

Medio de comunicación

Un **medio de comunicación** es un instrumento o forma de contenido tecnológico por el cual se realiza el proceso de comunicación. Usualmente se emplea el término para hacer referencia a los medios de comunicación de masas, sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales. Desde que los medios de comunicación nacieron y se desarrollaron, se han vuelto una gran fuente de poder e influencia social a nivel mundial.

Los medios de comunicación son instrumentos en permanente evolución ya que, a través de los años, su forma de transmitir información se ha hecho bastante masiva e instantánea. Muy probablemente, la primera forma de comunicarse entre humanos fue la de los signos y señales empleados en la prehistoria, cuyo reflejo en la cultura material son las distintas manifestaciones del arte prehistórico. La aparición de la escritura se toma como hito de inicio de la historia. A partir de ese momento, los cambios económicos y sociales fueron impulsando el nacimiento y desarrollo de distintos medios de comunicación, desde los vinculados a la escritura y su mecanización (imprensa –siglo XV–) hasta los medios audiovisuales ligados a la era de la electricidad (primera mitad del siglo XX) y a la revolución de la informática y las telecomunicaciones (revolución científico-técnica o tercera revolución industrial –desde la segunda mitad del siglo XX–), cada uno de ellos esenciales para las distintas fases del denominado proceso de globalización.

Índice

Fines y características

Clasificación

Distintos medios de comunicación

Medios sociales de la información cotidiana

Periódicos

Redes sociales

Medios de comunicación interpersonal

Correo postal

Teléfono

Fax

Correo electrónico

Medios de entretenimiento

Historieta

Cine

Internet y sitios web

Consecuencias sociales de la presencia de medios de comunicación

Intereses privados de los medios de comunicación

Derecho a la información y democracia

Opinión pública

Véase también

Referencias

Fines y características

El propósito principal de los medios de comunicación es, precisamente, comunicar con objetividad, pero según su tipo de ideología pueden especializarse en: informar, educar, transmitir, entretener, formar opinión, enseñar, controlar, etc.

- **Positivas.** Las características positivas de los medios de comunicación residen en que posibilitan que amplios contenidos de información lleguen a extendidos lugares del planeta de forma inmediata, como pueden ser noticias, avances tecnológicos, descubrimientos científicos, etc. De esta forma más personas tienen acceso a este tipo de información de manera inmediata. Los medios de comunicación, de igual manera, hacen posible que muchas relaciones personales se mantengan unidas o, por lo menos, no desaparezcan por completo a medida que facilitan la comunicación en tiempo real. Otro factor positivo se da en el ámbito económico: quien posea el uso de los medios puede generar un determinado tipo de consciencia sobre una especie de producto, es decir, puede generar su propia demanda, ya que los medios muchas veces cumplen la función de formadores de opinión. Entonces, visto desde el ámbito empresarial, es un aspecto ampliamente positivo al hacer posible el marketing y anuncios para el mundo.
- **Negativas.** Las características negativas recaen en la manipulación de la información y el uso de la misma para intereses propios de un grupo específico. En muchos casos, tiende a formar estereotipos, seguidos por muchas personas gracias al alcance que adquiere el mensaje en su difusión (como sucede al generalizar personas o grupos). Otro aspecto negativo de los medios masivos de comunicación radica en que la censura no es absoluta, por lo tanto menores de edad pueden tener acceso a contenido explícito como es el caso de la televisión o el internet.

Clasificación

Debido a la complejidad de los medios de comunicación, Harry Pross (1972) ha separado estos en tres categorías, a partir de su teoría.

- Medios primarios (sin máquinas, por ejemplo, la voz humana)
- Medios secundarios (uso de ayudas técnicas por parte del emisor del mensaje, por ejemplo: un periódico)
- Medios terciarios (el emisor y el consignatario usan las máquinas, por ejemplo, la radio, la televisión, el teléfono, el correo electrónico, etc.)

Distintos medios de comunicación

Con el avance de la tecnología, han ido desarrollándose diferentes medios de comunicación, tanto masivos (comunicación social) como personal (comunicación entre individuos privados).

Medios sociales de la información cotidiana

Estos medios engloban diversas tecnologías utilizadas principalmente para transmitir noticias de interés social o noticias relevantes para un número elevado de personas, transmitidas de manera impersonal y generalizada a muchos individuos. Estos medios de comunicación a veces llamados "medios de información sociales" también pueden ser usados para mensajes que no necesariamente sean la transmisión de novedades relacionadas con la actualidad, por lo que pueden ser usados en una forma similar a como es usada la historieta o el cine, que si bien transmiten mensajes socialmente relevantes, no son usados para novedades informativas de la actualidad cotidiana. Además, diversos críticos han señalado que existen sesgos en los medios de comunicación que afectan a las minorías religiosas o étnicas.



