

ENTRE LA EMOCION Y LA ACCION

Objetivo : Analizar la imagen como detonante de emoción y de movilidad.

Según Michael Ignatieff las imágenes no ejercen por sí solas un impacto; es el relato (moral o de otro tipo) que difundimos a propósito de estas imágenes, las que nos hacen sentir y las que en ocasiones nos incitan a la acción. Aunque también es cierto, paradójicamente, que la prohibición de acceso y la falta de imágenes de determinados crímenes ha sido una de las principales palancas de la reacción de la comunidad internacional.

No obstante son más frecuentes las ocasiones en las que la imagen indigna pero después asusta, te harta y por ello desconectas de dichas imágenes provocando en uno mismo actos precipitados y/o pasividad.

Actividad 1:

Observa esta imagen¹



¹ Fotografía tomada en .Mostar por el fotoperiodista Diego Ibarra Sánchez.

a).- ¿ Cómo te sientes al mirarla?

Me siento²:

Atraído por el tema	Aventurero	Libre de preocupaciones
Solitario	Seguro	Entusiasta
Dudoso	Independiente	Optimista
Responsable	Incapaz	Pensativo
Conmovido	Preocupado	Harto
Satisfecho	Molesto	Deprimido
Estimulado	Crítico	Inspirado
Ridículo	Afectuoso	Ofendido
Escéptico	Insultado	Disgustado
Hábil	Desinteresado	Escandalizado
Confuso	Tranquilo	Ingenioso
Preocupado	Enojado	Desconfiado
Curioso	Impaciente	Aliviado
.....

b).- ¿ Consideras que la imagen invita a la acción por un mundo más justo o induce a la pasividad ?

c).-¿ Qué características crees que debe tener una imagen que invita a actuar?

Actividad 2:

Imagina que tienes que escribir un reportaje sobre EL PAPEL DE LOS JÓVENES EN LA RECONSTRUCCIÓN DE UN PAIS..

a.- ¿Qué contenidos incluirías?³

b.-¿Cómo crees que esos contenidos pueden influir en la actitud de los receptores?

c.- ¿Qué otros temas consideras que deben ser tratados en los días o semanas anteriores o posteriores?
(fijación de agenda, ampliación de nuevos temas: Apoyo de Colectivos Internacionales educativos, de empleo,)

d.-¿Cómo harías para que gustara, entretuviera?

² Los items utilizados pretenden servir de método de análisis pero no de medición de la fuerza del sentimiento . En caso de desear medirlo pueden utilizarse las escalas de Lapidus (1991) y Kover y Abruzzo (1993)

³ Los apartados a, b, c, tratan de la persuasión y sus efectos cognitivos; los apartados d, e los efectos afectivos y los apartado f, g, h los efectos sobre la conducta.

- e.-¿Cómo harías para que los receptores relacionasen el reportaje con sus propios temores, odios, gustos, incertidumbres ...?
- f.- ¿Cómo invitarías a la acción ciudadana?
- g.- ¿Incorporarías la frase de Camus "Les desprecio porque pudiendo tanto se atrevieron a tan poco?"
¿ Por qué?
- h.- ¿Qué alternativas plantearías para reconstruir alguna utopía , para lograr a medio plazo y para trabajar a corto plazo?

Las acciones de los ciudadanos del mundo frente a determinados problemas están directamente relacionadas con las "imágenes" que tenemos sobre los mismos . Es preciso que nos cuestionemos esos iconos y movilizar nuestra opinión.

En muchas ocasiones los medios reafirman y perpetúan valores y cosmovisiones que son muy útiles para asegurar el buen funcionamiento del sistema neoliberal en el que está inmerso nuestro mundo y contribuyen muy eficazmente a situar al Sur dentro de este sistema en una posición de desventaja manifiesta.

Además las representaciones que realizan los medios ... construyen los imaginarios de las personas jóvenes acerca de dichas realidades. Estos imaginarios dificultan, cuando no impiden abiertamente, cualquier tipo de transformación sociopolítica orientada a establecer unos intercambios más justos y equitativos.

FUEYO GUTIERREZ, A. (2002): De exóticos paraísos y miserias diversas. Publicidad y (re) construcción del imaginario colectivo sobre el Sur. Icaria Editorial. p.10