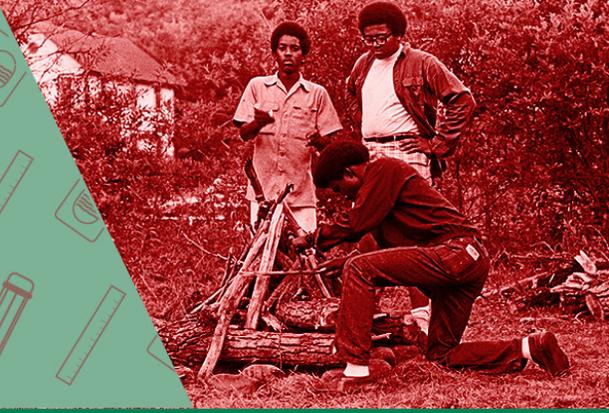


CRIP CAMP CURRICULUM



**Clase 1: Alfabetismo mediático:
Entiende lo que estás viviendo**

Nota para los educadores

Como educadores, cada uno creamos nuestro propio estilo de facilitación. Estos planes de clase te invitan a mantener tu estilo personal mientras expandes tu práctica con los participantes. Te invitamos a que adaptes las actividades a las necesidades grupales e individuales de tu salón. Esto puede implicar convertir un ejercicio escrito en ejercicio oral o invitar a los participantes a usar la tecnología que tengan disponible para completar las actividades si esto facilita su participación.

Cada vez que invites a tu grupo a hacer algo, toma en cuenta que crear un espacio accesible no es una responsabilidad solamente tuya, porque la accesibilidad es una responsabilidad colectiva. Pero como facilitador, sí puedes crear un modelo para que todos comprendan en qué consisten la accesibilidad y el cuidado.

Te invitamos a iniciar cada clase con un registro de accesibilidad. Es una oportunidad para que los participantes se hagan conscientes de las necesidades de sus cuerpos y mentes, así como para que expresen qué apoyo físico o emocional necesitan. Por ejemplo, ¿a alguien le hace falta rellenar su vaso de agua? ¿Alguien necesita tomar sus medicinas? ¿Alguien estaría más cómodo acostado en el suelo o de pie? ¿Alguien necesita otro tipo de luz en el salón? ¿Funcionan las sillas del salón para todos los participantes?

Cada persona recorre el salón y expresa qué podría necesitar su cuerpo y mente. Como facilitador, puede ayudar que tú comiences para darles un ejemplo. Cuando termines, puedes decir “listo”, para que todos sepan que terminaste. También les puedes recordar a los participantes que decir “mis necesidades de accesibilidad están cubiertas, listo” es una buena manera de expresar que tienen lo que necesitan para estar presentes en las actividades y clases.

Estos registros sirven como recordatorio de que las necesidades de accesibilidad pueden cambiar de un momento a otro. También te sirven para recordar que, como facilitador, debes crear y mantener, en la medida de lo posible, un espacio en el que los participantes puedan hacer solicitudes para que el entorno les sea más cómodo.

Sobre esta clase

Las actividades en este plan de clase requieren más tiempo del disponible en una sesión de 45 a 60 minutos. Eso es a propósito, para permitir varias opciones y una mayor flexibilidad. Las actividades se pueden realizar durante varias sesiones, y puedes elegir las y editarlas para que cubran las necesidades de tus participantes.

Está bien que no siempre sepas la respuesta. Decir “no sé” o “esta información es nueva para muchos, incluyéndome” ayuda a construir una relación honesta con los participantes. La meta es apoyarles para que entiendan el alfabetismo mediático y apliquen sus nuevas habilidades como preparación para lo que van a ver en la película CRIP CAMP.

Este plan de clase se enfoca en el alfabetismo mediático, una teoría y práctica que lleva más de 30 años existiendo en comunidades educativas. Es importante asegurarnos de que todos entendamos lo que estamos viendo, oyendo y viviendo, y también que sepamos que se vale criticar, explorar y ser curioso con cualquier obra mediática. Estas serán las bases para tener experiencias de pensamiento crítico, abiertas, honestas y enriquecedoras.

El alfabetismo mediático es una herramienta clave para identificar y desafiar el capacitismo, pues nos permite reconocer las distintas maneras en las que accedemos a una obra mediática y en cómo la naturaleza misma de ciertos medios nos excluye a algunas personas. También nos brinda un lenguaje y un marco de referencia para hablar de racismo, capacitismo y otros temas con padres de familia y educadores que quizá no tengan un fuerte bagaje sobre justicia racial y para las personas con discapacidad. El alfabetismo mediático ofrece cimientos para sacarles el mayor provecho a las posibilidades educativas y liberadoras de la película CRIP CAMP.

El alfabetismo mediático nos ayuda a identificar la justicia mediática. Y un gran ejemplo de justicia mediática es la película CRIP CAMP.

Al final del plan de clase, encontrarás las Competencias de Aprendizaje Socioemocional y los Estándares Estatales Comunes en los que se basa.

Meta pedagógica:

En este plan de clase, los estudiantes aprenderán de alfabetismo mediático y aplicarán esas habilidades a las obras mediáticas creadas para la película CRIP CAMP.

Clase 1: Alfabetismo mediático

Resultados de aprendizaje:

Al final de la clase, los estudiantes podrán:

- explicar y entender varios tipos de medios y de alfabetismo mediático;
- identificar y aplicar métodos para interpretar obras mediáticas;
- identificar distintos tipos de obras mediáticas creadas para CRIP CAMP;
- comprender el valor de contar con una variedad de historias y voces;
- investigar y analizar varias obras mediáticas.

Materiales:

Puedes encontrar los materiales al final del plan de clase y en los enlaces disponibles. Todos los materiales también están disponibles en la sección "Education" de <https://cripcamp.com>.