Enciclopedia Brockhaus
Konversations-Lexikon, 1902.

Durante el siglo XIX, el "boom" de la información rápidamente avanzó debido a los sistemas postales, aumento de la accesibilidad de periódicos, así como escuelas de "modernización". La revolución de la información se basa en los avances modernos. El cambio en la temporización basado en la innovación y la eficiencia pueden no tener una directa correlación con la tecnología.

Los periódicos son medios de comunicación escrita, que deben su nombre a ser escritas de manera periódica en intervalos de tiempo fijos. Así los diarios, semanarios y anuarios eran tipos de publicaciones periódicas de periodicidad diaria, semanal y anual. Los diarios por su alta periodicidad han sido usados básicamente para temas de actualidad cotidianos y en menor medida para el análisis de cuestiones sociales relevantes. En cambio los semanarios se centran en algunos temas sociales sobresalientes que son analizados en mayor profundidad y en el que muchos hechos de la actualidad cotidiana menos importantes son dejados a un lado.

Con el advenimiento de internet muchos periódicos fueron publicados también de manera electrónica, a veces de manera exclusivamente electrónica. Aunque en gran parte se conservó la periodicidad diaria, ofreciéndose en algunos casos actualizaciones cuya periodicidad es inferior a 24 horas.

Algunas publicaciones científicas, también son publicaciones periódicas, pero no están a la transmisión de informaciones sobre la actualidad cotidiana sino sobre cuestiones científicas y sociales de interés, así como la publicación de las investigaciones originales realizadas por personas altamente especializadas.

Periódicos

Los periódicos son medios de comunicación escrita, que deben su nombre a ser escritas de manera periódica en intervalos de tiempo fijos. Así los diarios, semanarios y anuarios eran tipos de publicaciones periódicas de periodicidad diaria, semanal y anual. Los diarios por su alta periodicidad han sido usados básicamente para temas de actualidad cotidianos y en menor medida para el análisis de cuestiones sociales relevantes. En cambio los semanarios se centran en algunos temas sociales sobresalientes que son analizados en mayor profundidad y en el que muchos hechos de la actualidad cotidiana menos importantes son dejados a un lado.

Con el advenimiento de internet muchos periódicos fueron publicados también de manera electrónica, a veces de manera exclusivamente electrónica. Aunque en gran parte se conservó la periodicidad diaria, ofreciéndose en algunos casos actualizaciones cuya periodicidad es inferior a 24 horas.

Algunas publicaciones científicas, también son publicaciones periódicas, pero no están a la transmisión de informaciones sobre la actualidad cotidiana sino sobre cuestiones científicas y sociales de interés, así como la publicación de las investigaciones originales realizadas por personas altamente especializadas.

Redes sociales

Dentro de la variedad de formas de comunicación basadas en internet, algunas redes sociales virtuales como Twitter, Instagram y Facebook han probado funcionar como maneras usadas por un gran número de individuos para mantenerse informados sobre la actualidad cotidiana, e incluso como medio de filtraje y selección de mensajes relevantes. En dichos medios puede darse el intercambio de información sobre actualidad cotidiana junto con otro tipo de mensajes más típicos de los medios de entretenimiento; sin embargo, no se produce un proceso comunicativo donde el hombre intercambie esa información cara a cara para discutirla y llegar a un análisis sobre el tema. Esto es reafirmado por Chang (2015) cuando menciona que "pocos estudios han explorado cómo a las personas les ha afectado la forma en que interactúan con otros en las redes sociales, tales como Facebook (FB) –donde 1 mil millones de usuarios han generado más de 1,13 billones de lines, establecieron 140,3 millones de amigos conectados, y subido 219 mil millones de fotos–,¹ datos que reafirman que las redes sociales solo son un medio de información, pero no de comunicación.

Muchos de los usuarios de Facebook, son adolescentes, quienes en busca de amigos e información de su realidad, llegan a "copiar" los estereotipos, patrones de desarrollo y formas de socializar"² que se proponen en estas redes sociales.

Todas las personas van a ser un medio de comunicación en sí mismo.³

Medios de comunicación interpersonal

Correo postal

Las **cartas** y el intercambio epistolar en formato de papel fue uno de los primeros medios de comunicación interpersonal a distancia. Durante siglos fue el único medio de comunicación a distancia entre individuos, y con el advenimiento de tecnologías más inmediatas, rápidas y eficientes, el uso de cartas y misivas se ha reducido mucho. En la actualidad, se usan en gran parte para la transmisión de mensajes puramente publicitarios y comunicaciones oficiales.

