

Introducción: ¿Quién creó este mensaje?

Por CML · 2006-09-18

Con las siguientes 5 lecciones de la pregunta No 1 se ayuda al estudiante a entender qué es la autoría para el Alfabetismo en Medios y cómo se debe ir más allá del nombre que aparece en la cubierta de un libro o dentro de los créditos de una película para poner al descubierto que los Medios no son naturales, que se construyen y que para hacerlo se hacen escogencias de qué se va a publicar.



1

Pregunta clave # 1

¿Quién creó este mensaje?

Concepto básico # 1

Todos los mensajes mediáticos se ‘construyen’

|

|

Palabra Clave:

Autoría

****Preguntas Guía:**

— **

|

Para explorar la idea de lo que es la “autoría” dentro del alfabetismo en medios, se debe ir más allá de saber de quién es el nombre que aparece en la cubierta de un libro o en el listado de los créditos de una película. La Pregunta Clave# 1 pone al descubierto dos aspectos fundamentales sobre los medios – su carácter de “construidos” y la escogencia o selección.

El primero es la comprensión simple pero profunda de que los textos de los medios no son “naturales” así parezcan “reales”. Que estos se construyen tal y como se hace con edificios y carreteras. Se hace un plan, se reúnen los materiales y se contratan personas para que realicen distintas tareas.

Así estemos viendo las noticias de la noche, una valla publicitaria en la calle o leyendo un volante político, el mensaje de medios al que nos enfrentamos fue escrito por alguien (o posiblemente por muchas personas), se captaron y editaron imágenes y un equipo de creativos, compuesto por diferentes talentos, lo ensambló.

La segunda inferencia es que dentro de ese proceso creativo, se hacen *selecciones*. Si se dicen algunas palabras, otras se eliminan; si se selecciona una imagen, una docena de ellas pueden ser rechazadas; si se escribe de una forma el final de una historia, otros finales pueden no haberse explorado. Sin embargo, como hacemos parte de la audiencia, nosotros no podemos ver o escuchar las palabras, imágenes o finales que se rechazaron. Solamente vemos, oímos o leemos ¡lo que se aceptó! Tampoco explican a nadie por qué se realizaron ciertas selecciones.

El resultado es que cualquier cosa que se “construya” entre pocas personas, se convierte en “normal” para el resto de nosotros. Como el aire que respiramos, los medios se dan por hechos o verdades y sus mensajes por lo general no se cuestionan. Los medios no son “reales” pero afectan realmente a las personas de muchas maneras porque estas los aceptan y les dan significado con base en el material que les suministran sus creadores.

El éxito de los textos mediáticos depende de su apariencia de naturalidad; apagamos un programa de Televisión que nos parece “falso”. Pero la verdad es que todos son “falsos”, incluso las noticias. Esto no quiere decir que no podamos disfrutar una película o cantar una canción de nuestro CD favorito o escuchar los titulares de las noticias.

El objetivo de La Pregunta Clave #1 consiste simplemente en evidenciar las complejidades involucradas en la “construcción” de los medios, para generar así la distancia crítica necesaria para poder formular otras preguntas importantes. |

|

- **¿Qué tipo de “texto” es este?**
- **¿Cuáles son los diferentes elementos (bloques constructivos) que conforman el todo?**
- **¿Qué diferencias o similitudes tiene con otros del mismo género?**

- **¿Cuáles tecnologías se utilizaron en su creación?**
- **¿Qué selecciones se realizaron que pudieran haberse hecho de manera diferente?**
- **¿Cuántas personas intervinieron en la creación de este mensaje?**
¿Cuáles son sus posiciones u oficios?

|