- cartel de la película CRIP CAMP
- tráiler de la película con audio descriptivo: <https://youtu.be/s6TB7KEqhRo>
- lista de Spotify de CRIP CAMP : <https://rb.gy/ess5zr>
- sitio oficial de CRIP CAMP: <http://cripcamp.com>
- entrada de Wikipedia de CRIP CAMP: https://en.wikipedia.org/wiki/Crip_Camp
- selección de capturas del documental y fotos

Preparación:

Ve la película CRIP CAMP (<https://youtu.be/OFS8SpwioZ4>) y las imágenes incluidas en este plan de clase. Luego visita la lista de recursos para familiarizarte con los distintos tipos de obras mediáticas relacionadas con la película.

Actividad 1: Registro de accesibilidad e introducción al alfabetismo mediático (15 minutos)

El propósito de esta actividad es aprender el concepto de alfabetismo mediático y discutir su significado.

Empieza con un registro de accesibilidad, que incluye el recordatorio de que las necesidades de accesibilidad pueden cambiar de un momento a otro. También te sirve para recordar que, como facilitador, debes crear y mantener en lo posible un espacio en el que los participantes puedan hacer solicitudes para que el entorno les sea más cómodo.

Después del registro, escribe “medios” en el pizarrón.

Diles a los participantes que definir “medios” no siempre es tan fácil como parece. Distintas personas lo definen de maneras diferentes. Invítalos a dar ejemplos de definiciones de “medios”. Las respuestas pueden incluir funciones y definiciones de “medios” (como “información”, “comunicación”, “expresión”) o tipos de “medios” (como “televisión”, “periódicos” y “redes sociales”). Asegúrate de mantener la conversación centrada en las definiciones de “medios”. En una actividad posterior, los participantes generarán una lista de los medios específicos con los que interactúan.

Da la siguiente definición para hacer avanzar la conversación: Un ‘medio’ puede ser cualquier forma de comunicar y compartir un mensaje.

Recuérdales a los participantes que los medios son formas de expresión. Algunas personas crean obras mediáticas pensando solo en sí mismas (como llevar un diario) y otras lo hacen para compartir información e ideas con la mayor cantidad de gente posible. Esos tipos de medios pueden llamarse “redes sociales” o “medios masivos de comunicación”.

Ahora escribe la palabra “alfabetismo” en el pizarrón y cambia “medios” por “mediático”.

Invita a los participantes a decir qué creen que signifique “alfabetismo”. Busca las siguientes palabras y, si no las oyes, añádelas a la discusión: comprender, analizar, investigar, crear, leer, saber, creer, descubrir, hacer.

Puede que los participantes relacionen el término “alfabetismo” con leer y escribir. Si lo mencionan, ayúdales a alcanzar un concepto más rico con preguntas adicionales, como: “¿Por qué es importante saber leer y escribir?” y “¿Para qué lee y escribe la gente?”.

Luego, pregunta: “Cuando juntamos ‘alfabetismo’ y ‘mediático’, ¿qué creen que signifique?”. Invítales a dar algunas respuestas y luego da la definición del Centro para el Alfabetismo Mediático (<https://medialit.org>):

“La capacidad de acceder, analizar, evaluar, crear y actuar usando cualquier forma de comunicación. El alfabetismo mediático les da a las personas el poder de ser pensadores y actores críticos, comunicadores efectivos y ciudadanos activos.”

En resumen, el alfabetismo mediático nos convierte en consumidores mediáticos más capaces y conscientes. Nos ayuda a comprender los mensajes que se crean y los que recibimos, quién los hizo y por qué, y cómo crear los nuestros.

Actividad 2A: Los muchos tipos de medios (15 minutos)

Esta actividad les da a los participantes la oportunidad de generar una amplia lista de distintas clases de medios y empezar a categorizarlos como tipos distintos.

Inicia escribiendo “¿Qué clases de medios hay?” en el pizarrón.

Invita a los participantes a usar una hoja limpia y a dividirla en cuatro secciones (esta actividad también puede hacerse con post-its). Después, anímalos a titular cada sección con “Redes sociales”, “Medios impresos”, “Imágenes en movimiento” y “¡Más!”.

Invítales a escribir todos los ejemplos que puedan de esos tipos de medios, con por lo menos un ejemplo por sección. Dale unos minutos para completar la actividad. Anímalos a ser específicos y a enumerar los nombres de cada tipo de medio que recuerden.

Mientras trabajan, replícalo en el pizarrón.

Por ejemplo, “Twitter” entra en “redes sociales”, “periódicos” entra en “medios impresos” y “cine” entra en “imágenes en movimiento”.

Invítales a usar la sección “¡Más!” para cualquier cosa que ni tú ni ellos puedan categorizar con facilidad. Por ejemplo, piensa dónde entrarían “correo electrónico” o “SoundCloud”.

Dale al grupo todo el tiempo que creas que necesite para completar la actividad, e intenta que los participantes te den nombres de medios específicos. Por ejemplo, “periódico” puede ser The Washington Post, y “redes sociales” puede ser TikTok.

Luego, invítales a compartir con todos qué incluyeron en cada categoría. Conforme los participantes vayan haciendo contribuciones, tú o ellos pueden añadirlas al cuadrante apropiado del pizarrón. Cuando todos hayan contribuido, pregúntale al grupo: “¿Hay algo más que quieran añadir o mover de lugar?”, y hazlo.

Asegúrate de que los participantes entiendan que los “medios” son muchas cosas, y que constantemente se crean nuevos tipos de medios.