Teléfono

El **teléfono** es un dispositivo diseñado para transmitir por medio de señales eléctricas la conversación entre dos o más personas a la vez en distintos lugares. El teléfono fue creado por Antonio Meucci en 1877. Durante mucho tiempo Alexander Graham Bell fue considerado el inventor del teléfono. Sin embargo Bell no fue el inventor de este aparato, sino solamente el primero en patentarlo.

Fax

El **fax** (abreviación de facsímil), a veces llamado telecopia, es la transmisión telefónica de material escaneado impreso (tanto texto como imágenes), normalmente a un número de teléfono conectado a una impresora o a otro dispositivo de salida. El documento original es escaneado con una máquina de fax, que procesa los contenidos (texto o imágenes) como una sola imagen gráfica fija, convirtiéndola en un mapa de bits, la información se transmite en forma de señales eléctricas a través del sistema telefónico.

Correo electrónico

El **correo electrónico** (abreviado correo-e o *e-mail*) comparte algunas de las características del viejo intercambio epistolar, si bien dada la forma de transmisión electrónica el tiempo transcurrido entre comunicaciones sucesivas tiende a ser mucho menor, por lo que han surgido formas nuevas de usar el correo-e que no podían ser usadas en un intercambio epistolar típico. De hecho, el correo-e por su inmediatez comparte algunos rasgos típicos que usualmente tiene la comunicación interpersonal mediante teléfono.



Un fax, marca Samsung.

Medios de entretenimiento

Muchos medios de entretenimiento no están pensados para transmitir información cotidiana, aunque pueden servir la transmisión de mensajes sociales, sensibilización respecto a cuestiones sociales y creación de estados de opinión pública.

Historieta

La historieta, convertida en medio de comunicación de masas, gracias a la evolución de la prensa decimonónica, vivió su época dorada en cuanto a número de lectores tras la Segunda Guerra Mundial. Con la proliferación de nuevas formas de ocio en la segunda mitad del siglo XX, va dejando de ser un medio masivo en la mayoría de los países, creándose formatos más caros, tales como álbumes o revistas de lujo, y buscando nuevos tipos de lectores.

Cine

El cine (abreviatura de cinematógrafo o cinematografía) es la técnica de proyectar fotogramas de forma rápida y sucesiva para crear la impresión de movimiento mostrando algún vídeo (o película, o film, o filme). La palabra «cine» designa también las salas o teatros en los cuales se proyectan las películas. El cine fue desarrollado por los Hermanos Lumière a partir de 1892.

Internet y sitios web

Internet es un método de interconexión de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos llamados TCP/IP y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red (lógica) única. Hace su aparición por primera vez en 1969, cuando ARPANET establece su primera conexión entre tres universidades en California y una en Utah. Ha tenido la mayor expansión en relación a su corta edad comparada por la extensión de este medio. El acceso a Internet en todo el mundo lo convierte en un medio de masas, donde cada uno puede informarse de diversos temas en las ediciones digitales de los periódicos, expresar sus ideas en blog o subir material audiovisual como en el popular sitio YouTube.⁴ Algunos dicen que esto convierte en los principales actores de la internet a los propios usuarios.^{5 6}

Consecuencias sociales de la presencia de medios de comunicación

Intereses privados de los medios de comunicación

Una de las críticas a los grandes medios de comunicación social, es su subordinación a poderosos grupos empresariales. En algunos países, poderosos grupos económicos son dueños de extensos medios informativos, como es el caso del Grupo Clarín y Grupo Telefe en Argentina, Grupo Televisa en México, Televisora Nacional (TVN) en Panamá y Mediaset España y Atresmedia en España.

Otra de las grandes críticas a los medios de comunicación es el oficialismo, su subordinación al gobierno en turno, debido en gran parte a la gran cantidad de dinero público gastado en publicidad en medios (<https://es.statista.com/estadisticas/600877/gasto-mundial-en-publicidad/>).

De esta forma, según intereses económicos, políticos y sociales, los medios de comunicación son utilizados para la consecución de objetivos que trascienden la comunicación objetiva mediante la manipulación de la opinión pública.

Como forma de contrarrestar esta subordinación a intereses privados, han surgido redes de información autodenominados "independientes", colectivos sin fines de lucro y basados en voluntarios. Entre los más conocidos se encuentra Indymedia. Estos medios presentan crecimiento en los últimos años con la transformación digital global, cada vez son más influyentes al cubrir temas relacionados con la corrupción de la gobernanza pública, pero se enfrentan a amenazas constantes (<https://www.elmostrador.cl/noticias/pais/2017/08/03/estudio-revela-que-sector-de-medios-digitales-independientes-en-america-latina-crece-pero-sujeto-a-ataques/>).

