

Nombre: _____ Fecha: _____

Answer Key: ¿Eres más astuto que un algoritmo? El Desafío de Alfabetización Mediática para Graduandos

Tus estudiantes de último año diseccionan la arquitectura detrás de los medios masivos, identificando propósitos comerciales y técnicas de persuasión en el entorno digital.

1. ¿Cuál es el objetivo principal de la mayoría de los medios de comunicación comerciales hoy en día?

Answer: B) Generar ganancias mediante la venta de tiempo o espacio a anunciantes.

La mayoría de los medios operan como empresas que venden la atención de su audiencia a los anunciantes para generar ingresos.

2. Los mensajes mediáticos son construcciones sociales y no un reflejo exacto de la realidad.

Answer: A) Verdadero

Cada mensaje es construido por personas que toman decisiones sobre qué incluir y qué omitir, lo que crea una versión interpretada de la realidad.

3. El término _____ se refiere a la capacidad de acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una variedad de formas.

Answer: B) Alfabetización mediática

La alfabetización mediática es el conjunto de habilidades que permite a los ciudadanos interactuar críticamente con los medios.

4. Cuando analizamos un mensaje mediático, ¿qué significa identificar el 'público objetivo'?

Answer: B) Identificar el grupo específico de personas a quienes va dirigido el mensaje.

El público objetivo es el sector de la población (por edad, género, intereses) que el creador del mensaje desea atraer.

5. Todos los consumidores de medios interpretan el mismo mensaje exactamente de la misma manera.

Answer: B) Falso

Cada persona aporta sus propias experiencias y valores, lo que resulta en interpretaciones diversas de un mismo contenido.

Nombre: _____ **Fecha:** _____

6. La técnica de persuasión donde una celebridad recomienda un producto se denomina _____.

Answer: C) Testimonio

El testimonio utiliza la fama o autoridad de una persona para validar la calidad de un producto o idea.

7. ¿Qué es un 'sesgo mediático'?

Answer: B) La inclinación o preferencia hacia una perspectiva particular en la noticia.

El sesgo ocurre cuando la cobertura favorece a un bando, grupo o idea por encima de otros, afectando la imparcialidad.

8. El 'product placement' (emplazamiento publicitario) es cuando vemos una marca real dentro de una película o serie de forma 'natural'.

Answer: A) Verdadero

Es una forma de publicidad sutil donde los productos se integran en el contenido narrativo para influir en el espectador.

9. El término usado para noticias falsas que parecen ser reales para generar clics o desinformar es _____.

Answer: C) Fake news

Las 'fake news' son contenidos deliberadamente falsos creados para engañar al público con fines políticos o económicos.

10. ¿Cuál de estas preguntas es fundamental para la alfabetización mediática?

Answer: B) ¿Quién creó este mensaje y por qué?

Cuestionar el origen y el propósito es esencial para entender la intención y el posible sesgo detrás de cualquier mensaje.