Actividad 2B: Barómetro mediático (10 minutos)

Ahora que generaron una lista de muchos tipos de medios, di: “Voy a leer varias afirmaciones. Digan si están de acuerdo o en desacuerdo con cada una. Tendrán oportunidad de explicar sus respuestas y contestar a las de los demás. Pongan atención a lo que dicen los otros. Si oyen algo que haga que cambien de postura, no pasa nada”.

Estas son algunas afirmaciones que puedes usar para esta actividad:

- Los medios son justos.
- Los medios deben ser objetivos o neutrales.
- Los medios son entretenimiento y no se deben analizar.
- Los medios influyen en nosotros.
- No puedo hacer nada para cambiar cómo es un medio.
- Solo puedes hacer obras mediáticas si tienes mucho dinero.
- Los medios no son un espejo que refleja al mundo, sino un martillo para forjarlo. (Puedes mencionar que esa es una adaptación de “El arte no es un espejo puesto frente a la realidad, sino un martillo para forjarla”, de Berthold Brecht).

Después de leer cada afirmación, invita a algunos participantes que se sientan cómodos hablando a que les digan a todos si están de acuerdo o no, y por qué.

Algunos tips para facilitar la actividad del barómetro:

El formato del barómetro requiere una facilitación fuerte para evitar la polarización. La meta de esta actividad es promover un debate profundo entre los participantes, no demostrar quién tiene la razón.

Invita a los participantes a resistir la tentación de interpretar las afirmaciones. Cuando pregunten: “¿Qué quiere decir esa afirmación?” o digan que no pueden responder sin saber exactamente qué quiere decir una afirmación, recuérdales que todas son opiniones y que ninguna quiere decir una sola cosa.

Esta actividad es valiosa porque saca a relucir interpretaciones diferentes y les recuerda a los participantes que las afirmaciones como esas rara vez significan una sola cosa.

Atiende tu papel de facilitador. Asegúrate de que se reconozcan todas las opiniones, de que les participantes les pongan atención a los demás y de que se comuniquen entre ellos. Recuérdales que no pasa nada si cambian de opinión.

Puede ser útil familiarizar al grupo con este formato practicando con una afirmación de prueba. Una buena afirmación de barómetro es una opinión (no una pregunta) que puedas predecir que generará un debate sano en el grupo, por ejemplo: “El helado de vainilla sabe mejor que el de chocolate”.

Termina con las siguientes preguntas de discusión/procesamiento:

- ¿Qué notaron de las respuestas a las afirmaciones del barómetro?
- ¿Qué aprendieron con esta actividad?
- ¿Dónde ven que los medios reflejen nuestro alrededor?
- ¿Dónde ven que los medios lo forjen?
- ¿Por qué es importante que discutamos y sepamos de distintos tipos de medios?

Actividad 3: Elementos del alfabetismo mediático (20 minutos)

El propósito de esta actividad es presentarles a los participantes las cinco preguntas clave del alfabetismo mediático.

Ahora que los participantes comprenden qué es el alfabetismo mediático, preséntales los cinco elementos clave que nos ayudan a alfabetizarnos en medios. Lee cada pregunta en voz alta:

1. ¿Quién hizo esto?
2. ¿Qué técnicas creativas usaron para atraer (y mantener) mi atención?
3. ¿Qué valores y/o creencias promueven? ¿Cuáles faltan?
4. ¿Cómo podrían entender este mensaje distintas personas?
5. ¿Por qué están enviando este mensaje?

Di que vas a usar una obra mediática de la película de Netflix CRIP CAMP, y contestar juntas cada pregunta.

Muéstrales el cartel de CRIP CAMP. Prepárate para describirles el cartel a los participantes que no puedan verlo. Puedes encontrar consejos para describir imágenes al final de este plan de clase, en la sección “Recursos”.

Empieza por la pregunta uno. Cuando preguntamos “¿Quién hizo esto?”, ¿qué creen los participantes que sería la respuesta? Algunas respuestas podrían ser “los Obama” o “Netflix”. ¡Recuérdales que hay gente que escribe, dirige, edita, sonoriza, fotografía, filma, sube a la red, archiva, publicita y transmite o imprime obras mediáticas todo el tiempo! ¿Quiénes son esas personas, y qué impacto tienen sus identidades, experiencias e historias de vida en las obras mediáticas que crean?

Invita a los participantes a decir cómo averiguarían más información sobre esta película. Señala que podemos conseguir información sobre quién creó cierta obra mediática viendo los créditos, buscando en internet, leyendo entrevistas e investigando. Si lo consideras útil, invita a los participantes a intentar averiguar en internet quiénes dirigieron la película CRIP CAMP. Luego, anímales a compartir con todos cómo encontraron esa información. ¿Qué escribieron o dijeron en su navegador?

Pasa a la pregunta dos. ¿Qué técnicas creativas usaron para atraer (y mantener) mi atención? ¡Esta

es una oportunidad para recordar a los participantes que una obra mediática puede tocar todos nuestros sentidos, y que interactuar con ella puede ser una experiencia muy sensual (o al menos sensitiva)! ¡Podemos ver, oír y tocar, y algunas imágenes y sonidos evocan recuerdos de olfato y gusto! Pregunta:” ¿Cómo atrae y mantiene nuestra atención este cartel?”.

Para la pregunta tres, recuérdales a los participantes que los medios no siempre pueden representar a todas las personas y experiencias, ni llegar a ellas, y que muchos omiten a muchas de ellas. Mientras discuten el cartel de CRIP CAMP, pregunta de qué creen que trate la película basándose en la imagen y las palabras. Recuérdales que no hay una respuesta correcta a esa pregunta. Trata de mantenerles concentrados en el cartel y permíteles ciertas oportunidades de confusión o de juego, pues podrían resultar ser nuevas representaciones que discutir. Puedes dirigir una conversación sobre por qué hay omisiones. Recuérdales que por eso es importante que creen obras mediáticas propias, para llenar las lagunas y/o desmentir mitos y estereotipos.