Derecho a la información y democracia

Diversos analistas e intelectuales, desde Albert Einstein en Why Socialism? han señalado que la existencia de una democracia de ciudadanos capaces de participar de manera adecuada en los procesos electorales requiere la existencia de medios de comunicación libres, veraces y con un amplio grado de independencia respecto a los intereses, tanto privados como estatales, de quienes participan en ellos. Así algunas constituciones recogen el derecho a la información veraz y varias constituciones de países en América Latina contemplan amplias medidas de intervención estatal para asegurar dicho derecho. En contraste, entre estas intervenciones estatales, los casos (<https://blog.rtve.es/desde-bogota/2009/09/latinoam%C3%A9rica-la-prensa-y-las-leyes-mordaza.html>) de Ley Mordaza son comunes en estos países.

Prácticamente todos los países democráticos del mundo, recogen de una manera u otra tanto la libertad de expresión, como la libertad de información, ya que se entiende que dichas libertades son medios que aseguran o refuerzan la capacidad de la opinión pública para hacerse una idea cabal de diferentes problemas y expresar adecuadamente sus referencias. Sin embargo, en muchos países no se contemplan demasiadas medidas específicas para hacer efectiva la pluralidad de medios y el acceso a información veraz, relevante y no sesgada a todos sus ciudadanos.

Opinión pública

Otra consecuencia importante es la existencia de mayor homogeneidad en las opiniones públicas, hasta el punto de que en temas particulares o sobre sucesos concretos puede aparecer una opinión ampliamente compartida, en gran parte inspirada, estimulada o directamente extraída de los medios de comunicación masivos. En sociedades antiguas sin medios de comunicación masivos y de rápida difusión se podían observar variaciones regionales más importantes y era dudoso que existieran opiniones más o menos elaboradas sobre muchos sucesos particulares recientes.

Véase también

- Medio de comunicación de masas
- Medios estatales
- Periodismo
- Periodismo de investigación


Referencias

1. Chang, Chingching (1 de diciembre de 2015). «Self-construal and Facebook activities: Exploring differences in social interaction orientation» (<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S074756321530011X>). *Computers in Human Behavior* **53**: 91-101. doi:10.1016/j.chb.2015.06.049 (<https://dx.doi.org/10.1016%2Fj.chb.2015.06.049>). Consultado el 4 de marzo de 2016.
2. Kapidzic, Sanja; Herring, Susan C. (1 de octubre de 2011). «Gender, Communication, and Self-Presentation in Teen Chatrooms Revisited: Have Patterns Changed?» (<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2011.01561.x/abstract>). *Journal of Computer-Mediated Communication* (en inglés) **17** (1): 39-59. ISSN 1083-6101 (<https://issn.org/resource/issn/1083-6101>). doi:10.1111/j.1083-6101.2011.01561.x (<https://dx.doi.org/10.1111%2Fj.1083-6101.2011.01561.x>). Consultado el 4 de marzo de 2016.
3. Marcos, Zuberoa (13 de abril de 2016). «Marcos Weskamp, cofundador de Flipboard: "Todas las personas van a ser un medio en sí mismo" : One – Vodafone» (<http://one.elpais.com/marcos-weskamp-cofundador-de-flipboard-todas-las-personas-van-a-ser-un-medio-de-comunicacion-en-si-mismo/>). *elpais.com*. Consultado el 19 de febrero de 2017.
4. «El multiefecto YouTube» (<http://www.maestrosdelweb.com/youtube/>). 15 de noviembre de 2006. Consultado el 8 de noviembre de 2015.
5. Enrique Dans (29 de septiembre de 2006). «¿A donde va Internet?, en Expansión » Enrique Dans» (<http://www.enriquedans.com/2006/09/donde-va-internet-en-expansion.html>). Consultado el 28 de noviembre de 2015.
6. «"Usted" es la Persona del Año» (http://news.bbc.co.uk/1/hi/spanish/misc/newsid_6187000/6187203.stm). *BBC Mundo*. 17 de diciembre de 2006. Consultado el 23 de enero de 2016.

Bibliografía

- Acker, Ally (15 de abril de 1991). *Reel Women: Pioneers of the Cinema, 1896 to the Present* (<https://archive.org/details/reelwomenpioneer00acke>). London: B.T. Batsford.

Enlaces externos

-  Wikiquote alberga frases célebres de o sobre **Medio de comunicación**.
- Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. «medio» (<https://dle.rae.es/medio>). *Diccionario de la lengua española* (23.ª edición).

Obtenido de «https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Medio_de_comunicación&oldid=143136998»

Esta página se editó por última vez el 25 abr 2022 a las 23:48.

El texto está disponible bajo la Licencia Creative Commons Atribución Compartir Igual 3.0; pueden aplicarse cláusulas adicionales. Al usar este sitio, usted acepta nuestros términos de uso y nuestra política de privacidad. Wikipedia® es una marca registrada de la Fundación Wikimedia, Inc., una organización sin ánimo de lucro.