



AN25

Materias de comunicación social

Por Marino Muñoz Lagos

El público en general está vivamente interesado por la forma cómo los medios de comunicación social presentan sus programas y avisaje. Hay cada día mayor preocupación por seleccionar y ocupar los productos de la prensa escrita, la radio y la televisión, sean éstos de carácter informativo o comercial. Los profesionales de esta interesante área del quehacer ciudadano cuidan la imagen de sus informes para satisfacer mejor la demanda cotidiana.

Para adentrarnos en estos temas que tienen y llaman la atención por su continuidad, la profesora Maribel Quezada ha publicado el libro "El mensaje medio a medio" (Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1992), que lleva un subtítulo más explicativo que dice "Que encierran los diarios, la radio y la T.V." En sus doscientas ocho páginas y numerosos capítulos nos invita a entrar en este fascinante mundo que maneja la noticia y la propaganda comercial.

Aunque Maribel Quezada se cuida mucho en emplear estos términos, es lógico que para los lectores es más asequible, pese a que el libro está destinado, según su propia confesión, a quienes se inician en estas actividades, a los estudiantes de las carreras de la comunicación, a los profesionales del ramo y, por último, a las personas interesadas en su desarrollo.

"El mensaje medio a medio" es, entonces, la mejor manera de llegar al público consumidor de noticias y propaganda. Esto se puede apreciar a través de los tres medios de comunicación de masas que escoge la autora para su ensayo: los periódicos, la radio y la televisión. En Chile la gente compra diarios y revistas, escucha radio y mira la televisión. Cuando algunos de estos medios no llega al cliente, es reemplazado de inmediato por uno más poderoso.

La frecuencia de llegada de los mensajes radica en la importancia de su difusión. Maribel Quezada nos presenta un cuadro de informaciones de primera mano que permanecen más en el conocimiento masivo de los lectores, oyentes o televidentes. Así por ejemplo, nos cita casos como la caída del muro berlinés, la erupción reiterativa de un volcán, el consumo de bebidas de fantasía, el descenso de un gran club deportivo a segunda división, la elección de misses donde compete una chilena, los atentados a personalidades conocidas o las protestas en las jornadas de movilización popular.

Los mensajes que entregan y ofrecen los medios de comunicación social difieren substantivamente entre sí. Lo podemos encontrar en los análisis que la profesora Maribel Quezada hace de los distintos medios con acertadas interpretaciones de índole netamente profesional. De ahí que afirma: "Debido a su naturaleza tan distinta, cada uno de estos medios - prensa escrita, T.V., radio- exige del investigador un acercamiento diferente. Todos ellos pueden transportar el mismo mensaje: una canción, supongamos, o el parlamento de una obra dramática o un pasaje de un encendido discurso político."

Para agregar a continuación: "Pero, ¿qué alteraciones experimentará el sentido de un mismo texto al expresarse por escrito, al ser leído a través de un micrófono o al ser puesto en escena para ser mirado y a la vez escuchado?"

El libro de Maribel Quezada contiene numerosos ejercicios para quienes comprenden mejor la materia en exposición, que ella domina en su calidad de socióloga, periodista y magister en comunicación social, avalado por su ejercicio de la docencia por más de 17 años en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile.

El Magallanes, Domingo 1° de noviembre de 1992 / pág. 3

000195750

Humor de otros

Parche

Materias de comunicación social [artículo] Marino Muñoz Lagos.

Libros y documentos

AUTORÍA

Muñoz Lagos, Marino, 1925-2017

FECHA DE PUBLICACIÓN

1992

FORMATO

Artículo

DATOS DE PUBLICACIÓN

Materias de comunicación social [artículo] Marino Muñoz Lagos. retr.

FUENTE DE INFORMACIÓN

[Biblioteca Nacional Digital](#)

INSTITUCIÓN

[Biblioteca Nacional](#)

UBICACIÓN

Avenida Libertador Bernardo O'Higgins 651, Santiago, Región Metropolitana, Chile