Para la pregunta cuatro, invita a los participantes a pensar en cómo pueden experimentar esta obra mediática quienes estén excluides por ella; algunas personas omitidas podrían ser las mujeres y niñas, porque no aparecen en la imagen. Pregúntales de qué maneras podrían entender este mensaje personas diferentes. Incítales a ver, además de la imagen, las palabras y símbolos del cartel.

Pídeles que piensen en cómo las obras mediáticas siempre están hechas para ciertos grupos y no otros, y en cómo eso influye en la manera en la que experimentamos los medios. ¿En qué grupo de personas creen que está enfocada la película CRIP CAMP? ¿Es una película para todo el mundo? ¿Por qué sí o por qué no?

Esta conversación podría llevar a una variedad de discusiones sobre estereotipos, privilegios, poder, accesibilidad y desinformación. Prepárate para facilitarlas o redirigirlas conforme sea necesario.

Podrías decir: “He oído los mismos ejemplos varias veces; hay que concentrarnos en esos” o: “Vamos a detenernos aquí para poder discutir más sobre...”.

Cierra esta discusión con la pregunta cinco. ¿Por qué están enviando este mensaje? Tal vez haya muchos participantes que creen que los medios se usan para convencer a la gente de ser consumidora y comprar productos, ideas o experiencias. ¿Qué ideas y experiencias creen que estén incluidas en la película CRIP CAMP (Campamento de lisiados)? Anímalos a pensar en el título y en

qué les dice. Invítales a decir cuándo fue la última vez que vieron un documental, de qué trataba y por qué lo crearon. ¿Qué papel tienen el dinero, la accesibilidad y la representación en por qué se crea cierta obra mediática?

Actividad 4: Alfabetismo mediático en práctica (30 minutos)

Esta actividad les permite a los participantes poner en práctica las cinco preguntas de alfabetismo mediático con otra obra mediática relacionada con la película CRIP CAMP.

Organízales para trabajar individualmente o en grupos y asígnales una obra mediática relacionada con la película CRIP CAMP para que la discutan y examinen. Hay cuatro imágenes, un tráiler, hashtags, una lista de Spotify, el sitio oficial y la entrada de Wikipedia de la película.

Puedes ofrecerles la oportunidad de elegir una de las siguientes imágenes o sugerirles que busquen un hashtag relacionado con la película, como #CripCamp, #CampJened, #Disability o #CripCampLive. Cuidado con sugerir hashtags con los que no estés familiarizado y que no hayas investigado de antemano.

- El tráiler de la película con descripción del audio se puede ver aquí: <https://youtu.be/s6TB7KEqhRo>
- La lista de Spotify está disponible aquí: <https://rb.gy/ess5zr>
- El sitio oficial es: <http://cripcamp.com>
- La entrada de Wikipedia es: https://en.wikipedia.org/wiki/Crip_Camp
- Las imágenes están al final de este plan de clase

Invita a cada participante o grupo a decidir quién tomará notas y dará un informe, y quién le mostrará al resto del salón la obra mediática que eligieron. Anímalos a trabajar con las cinco preguntas. Dale 15 minutos para esta parte de la actividad.

Invita a cada participante/grupo a dar un informe y a los demás participantes a hacer preguntas sobre el proceso (por ejemplo, “¿Cómo averiguaron quién creó este mensaje?”).

Propón las siguientes preguntas de discusión:

- ¿Por qué importa tener alfabetismo mediático?
- ¿Qué harían si vieran un mensaje con el que no están de acuerdo?
- ¿Cómo se usan los hashtags para promover mensajes?

Actividad 5: Vean el tráiler de CRIP CAMP (15 minutos)

El propósito de esta actividad es que todos los participantes vean el tráiler de la película CRIP CAMP y lo discutan usando preguntas de alfabetismo mediático como guía.

Prepárate para mostrarle el tráiler al grupo con audio descriptivo (puede verse en el sitio de CRIP CAMP, en <https://cripcamp.com>). Dura menos de cuatro minutos. Cuando acaben de verlo, usa las siguientes preguntas para discutirlo con ellos:

- ¿Qué opinan de esta película?
- ¿Habían oído hablar de experiencias similares antes? ¿Por qué sí o por qué no? (es decir, ¿Qué falta?).
- ¿Qué emociones creen que sientan las personas en la película?
- ¿Qué notaron al ver el tráiler con audio descriptivo?

Actividad 6: Actividad de cierre

(5 minutos)

Para cerrar la sesión, agradece a los participantes por el tiempo y energía invertidos en discutir obras mediáticas y en desarrollar su alfabetismo mediático. Pídeles a los participantes que recorran el salón y compartan con el grupo algo que hayan aprendido sobre medios o discapacidades. También puede ser un ejercicio por escrito.

Actividades Adicionales

Actividad 7: Lengua de señas y acceso a medios (25 minutos)

El propósito de esta actividad es explorar la accesibilidad de la película y/o el tráiler. ¿Quién tiene acceso a ellos? ¿Cómo se puede acceder a medios visuales? ¿Qué barreras de accesibilidad tienen? ¿Qué significa “ver” una película o tráiler? ¿Qué tan importante es el sonido para las películas y videos?

