

EDICIÓN DW AKADEMIE

#2018

DESARROLLO DE MEDIOS

Alfabetización Mediática e Informativa

Una guía práctica para capacitadores

1

Alfabetización Mediática e Informativa



Entender los medios de comunicación

Hacer preguntas abiertas resulta útil a la hora de querer entender cómo funcionan los medios de comunicación. Por ejemplo: ¿qué es lo característico del medio?, ¿qué clase de medio es?, ¿quién crea el contenido?, ¿quién financia el medio?, ¿cómo el medio garantiza su sostenibilidad?, ¿cuánto tiempo se necesita para elaborar el contenido del medio?, ¿cuál es su público objetivo?, ¿qué alternativas tienen los creadores de contenido para transmitir sus mensajes?, ¿qué es lo característico de los contenidos?, ¿cómo podría ser manipulado el contenido?

Periódicos y revistas



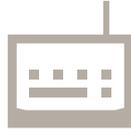
Tradicionalmente los periódicos y las revistas son medios impresos; sin embargo, hoy en día muchos de estos cuentan con versiones digitales. Su financiación proviene a menudo de empresas privadas o particulares y, algunas veces, del Estado. Generalmente, estos medios (como los medios comunitarios) no pertenecen a un individuo o empresa en particular, condición que les permite ser más independientes de intereses especiales. Periodistas, fotógrafos, editores, jefes de redacción, diseñadores, maquetistas, impresores y programadores (en línea) son quienes se encargan de la producción del medio. El contenido se elabora mediante titulares, textos, una variedad de tipos y tamaños de letra, colores, dibujos y fotografías en blanco y negro o a color. Su publicación y distribución se hace de manera regular: diaria, semanal o mensualmente. El tiempo necesario para su creación varía entre un día y un mes. Su periodicidad les permite informar sobre historias y eventos de actualidad. Los ingresos provienen de la venta del producto, las suscripciones y la pauta publicitaria. En ocasiones, quienes financian o invierten en un medio buscan influir en la selección de los temas y en los enfoques de los contenidos.

Libros



Los libros han sido medios impresos, aunque en la actualidad ya se venden libros electrónicos (e-books) que se leen en tabletas, computadoras o lectores de libros electrónicos. La financiación para un libro proviene de empresas editoriales o particulares. En su proceso de creación participan autores, editores, tipógrafos, impresores o programadores (para los libros electrónicos). Su mensaje se transmite desde su portada (composición, diseño, título, ilustraciones e información del autor) y, por supuesto, en el contenido. Se categorizan de acuerdo con su género: pueden ser de literatura, ficción, no ficción, guías o libros especializados. El tiempo de creación pueden ser de meses o años y las ganancias se obtienen de su venta. Por esta razón, las casas editoriales invierten mucho dinero en publicidad para incrementar la compra del libro.

Radio



La radio es un medio electrónico, no impreso, y muchas estaciones de radio también transmiten a través de internet. Su financiación proviene de empresas privadas o particulares. El Estado también puede tener sus propias emisoras, y no es poco común que comunidades locales cuenten con alguna. Periodistas, productores, locutores, presentadores, editores y músicos hacen parte del equipo de trabajo. La radio no requiere de mucho personal para salir al aire; a veces solo se necesita un periodista, un técnico y un editor. Muchos programas no son en directo y el locutor, en ocasiones, recibe los guiones y los escritos de los periodistas por mensajes de texto. El mensaje que busca transmitir el medio se define desde la selección del contenido del programa, las voces, el lenguaje, la música y los sonidos de fondo. El tiempo para la producción de un programa puede ser de minutos, semanas o mucho más, dependiendo del formato y del tema a tratar. La sostenibilidad económica depende de la venta de espacios de publicidad. Algunas emisoras reciben recursos económicos de sus dueños o de pagos de suscripción de sus oyentes. Las radios comunitarias dependen, en gran medida, de contribuciones o donaciones.

