadamente pragmático: en la medida en que les sirven para unos fines concretos y habitualmente inmediatos como relacionarse con los amigos, obtener una información puntual, etc. Además, a lo largo de los últimos años, han manifestado un claro

descontento por la imagen que de ellos ofrecen los medios al verlos como sujetos pasivos, desinteresados o poco implicados en las cuestiones sociales. Sin embargo, a pesar de estas tensiones, más que dos realidades frente a frente, juventud y medios de comunicación no sólo se armonizan bien, sino que se reclaman mutuamente. Junto a ellos, la sociedad, padres y educadores se preguntan en qué medida esta relación, a veces tan intensa, puede favorecer o perjudicar a la formación de los jóvenes, en pleno desarrollo de la personalidad. Los medios, muchas veces excesivos en sus formas y contenidos, presentan una realidad no siempre ajustada en sus términos. Así se intuye por qué esta temática ha captado la atención de numerosas investigaciones contemporáneas desde diversos ámbitos del saber, como, por ejemplo, la comunicación, la sociología, la psicología, la educación o la publicidad por citar algunas. “Juventud y medios de comunicación, frente a frente” es el título de este número monográfico de la Revista de estudios de Juventud, del Instituto de la Juventud, donde pretendemos tratar las variadas relaciones que se dan entre jóvenes y medios, desde la doble perspectiva de la educación y la comunicación. Se abordan cuestiones tales como: ¿por qué preocupa la relación entre los medios y los jóvenes y no ocurre lo mismo, por ejemplo, con la que tienen los mayores con esos medios? ¿En qué medida un medio como el cine puede afectar a la formación de la personalidad de los jóvenes? ¿Podemos esperar que los nuevos medios, fundamentalmente Internet, ¿despierten interés para participar de modo más activo en la sociedad que les rodea? ¿Poseen una virtualidad educativa estos medios? ¿Qué sucede con el ocio y el juego de los jóvenes cuando se interponen los medios de comunicación?

EJERCICIOS:

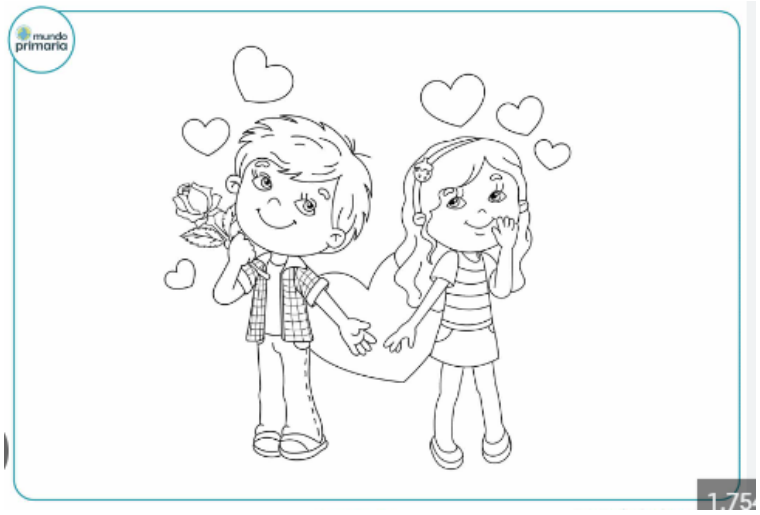
1. Comprar la guía, pegarla, copiarla y desarrollarla en el cuaderno; 2. ¿En qué medida un medio como el cine puede afectar a la formación de la personalidad de los jóvenes? 3. ¿Qué sucede con el ocio y el juego de los jóvenes cuando se interponen los medios de comunicación? 4. ¿por qué preocupa la relación entre los medios y los jóvenes? 5. Realizar un dibujo a todo color, relacionado con el tema tratado en esta guía.

EVALUACIÓN:

1. Trabajo en clase (1 punto); 2. Cuaderno al día (4 puntos); 3. Sustentación (2 puntos); 4. Orden en el puesto de trabajo (1 punto); 5. Actitud ante la clase (1 punto); 6. Adquisición de la guía (1 punto).

Total: 10 puntos.

BIBLIOGRAFÍA:



https://www.injuve.es/sites/default/files/revista68_completa.pdf