Requerirás acceso a lo siguiente:

- El tráiler de CRIP CAMP (o la película completa): <https://youtu.be/s6TB7KEqhRo>
- “What is Captiview?”: <https://youtu.be/ebL3vzuqiuc>
- “Regal Access—Glasses with Open Captions”: <https://youtu.be/OsckbFwU2SQ>
- “Do Deaf People Go to Movie Theaters?”: <https://youtu.be/sUZX2NKGRQM>

Pregúntales a los participantes qué significa el término “accesibilidad”. Probablemente den respuestas como “disponibilidad, entrada, etc.”. Escribe la siguiente definición, tomada de <https://myblindspot.org>, en el pizarrón:

“La accesibilidad puede considerarse como la capacidad de acceder a cierto sistema o entidad y beneficiarse de él. El concepto suele enfocarse en personas con discapacidad o necesidades especiales (como la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad), su derecho a la accesibilidad y el uso de tecnología auxiliar.”

Para esta actividad, se concentrarán en la accesibilidad para personas s/Sordas y con dificultades auditivas y sus comunidades. Es importante distinguir entre “s/Sordo” y “con dificultades auditivas”, que muchas personas usan de manera intercambiable.

Según Carol Padden y Tom Humphries en *Deaf in America: Voices from a Culture* (1988):

“[En Estados Unidos,] usamos “sordo” con minúscula para referirnos a la condición auditiva de no oír, y “Sordo” con mayúscula para referirnos a un grupo particular de personas sordas que comparten una lengua —la Lengua de Señas Estadounidense (ASL, por sus siglas en inglés)— y una cultura.”

“Persona con dificultades auditivas”, aunque suele estar relacionado con el término “s/Sordo” se refiere a:

[...] una persona con una pérdida de audición entre ligera y moderada. También puede denotar a una persona sorda que no tiene o no quiere tener ninguna relación cultural con la comunidad Sorda, o ambas. El dilema de las personas con dificultades auditivas es que en cierto sentido son oyentes, en otro son sordas y en otros, ninguna de las dos.”
Deaf Life, “For Hearing People Only” (octubre de 1997)

Cuando les participantes comprendan las diferencias entre estos términos, pregúntales lo siguiente:

- ¿Cómo se pueden comunicar las personas s/Sordas o con dificultades auditivas?
- ¿Pueden ver cine o televisión las personas s/Sordas o con dificultades auditivas?
- ¿Cuándo fue la última vez que vieron a una persona s/Sorda o con dificultades auditivas representada en los medios?

Recuérdales a les participantes que no son preguntas para juzgar qué está bien y qué está mal, sino que son útiles para pensar en cómo pueden acceder a medios visuales las personas.

Muéstrasles los videos de “What is Captiview?” y “Regal Access”:

- “What is Captiview?”: <https://youtu.be/ebL3vzuqiuc>
- “Regal Access—Glasses with Open Captions”: <https://youtu.be/OsckbFwU2SQ>

Pregúntales a les participantes:

- ¿Qué objetivo tienen esos aparatos?
- ¿Ayudan o afectan a las personas s/Sordas o con problemas auditivos?

Luego, muéstrasles “Do Deaf People Go To Movie Theaters?”

- “Do Deaf People Go to Movie Theaters?”: <https://youtu.be/sUZX2NKGRQM>

Pregúntales qué opinan al respecto.

- ¿Qué les pareció la experiencia de Nyle y Chella en el cine?
- ¿Cambiaron su opinión sobre los aparatos de Captiview y Regal Access? ¿Por qué sí o por qué no?

Para la última parte de esta actividad, invita a los participantes a ver el tráiler de CRIP CAMP en sus dispositivos personales. De no ser posible, pide que una voluntarie lo abra desde el sistema del salón. Pídele que averigüe cómo acceder a los subtítulos. Usa las siguientes preguntas para dirigir la discusión:

- ¿Fue fácil añadir los subtítulos? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Entendieron todo?
- ¿Qué tan importantes son la música y los efectos de sonido en un programa de televisión?
- ¿Acaso los subtítulos representan de manera adecuada la música y los efectos de sonido?
- ¿Pudieron leer los subtítulos y ver toda la acción al mismo tiempo?

NOTA: Mientras hagan la actividad, mantengan encendido el sonido. No están tratando de simular la experiencia de una persona s/Sorda o con problemas auditivos, sino explorando la accesibilidad.

Para cerrar la actividad, pregúntales a los participantes:

- Pensando en la definición de “accesibilidad” que vimos al principio de esta actividad, ¿qué tan accesibles son los medios visuales para las personas s/Sordas y/o con problemas auditivos?

Actividad 8: Escribir descripciones de imágenes (20 minutos)

El propósito de esta actividad es darles a los participantes la oportunidad de crear obras mediáticas accesibles escribiendo descripciones de imágenes.

Diles a los participantes que las personas reciben información y se comunican de muchas maneras. No todos dependemos de nuestros oídos para oír ni de nuestros ojos para ver, de nuestras voces para hablar ni de nuestros dedos y manos para tocar. Sin embargo, todos consumimos medios y todos podemos compartir nuestras opiniones y experiencias con los demás, y no lo podemos hacer a menos de que los medios nos sean accesibles. Por ejemplo, algo exclusivamente visual no es accesible a alguien con visión reducida o nula (y quizá tampoco para muchas otras personas). Podrías poner como ejemplo el tráiler de CRIP CAMP y cómo ofrece descripciones auditivas y subtítulos para hacerse más accesible a las personas que procesan la información de otras maneras.

Una manera en la que las personas han empezado a ser más inclusivas es ofreciendo descripciones de imágenes (a veces abreviado “DI”): algunas oraciones que explican lo que sucede en una imagen.

Invita al grupo a reflexionar sobre el cartel de la película CRIP CAMP y a apuntar lo que ven. Anima a algunas voluntaries a que compartan con todes lo que escribieron. Señala en qué partes de la imagen se están concentrando, por ejemplo: “Hay una persona en silla de ruedas y otra persona detrás, con una guitarra”. ¿Cómo deciden e informan (o no informan) sobre cosas como el género, el tono de piel, la raza, la ubicación y la ropa? ¿Qué adjetivos es útil recordarles a les participantes que usen?