Cine



Una película es un medio electrónico no impreso que se proyecta por primera vez en las salas de cine y luego se distribuye en DVD o en internet (a menudo de manera ilegal). El financiamiento de una película es complejo. Antes de rodar, el guionista y el director buscan a alguien que quiera invertir en esta. La cantidad de dinero que se necesita para su producción puede variar, pero generalmente es muy costosa. La financiación puede provenir de productores particulares o de grandes compañías de producción. También puede ser cofinanciada por canales de televisión o por empresas del sector comercial a cambio de publicitar sus productos (por ejemplo, los protagonistas conducen un Mercedes Benz o un BMW). Son muchas las personas involucradas en la producción de una película: se cuentan por cientos o miles entre directores, guionistas, productores, actores, camarógrafos, diseñadores de sonido y de vestuario, extras y editores de efectos especiales. Su mensaje es transmitido desde la selección del género, la historia, el escenario, los personajes, el vestuario, la composición de las imágenes (brillo, oscuridad, color), los elementos de sonido (voces, música, efectos) y la edición. La producción de una película puede durar entre seis meses y varios años. Los ingresos provienen de las compañías financiadoras, la taquilla, su comercialización en DVD, y del pago de derechos de transmisión por parte de los canales de televisión o plataformas digitales. Los productores y cineastas suelen gastar una gran cantidad de dinero en publicidad (trailers, carteles, anuncios de televisión) para atraer a la mayor cantidad de espectadores posible.

Televisión



La televisión es un medio electrónico, no impreso. Muchos programas en este formato, después de su transmisión, se suben a internet. Su sostenibilidad se logra por la financiación del Estado, empresas privadas o por la suscripción de espectadores. En algunos países, los ciudadanos hacen donaciones para financiar los canales de televisión. En este medio trabajan directores de programa, presentadores, periodistas, editores, camarógrafos, ingenieros de sonido, actores, celebridades, músicos, entre otros. El enfoque del medio se expresa desde la selección de la parrilla de programación, el contenido de los programas, la selección de presentadores e invitados, los guiones escritos y hablados, y los efectos visuales y de sonido. El tiempo para crear un programa de televisión varía: se puede necesitar algunas horas o hasta un mes para la realización de un programa informativo o de entretenimiento. La mayoría de los ingresos provienen de la venta de espacios publicitarios. En algunos países, los ciudadanos pagan impuestos con el fin de mantener los canales de televisión que son de propiedad pública o estatal. Generalmente, las empresas o particulares que contribuyen a la financiación de un canal de televisión buscan influir en las temáticas y en el enfoque del canal.

Videojuegos



Los videojuegos son un medio electrónico y digital. Estos se pueden jugar en consolas, computadoras o teléfonos celulares. Dependiendo de la complejidad y de la popularidad del juego, su financiación puede provenir de empresas reconocidas del sector, pequeñas compañías o programadores privados. En su desarrollo participan directores de arte, programadores, compositores, diseñadores de sonido y de animación. La intención del videojuego se expresa en la selección del género, el escenario, la historia, los personajes, la interactividad, el lenguaje, el audio y el video. El tiempo de creación depende de su complejidad y de la plataforma para la cual se crea, pero puede oscilar entre un día y varios años. La mayoría de sus beneficios económicos surgen de su comercialización, de los anuncios publicitarios que se proyectan durante el juego y de la venta de sus características.

Internet (computadoras / teléfonos celulares)



Internet es un medio electrónico no impreso. Se puede acceder a través de computadoras, teléfonos celulares, tabletas, juegos de consola o lectores electrónicos. A diferencia de los demás medios de comunicación, internet no requiere de dinero para su funcionamiento. Cualquier persona con conocimiento y herramientas tecnológicas puede convertirse en “dueño” de su contenido en la red. Sin embargo, empresas privadas, el Estado y asociaciones son propietarios de páginas web, blogs y plataformas que muchas personas utilizan (YouTube, Facebook y Google). Programadores, diseñadores web, especialistas en tecnología, autores, periodistas, ciudadanos y otras empresas de medios de comunicación participan en este medio. La interconexión de los contenidos mediáticos en internet se conoce como convergencia de medios. El diseño, el lenguaje, los titulares, los colores, los tipos de letra empleados, las imágenes, los videos, los sonidos y las herramientas interactivas forman parte de la construcción del mensaje. El tiempo requerido para crear un contenido en este medio puede ser desde segundos hasta meses. Los ingresos se obtienen mediante el cobro de anuncios en las páginas, la venta de productos y de información de los usuarios. El contenido por sí solo no genera ganancias, pero se utiliza como una herramienta para brindar información, difundir ideas, auto-expresarse e interactuar con los demás.