Después asigna una de las siguientes imágenes (o invita a les estudiantes a elegirla) y anímales a escribirle una descripción. Recuérdales que incluyan la información de copyright al final de su descripción de imagen, porque eso ayuda con la primera pregunta del alfabetismo mediático: “¿Quién hizo esto?”.

Dales diez minutos para esta actividad e invítales a hacer por lo menos dos descripciones de imágenes. Cuando se haya terminado el tiempo, elige voluntaries que compartan sus descripciones de imágenes. Si alguna imagen no se describió, háganlo en grupo para que todas las imágenes tengan una descripción.

Concluye con las siguientes preguntas para discutir:

- ¿Por qué es importante crear descripciones de imágenes?
- ¿De qué manera podemos ser más inclusives al compartir obras mediáticas?

Actividad 9: ¿Qué es confiable en internet? (15 minutos)

El propósito de esta actividad es darles a les participantes la oportunidad de practicar sus habilidades de alfabetismo mediático y examinar la fiabilidad de los sitios de internet.

Diles que cuando buscamos información, lo que nos interesa es la información acertada, proveniente de fuentes honestas. A eso nos referimos al usar el término “confiable”. Para esta actividad, les participantes usarán opciones de búsqueda para tomar decisiones sobre lo que consideren información confiable sobre discapacidades.

Organiza a les participantes en grupos de entre tres y cinco personas. También pueden hacerlo individualmente o todo el salón en conjunto. Asígnale un tema a cada grupo (discapacidad,

movimiento por las personas con discapacidad y derechos de las personas con discapacidad) y pídeles que usen dispositivos móviles (o laptops) para investigarlo.

Los participantes deben elegir dos sitios de internet o redes sociales y evaluar su fiabilidad usando las habilidades de alfabetismo mediático que aprendieron en la Actividad 3. Dale diez minutos para la actividad. Deberán informar sobre sus hallazgos y por qué consideran que los sitios son confiables o no.

Usa las siguientes preguntas para discutir:

- De las cinco habilidades de alfabetismo mediático, ¿cuál es la más útil para comprender la fiabilidad?
- ¿Por qué es importante entender qué es información confiable?

Actividad 10: La música como medio (20 minutos)

El propósito de esta actividad es darles a los participantes la oportunidad de comprender la música y la letra como un medio con el poder de transmitir mensajes voluntarios e involuntarios.

Diles que la película CRIP CAMP tiene un soundtrack. Quizás tengas que generar algunos comentarios y respuestas para aclarar qué es el soundtrack de una película. Podrías decir que es una lista de canciones incluidas en una película, y que sus creadores dieron permiso de usarlas. Diles que la película tiene un soundtrack oficial en Spotify.com.

<https://open.spotify.com/playlist/5O1U3na3FdrccffgsUYm3y?si=yOSy3f3uRx-9lkdpS2wDfQ>

Puedes mostrarles la lista de canciones (aparece más adelante) y discutir si están familiarizados con alguna de ellas, o de qué creen que traten basándose en sus títulos. Puedes elegir una canción y escucharla juntas. También puede ser útil darles la letra para discutirla. Puedes encontrarla en los sitios <https://www.MetroLyrics.com> o <https://AZLyrics.com>.

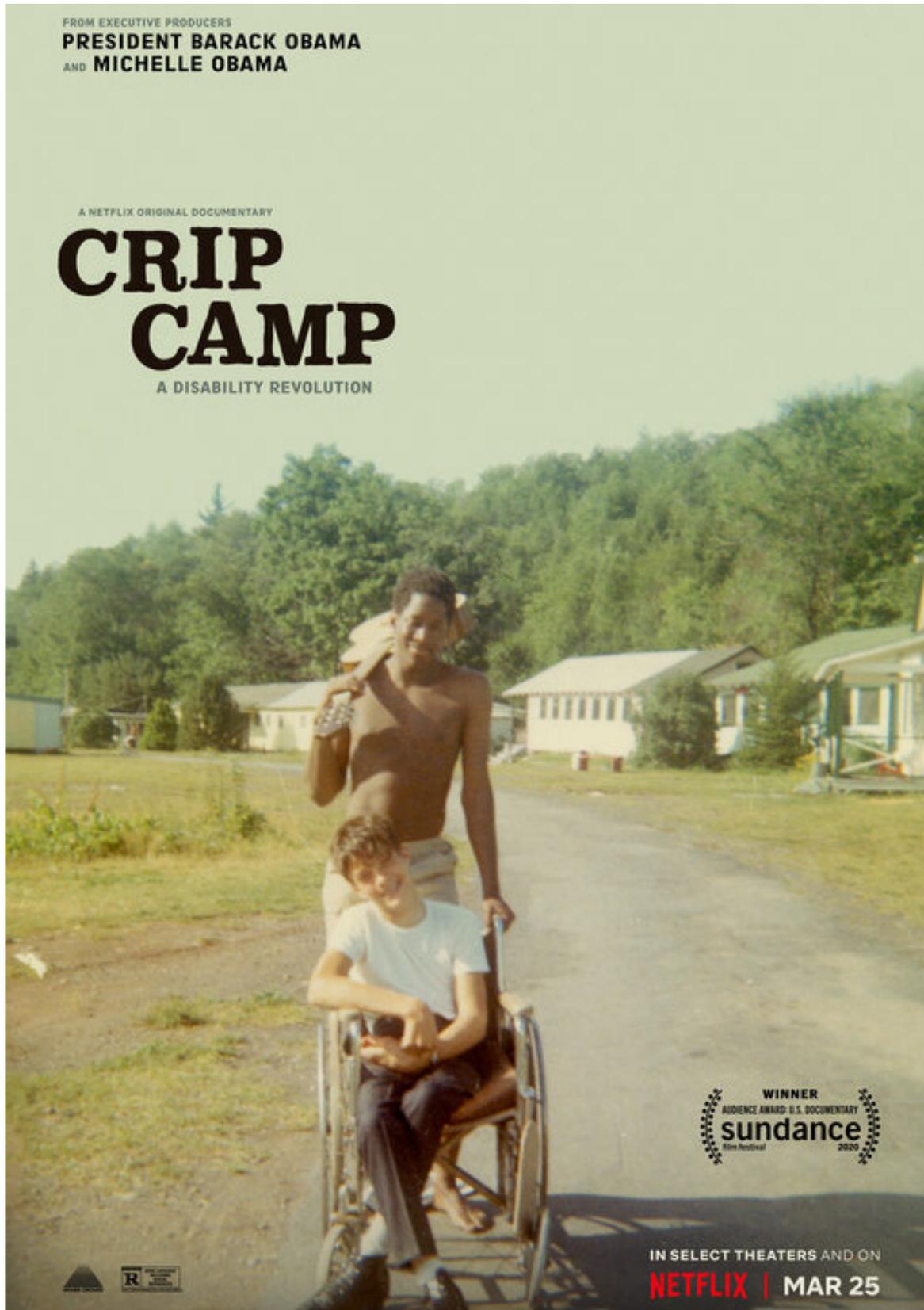
Anima a los participantes a apuntar o circular las palabras de la letra con las que no estén familiarizados. Invítales a compartir con todos lo que crean que podrían incluir esos términos o frases. Tal vez tengas que dirigir una discusión corta sobre el slang y cómo la lengua cambia con el tiempo y de una comunidad a otra.

NOTA: Una de las canciones, “Sweet Transvestite” (Dulce travesti), es de una película musical titulada Rocky Horror Picture Show, estrenada en 1975. Puedes decir que, en una parte de la película, un actor con discapacidad usa la canción para mostrar cómo usó el género para jugar con las discapacidades y la belleza. En inglés, el término transvestite era popular en esos tiempos, pero ya no se usa mucho. En español, el término “travesti” sigue teniendo connotaciones negativas, pero también ha sido apropiado por algunas comunidades para autonombrarse. Ahora se prefieren términos como “expresión de género”. Para estos planes de clase, preferimos usar términos como “disidencia de género y expresión de género” para referirnos a cómo las personas deciden expresar sus identidades.

Usa las siguientes preguntas para dirigir la conversación sobre las canciones:

- En parte, CRIP CAMP es una película sobre la vida de su director. Si hicieras una película sobre tu vida, ¿qué canciones incluirías en el soundtrack?
- ¿Por qué se debe obtener permiso para usar una canción ajena?

Imágenes



Cartel de la película CRIP CAMP



Foto tomada por Patti Smolian



Foto © Steve Honigsbaum



Foto © HolLynn D'Lil



Foto cortesía de Golda Simon

Recursos

Glosario

Accesibilidad

La “capacidad de acceder” a algún sistema o entidad y beneficiarse de él. El concepto suele enfocarse en personas con discapacidad o necesidades especiales (como la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad), su derecho al acceso y el uso de tecnología auxiliar.

Registro de accesibilidad

Es una oportunidad para que los participantes se hagan conscientes de las necesidades de sus cuerpos y mentes y expresen qué apoyo físico o emocional necesitan.

Alfabetismo

Suele definirse como la capacidad de leer y escribir, pero una noción más amplia del concepto se refiere a ser competente o tener el suficiente conocimiento de un tema o ámbito específicos.

Medio (de comunicación)

Un ‘medio’ puede ser cualquier forma de comunicar y compartir un mensaje.

Obra mediática

La forma final de un mensaje al quedar fijado en un medio.

Alfabetismo mediático

“La capacidad de acceder a cualquier forma de comunicación, analizarla, evaluarla, crearla y actuar usándola. El alfabetismo mediático les da las personas el poder de ser pensadores y actores críticos, comunicadores efectivos y ciudadanos activos”. Centro para el Alfabetismo Mediático (<https://medialit.org>)

Aprende más

Crear descripciones de imágenes

Hay muchos recursos en línea que pueden ayudarte a escribir descripciones de imágenes. Nosotres recomendamos estos dos, creados por escritores/lectores/creadores discapacitados.

“Image Descriptions: A Quick Guide & How-To”: <https://rb.gy/rep9gm>

Clase 1: Alfabetismo mediático

“Living With Disability: All About Image Descriptions”: <https://rb.gy/tw0lp7>

Lee más

Centro para el Alfabetismo Mediático: <https://medialit.org/>

Sins Invalid, 2019, Skin, Tooth, and Bone: The Basis of Movement Is Our People. Disability Justice Primer (2º edición). Disponible en PDF y en pasta dura aquí: <https://rb.gy/xvstqa>

“Netflix’s ‘Crip Camp’ is one of the most important films about disability I’ve ever seen”.
Disponible aquí: <https://rb.gy/ba0erc>

Ve más

“How to Understand Power”, de Eric Liu. Disponible en: https://youtube.com/watch?v=c_Eutci7ack

“Introduction to Media Literacy: Crash Course Media Literacy #1”. Disponible en: <https://rb.gy/mk6tnq>

Escucha más

“‘Crip Camp’ Is A Raucous Celebration Of A World-Changing Place”, en NPR, 25 de marzo de 2020.
Disponible en: <https://rb.gy/abuo34>

“How A Law To Protect Disabled Americans Became Imitated Around The World”, en NPR, 24 de julio de 2015. Disponible en: <https://rb.gy/japbuf>

Competencias de Aprendizaje Socioemocional (CASEL)

Autoconsciencia:

La capacidad de reconocer con precisión las propias emociones, pensamientos y valores, y cómo influyen en la propia conducta. La capacidad de evaluar con precisión las propias fortalezas y limitaciones, con una confianza y optimismo realistas, y una “mentalidad de crecimiento”.