Redes sociales (computadoras / teléfonos celulares)



Las redes sociales son plataformas digitales en internet a las que se accede a través de computadoras, tabletas y teléfonos celulares. Estas redes se sostienen económicamente por el dinero que reciben de empresas. Facebook fue creado como un sitio web en 2004 por Mark Zuckerberg y unos compañeros de universidad, a la edad de 20 años. Ahora es una gran compañía que opera bajo el nombre de Facebook Inc. Entre los que participan en este medio se encuentran programadores, diseñadores web, especialistas en tecnología (quienes son los que ofrecen y mantienen la plataforma); así como millones de usuarios (individuos, grupos de personas, empresas) que se encargan de producir y compartir los contenidos. Sus mensajes se construyen con palabras escritas, imágenes, enlaces, videos y sonidos. El tiempo que se emplea en la creación de contenido suele ser muy corto. Es un proceso que puede durar segundos o muy pocas horas. Los ingresos por programar y administrar las plataformas se obtienen de la venta de publicidad y del dinero que ofrecen empresas, instituciones o gobiernos por la información y los datos de los usuarios. Por lo regular, no se gana dinero por el contenido que se comparte o produce; con excepción de famosos blogueros o video blogueros (vlogueros) quienes obtienen ingresos por promocionar productos y servicios en sus canales.