Conciencia social:

La capacidad de ponerse en los zapatos de los demás y sentir empatía por ellos, incluyendo a personas de otros trasfondos y culturas. La capacidad de comprender normas de conducta éticas y sociales y de reconocer los recursos y apoyos familiares, escolares y comunitarios con los que se cuenta.

Habilidades relacionales:

La capacidad de establecer y mantener relaciones sanas y gratificantes con individuos y grupos diversos. La capacidad de comunicarse con claridad, escuchar bien, cooperar con los demás, resistir la presión social inapropiada, negociar conflictos de forma constructiva y buscar y ofrecer ayuda cuando se necesite.

Toma de decisiones responsable:

La capacidad de tomar decisiones constructivas sobre conducta personal e interacciones sociales basándose en estándares éticos, preocupaciones de seguridad y normas sociales. La evaluación realista de las consecuencias de varias acciones, y tomar en cuenta el propio bienestar y el ajeno.

Estándares Estatales Comunes

Lectura (Informativa)

CCSS.ELA-LITERACY.RI.11-12.4

Definen el significado de palabras y frases que se utilizan en un texto, incluyendo el sentido figurado, connotativo y técnico; analizan la manera en que el autor utiliza y refina el significado de un término o términos clave a lo largo del texto (por ejemplo: cómo define Bolívar “país” y “patria” en la Carta de Jamaica).

CCSS.ELA-LITERACY.RI.11-12.6

Determinan el punto de vista o propósito del autor de un texto en el cual el uso de la retórica es particularmente eficaz, analizando la manera en que el estilo y contenido contribuyen a la fuerza, capacidad de persuasión o belleza del texto.

CCSS.ELA-LITERACY.RI.11-12.7

Integran y evalúan múltiples fuentes de información presentadas con palabras o en diferentes medios o formatos (por ejemplo: visuales y cuantitativos) a fin de responder a una pregunta o resolver un problema.

Audición y expresión oral

CCSS.ELA-LITERACY.SL.11-12.1

Inician y participan eficazmente en una serie de conversaciones colaborativas con diferentes interlocutores (en pares, en grupos y dirigidas por el maestro) sobre temas, textos y asuntos correspondientes a los grados undécimo y duodécimo. Contribuyen a las ideas de los demás y expresan sus propias ideas con claridad y de modo persuasivo.

CCSS.ELA-LITERACY.SL.11-12.2

Integran múltiples fuentes de información presentadas en diversos medios o formatos (por ejemplo: visuales, cuantitativos y orales) con el fin de tomar decisiones bien fundadas y resolver problemas, evaluando la credibilidad y exactitud de cada fuente y señalando cualquier discrepancia en la información.

CCSS.ELA-LITERACY.SL.11-12.3

Evalúan el punto de vista, el razonamiento y el uso de la evidencia y retórica que hace le hablante, evaluando la postura tomada, las premisas, el enlace entre las ideas, la selección de palabras, el tono utilizado y los puntos que enfatiza le hablante.

Lenguaje

CCSS.ELA-LITERACY.L.11-12.4

Definen o aclaran el significado de palabras y frases cuyos significados desconocen o que tienen significados múltiples, basándose en lecturas y contenido académico correspondiente a los grados undécimo y duodécimo, seleccionando con flexibilidad entre una serie de estrategias.

CCSS.ELA-LITERACY.L.11-12.6

Adquieren y utilizan con precisión palabras y frases de uso académico general o específico de una disciplina, con competencia suficiente para leer, escribir, hablar y escuchar al nivel universitario y profesional. Demuestran independencia y autonomía en la capacidad de ampliar su conocimiento del vocabulario y reconocer la importancia que tiene, para la comprensión o expresión, una palabra o frase.

Estándares Estatales Comunes para las actividades adicionales

Lectura (Literatura)

CCSS.ELA-LITERACY.RL.11-12.4

Definen el significado de palabras y frases que se utilizan en un texto, incluyendo tanto el sentido figurado como el connotativo; analizan el impacto que tiene la selección de determinadas palabras hecha por el autor en el sentido y tono general de la obra, incluyendo palabras de significados múltiples o lenguaje que es particularmente renovador, interesante o bello. (Incluir a Cervantes, así como a otros autores de lengua española).

Lectura (Informativa)

CCSS.ELA-LITERACY.RI.11-12.7

Integran y evalúan múltiples fuentes de información presentadas con palabras o en diferentes medios o formatos (por ejemplo: visuales y cuantitativos) a fin de responder a una pregunta o resolver un problema.

Escritura

CCSS.ELA-LITERACY.W.11-12.3

Escriben narraciones para relatar experiencias o acontecimientos reales o imaginarios, utilizando una técnica eficaz, detalles bien seleccionados y secuencias de acontecimientos apropiadamente estructuradas.

Audición y expresión oral

CCSS.ELA-LITERACY.SL.11-12.2

Integran múltiples fuentes de información presentadas en diversos medios o formatos (por ejemplo: visuales, cuantitativos y orales) con el fin de tomar decisiones bien fundadas y resolver problemas, evaluando la credibilidad y exactitud de cada fuente y señalando cualquier discrepancia en la información.

Lenguaje

CCSS.ELA-LITERACY.L.11-12.4

Definen o aclaran el significado de palabras y frases cuyos significados desconocen o que tienen significados múltiples, basándose en lecturas y contenido académico correspondiente a los grados undécimo y duodécimo, seleccionando con flexibilidad entre una serie de estrategias.