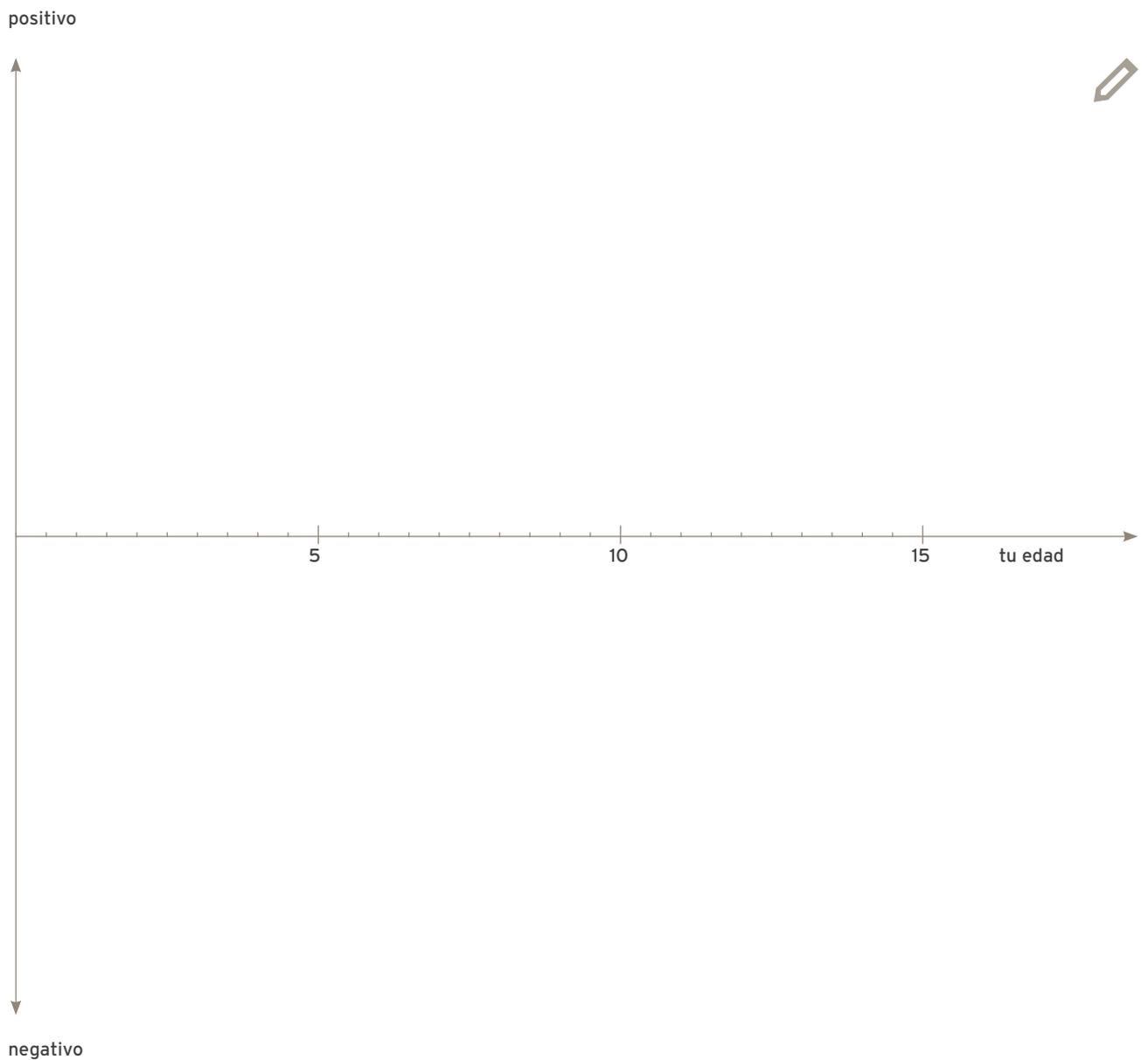


Mi biografía con los medios de comunicación

La gente en el mundo crece con los medios de comunicación. Durante las diferentes etapas de la vida, utilizamos distintos tipos de medios: libros, revistas, cómics, música, radio, televisión, internet, teléfonos celulares y videojuegos.

ACTIVIDAD

Piense en su infancia: ¿qué medios y qué contenidos específicos fueron importantes cuando era niño?, ¿cuál le dejó una impresión duradera? Intente recordar experiencias positivas y negativas que ha tenido con los medios y recuerde la edad que tenía en ese momento.





Investigación en línea: medios de comunicación



Medio analizado: _____

¿Qué herramientas y características específicas emplea el medio (texto, imagen, sonido, interactividad...)?

¿Qué función cumple este medio en la sociedad y cuáles son sus grupos objetivos?

¿Quién produce este medio?, ¿quién maneja el contenido?, ¿cómo se financia?

Encuentre ejemplos específicos para este medio en el contexto nacional e intente responder estas preguntas para cada uno de ellos:

¿Quién lo hace? _____

¿Cuál es el grupo objetivo? _____

¿Cuántas personas lo usan? _____

¿Cuándo fue creado? _____

¿Cómo se financia? _____

¿Qué contenidos transmite generalmente? _____

¿Le gusta?, ¿no le gusta?, ¿por qué? _____



Un hecho – diferentes historias

Evento analizado: _____



Medio		
Fecha		
Contenido		
Lenguaje		
Imágenes		
Sonido		
Nuestra reacción emocional		
¿Le creemos al medio?		
El medio nos quiere hacer creer que ...		
¿Qué información falta?		

DW Akademie

DW Akademie es la organización líder en el desarrollo de medios de Alemania. Es el departamento por excelencia de Deutsche Welle para la educación y la transferencia de conocimientos. Como socio estratégico del Ministerio Federal Alemán de Cooperación Económica y Desarrollo, busca fortalecer los derechos humanos universales, como la libertad de expresión, la educación y el acceso a la información.

-  facebook.com/DWakademie
-  dw.com/newsletter-registration
-  [@dw_akademie](https://twitter.com/dw_akademie)
-  dw.com/mediadev



dw-akademie.com